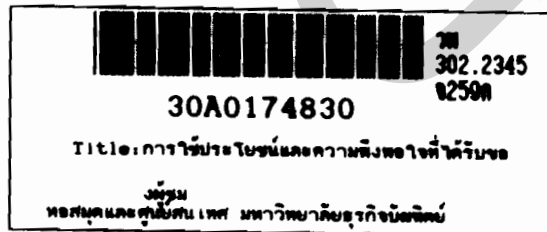




การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับของผู้ชมรายการควิซโชว์

จันทร์ตราพร ตันติพลาผล



วิทยานิพนธ์เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชา
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2547

ISBN 974-281-981-5

2400

USES AND GRATIFICATION OF QUIZ SHOWS AUDIENCE

Chantraporn Tuntiapol

A thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the degree of Master of Arts

Department Of Business Communication Arts

Graduate School, Dhulakijpundit University

เลขทะเบียน.....	0174830
วันลงทะเบียน.....	22 ส.ค. 2548
เลขเรียกหนังสือ.....	302.8245
	ค ๒๕๓๗
	[๑๕๐๖]
	กค

2004

ISBN 974-281-981-5



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบรบรัมย์

ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมที่ชมรายการคิซโซว์

เสนอโดย น.ส.จันทร์ตราพร ตันติผลาผล

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.อุษา บิ๊กกินส์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

..... ประธานกรรมการ
(อาจารย์ อรุณ งามดี)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ผศ.ดร.อุษา บิ๊กกินส์)

..... กรรมการ
(รศ.อรุณช เลิศจรรยาภักษ์)

..... กรรมการ
(รศ.ดร.บุญเลิศ ศุภดิลก)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ดร.พีรพันธุ์ พาลุสุข)

วันที่ ๒๙ เดือน ๗ พ.ศ. ๒๕๔๗

กิตติกรรมประกาศ

การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงของท่านผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อุษา บิ๊กกินส์ กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ท่านเป็นอีกหนึ่งกำลังใจ กำลังแรง ที่คอยผลักดันให้ข้าพเจ้ามองเห็นเป้าหมายแห่งความสำเร็จที่รออยู่เบื้องหน้ามาโดยตลอด

ความสำเร็จของวิทยานิพนธ์เล่มนี้ได้รับความกรุณาจาก อาจารย์อรุณ งามดี ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ อีกทั้ง รองศาสตราจารย์ ดร. บุญเลิศ ศุภคิลก และรองศาสตราจารย์ อรณูช เลิศจรยรักษ์ กรรมการวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษาเพิ่มคุณค่าทางวิชาการอันเป็นประโยชน์ต่อวิทยานิพนธ์ ฉบับนี้ให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณคณาจารย์สาขานิเทศศาสตร์ และคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้จนสำเร็จการศึกษา

ท้ายสุดหากมีข้อผิดพลาดหรือบกพร่องแต่ประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

จันทร์ตราพร ดันติพลาผล

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ม
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ

บทที่

1	บทนำ	1
	ที่มาและความสำคัญของปัญหา	
	ปัญหามาวิจัย.....	8
	วัตถุประสงค์.....	8
	สมมติฐานการวิจัย.....	8
	ขอบเขตการวิจัย.....	9
	นิยามศัพท์.....	9
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
2	แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
	ทฤษฎีการเลือกเปิดรับสาร.....	11
	ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ.....	16
	แนวคิดเรื่อง การผลิตรายการควิซโชว์.....	21
	แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร.....	28
	งานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง.....	30

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3	
ระเบียบและวิธีวิจัย.....	34
รูปแบบวิธีการวิจัย.....	34
ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง.....	35
ระยะเวลาที่ศึกษา.....	38
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย.....	38
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	39
การวัดตัวแปรและการให้คะแนนคำตอบ.....	40
การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ.....	45
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
การนำเสนอข้อมูล.....	50
4	
ผลการวิจัย.....	51
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์.....	52
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการควิชโชว์.....	55
ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจจากการชมรายการควิชโชว์.....	61
ส่วนที่ 4 การใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์.....	63
ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน.....	65
5	
สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	87
สรุปผลการวิจัย.....	88
การอภิปรายผลการวิจัย.....	95
การอภิปรายผลจากสมมติฐาน.....	98
ข้อเสนอแนะสำหรับรายการควิชโชว์.....	111
ข้อจำกัดในการวิจัย.....	112

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม.....	114
ภาคผนวก.....	120
ประวัติผู้เขียน.....	127

DPU

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่

1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	52
2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	52
3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	53
4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ.....	53
5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	54
6	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และอันดับที่ของรายการควิซโชว์ที่ชมมากที่สุด.....	55
7	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการรับชม.....	56
8	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะในการติดตามชม.....	56
9	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะ ในการรับชมต่อครั้ง.....	57
10	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และอันดับที่ของสาเหตุของการรับชม.....	58
11	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสิ่งจูงใจในการเลือกชม.....	59
12	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดที่จะสมัคร เข้าร่วมการแข่งขัน.....	59
13	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผล ที่ต้องการเข้าร่วมการแข่งขัน.....	60
14	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่ ไม่ต้องการเข้าร่วมการแข่งขัน.....	61
15	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของการชมรายการควิซโชว์.....	62
16	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการ ใช้ประโยชน์ จากการชมรายการควิซโชว์.....	64
17	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจ ในการชมรายการควิซโชว์.....	66
18	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจ ในการชมรายการควิซโชว์.....	66

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่		
19	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์.....	67
20	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจ ในการชมรายการควิซโชว์.....	68
21	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจ ในการชมรายการควิซโชว์ เป็นรายการคู่โดยวิธี LSD.....	68
22	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับ ความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์.....	69
23	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับ ความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์ เป็นรายการคู่โดยวิธี LSD.....	70
24	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการใช้ประโยชน์ จากการชมรายการควิซโชว์.....	71
25	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการใช้ประโยชน์ จากการชมรายการควิซโชว์.....	72
26	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการใช้ประโยชน์ จากการชมรายการควิซโชว์ เป็นรายการคู่โดยวิธี LSD.....	72
27	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการ ใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์.....	73
28	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการ ใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์ เป็นรายการคู่โดยวิธี LSD.....	74
29	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการใช้ประโยชน์ จากการชมรายการควิซโชว์.....	75
30	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการใช้ประโยชน์ จากการชมรายการควิซโชว์ เป็นรายการคู่โดยวิธี LSD.....	75
31	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับการใช้ประโยชน์ จากการชมรายการควิซโชว์.....	77

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่

32	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD.....	77
33	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการรับชมกับความพึงพอใจในการชมรายการควิชโชว์.....	79
34	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะในการรับชมต่อครั้งกับความพึงพอใจในการชมรายการควิชโชว์.....	79
35	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะในการติดตามชมกับความพึงพอใจในการชมรายการควิชโชว์.....	80
36	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งจูงใจในการเลือกชมกับความพึงพอใจในการชมรายการควิชโชว์.....	81
37	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการรับชมกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์.....	82
38	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการรับชมกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD.....	82
39	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะในการรับชมต่อครั้งกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์.....	83
40	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะในการรับชมต่อครั้งกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์.....	84
41	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งจูงใจในการเลือกชมกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์.....	85
42	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งจูงใจในการเลือกชมกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD.....	85

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับของผู้ชมรายการควิซโชว์
ชื่อนักศึกษา	จันทร์ตราพร ดันติพลาผล
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ. ดร. อุษา บิ๊กกินส์
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ (ธุรกิจ)
ปีการศึกษา	2546

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ เพื่อศึกษาลักษณะลักษณะประชากรกับพฤติกรรมการรับชมรายการควิซโชว์พร้อมประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมรายการ รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของประชากรกับประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับของผู้ชมรายการควิซโชว์ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับรายการควิซโชว์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชม

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการสำรวจและใช้แบบสอบถามชนิดที่ให้กรอกคำตอบเองเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นผู้ชมรายการควิซโชว์ จำนวนทั้งสิ้น 403 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่า t-test และ F-test ซึ่งประมวลผลโดยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นชายมากกว่าเพศหญิงเล็กน้อย ส่วนใหญ่มีอายุ 51-60 ปีและเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท มีพฤติกรรมชมรายการเกมเศรษฐีเป็นส่วนใหญ่ และกลุ่มตัวอย่างมักดูจบบ้างไม่จบบ้าง และชมบ้างถ้าเปิดพบและดูน่าสนใจ สาเหตุของการรับชมรายการควิซโชว์เพราะให้ความรู้ หรือได้ประโยชน์จากรายการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยคิดความคิดที่จะสมัครเข้าร่วมการแข่งขันในรายการ

ทางด้านความพึงพอใจจากการชมรายการควิซโชว์นั้น โดยรวมแล้วผู้ชมที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์อยู่ในระดับสูง โดยพึงพอใจต่อความเพลิดเพลินความบันเทิงสนุกสนานในรายการ

การใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์ โดยรวมแล้วผู้ชมที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์อยู่ในระดับปานกลาง โดยใช้รายการเป็นเครื่องช่วยการผ่อนคลาย

เพศ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ คิวโชว์ โดยผู้ชมเพศหญิงจะมีความพึงพอใจและได้รับประโยชน์จากการชมรายการคิวโชว์ มากกว่าผู้ชมเพศชาย

อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการคิวโชว์ แต่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการคิวโชว์ โดยผู้ชมที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปี จะได้รับประโยชน์จากการชมรายการคิวโชว์มากที่สุด ในขณะที่ผู้ชมที่มีอายุ ระหว่าง 21-40 ปี จะได้รับประโยชน์จากการชมรายการคิวโชว์น้อยที่สุด

ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการคิวโชว์ แต่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการคิวโชว์ โดยผู้ชมที่มีการศึกษาในระดับ ประถมศึกษา จะได้รับประโยชน์จากการชมรายการคิวโชว์มากที่สุด ในขณะที่ผู้ชมที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรีจะได้รับประโยชน์จากการชมรายการ คิวโชว์น้อยที่สุด

อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการชมรายการคิวโชว์ โดยผู้ชมที่มีอาชีพเป็นแม่บ้านจะมีความพึงพอใจในรายการคิวโชว์มากที่สุด ในขณะที่ผู้ชม ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว จะมีความพึงพอใจในรายการคิวโชว์น้อยที่สุด และเมื่อพิจารณาการใช้ ประโยชน์จากรายการ พบว่า ผู้ชมที่มีอาชีพเป็นแม่บ้านจะได้รับประโยชน์จากการชมรายการคิว โชว์มากที่สุด ในขณะที่ผู้ชมที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว จะได้รับประโยชน์จากการชมรายการคิว โชว์น้อยที่สุด

รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการชม รายการคิวโชว์ เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจในการรับชมรายการ พบว่า ผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท จะมีความพึงพอใจในรายการคิวโชว์มากที่สุด ในขณะที่ผู้ชมที่มีรายได้ต่อ เดือน 30,001 บาท ขึ้นไป จะมีความพึงพอใจในรายการคิวโชว์น้อยที่สุด และเมื่อพิจารณาการใช้ ประโยชน์จากรายการ พบว่า ผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท จะได้รับประโยชน์จากการ ชมรายการคิวโชว์มากที่สุด ในขณะที่ผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 บาท ขึ้นไป จะได้รับ ประโยชน์จากการชมรายการคิวโชว์น้อยที่สุด

ความถี่ในการรับชม ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการคิว โชว์ แต่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการคิวโชว์ โดยผู้ชมที่มีความถี่ในการ รับชม 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ จะได้รับประโยชน์จากการชมรายการคิวโชว์มากที่สุด ในขณะที่ ผู้ชมที่มีความถี่ในการรับชม 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ จะได้รับประโยชน์จากการชมรายการ คิวโชว์ น้อยที่สุด

ระยะเวลาในการรับชมต่อครั้ง ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์

สิ่งจูงใจในการเลือกชมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์ แต่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์ โดยผู้ชมที่ให้เหตุผลเกี่ยวกับสิ่งจูงใจในการรับชมด้านความน่าเชื่อถือของเนื้อหารายการ จะได้รับประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์มากที่สุด ในขณะที่ผู้ชมที่มีสิ่งจูงใจในการรับชมเป็นเนื้อหาของรายการจะได้รับประโยชน์จากการชมรายการ ควิซโชว์น้อยที่สุด

DPU

Thesis Title Uses And Gratification of Quiz Shows Audience
Name Chantraporn Tuntiapol
Thesis Advisor Asst. Prof. Dr. Ousa Biggins
Department Communication Art
Academic Year 2003

ABSTACT

This research objective is the study of demographic characteristics and watching behavior towards new era quiz shows, including in the perception of use and gratification after watching them. Moreover, the research is presented a relationship between demographic characteristics, perception of use and gratification after watching the shows. We also studied the relationship between their watching behavior, perception of use and gratification towards new era quiz shows.

This is a quantitative research, using questionnaires that the groups can be filled by themselves as tools for surveying and collecting data. The groups are sample in multi-step. The sample group consists of 403 people who watched quiz show program in Bangkok Metropolitan Area. The collected data are analyzed by frequency, percentage, mean, t-test and f-test assessed by SPSS.

The research data are analyzed as follows:

- The sampling group consists of slightly more male than female. The majority of men's age is about 51-60. They work in private company and are salaried approximately 5,000 to 10,000 Baht per month.
- Most of their characteristics watch Millionaire Game. Some sit through the entire show, others do not. Some watch when turning coincidentally to find it or realizing that show is interesting. The reasons for watching new era quiz shows are to add up more knowledge or perception of use.
- The gratification toward new era quiz shows is at high level. Most of sampling group agrees that the shows are provided entertainment and enjoyment.
- In their perception of use is at medium level. Most of them agree that the show is beneficial in term of relaxation.
- Sex related with the gratification and perception of use. Female can get more perception of use and gratification than male.
- Age is not related with the gratification but perception of use is related in. The age below 21 years can be gotten the highest of perception of use, in opposite of ages between 21-40 years old be perceived at least.

- In addition, education level of students is not related to the gratification of quiz shows but related to their perception of use. It means that the students in primary education level can get the highest of perception of use, in opposite of the higher bachelor degree students who can perceive at least.
- Occupation is related to both of the gratification and perception of use. Housewife has the highest gratification and perception of use towards the quiz shows but business owner has the lowest of both.
- Salary rate per month is related to the gratification and perception of use. The sampling groups who have more than 5,000 Baht can perceive the highest of the gratification and perception of use. By contrast, the upper 10,000 Baht per month, that sampling group can get the lowest both of them towards new era quiz shows.
- Frequency of watching shows is not related to the gratification even though the perception of use is related in. Their frequency within 3-4 times per week are highest in the perception of use, in the opposite of who watching 1-2 times per week can perceive in the lowest.
- Duration of watching quiz shows is not related both of the gratification and perception of use.
- Attraction for choosing shows is not related to the gratification but the perception of use is related in. The highest perception of use belongs to trustfulness towards content in the quiz shows. By contrast, the lowest perception of use belongs to trustfulness towards that shows.

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สื่อมวลชน เป็นตัวกลางที่เชื่อมโยงระหว่างผู้รับสารกับสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวผู้รับสาร สื่อมวลชน และทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล องค์กร เหตุการณ์ หรืออีกนัยหนึ่ง ก็คือ ความสัมพันธ์เหล่านี้เกิดมาจากสื่อมวลชน (ศิริชัย ศิริเกษ และกาญจนา แก้วเทพ , 2529) ดังนั้น สื่อมวลชน (Mass Media) จึงมีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้รับสารทุกคน ทั้งยังมีอิทธิพลต่อการสร้าง กระแสความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นในสังคมทั้งเปลี่ยนแปลงทัศนคติ วิธีการดำเนินชีวิต พฤติกรรม ของผู้คน รวมถึงวิถีคิดและสำนึกรวมของคนในสังคม จนกลายเป็นการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งขณะนี้ สังคมไทยเปลี่ยนแปลงจากสังคมอุตสาหกรรม เข้าสู่ยุคสังคม ข่าวสาร (Information society) มากขึ้น ซึ่งเป็นยุคที่ผู้รับสารในสังคมต่างตื่นตัวที่จะเปิดรับข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวในเรื่องการดำเนินชีวิต และการติดตามความเคลื่อนไหวของคน ในสังคม และประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก จากสื่อมวลชนตลอดเวลา เพื่อนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับนั้น มาใช้ประโยชน์ตามความพึงพอใจ และทำให้เกิดการสื่อสารระหว่างบุคคลในสังคมอีกด้วย กอปร กับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบัน ที่มีการพัฒนารูปแบบและช่องทางการ สื่อสารทำให้การไหลของข้อมูล (Information flow) มีความคล่องตัวและรวดเร็ว เกิดการถ่ายทอด ความรู้ เกิดการเปลี่ยนแปลง ปรับปรุงสิ่งต่าง ๆ ให้ดีขึ้น ดังนั้นความต้องการบริโภคข่าวสารที่ เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัวของผู้รับสารจึงมีมากขึ้น ซึ่งความต้องการบริโภคข่าวสารของผู้บริโภคนั้นมีทั้ง ลักษณะของความรู้ (Knowledge) ข่าวสาร (Information) และรวมไปถึงสิ่งที่ให้ความบันเทิง (Entertainment) ต่างๆ อีกด้วย ในยุคซึ่งข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นสูงสุด โทรทัศน์เป็น สื่อที่สามารถจะถ่ายทอดสิ่งต่างๆ จากทุกมุมโลกให้ประชาชนได้รับทราบไม่ว่าประชาชนจะอยู่ที่ใด ของโลกก็ชมรายการเดียวกันได้ รายการโทรทัศน์ที่น่าเสนอในปัจจุบันมีความหลากหลายประเภท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองให้ตรงความต้องการของประชาชน จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจว่า รายการที่มีอยู่ในปัจจุบันตรงกับความต้องการของประชาชนมากน้อยเพียงใด

หากจะกล่าวถึงวิธีที่คนในสังคมปัจจุบันเลือกใช้เพื่อผ่อนคลายความเครียดที่เกิดขึ้นจาก สภาพแวดล้อมและภาระที่ต้องแบกรับอยู่ วิธีง่าย ๆ สะดวกสบาย และเสียค่าใช้จ่ายน้อยวิธีหนึ่ง คือ การรับชมรายการบันเทิงที่น่าเสนอผ่านทางสื่อมวลชน Harold D. Lasswell & Charles R. Wright ได้กล่าวถึงหน้าที่อันสำคัญประการหนึ่งว่า การสื่อสารมีหน้าที่ให้ความบันเทิงเรีงรมย์

เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดในชีวิตประจำวัน (Lasswell, 1963) ดังนั้น การสื่อสารมวลชนในฐานะที่เป็นองค์กรหนึ่งในกระบวนการสื่อสาร จึงต้องทำหน้าที่ในการให้ความบันเทิงเพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าว

จากการศึกษาของโรเปอร์ (Roper) พบว่า ถ้าคนถูกจำกัดให้เลือกรับสื่อใดสื่อหนึ่ง โทรทัศน์จะเป็นสื่อที่คนต้องการมากที่สุด และเห็นว่า เป็นสื่อที่น่าเชื่อถือที่สุด (อ่างใน รศ. พัทธนิเชยจรรยา รศ.เมตตา วัฒนกุล และร.ศ. ถิรนนท์ อนุวัชรศิริวงศ์, 2538 : 32-33) อาจเป็นเพราะสื่อโทรทัศน์ได้รวมเอาคุณลักษณะของสื่อมวลชน 3 ประเภทเข้าไว้ด้วยกัน คือ ภาพยนตร์ วิทยุกระจายเสียง และหนังสือพิมพ์ ดังนั้นสื่อโทรทัศน์จึงให้ได้ทั้งภาพและเสียงในขณะเดียวกัน ทำให้ผู้รับสารเข้าใจสารที่น่าเสนอได้ง่ายจากการชมและการฟัง (Vision - Audio) จึงก่อให้เกิดแรงกระตุ้นและความสนใจสูง อีกทั้งยังสามารถสร้างความน่าเชื่อถือและโน้มน้าวใจให้คล้อยตามได้ง่าย และยังสามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเต็มที่ โดยเฉพาะในการนำเสนอรายการที่มุ่งเน้นให้ความบันเทิง (Entertainment) ซึ่งมักจะเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับความสนุกสนานรื่นเริงในหลายอารมณ์ เช่น ละคร รายการเพลง รายการพูดคุยสัมภาษณ์บุคคล หรือคาราทีมีชื่อเสียง (Talk Show) รวมไปถึงรายการเกมโชว์ และ รายการแข่งขันตอบปัญหา (Quiz show) ที่กำลังได้รับความนิยมจากผู้ชมอย่างสูงในขณะนี้ด้วย การใช้สื่อโทรทัศน์นำเสนอรายการดังกล่าว สามารถสร้างบรรยากาศของความสนุกสนานได้เสมือนร่วมอยู่ในเหตุการณ์นั้นด้วย ดังนั้น สื่อโทรทัศน์จึงเป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ในการให้ความบันเทิงแก่ผู้รับสารอย่างแพร่หลาย และไม่น่าแปลกใจเลยที่เรื่องราวที่น่าเสนอผ่านทางสื่อโทรทัศน์มักจะกลายเป็นหัวข้อสนทนาของคนในสังคมไป (Talk of the town)

ความหลากหลายของรูปแบบรายการบันเทิงทางโทรทัศน์ของประเทศไทยในปัจจุบัน นอกจากจะสะท้อนให้เห็นถึงการขยายตัวและการพัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ มากขึ้นแล้ว ยังสะท้อนให้เห็นการดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์มีลักษณะคล้ายอุตสาหกรรมชนิดหนึ่ง โดยอาจจัดอยู่ในรูปแบบของ “ อุตสาหกรรมบันเทิง ” (Entertainment Industry) ซึ่งมีเป้าหมายในการผลิตเพื่อเป็นธุรกิจการค้า (Commercial Business) และธุรกิจบริการ (Service Business) เพื่อให้ได้มาซึ่งผลกำไรสูงสุด และเมื่อมีรายการโทรทัศน์มากขึ้น ทำให้ภาวะการแข่งขันในการผลิตรายการย่อมมีมากขึ้นทุกวัน ดังนั้นจึงก่อให้เกิดสภาพของการแข่งขันทางในทางธุรกิจและการตลาด ในการหาความบันเทิงทางสื่อโทรทัศน์ ทำให้สถานีและผู้ผลิตรายการโทรทัศน์พยายามคิดค้นรูปแบบการนำเสนอรายการแบบใหม่มาเสนอแก่ผู้ชม ที่สำคัญคือ มีเอกลักษณ์ มีความแตกต่าง ความแปลกใหม่ และสร้างความโดดเด่นให้กับรายการทำให้ผู้ชมจดจำได้ ซึ่งบางครั้งก็อาจจะมีการนำเอาแนวคิดหรือการลอกเลียนรูปแบบรายการต่างประเทศ ซึ่งมักจะเป็นประเทศ

ตะวันตก มาทำการผลิตซ้ำขึ้นมาใหม่ โดยมีการปรับปรุงในกลยุทธ์การนำเสนอบางอย่างให้เหมาะสมกับคนไทย จนประสบความสำเร็จในการดึงดูดความสนใจของผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย จนกระทั่งรายการได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ทำให้ผู้อุปถัมภ์รายการให้การสนับสนุนรายการมากมาย ดังเช่น รายการเกมโชว์ และรายการควิชโชว์ที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน

รายการควิชโชว์และเกมโชว์ในประเทศไทยนั้น ได้ถือกำเนิดขึ้นพร้อม ๆ กัน ซึ่งจัดเป็นรายการประเภทหนึ่งที่อยู่ในวงการโทรทัศน์มานานกว่า 40 ปี โดยเริ่มต้นขึ้นเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2500 สมัยนั้นรูปแบบรายการยังไม่ค่อยมีความหลากหลายเท่าไรนัก ส่วนใหญ่เป็นรายการที่ผู้ผลิตรายการได้นำเอาแนวความคิดรายการควิชโชว์ และรายการเกมโชว์ของต่างประเทศมาสร้างสรรค์ให้เป็นรายการแข่งขันชิงรางวัลที่เหมาะสมกับคนไทยมากที่สุด

อาจารย์จาง รังสิกุล ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับรายการควิชโชว์ในยุคแรกว่า

“ รายการแข่งขันตอบปัญหา (ควิชโชว์) ในสมัยแรกๆ นั้น มีจุดขายอยู่ที่วิธีการเล่น และส่วนใหญ่ก็จะเป็นรายการที่เน้นความรู้รอบตัว หรืออาจจะเป็นความรู้ทางวิชาการเป็นหลัก ดังนั้นผู้แข่งขันก็มักจะเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ หรือผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาต่างๆ อาทิเช่น สมักร สุนทรเวช, วิจิตร ศรีสะอ้าน, จินตนา ปิ่นเฉลียว เป็นต้น สำหรับรางวัลในรายการก็มักจะเป็นสิ่งของต่างๆ อาทิเช่น ข้าวสาร ผลไม้ หรือบางรายการก็จะมอบเงินรางวัลให้ ซึ่งมีมูลค่าไม่มากเท่ากับปัจจุบัน ซึ่งอาจเป็นเงิน 200-300 บาท หรือสูงสุดก็จะเป็นเงินจำนวนหลักหมื่นเท่านั้น ” (อ่างใน อรณูช สูดประเสริฐ , 2538 : 13)

“ สมัยก่อนเกมโชว์สร้างผู้นำมาเยอะแล้ว เช่น คุณสมักร สุนทรเวช คุณวิลาศ มณวัตร เมื่อก่อนเขาเล่นรายการ โอเอกซ์ แข่งขันตอบปัญหาความรู้รอบตัว แข่งขันระหว่างทีมโอ และทีมเอกซ์ ทีมไหนชนะก็สะสมคะแนนไปเรื่อย ๆ ตรงนี้ได้แสดงความสามารถของผู้เล่น ” (อ้างถึงใน ผู้จัดการรายสัปดาห์ , 2541 : 18, ทัศนะของดร. กาญจนา แก้วเทพ)

ครั้งอดีตรายการประเภทควิชโชว์ เป็นรายการควิชโชว์เป็นรายการแข่งขันตอบปัญหา โดยลักษณะคำถาม อาจจะมาจากหลักสูตรการเรียนการสอน สถิติ การสำรวจความคิดเห็นหรือมาจากเรื่องราวชีวิตประจำวันก็ได้ แต่ก็ยังเป็นรายการมีรูปแบบจำกัดพอสมควร ทั้งนี้เนื่องจากกิจกรรมที่พึงมีในรายการควิชโชว์นั้น ได้แก่ ผู้ร่วมรายการหรือผู้เข้าแข่งขันจะจัดแบ่งกลุ่ม เช่น นักเรียน นักศึกษาและประชาชนทั่วไปมาทำการตอบปัญหาตั้งแต่ปัญหาสั้นๆ ไปจนถึงการแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นปัญหาต่างๆ ในรายการเท่านั้น รายการควิชโชว์ที่เห็นในยุคแรกๆ ส่วนมากเป็นรายการที่เน้นหนักไปในเนื้อหาด้านใดด้านหนึ่ง เช่น ด้านคณิตศาสตร์ ด้านวิทยาศาสตร์ ด้านภาษาอังกฤษ ซึ่งมีความคล้ายกับรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา และคำถามมักจะ

มาจากหลักสูตรการเรียนการสอนเป็นส่วนมาก ดังนั้นพิธีกรที่ดำเนินรายการ จึงดำเนินรายการให้ เป็นไปในทางวิชาการ และเคร่งเครียดเงินรางวัลไม่มากนัก ทำให้เป็นที่สนใจเฉพาะบุคคลที่มีความ สนใจในด้านที่นำเสนออยู่แล้วไม่ได้ดึงดูดผู้ชมกลุ่มอื่น ดังจะเห็นได้จาก รายการควิชโชว์ (Quiz Show) ที่เคยปรากฏในประเทศไทยมาแล้ว เช่น รายการ 20 คำถาม รายการ 180 ไอคิว รายการ การบินไทยไขจักรวาล รายการแข่งขันตอบปัญหาภาษาอังกฤษกับเชลล์ รายการกาลิเลโอเกม เขาวชนคนเก่ง ฯลฯ ด้วยรูปแบบของรายการทำให้รายการดังกล่าวมิได้เฟื่องฟูเหมือนกับรายการเกม โชว์ แม้ผู้ผลิตรายการจะพัฒนารูปแบบรายการควิชโชว์แล้วก็ตาม แต่ก็ไม่ได้ได้รับความสนใจจาก ผู้ชมมากนัก และยังคงกลับมีจำนวนน้อยลง จนแทบจะหายไปจากวงการโทรทัศน์ ด้วยเพราะเหตุที่ว่า ไม่มีผลกำไร และไม่มีสปอนเซอร์ให้การสนับสนุนเท่ารายการเกมโชว์ แต่ก็ยังมีบริษัทผู้ผลิต รายการยังคงรักษารูปแบบรายการควิชโชว์แบบเดิมไว้จนทุกวันนี้ เช่น รายการ 180 ไอคิว รายการ การบินไทยไขจักรวาล ดังจะเห็นได้จากข้อความในบทวิจารณ์ดังนี้

“ ควิชโชว์ ในบ้านเราไม่ใช่สิ่งใหม่ เพราะรายการประเภทนี้มีมานานแล้ว แต่รูปแบบ ก่อนข้างเขย รางวัลในรายการก็ต่ำมากคน ดูก็ไม่เร้าใจ อาทิเช่น รายการแม่บ้านสมองไว ที่เคยครอง เวลาการออกอากาศทางช่อง 9 นับสิบๆ ปี หรือรายการอย่าง การบินไทยไขจักรวาล ที่อยู่ช่อง 5 มา ตลอด ก็ล้วนแต่นับเป็นควิชโชว์ทั้งนั้น เพียงแต่รายการประเภทดังกล่าวไม่เคยได้รับความ นิยมแต่ อย่างไร ” (อ้างถึงใน ผู้จัดการ ข่าวนันเทิง . 16 ตุลาคม 2543)

ปัจจุบันเป็นเวลาที่ยุคควิชโชว์ (Quiz Show) ได้กลับมาสร้างปรากฏการณ์ใหม่อีก ครั้ง และสร้างกระแสความนิยมเหมือนครั้งยุคของเกมนโชว์ ซึ่งรายการ Quiz Show ในประเทศไทย ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันนี้เป็นควิชโชว์ ซึ่งรูปแบบรายการจะอยู่กึ่งกลาง เกมโชว์ (Game show) และควิชโชว์ (Quiz Show) เพราะได้ปรับเป็นรายการโทรทัศน์ที่เปิดโอกาสให้ประชาชน ผู้ชมทางบ้านทุกเพศทุกวัยได้เข้ามามีส่วนร่วมในการแข่งขันทางสติปัญญา โดยผู้แข่งขันจะต้อง ตอบคำถามด้านวิชาการ หรือความรู้รอบตัว และต้องตอบทันที อีกทั้งพิธีกรจะดำเนินรายการที่ ออกมาสนุกสนาน ไม่เครียด และต้องอาศัยความสามารถของพิธีกรที่เล่นกับอารมณ์ของผู้แข่งขัน กับทางบ้าน ซึ่งไม่ใช่คนดังหรือคาราที่มีชื่อเสียง อีกจุดใหญ่จุดหนึ่งที่ผู้ชมทางบ้านอยากมีส่วนร่วม ในรายการก็คือเงินรางวัลที่สูงล่อ เป็นสิ่งตอบแทน และซึ่งรายการประเภทนี้กำลังได้รับความ สนใจอย่างยิ่ง ทั้งผู้ชมและผู้ผลิตรายการ ดังจะกล่าวอ้างจากข้อความในบทวิจารณ์ดังนี้

“ ควิชโชว์จะเป็นรายการฮอตฮิตของคนไทยในยุค 2000 นี้ ย้อนกลับไปว่าจริง ๆ แล้ว รายการควิชโชว์เมืองในเมืองไทยเกิดขึ้นเมื่อไหร่ ไม่มีใครยืนยันได้แน่นอน แต่รายการควิชโชว์มี วิวัฒนาการมาเรื่อย ๆ ทั้งรายการ “ การบินไทยไขจักรวาล ” ม.ร.ว. ถนัดศรี สวัสดิวัฒน์ เป็นพิธีกร

หรือจะเป็นรายการ “ 180 ไอคิว ” ที่มีโลโก้คือ อ.ชัยณรงค์ มณเฑียรวิเชียรฉาย แต่ควิชโชว์ในยุคแรก ๆ กระแสยังไม่ฮือฮาเท่ายุคนี้ อาจเป็นเพราะยุคเริ่มต้นเน้นเชิงสาระเกือบ 100 % และลูกเล่นในรายการยังไม่แพรวพราว เข้าสู่ยุค 2000 “ ต๋อย ” ไตรภพ ลิมปพัทธ์ พิธีกรมือหนึ่งของเมืองไทย ปลุกชีพควิชโชว์ขึ้นมาอีกครั้ง ในรายการ “ เกมเศรษฐี ” ผู้คนให้ความสนใจกันล้นหลามจนกลายเป็นเกมเศรษฐีฟีเวอร์ และจุดประกายให้รายการประเภทควิชโชว์รูปแบบใหม่ผุดขึ้นมาเป็นดอกเห็ด ” (ข่าวสด , 1 ตุลาคม 2543 : 19)

นายพันธ์ วิทยดำรง กรรมการผู้จัดการบริษัทมายด์ทีวี จำกัด ได้กล่าวถึงการปรับจูนรายการโทรทัศน์ในปัจจุบันว่า “ กระแสรายการประเภทควิชโชว์กำลังมาทดแทนรายการเกมโชว์ และวาไรตี้ ซึ่งในปี 2544 จะมีรายการควิชโชว์ครบทุกสถานี ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจกับรายการประเภทนี้เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ หลังจากที่เกมเศรษฐี ทางช่อง 3 ได้จุดกระแสให้รายการประเภทนี้ประสบความสำเร็จมาแล้ว กอปรกับ ตอนนี้กระแสของรายการเกมโชว์และวาไรตี้เริ่มที่อืดตัว ” (ประชาชาติธุรกิจ , 12 ตุลาคม 2543 : 11)

“ จากการบวมของรายการ เกมเศรษฐี มีปรากฏการณ์ประหลาดเกิดขึ้นแบบเหลือเชื่อคือ รายการทีวีต่าง ๆ หลายแห่ง ได้หันมาปรับเปลี่ยนรูปแบบมาเป็น “ ควิชโชว์ ” มากมายรวมเบ็ดเสร็จ แล้วถึง 13 รายการ ไม่รู้จะเกินพอดีหรือเปล่า นี่แหละ คืออิทธิพล “ บริโภคนิยม ” (นิตยสารทีวีพูล 2543 : Lasttalk)

“ พลิกรูปแบบควิชโชว์ ” “ เกมเศรษฐี ” ของ ไตรภพ ซึ่งออกอากาศทางช่อง 3 ใช้เวลาออกเดือน เพียงไม่กี่ก้าว สามารถไต่อันดับขึ้นสู่การเป็นรายการยอดนิยมชนิดที่ว่า เด็ก ดูได้ . ผู้ใหญ่ดูดี และกลายเป็นเรื่องทอล์กออฟเดอะทาวน์ ทันทีในเช้าอีกวันหลังจากที่รายการออกอากาศไปแน่นอนว่า ความสำเร็จของ “ เกม เศรษฐี ” ไม่ได้มาจากรูปแบบที่เรียกว่า “ โชว์เกม ” คือการนำดารานักร้องมาเล่น เกมและแจกรางวัลกันชนิดไม่ลืมหูลืมตา เพื่อให้ผู้ชมรู้สึกสนุกและตื่นเต้น ไปด้วยกับเงินรางวัลหรือของรางวัล ” (ผู้จัดการ ข่าวบันเทิง . ลัทธิตถ์ “ควิชโชว์” ความสำเร็จของทีวีไทย? 16 ตุลาคม 2543)

จากบทวิจารณ์และบทสัมภาษณ์ข้างต้น คงไม่ได้ปฏิเสธว่ารายการควิชโชว์ของไทย มีจุดกำเนิดจาก “ รายการเกมเศรษฐี ” หรือ Millionaire Millennium เป็นเกมโชว์ประเภท Quiz show ของบริษัท บอร์น แอนด์ แอสโซซิเอตส์ จำกัด โดยมี ไตรภพ ลิมปพัทธ์ เป็นผู้บริหาร และผู้ดำเนินรายการที่เริ่มออกอากาศเมื่อต้นเดือนมีนาคม 2543 เพียงไม่กี่ตอนก็ได้รับกระแสการตอบรับอย่างรวดเร็ว การกล่าวขาน และประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็ว แม้ว่าจะมีรูปแบบรายการจะมีลักษณะคล้ายคลึงกับรายการต้นแบบอย่าง รายการ Who want to be a millionaire ในสหรัฐอเมริกา ก็ตาม แต่ได้พัฒนาบางส่วน เช่น “ ตัวช่วย ” ถือได้ว่า บริษัท บอร์น แอนด์ แอสโซซิเอตส์ จำกัด มี

ความรวดเร็วในการสร้างตลาด ทำให้เป็นต้นตำรับในการสร้างรายการควิซโชว์แนวใหม่ในเมืองไทยตามปริยาย และสามารถดึงดูดใจผู้ชมเป็นจำนวนมาก จนทำให้หยุดกิจกรรมอื่นมาเพื่อบริษัท และคืนค่าตอบแทนผู้เล่นเกมในรายการ

จากการที่ “รายการเกมเศรษฐี” ประสบความสำเร็จอย่างมาก ทำให้ปลุกกระแสให้ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ของบริษัทหลายแห่ง ได้หันมาเปลี่ยนรูปแบบรายการเกมโชว์มาเป็น รายการควิซโชว์ (Quiz Show) กันมากมายกว่า 10 รายการในเวลาไม่ถึง 1 ปี ไม่ว่าจะเป็นการผลิต รายการ เวลาพารวย เซียนทีวี ลัคกี้ซัมเบอร์ แชมเปียนเกม เกมนานาชาติ เกมข้ามรุ่น เกมฉู.หญิง ลุ้นรหัสลับ เกมปริศนา เป็นต้น ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นทางเลือกใหม่ของคนดูโทรทัศน์ และปลุกกระแสความนิยมให้ผู้ชมเฝ้าชมรายการต่าง ๆ ไม่แพ้กัน จึงมีผลทำให้ภาวะในตลาดรายการโทรทัศน์ประเภทควิซโชว์เริ่มเข้าสู่การแข่งขันกันอย่างมาด ดังจะกล่าวอ้างจากข้อความในบทวิจารณ์ดังนี้

“ ความกระหึ่มของรายการ เกมเศรษฐี เป็นเหตุให้มีรายการประเภทควิซโชว์ตามกันออกมาเป็นแถว ข้อสรุปนี้ยืนยันได้จากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นบนหน้าจอโทรทัศน์หลายช่องและหลายช่วงเวลา ตามธรรมเนียมการแห่ตามกันของวงการบันเทิงบ้านเรา “ (อ้างถึงใน ผู้จัดการรายวัน 14 กันยายน 2543: 15)

“ หลังจาก "เกมเศรษฐี" เปิดตัวออกมาได้ไม่นาน ด้วยสัญชาตญาณของคน โทรทัศน์ที่ไม่ยอมปล่อยให้คู่แข่งโกยคะแนนความนิยมไปอย่างลายนวล ช่อง 7 ไม่รอช้า ส่ง "เวลาพารวย" ซึ่งเป็นรายการเกมประเภทเดียวกัน รูปแบบรายการคล้ายกันกับ "เกม เศรษฐี" ออกมาแซ่เรตติ้งทันที โดยประเด็นหลัก ของการผุด "เวลาพารวย" อยู่ที่การไล่บดขยี้ "เกมเศรษฐี" ของช่อง 3 จะต่างกัน ก็ตรงที่ เวลาออกอากาศไม่ตรงกันเท่านั้นเอง ที่แตกต่างกันอีกอย่าง และช่อง 7 พยายามใช้เป็นทางลัดสำหรับเขย่า เรตติ้ง "เกมเศรษฐี" ของช่อง 3 ก็คือ คำถามในรายการที่มีน้อยกว่า " เกมเศรษฐี " ถึงเท่าตัว และมีเงินรางวัลสูงถึงสองเท่าตัว ชั่วโมงนี้ "เกมเศรษฐี-เวลาพารวย" จึงเปรียบเสมือนมวยคู่เอก ที่ไม่ว่าจะเป็น รูปแบบรายการ เวทีที่ใช้คือ ช่อง 3 และ ช่อง 7 ต่างก็เป็น สถานียักษ์และเป็น คู่ปรับอมตะนิรันดร์ กาลกันมาตลอด แต่ถึงกระนั้น รายการประเภท "ควิซโชว์" ยังเป็นชิ้นปลาหมึกสำหรับผู้ผลิต รายการและสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็น ช่อง 5 ช่อง 9 และไอทีวี ที่ถึงวันนี้ทุกช่องต่างก็มีรายการประเภท "ควิซโชว์" บรรจู่อยู่ในผังรายการของ ตนเอง แม้แต่ ช่อง 3 ซึ่งเป็นต้นตำรับ ก็ยังเปิดโอกาสให้บริษัทในเครืออย่าง บี อีซี-เทโรฯ บีบีรายการ "เซียนทีวี" เป็นควิซโชว์เหมือนกันออกมา ด้วยการเปลี่ยนแนวคำถามเป็นความรู้ ทัวไปจากรายการ โทรทัศน์ ซึ่งผู้ที่จะมาคว้าเงินล้านจาก "เซียนทีวี" จะต้องเป็นนักดูโทรทัศน์พอสมควร และที่กำลังจะตามมาอีก 3 รายการ ก็คือ "ผู้หญิงอยากรู้ 100%" ที่ บรรดาคาซท์ฯ เจ้าของรายการเตรียมจะปรับให้เป็น "ควิซ

โชว์" เร็วๆ นี้ รวมถึง รายการ "เกมปริศนา" ของ ซาโดว์เอนเทอร์เทนเมนท์ ที่จะมาแทนช่วงเวลา เดิม(22.00น.) ของรายการ "ซ็อคเกมฯ" โดยจะเริ่มออกอากาศวันพฤหัสบดีที่ 2 พฤศจิกายนนี้ ใน ส่วนของช่อง 5 นั้น "ควิชโชว์" ที่มีปรากฏหน้าตาเวลานี้ ดูเหมือนว่าจะ รายการ "เกมข้ามรุ่น" ของ เจเอสแอลฯ "แหมมเปี่ยนเกม" ของ มายด์ทีวีฯ "เกม นานาชาติ" ของ ก๊อทซ่าฯ ซึ่งทั้งสามรายการต่างก็ พลิกแพลงรูปแบบการแข่งขันกันออกไป ชนิดที่ว่า ไม่ต้อง กลัวถูกนำไปเปรียบเทียบหรือครหาว่า "ลอก" คนอื่นมา "

“ กระแสตามแห่ในวงการโทรทัศน์ บ้านเรานั้น ยังคงมีให้เห็นทุกยุคทุกสมัย ล่าสุดที่ หนีไม่พ้นเห็นจะเป็นกระแสของรายการประเภท "ควิชโชว์" ที่ช่วงโมงนี้มีให้เห็นกันเกลื่อนจอ เพราะไม่ว่าจะเปลี่ยนไปช่องไหน เป็นได้เห็นรายการประเภทนี้ผุดๆ โผล่ๆ ให้เห็นกันตั้งแต่ต้น สัปดาห์ยันปลายสัปดาห์” (ผู้จัดการ ข่าวบันเทิง . ลัทธิตถ์ "ควิชโชว์" ความสร้างสรรค์ของทีวี ไทย? 16 ตุลาคม 2543) “หลังจากที่ก่อนหน้านี้กระแสควิชโชว์ยึดครองตลาดทีวีไทย ผู้ผลิต ทั้หน้าเก่า หน้าใหม่ ต่างผุดและปรับเปลี่ยน รูปแบบรายการเกมโชว์ของตัวเอง ด้วยการเชิญชวนคนทาง บ้าน มาร่วมแข่งขันตอบคำถามประลองปัญญา โดยมีเงินรางวัล หลักล้านเป็นเครื่องล่อตาล่อใจ ไม่ ว่าจะเป็น เกมเศรษฐี, เวลาพารวย, เกมกำจัดจุดอ่อน, แหมมเปี่ยนเกม ฯลฯ”

แต่ ณ วันนี้ ต้องยอมรับว่า กระแสควิชโชว์เหล่านี้ดูจะแผ่ลงอย่างเห็นได้ชัด นักเข้าบาง รายการก็ต้องเลิกไป แต่ในขณะที่เกมการแข่งขันที่มีจุดขายด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัวของรายการที่ไม่ เหมือนใคร ด้วยการเปิดให้คนทางบ้านร่วมแสดงความรู้ ความสามารถอย่างแท้จริงและยังคงมีอยู่ ผ่านจอโทรทัศน์ อย่างรายการเกมเศรษฐี แฟนพันธุ์แท้ รายการ 4 ต่อ 4 แฟมิลี่เกมนั้นยังคงอยู่ภายใต้ การตอบรับอย่างเหนียวแน่นจากผู้ชม” (คมชัดลึก, 3 พฤศจิกายน 2547: 19) ไม่เพียงเท่านั้น ล่าสุดเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2547 จัดงานใหญ่ของวงการโทรทัศน์ ในภูมิภาคเอเชียที่ประเทศ สิงคโปร์ นั่นคืองาน "อาเซียน เทเลวิชั่น อวอร์ดส์ 2003" ซึ่งเป็นงานประกาศผลรางวัลสุดยอด รายการโทรทัศน์ของประเทศในแถบทวีปเอเชีย โดยปีนี้คณะกรรมการได้คัดเลือก รายการโทรทัศน์ 1,800 รายการ เพื่อหาสุดยอดรายการประเภทต่างๆและประเภทรายการเกมโชว์และควิชโชว์ยอดเยี่ยม โดยในปีนี้รายการแฟนพันธุ์แท้ ซึ่งแพร่ภาพออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ผลิตโดยบริษัท เวิร์คพอยท์ เอนเทอร์เทนเมนท์ จำกัด ซึ่งรายการจากประเทศไทยที่สามารถคว้า รางวัล"เกมโชว์และควิชโชว์ยอดเยี่ยมไปครอง ซึ่งก่อนหน้านี้รายการนี้เคยคว้ารางวัลเกมโชว์ดีเด่น ในปี 2001 มาเช่นกัน

ด้วยความนิยมอย่างไม่ถดถอยที่ประชาชนมีต่อรายการควิชโชว์ อย่างเกมเศรษฐี รายการแฟนพันธุ์แท้ รายการ 4 ต่อ 4 แฟมิลี่เกม จึงเป็นที่น่าสนใจว่า เหตุใดรายการเหล่านี้จึง ได้รับความนิยมจากผู้ชม และผู้ชมในฐานะผู้รับสารมีพฤติกรรมในการชมรายการประเภทควิชโชว์

นี้อย่างไร และอะไรที่รายการประเภทนี้ได้สร้างความความพึงพอใจให้ผู้ชมรายการบ้าง อีกทั้งให้ประโยชน์ผู้ชมรายการหรือไม่อย่างไร ประเด็นดังกล่าว จึงนับว่าสมควรหยิบยกมาศึกษาเพื่อค้นหาแนวทางที่ดีเหมาะสมแก่ผู้ผลิตรายการ และนิสิตนักศึกษาอันจะนำไปพัฒนาแก้ไขประยุกต์ปฏิบัติให้สอดคล้องกับลักษณะงานของตนสืบไป เพราะรายการควิซโชว์อาจก้าวขึ้นมามีคุณค่าและความสำคัญต่อธุรกิจโทรทัศน์ไทยทัดเทียมรายการต่างประเทศบ้างก็เป็นได้

ปัญหาคำวิจัย

1. กลุ่มผู้ชมรายการควิซโชว์มีลักษณะทางประชากร เป็นอย่างไร
2. กลุ่มผู้ชมรายการควิซโชว์มีพฤติกรรมการชมรายการอย่างไร
3. กลุ่มผู้ชมรายการควิซโชว์ได้ใช้ประโยชน์และมีความพึงพอใจจากการชมรายการควิซโชว์ หรือไม่ อย่างไร
4. กลุ่มผู้ชมรายการควิซโชว์ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรายการควิซโชว์ หรือไม่ อย่างไร
5. กลุ่มผู้ชมรายการควิซโชว์ที่มีพฤติกรรมการรับชมที่แตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรายการควิซโชว์ หรือไม่ อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมการรับชมรายการควิซโชว์
2. เพื่อศึกษาถึงประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมรายการควิซโชว์
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของประชากรกับประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับของผู้ชมรายการควิซโชว์
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับรายการควิซโชว์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชม

สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมได้แก่เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและได้รับประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์

2. พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการควิซโชว์ของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ และได้รับประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับของผู้ชมรายการควิซโชว์ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาไว้ดังต่อไปนี้ คือ

ผู้วิจัยได้มุ่งศึกษาเฉพาะประชากรที่รับชมรายการควิซโชว์ ได้แก่รายการเกมเศรษฐี รายการแฟนพันธุ์แท้ รายการ 4 ต่อ 4 แฟมิลี่เกม ในช่วง เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2546 ถึง กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547 และเป็นประชากรที่พักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจาก กรุงเทพมหานครเป็นเมืองศูนย์กลางของข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ มีประชากรหลากหลายกลุ่ม อาชีพ การศึกษา เศรษฐกิจ และสามารถเลือกเปิดรับชมรายการทางสถานีช่องต่าง ๆ ได้ทั่วถึงและชัดเจน จึงเลือกเป็นตัวแทนของประชาชนได้เป็นอย่างดี

นิยามศัพท์

รายการควิซโชว์ หมายถึง รายการแข่งขันตอบปัญหา (Quiz Show) ทางโทรทัศน์ที่เปิดโอกาสให้ประชาชนผู้ชมทางบ้านได้เข้ามามีส่วนร่วมในการแข่งขันทางด้านความรู้ (Knowledge) และทางเชาว์ปัญญา (Intellectual) และสติ เพื่อแข่งขันชิงเงินรางวัลที่สูง เป็นสิ่งตอบแทน นอกจากนี้ พิธีกรจะดำเนินรายการที่ให้ผู้สนุกสนาน โดยผู้ร่วมรายการจะเป็น Populist คือการนำคนหลายๆประเภทไม่จำกัดว่าเป็นใครมาแข่งขัน และ Intellectual การนำเอาผู้เชี่ยวชาญ (Experts) มาแข่งขัน สะสมเป็นแชมป์ไปเรื่อยๆจนกว่าจะมีการล้มแชมป์ลง โดยต้องมี The Winner/Champion ได้แก่

รายการ	วันออกอากาศ	เวลา	สถานีโทรทัศน์ที่ออกอากาศ
รายการแฟนพันธุ์แท้	ศุกร์	22.10 – 23.20 น.	สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5
รายการ 4 ต่อ 4 แฟมิลี่เกม	เสาร์	17.15 – 17.50 น.	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
รายการเกมเศรษฐี	เสาร์และอาทิตย์	18.40-19.30 น.	สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

ผู้ชม หมายถึง ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่รับชมรายการควิชโชว์ และมีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันออกไป

พฤติกรรม การเปิดรับรายการ หมายถึง ความบ่อยครั้งในการชม ลักษณะการชม ลักษณะการติดตามชม เหตุผลในการเปิดรับรายการรายการควิชโชว์ และสิ่งจูงใจในการชม รายการควิชโชว์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบของผู้ชมที่มีต่อรายการควิชโชว์

การใช้ประโยชน์ หมายถึง ประโยชน์ที่ได้รับและการนำความรู้ที่ได้รับจากการชม รายการควิชโชว์ไปใช้ประโยชน์ เช่น การได้รับความรู้ ความเพลิดเพลิน คลายความเหงา เป็นต้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรม การเปิดรับรายการควิชโชว์
2. ทำให้ทราบความคิดเห็นของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการควิชโชว์
3. ทำให้ทราบความพึงพอใจของประชาชนในกรุงเทพมหานครจากการชมรายการควิชโชว์
4. ทำให้ทราบการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร
5. ผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการศึกษาพัฒนาทางด้านการคิดรูปแบบรายการควิชโชว์ในอนาคต ให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของผู้ชม

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับของผู้ชมรายการควิซโชว์ ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อมาเป็นกรอบในการศึกษาวิเคราะห์ ดังนี้

1. ทฤษฎีการเลือกเปิดรับสาร (Selective Exposure Theory)
2. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (The Uses and Gratifications Theory)
3. แนวคิดเรื่องผลิตรายการควิซโชว์
4. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร
5. งานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีการเลือกเปิดรับสาร (Selective Exposure Theory)

ในการสื่อสารนั้น สื่อมวลชนในฐานะของผู้ส่งสารจะสามารถดำเนินบทบาทสำเร็จ ลุล่วงไปได้เพียงใดนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการเปิดรับสารของประชาชน โดยมีปัจจัยพื้นฐาน ที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลเลือกเปิดรับสื่อ 4 ประการด้วยกัน จากการสรุปของ เมอร์ริล และ โลเวนสไตน์ (John C.Merril and Ralp L.Lowenstien ,1971 :134 -135) ได้แสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมเปิดรับสื่อและข่าวสาร ที่มีผลต่อการยอมรับหรือปฏิเสธ นวัตกรรมไว้ดังนี้

1. ความเหงา คนเราปกติย่อมไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพังและพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อ สัมผัสกับผู้อื่นเท่าที่จะมีโอกาส ทั้งนี้หากไม่สามารถที่จะติดต่อสัมผัสกับบุคคลอื่นได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุด คือ การอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร และแท้จริงคนบางส่วนพอใจที่จะอยู่กับ สื่อมวลชนมากกว่าที่จะอยู่กับบุคคล เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อแก้เหงาที่ไม่สร้างแรงกดดันในการ สนทนาหรือทางสังคมให้แก่ตนเอง

2. ความอยากรู้อยากเห็น มนุษย์ทุกคนอยากรู้อยากเห็น โดยเริ่มจากในสิ่งที่อยู่ใกล้ ตัวเองมากที่สุด ไปจนถึงสิ่งที่ห่างตัวเองมากที่สุดตามลำดับ ซึ่งสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ถือเอา ความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสาร และสามารถตอบสนองในสิ่ง เหล่านี้ได้

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง โดยพื้นฐานแล้วมนุษย์ในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสาร ต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง ทั้งในแง่การเสริมสร้างบารมี การช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย ความปลอดภัย และความสนุกสนาน ซึ่งสื่อมวลชน สามารถให้สิ่งเหล่านี้ได้ วิลเบอร์ แชรรมม์ (Willbur Schramm ,1954 : 3 -26) ได้ให้หลักทั่วไป อันเป็นเหตุผลของการเลือกว่า *คนย่อมเลือกสิ่งที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด และได้รับประโยชน์มากที่สุด*

4. ลักษณะของสื่อต่าง ๆ โดยทั่วไป นอกจากองค์ประกอบเกี่ยวกับอายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม หรือองค์ประกอบที่ไม่สามารถเห็นได้ชัดเจน เช่น ทศนคติ ความหวัง ความกลัว ฯลฯ จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อแล้ว สื่อแต่ละอย่างก็มี ลักษณะเฉพาะที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนย่อมจะเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อ ที่สามารถสนองตอบความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

นอกจากนี้ในเรื่องความต้องการข่าวสารของมนุษย์ ยังขึ้นอยู่กับความต้องการในการ บริโภคข่าวสาร และการเลือกหรือแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชนต่าง ๆ จึงมีการศึกษาถึงปัจจัย ต่าง ๆ ที่ทำให้มนุษย์เกิดความต้องการ ซึ่ง Maslow กล่าวว่า มนุษย์มีความต้องการอยาก เรียนรู้ (Need for Cognitive) ซึ่งความต้องการที่จะแสวงหาระเบียบและความเข้าใจในสภาวะ แวดล้อมของตนเองและความต้องการที่จะเรียนรู้นี้เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เรียนรู้จากสังคม โดย มาสโลว์ชี้ให้เห็นถึงข้อเท็จจริงของการศึกษาสื่อมวลชน ดังนี้ (เสรี วงษ์มณฑา , 2529 :6)

1. มนุษย์เราจะจงแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกขัดเยียดให้อ่าน ดู ฟัง มนุษย์มีทางเลือกที่จะหลบหนีข่าวสารได้ถ้าต้องการ
2. การใช้สื่อมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย (Goal - Directed)
3. สื่อมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่น ๆ อีกหลายอย่างที่จะอาจจะตอบสนองความต้องการรู้ (Need for Orientation) ของมนุษย์ได้
4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเองจากความสนใจแรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่าง ๆ กัน
5. มนุษย์ทุกคนเป็นปัจเจกบุคคลที่มีความต้องการส่วนตัว

ดังนั้น สื่อในกระบวนการสื่อสารจะมีผลหรือมีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับตัวผู้รับสารเป็นสำคัญ สื่อจะไม่มีอิทธิพลต่อผู้ไม่เลือกใช้สื่ออย่างแน่นอน และผู้รับสาร จะเปิดรับสารจากสื่อใดหรือไม่นั้น เป็นผลมาจากภาวะจิตใจ สังคม วัตถุประสงค์ และความ

ต้องการของแต่ละบุคคล ทำให้เกิดกระบวนการเลือกสรรข่าวสารขึ้น จะเห็นได้ว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้น เป็นไปเพื่อความต้องการของบุคคลหรือแรงจูงใจที่มาจากปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้ใช้สื่อที่มีต่อข่าวสารต่าง ๆ ที่ส่งผ่านมาทางสื่อมวลชน ซึ่งแต่ละบุคคลย่อมมีความต้องการในการใช้ข่าวสารที่ได้มาเพื่อสนองตอบความต้องการด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน

ส่วนปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความสำเร็จและความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสาร คือ กระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) ของผู้รับสารเอง ข่าวสารแม้ว่าจะมีการเตรียมการอย่างดี ใช้ผู้ส่งสารที่มีความสามารถและน่าเชื่อถือสูงหรือใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดก็ตาม แต่สิ่งเหล่านี้มิได้เป็นหลักประกันความสำเร็จของการสื่อสาร ที่ไปยังผู้รับสารตามที่ผู้ส่งสารต้องการได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ เนื่องจากผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะคติ หรือความรู้สึกนึกคิดที่ไม่เหมือนกัน ฉะนั้น หากข่าวสารที่ส่งไปนั้นไม่สอดคล้องกับทักษะคติหรือความต้องการของผู้ส่งสาร ทำให้การสื่อสารอาจล้มเหลวได้ (ดร.สมควร กวียะ, 2537 :114)

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ให้ความสนใจที่ตัวผู้รับสาร (Audience) ด้วย กล่าวคือ ผู้รับสารเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้น (Active) ในการเลือกเปิดรับสื่อด้วยตัวเอง การที่ผู้รับสารจะใช้สื่ออะไรก็ตาม ผู้รับสารจะเลือกและแสวงหาข่าวสารตามความต้องการหรือความคาดหวังที่แตกต่างกันไปในแต่ละคน

ผู้รับสารย่อมมีเหตุผลของตนเองในการเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยผ่านกระบวนการเลือกรับข่าวสาร (Selective Exposure) ซึ่งเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสาร ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 3 ชั้น ดังนี้ (พีระ จิระโสภณ, 2529 :636 - 640)



กระบวนการดังกล่าวประกอบด้วย

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง ที่สอดคล้องกับความรู้ ความเชื่อ และสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ หรือสถานภาพทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกรักของตนเอง

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ หมายถึง เมื่อบุคคลรับข่าวสารที่สนใจแล้วจะตีความหมายของข่าวสารแตกต่างกันไปตามความเข้าใจ ความคิดเห็นของตนเอง ความเชื่อ ความคาดหวัง แรงจูงใจของตนหรือแม้แต่ภาวะทางอารมณ์ ร่างกายและจิตใจ ของตนในขณะนั้นอีกด้วย

3. การเลือกจดจำ หมายถึง แนวโน้มที่บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการของตนเอง หรือทัศนคติของแต่ละคน และบุคคลจะมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารด้วยสาเหตุต่าง ๆ คือ ความเหงา ความอยากรู้อยากเห็น ประโยชน์ใช้สอย สื่อที่มีลักษณะกระตุ้นนำ เป็นต้น

นอกจากปัจจัยในการเลือกรับข่าวสารที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้ว วิลเบอร์ ชรามม์ (Willbur Schramm, 1954) ยังได้ชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องและมีอิทธิพลต่อการเลือกรับสาร ดังนี้

1. ประสบการณ์ ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ของตน
2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตน
3. ภูมิหลัง ผู้รับสารที่มีภูมิหลังต่างกันจะให้ความสนใจต่อเนื้อหาสารต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาสารที่ต่างกัน
5. ความสามารถในการรับสาร เป็นเรื่องเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจของผู้รับสารที่มีต่อพฤติกรรมการเปิดรับสารที่ต่างกัน
6. บุคลิกภาพ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สถานภาพทางอารมณ์อาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของสาร
8. ทัศนคติ เป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและการตอบสนองต่อข่าวสารที่เปิดรับ

ชาร์ลส เอตคิน (Charles Atkin, 1973) ยังให้แนวคิดที่เกี่ยวกับการเลือกสารจากสื่อ โดยกล่าวว่า บุคคลจะเลือกข่าวสารใดจากสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่าง ผลรางวัลตอบแทน กับการลงทุนลงแรง และพันธะผูกพันที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือ ผลประโยชน์ที่ได้ เช่น การได้รับข่าวสารหรือความบันเทิงที่ต้องการสูงกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็จะแสวงหาข่าวสารนั้น (Information Seeking) มาบำบัดความต้องการของตน แต่ถ้า ผลรางวัลหรือผลประโยชน์ที่ได้รับตอบแทนน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็จะเพิกเฉยต่อ ข่าวสารนั้น (Information Ignoring) ในกรณีที่บุคคลเห็นว่าการรับข่าวสารนั้นก่อให้เกิดพันธะ ผูกพัน เช่น ทำให้เกิดความไม่พอใจ ไม่สบายใจ หรือเกิดความไม่แน่ใจมากขึ้น ก็อาจจะ หลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น จึงกล่าวได้ว่า การแสวงหาข่าวสาร (Selective Information Seeking) บุคคลจะเลือกรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์มีผลตอบแทน และมักจะแสวงหาข่าวสาร (Information) ที่ให้ความรู้ หรือความบันเทิง (Entertainment) การรับรู้ข่าวสารของผู้รับสารนั้นจะมีกระบวนการ เลือกสรร (Selective Exposure) ซึ่งกระบวนการเลือกรับสารจะเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะคิด ความรู้สึกนึกคิด ของแต่ละบุคคล

ดังนั้นบุคคลต่าง ๆ จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับสารด้วยสาเหตุต่าง ๆ ได้แก่ (Memill and Lowenstein, 1971) ความเหงา เพราะมนุษย์ต้องการมีเพื่อน ไม่สามารถอยู่ได้เพียงลำพังต้องหัน มาสื่อสารกับผู้อื่น และแท้จริงคนบางส่วนพอใจที่อยู่กับสื่อมากกว่าที่จะอยู่กับบุคคลด้วยซ้ำใน บางครั้ง

ความอยากรู้อยากเห็น เพราะสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการจะรับรู้ข่าวสาร เพื่อ ตอบสนองความต้องการอยากรู้ของตน ไม่ว่าสิ่งที่อยากรู้นั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองหรือไม่ก็ตาม

ประโยชน์ใช้สอย (Self Aggrandizement) โดยรับรู้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ต่อตนเอง อาจจะได้รับความรู้ ความสนุกสนาน ความสุขกายสบายใจ เพราะเป็นพื้นฐานที่มนุษย์เห็นแก่ตัว ต้องการตอบสนอง

นอกจากนี้ แคลปเปอร์ (Klapper, 1960:19) ยังได้ให้ข้อสรุปที่สอดคล้องกับการศึกษา ของชาร์ลส ไรท์ (Wright, Charles R., 1972 :109) ว่าโดยส่วนใหญ่คนเรามีแนวโน้มในการเลือก รับสารที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับทัศนคติและความสนใจที่ตนมีอยู่ และจะเกิดความพึงพอใจเมื่อสาร ที่ได้รับสอดคล้องกับประสบการณ์และความคิดเห็นเดิมที่มี ในขณะที่เดียวกันก็จะหลีกเลี่ยงเนื้อหา สารที่มีความขัดแย้งกับทัศนคติและความสนใจของตน

สำหรับเหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจหรือตั้งใจรับข่าวสารอย่างไรจากสื่อ นั้น ได้มี นักวิชาการหลายท่านแสดงความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ดังนี้ (อ้างใน ถดาวลัย พงใจ, 2536)

ไฟรด์สัน (Freidson) ไรเลย์ (Riley) และฟลาวเวอร์แมน (Flowerman) มีความเห็นว่า แรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิกในสังคม จะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ก็เพื่อสนองความต้องการของตน ปรากฎการณ์นี้ เมอร์ตัน (Merton) ไรท์ (Wright) และวาบเลต (Waples) เรียกว่า “ พฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสาร ” นักวิชาการเหล่านี้มีความเห็นตรงกันว่า ผู้รับข่าวสารจากสื่อใดนั้น ย่อมเป็นไปตามบทบาทและสภาพในสังคมของผู้รับสารและเหตุผลในการรับข่าวสารก็เพื่อนำไปเป็นหัวข้อสนทนา ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

สำหรับการวิจัย ครั้งนี้ผู้วิจัยจะนำทฤษฎีและแนวความคิดตามที่นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงไว้ข้างต้น มาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ โดยการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับรายการคิวิซ โชนัของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ว่ามีการเลือกและการแสวงหาข่าวสารจากรายการคิวิซ โชนันั้น มีความสอดคล้องกับทฤษฎีที่ได้กล่าวถึงไว้หรือไม่ หรือจะเป็นไปตามทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการสื่อสารที่จะกล่าวในหัวข้อต่อไปอย่างไร

2. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (The Uses and Gratifications Theory)

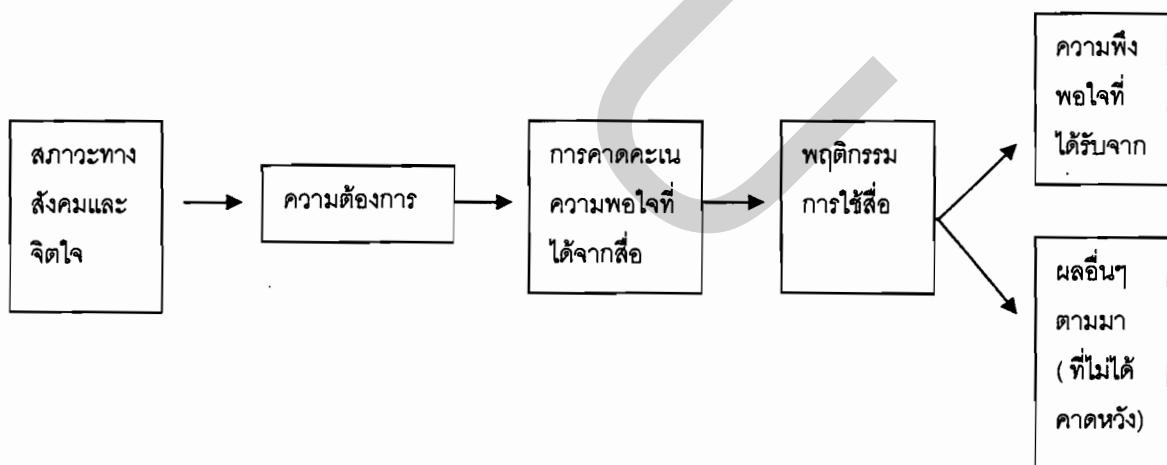
ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (The Uses and Gratifications Theory) เป็นทฤษฎีที่เน้นแบบจำลองของกระบวนการรับสารของบุคคล มิได้กล่าวรวมถึงแบบจำลองการสื่อสารทั้งหมด โดยได้เน้นให้เห็นความสำคัญของผู้รับสารในฐานะเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการของตนเอง แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นแนวคิดที่มีความเชื่อว่า ผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไรจากสื่อใด และข่าวสารชนิดใดที่จะสนองความต้องการของตนได้ ผู้รับสารจะเป็นผู้ใช้สื่อและรับสารที่สามารถสนองความต้องการ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการต่าง ๆ ของตนเป็นหลัก

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้ เปลี่ยนความสนใจและความตั้งใจของผู้สร้างสารมาเป็นความต้องการของผู้ใช้สื่อ อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากกระบวนการทางสังคมและจิตวิทยาของผู้ใช้ทฤษฎีนี้อธิบายว่า นอกจากความต้องการขั้นพื้นฐาน 5 อย่างที่มาสโลว์ (Maslow, 1954) กล่าวคือ ความต้องการด้านร่างกาย ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการความรัก ความต้องการความนับถือ และความต้องการความสำเร็จในชีวิต มนุษย์ยังมีความต้องการอีกอย่างหนึ่งคือ ความต้องการอยากจะเรียนรู้ (Need for Cognition) ซึ่งเป็นความต้องการที่จะแสวงหาระเบียบและความเข้าใจสภาวะแวดล้อมตนเอง ความต้องการที่จะรู้เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เรียนรู้มาจากการอยู่ในสังคม การศึกษาแบบนี้เป็นการยอมรับว่ามนุษย์เราสนใจ

แสวงหาข่าวสารต่าง ๆ จากสื่อมวลชน ไม่ใช่ถูกยึดเย็บข่าวสารอย่างที่เคยคิดกัน และลักษณะที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งในทฤษฎีนี้ คือ เป็นการศึกษาที่มนุษย์มากกว่าสารที่มนุษย์ได้รับ ศึกษาว่าทำไมมนุษย์จึงมีพฤติกรรมการเปิดรับสารเช่นนี้มากกว่าที่จะศึกษาว่าสารนี้ก่อให้เกิดพฤติกรรมอย่างไร

Katz (แคทซ์) และคณะ สร้างแบบจำลองอธิบายการใช้สื่อเพื่อสนองความพอใจอธิบายว่า “ สภาวะทางสังคมและจิตใจซึ่งก่อให้เกิด ความต้องการจำเป็นของบุคคลและเกิดมี ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่ การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กันอันก่อให้เกิดผล การได้รับความพึงพอใจความต้องการและผลอื่น ๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้ ” (อ่างใน พิระ จิระ โสภณ ,2535)

จากข้อความข้างต้นกล่าวได้ว่า สภาวะทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ทำให้มนุษย์มีความต้องการแตกต่างกันไป ความต้องการนี้ทำให้ แต่ละคนความคาดหวังว่าสื่อมวลชนแต่ละประเภทจะสนองความพอใจได้ต่างกันด้วย ดังนั้น ลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันก็จะแตกต่างกัน ผลสุดท้ายก็คือ ความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อจะต่างกันไป ซึ่งองค์ประกอบต่าง ๆ แสดงให้เห็นในรูปแบบจำลอง ได้ดังนี้



แบบจำลองการใช้ประโยชน์และการตอบสนอง

จะเห็นได้ว่า นักวิจัยที่ศึกษาในแนวเรื่องนี้ ได้เปลี่ยนแนวการศึกษาผลกระทบของสื่อมวลชน จากการตั้งใจของผู้ส่งสารมาเป็นผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากความตั้งใจของผู้รับสาร ซึ่ง

เป็นที่ทราบกัน ว่า การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับนั้นขึ้นอยู่กับบริบททางสังคม และกระบวนการทางจิตวิทยาและของผู้รับสารที่กระตือรือร้น

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้ จึงเป็นทฤษฎีที่ว่าด้วยการรับข่าวสารการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ดังนั้นอะไรคือความต้องการ หรือแรงจูงใจที่จะเปิดรับข่าวสาร และข่าวสารถูกนำไปใช้ประโยชน์อะไร จึงเป็นคำถามที่ผู้ใช้สื่อจะเป็นต้องตระหนักถึง

แบบจำลองนี้อาจจะยกตัวอย่างเพื่ออธิบายให้เห็น เช่น ประชาชนแต่ละคนมีสถานภาพเป็นผู้รับสาร ซึ่งมีความต้องการตามสภาพทางสังคมและจิตใจของตนเอง เช่น ต้องการเป็นคนทันสมัย ต้องการเข้ากลุ่ม มีลักษณะเป็นพวกเดียวกันในกลุ่ม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่นหรือต้องการได้รับความบันเทิง ดังนั้นจึงมีความคาดหวังว่าสาระและความบันเทิงจากรายการโทรทัศน์จะช่วยสนองความต้องการได้ จึงนำไปสู่การเลือกชมรายการโทรทัศน์ โดยเลือกเปิดรับเนื้อหาและประเภทของรายการที่จะช่วยให้ได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการได้ ในขณะที่เดียวกันผลของการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชน ก็อาจจะมีผลอื่น ๆ ตามมานอกเหนือจากการเป็นผู้ที่ทันสมัย เช่น การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และ พฤติกรรม ได้เป็นต้น

เมื่อพิจารณาถึงความต้องการใช้สื่อมวลชนของผู้รับสาร ในการศึกษาของนักวิชาการสื่อสารมวลชนของไทย “ ศิริชัย ศิริเกษ และกาญจนา แก้วเทพ (2531) ” ได้ศึกษาชุดตัวแปรความต้องการที่ผู้รับสารต้องการจากสื่อ ซึ่ง Maxwell และคณะสร้างไว้ ซึ่งได้ปรับปรุงใหม่ขึ้นให้สอดคล้องกับการใช้สื่อมวลชนโดยผู้รับสาร ดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศ

- เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว
- เพื่อเป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติหรือความคิดเห็นและการตัดสินใจ
- เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น และสนองความสนใจ
- เพื่อการเรียนรู้ เป็นการศึกษาดตนเอง
- เพื่อสร้างความรู้สึที่มั่นคงโดยใช้ความรู้สึที่ได้จากสื่อมวลชน

2. ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล

- ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
- ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม
- แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่น (ในสื่อมวลชน)

- มองทะลุลึกเข้าไปภายในตัวเอง

3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

- มองทะลุเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
- แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกในลักษณะร่วมอยู่ในเหตุการณ์
- นำไปใช้สนทนา และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
- สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว

4. ต้องการความบันเทิง

- เพื่อหลบหนีหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาที่ไม่ต้องการต่าง ๆ
- เพื่อการผ่อนคลาย
- เพื่อให้ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ได้ความสนุกสนาน
- เพื่อมีอะไรทำเป็นการใช้เวลาให้หมดไป
- เพื่อปลดปล่อยอารมณ์
- เพื่อเป็นการกระตุ้นทางเพศ

จากการศึกษาวิจัยของแม็คคอมบส์ และเบ็คเกอร์ (McCombs and Becker) ได้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ โดยเน้นในเรื่องเหตุผลในการติดตามข่าวสาร ในมุมมองของผู้รับสาร เนื่องจากคนเรามีเหตุผลในการเลือกใช้สื่อหรือเปิดรับสื่อแตกต่างกัน ซึ่งเป็นเรื่องเฉพาะบุคคล ได้ชี้ให้เห็นว่าบุคคลที่ใช้สื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการ 6 ประการ คือ (Mc Coms and Becker, 1979:51-52)

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์รอบตัว เพื่อให้รู้ว่าอะไรกำลังจะเกิดขึ้น เพื่อให้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และเรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรจะรู้
2. เพื่อต้องการช่วยในการตัดสินใจ (Discussion) เป็นการใช้อาสาสมัครที่ได้จากสื่อมวลชนเพื่อการตัดสินใจในเรื่องเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน ทำให้มีข้อมูลประกอบความคิดเห็นในการตัดสินใจเพื่อความอยู่รอดในระบบสังคมที่เป็นอยู่
3. เพื่อนำเอาไปใช้ในการสนทนา (Anticipated Communication)
4. เพื่อความมีส่วนร่วม (Participating) โดยการรับรู้เหตุการณ์ข่าวสารจากสื่อมวลชน ทำให้รู้สึกว่ามีส่วนร่วมอยู่ในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น
5. เพื่อเสริมความคิดเห็น หรือสนับสนุนในสิ่งที่ทำไปแล้ว (Reinforcement) เป็นการ

นำเอาข้อมูลข่าวสารมาสนับสนุนการกระทำของตน

6. เพื่อความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เป็นการนำเอาข้อมูลมาใช้เพื่อผ่อนคลายอารมณ์ หรือเพื่อหาความเพลิดเพลิน

แม้คคอมบส์ และเบ็คเตอร์ ยังกล่าวโดยสรุปว่า “ พฤติกรรมการรับข่าวสารความรู้จากสื่อมวลชนเพื่อให้เกิดผล ต้องอาศัยทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนำมาเกี่ยวข้อง ซึ่งต้องเกิดความเชื่อถือของแหล่งสารก่อน ความพึงพอใจและประโยชน์จากการรับข่าวสารก็จะเกิดตามมาเมื่อเกิดการยอมรับ กลุ่มเป้าหมายจะตัดสินใจเลือกรับข่าวสารจากสื่อประเภทต่าง ๆ ที่สนใจ การใช้ประโยชน์จากสื่อชนิดนั้นทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงขึ้น ”

นอกจากนี้ แล้ว Blumer , Mcquail และ Brown ได้สร้างชุดตัวแปรความพึงพอใจไว้ 4 กลุ่ม คือ

1. ความเพลิดเพลิน (Diversion) ซึ่งจะออกมาในรูปการใช้สื่อเพื่อหลบหนีปัญหาเพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำ และเพื่อผ่อนคลาย เป็นต้น
2. มนุษย์สัมพันธ์ (Personal Relations) ใช้สื่อเพื่อให้มีเรื่องราวไปพูดคุยกับผู้อื่น หรือให้มีโอกาสใช้เวลาอยู่ร่วมกันกับครอบครัว เป็นต้น
3. เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Personal Identity) ได้แก่ การอ้างอิง (Personal Reference) การค้นหาความจริง (Reality Exploration) และเพื่อให้ได้ข้อมูลมาเป็นแรงยึดตามความเชื่อของตน เป็นต้น
4. ติดตามข่าวสาร (Surveillance) เพื่อให้รู้ทันสิ่งที่กำลังจะเกิดขึ้น

จากทฤษฎีทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ผู้รับสารเลือกบริโภคสื่อตามความต้องการหรือแรงจูงใจของตนเอง มีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจ และต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อ นั้นเพื่อการสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่าง ๆ กัน

แนวการศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ โดยการศึกษา ว่ามีเหตุผลในการเลือกชมรายการ มีการใช้ประโยชน์และมีความพึงพอใจต่อรายการประเภทนี้อย่างไร

3. แนวคิดเรื่องการผลิตรายการควิซโชว์

ที่มาและความหมายของรายการควิซโชว์

รายการควิซโชว์ เป็นกิจกรรมที่มาจากรายการประเภท Quiz program ซึ่งคำว่า Quiz นั้น หมายถึง “a short oral written answer” คือการตอบคำถามสั้นๆ ด้วยวาจา หรือการเขียน ส่วน “Quiz Show” นั้น ตามพจนานุกรมของ Webster (1986) ได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

‘a radio or television program in which a group of people compete in answering questions’

สำหรับพจนานุกรม The World Book Dictionary (1978) ได้ให้คำจำกัดความ คำว่า “Quiz” ไว้ว่า “a radio or television show in which contestants are asked questions and win prizes if they answer correctly” ดังนั้น รายการแข่งขันตอบปัญหาจึงเป็นรายการที่ผู้แข่งขันจะต้องแข่งขันตอบปัญหาความรู้ (Knowledge) หรือเชาว์ (Intellectual) เช่น การแข่งขันตอบปัญหาสำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ซึ่งคำถามก็ต้องเกี่ยวกับความรู้ในหลักสูตรที่เขากำลังเรียนอยู่ หรือเป็นความรู้ทั่วไปที่เด็กมัธยมควรทราบ รายการแข่งขันประเภทนี้ส่วนใหญ่จะมีผู้แข่งขัน 2 ทีม (หรืออาจมากกว่านี้) โดยจะมีสมาชิกทีละ 2-3 คน ซึ่งผู้แข่งขันก็มักจะเป็นตัวแทนจากสถาบันการศึกษาต่างๆ ที่สมัครเข้ามาแข่งขัน

ในหนังสือ “Television Production : The creative techniques and language of TV. Today” ได้ให้ความหมายของคำว่า “Quiz Show” ว่า “...Quiz Show,...., is the popular team for all question-and-answer type shows where prizes are awarded...” (McMahan, 1992 : 34) แสดงให้เห็นว่านอกจากรายการควิซโชว์จะเป็นรายการแข่งขันถามตอบปัญหาแล้ว ยังเป็นรายการที่มีของรางวัลเป็นการตอบแทนแก่ผู้แข่งขันอีกด้วย

รายการควิซโชว์มาจากรายการตอบปัญหาทางวิทยุในสมัยแรก (Radio Quizzed) และเมื่อนำมาทำเป็นรายการโทรทัศน์ก็เกิดเป็นรายการควิซโชว์ขึ้น เรียกว่า Television Quizzed ซึ่งเป็นรายการตอบปัญหา และจะมีการให้รางวัลเป็นการตอบแทนสำหรับผู้เข้าแข่งขัน เช่นเดียวกับรายการ Radio Quizzed ในอดีต เนื้อหารายการจะเป็นการให้ความรู้ควบคู่ไปกับความบันเทิง จนกระทั่งความก้าวหน้าทางวิทยาการและศิลปะเพิ่มมากขึ้น เหล่าผู้ผลิต (Producers) ไฟแรงมากมาย พยายามพัฒนารูปแบบของรายการควิซโชว์ ซึ่งเป็นการแข่งขันการตอบปัญหาเพียงอย่างเดียวให้มีความสนุกสนานและมีเนื้อหาหลากหลายขึ้น ให้ความบันเทิงได้อย่างเต็มที่จนเกิดรายการ

เกมโชว์ (Games Show) ขึ้นมา เป็นรายการที่มีการแข่งขันเหมือน Quiz Show Program แต่มีรูปแบบ เนื้อหา กิจกรรม เทคนิคและการนำเสนอที่แตกต่างและหลากหลายขึ้นนั่นเอง

โดยสรุป รายการควิซโชว์ (Quiz Show) หรือ (Quiz Program) เป็นรายการตอบปัญหา โดยตรง ที่มีรูปแบบ ถาม ตอบปัญหาสั้นๆ ด้วยวาจาหรือการเขียนก็ได้ (a short oral or written answer) และแสดงความคิดเห็นรายการประเภทนี้ผู้ที่มาร่วมรายการหรือผู้ที่เข้าแข่งขันจะมาตอบปัญหาทางความรู้ (knowledge) หรือเชาว์ (Intelligent) แม้รายการจะไม่มีลีลาหลากหลายเหมือนรายการรูปแบบอื่นแต่ปัจจุบันเป็นรายการที่ได้รับความนิยมอย่างมาก แต่ก็จัดเป็นรายการประเภทหนึ่งที่อยู่ในวงการโทรทัศน์มานาน และคงความเป็นเอกลักษณ์ของรายการ ทำให้รายการยังคงอยู่เพื่อที่จะนำเสนอประเด็นปัญหาที่เป็นสาระประโยชน์และให้ความรู้มาแนะนำเสนอแก่ผู้ชม

สำหรับการพิจารณาองค์ประกอบต่าง ๆ ของรายการควิซโชว์นั้น ผู้วิจัยได้สร้างเกณฑ์ในการพิจารณาองค์ประกอบรายการควิซโชว์ไว้ดังนี้ (อรนุช สดประเสริฐ, 2538)

1. องค์ประกอบด้านวัตถุประสงค์เบื้องต้นในการผลิตรายการควิซโชว์ เป็นองค์ประกอบด้านวัตถุประสงค์ ของรายการที่ทางผู้ผลิตได้กำหนดไว้ล่วงหน้าซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 3 แบบ คือ

-วัตถุประสงค์ที่เน้นสาระความรู้เป็นหลัก รายการประเภทนี้ ผู้ผลิตรายการจะกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอสาระประโยชน์ ตลอดจนความรู้ให้กับผู้ชมและผู้แข่งขัน ซึ่งอาจมีความสนุกสนานสอดแทรกอยู่บ้างในการแข่งขัน แต่การแข่งขันและเนื้อหาของรายการจะมุ่งไปเพื่อการแข่งขันทางสติปัญญา การทดสอบความรู้ และส่วนใหญ่ก็จะเป็นความรู้ทางวิชาการ

-วัตถุประสงค์ที่เน้นความบันเทิงเป็นหลัก รายการควิซโชว์ประเภทนี้ ส่วนใหญ่จะมีความสนุกสนานเพื่อสร้างความสนุกสนานให้กับผู้ชมเป็นหลัก ดังนั้นเนื้อหาและรูปแบบของรายการจึงดำเนินไปโดยนำเสนอความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ หลากหลายกันไป

-วัตถุประสงค์ที่เน้นทั้งสาระ ความรู้ และความบันเทิง รายการควิซโชว์รูปแบบนี้จะมีสัดส่วนของความบันเทิง และความรู้ควบคู่กันไป ซึ่งการนำเสนออาจจะเน้นไปทางใดทางหนึ่งเป็นพิเศษ กล่าวคือ รายการอาจจะให้ความสำคัญกับความบันเทิงมากกว่า โดยที่สัดส่วนของความรู้และสาระอาจอยู่ในอันดับรอง แต่ภาพรวมของรายการจะต้องเป็นรายการที่ให้ความบันเทิงและสาระประโยชน์ และสัดส่วนใดจะมากกว่ากันนั้นขึ้นอยู่กับผู้ผลิตรายการเองที่จะเป็นผู้พิจารณาตามความเหมาะสม

-วัตถุประสงค์ที่เน้นสาระความรู้อันเป็นประโยชน์เป็นหลัก รายการควิซโชว์ผู้ผลิตรายการจะกำหนด วัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอสาระ ประโยชน์ ตลอดจนความรู้ให้กับผู้ชมและผู้

แข่งขัน ซึ่งอาจจะมี ความสนุกสนานสอดแทรกอยู่บ้างในการแข่งขัน แต่การแข่งขันและเนื้อหาของรายการจะมุ่งไปเพื่อการใช้สติปัญญา การทดสอบความรู้ และส่วนใหญ่อีกจะเป็นความรู้ทางวิชาการ

2. องค์ประกอบด้านลักษณะวิธีการเล่น การใช้ความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งสามารถกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาได้ดังนี้

รายการควิซโชว์ที่ผู้แข่งขันต้องใช้การวิเคราะห์หาคำตอบด้วยการไตร่ตรอง คำนวณอย่างมีเหตุผล และหลักการ โดยขณะเดียวกันผู้แข่งขันจะต้องใช้พื้นฐานความรู้ทางวิชาการ ความรู้รอบตัวของตนมาประกอบในการแข่งขันด้วย

3. องค์ประกอบของการผลิตรายการควิซโชว์ รายการโทรทัศน์มีหลากหลายประเภท หลากหลายรูปแบบ แต่ละรูปแบบก็จะมีองค์ประกอบของการผลิตรายการมากมาย ในที่นี้จะกล่าวถึงองค์ประกอบของการผลิตรายการควิซโชว์ ซึ่งก็มีองค์ประกอบในการผลิตมากมาย ดังนี้

3.1 เนื้อหาของรายการ (Program Content) เนื้อหาของรายการจะเป็นตัวที่บอกความคิดในการผลิตไปยังผู้ชม เพื่อการดึงดูดผู้ชม เนื้อหาจะต้องมีความน่าสนใจ และต่อเนื่องกัน ทั้งนี้ปัจจัยหลักที่เป็นตัวกำหนดเนื้อหาของรายการ ได้แก่

3.2 กลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ของรายการ รายการจะต้องมีวัตถุประสงค์ที่แน่นอนว่า จะทำรายการออกไปเพื่อให้ใครชม และเนื้อหาของรายการก็จะไปสนับสนุนทิศทางของรายการ ให้เป็นไปตามกลุ่มเป้าหมายต้องการ รายการจึงควรศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมายของรายการตนด้วย

3.3 เวลาในการนำเสนอรายการ (Timing) เป็นอีกปัจจัยสำคัญ คือรายการจะออกอากาศในช่วงเวลาใดของวัน และในเวลานั้นมีคนชมรายการหรือไม่ คนกลุ่มใด ใ้กลุ่มที่เป็นเป้าหมายหลักหรือไม่ ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายจะเป็นตัวกำหนดเวลาในการนำเสนออีกทีหนึ่ง

3.4 วิธีในการนำเสนอ (Method of Presentation) หรือเรียกให้เข้าใจอีกอย่างว่ารูปแบบของรายการ (Format) นั่นเอง รูปแบบการนำเสนอของแต่ละรายการมีความสำคัญ เพราะจะเป็นวิธีการที่นำเนื้อหาไปยังผู้ชม ถึงแม้เนื้อหาที่เตรียมมานำเสนอจะดีเพียงใด แต่วิธีการนำเสนอไม่สร้างความน่าสนใจ ไม่ดึงดูดกลุ่มเป้าหมายหรือ ผู้ชมทั่วไป หรือมีลักษณะที่ไม่เหมาะสมกับเนื้อหาของรายการ ก็จะทำให้รายการนั้นไม่ประสบความสำเร็จได้ เช่น ต้องการเสนอเนื้อหาที่มีสาระ และให้ความรู้ให้ประโยชน์ แต่นำเสนอในรูปแบบของละครตลกขบขัน ก็ไม่เหมาะสม อาจจะทำให้ผู้ชมคิดว่าเนื้อหาสาระที่นำเสนอ นั้น จริงหรือไม่จริงก็ได้

3.5 บทโทรทัศน์ (Script) เป็นหัวใจหลักในการผลิตรายการโทรทัศน์ แต่ละรายการก็มีลักษณะของบทโทรทัศน์แตกต่างกัน บางรายการอาจจะเป็นบทโทรทัศน์เต็ม (Fully Script) บาง

รายการอาจใช้บทโทรทัศน์แบบย่อ (Semi-Script) บางรายการอาจมีแค่บทโทรทัศน์ที่บอกเฉพาะรูปแบบของรายการ (Show Format-Rundown Sheet) สำหรับรายการประเภททอล์กโชว์ เนื่องจากรูปแบบที่ค่อนข้างจำกัด การเขียนบทโทรทัศน์มักจะเป็น Fully Script Show ในหนังสือ Writing for Films and Television ได้กล่าวถึงการเขียนบทของรายการทอล์กโชว์ว่า คำถามในรายการทอล์กโชว์นั้นควรธรรมดาเกินไปและเป็นอยู่ในรูปแบบที่จำกัด เช่น คำถาม “ใครเป็นผู้ค้นพบเครื่องเย็บผ้า” หรือใครประดิษฐ์...” เป็นต้น ซึ่งไม่ใช่เป็นคำถามที่ดี บางรายการที่พิธีกรของรายการสามารถนำเสนอได้อย่างเป็นกันเอง และสามารถพูดคุยได้ โดยไม่ต้องใช้บทโทรทัศน์เต็มจะดีกว่า ขึ้นอยู่ที่ผู้ผลิตนั้นต้องการใช้บทแบบใด

3.6 ฉากของรายการ ฉากนั้นแน่นอนที่สุด จะต้องออกแบบให้สอดคล้องกับแนวคิดหลัก (Concept) ของรายการ เพราะฉากเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างบรรยากาศให้กับผู้ชม ดังนั้นฉากจึงต้องสอดคล้องกับองค์ประกอบทุกส่วนด้วย เพื่อให้เกิดเอกภาพในการนำเสนอ

3.7 พิธีกร (Host) มีหน้าที่สำคัญเป็นตัวแทนของทีมงาน นำเนื้อหาที่รายการต้องการเสนอไปยังผู้ชม โดยใช้บุคลิก ปฏิภาณไหวพริบที่มี ประกอบกับการเตรียมพร้อมในเรื่องของบท นอกจากนี้ต้องเป็นผู้ที่มีความเข้าใจบุคลิกของรายการด้วย พิธีกรรายการทอล์กโชว์นั้น ควรจะเป็นผู้ที่มีความรู้ หรือความสนใจในเรื่องที่เป็นปัญหาถาม - ตอบของรายการคนอยู่บ้าง เพราะจะช่วยให้สามารถพูดจาโต้ตอบกับผู้เข้าแข่งขันได้ ในรายการที่ต้องการให้เสนอความคิดเห็น ถ้าพิธีกรไม่เหมาะสมกับรายการจะทำให้รายการดูด้อยคุณค่าลง เนื่องจากผู้ชมจะไม่แน่ใจในเนื้อหาที่ได้รับหรือไม่เข้าใจอย่างแท้จริง

3.8 ลักษณะของพิธีกรที่ดีโดยทั่วไป ได้แก่ มีบุคลิกภาพดี ใช้ภาษาได้ถูกต้อง มีไหวพริบดี มีสมาธิ ฉลาด สามารถแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เข้าแข่งขัน ซึ่งการเป็นพิธีกรที่ดีนั้น เป็นได้ไม่ยากนัก

3.9 ผู้ร่วมรายการ หรือ ผู้เข้าแข่งขัน มีผลต่อรายการอย่างมาก โดยเฉพาะรายการประเภททอล์กโชว์ ผู้เข้าแข่งขันควรจะมีพื้นฐาน ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาของรายการบ้าง เพื่อที่จะสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ชม นอกจากนี้ยังเป็นส่วนสำคัญในการทำให้รายการสนุก หรือน่าเบื่อก็ได้ เช่น รายการเดียวกัน ถ้าครั้งหนึ่งเชิญผู้ร่วมรายการไม่น่าสนใจ ไม่เหมาะสม ผู้ชมก็รู้สึกไม่สนุก แต่ครั้งต่อไปเชิญผู้ร่วมรายการที่เหมาะสมกับรายการก็จะช่วยเพิ่มสีสันของรายการ ผู้ชมก็จะสนใจและสนุกตามไปด้วย

3.10 ผู้ชมรายการในห้องส่ง มีความสำคัญในการสร้างบรรยากาศให้ดูไม่จืดชืดเงียบเหงา รายการที่มีผู้ชมในห้องส่ง ส่งเสียงปรบมือ และเสียงเชียร์ ก็จะช่วยทำให้รายการนั้นมีสีสัน และ

ทำให้ผู้ชมอยู่ทางบ้านสนุกตามไปด้วย ต่างกับรายการที่ไม่มีเสียงจากผู้ชมในห้องส่ง รายการจะไม่ได้ดึงดูดความสนใจของผู้ชมเลย

3.11 ทีมงาน (Staff) การผลิตรายการหนึ่งรายการนั้น จะต้องประกอบไปด้วย คนทำหน้าที่ต่างๆ มากมาย ตั้งแต่ ผู้บริหารการผลิต ผู้ผลิตรายการ ผู้เขียนบทโทรทัศน์ ผู้กำกับรายการ ช่างเทคนิค และผู้ประสานงาน แต่ละหน้าที่มีส่วนความรับผิดชอบที่สำคัญต่อการผลิตรายการทั้งสิ้น ถ้าขาดส่วนใดส่วนหนึ่งไปรายการก็จะไม่สมบูรณ์ขึ้นมาได้

3.12 ผู้อุปถัมภ์รายการ (Sponsor) เป็นปัจจัยสำคัญในการผลิตรายการโทรทัศน์ เพราะการผลิตรายการ และออกอากาศ ต้องใช้งบประมาณค่อนข้างสูง จึงต้องมีผู้อุปถัมภ์รายการเข้ามาสนับสนุนในส่วนของการโฆษณา และในรายการประเภทควิซโชว์นั้นก็มีของรางวัลให้กับผู้ร่วมรายการด้วย จึงต้องมีผู้สนับสนุนของรางวัลให้แก่รายการอีกด้วย

องค์ประกอบ 9 ข้อนี้ จัดว่าเป็นพื้นฐานของการผลิตรายการเกือบทุกประเภท แตกต่างกันอยู่ที่ว่าในแต่ละองค์ประกอบ รายการต่างๆ ก็จะเลือกใช้วิธีในการผลิตต่างกัน เช่น องค์ประกอบเรื่องฉาก ในรายการสนทนา ก็ย่อมแตกต่างจากรายการควิซโชว์เป็นธรรมดาขึ้นอยู่กับทางเลือกสรร (Selective)ว่าจะเลือกให้สิ่งใดมาปรากฏในรายการ

ในการศึกษาวิเคราะห์ ในส่วนของ “ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับของผู้ชมรายการควิซโชว์ ” ในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำมาแนวคิดนี้มาเป็นกรอบในการศึกษา ประกอบการวิเคราะห์ในด้านความคิดเห็นแต่ละส่วนในองค์ประกอบของการผลิตรายการควิซโชว์ โดยจะเลือกศึกษาความพึงพอใจของผู้รับสารในด้านเนื้อหารายการ เวลาในการนำเสนอรายการ วิธีการนำเสนอ ฉากของรายการ พิธีกร ผู้ร่วมรายการหรือผู้เข้าแข่งขัน เป็นต้น

4. องค์ประกอบด้านจุดขาย หรือจุดดึงดูดความสนใจของรายการควิซโชว์

ในการศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบด้านจุดขาย หรือจุดดึงดูดความสนใจ ของรายการควิซโชว์นั้น ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาไว้ดังต่อไปนี้ คือ

4.1 มีพิธีกรเป็นจุดดึงดูดความสนใจของรายการ ไม่ว่าจะเป็พิธีกรชาย พิธีกรหญิง หรือผู้ช่วยพิธีกร ซึ่งส่วนมากจะเป็นบุคคลที่อยู่ในความสนใจ และเป็นที่ยื่นชอบของผู้ชม

4.2 มีการแข่งขัน หรือวิธีการนำเสนอ แปลกและเร้าใจมากกว่าเกมทั่วๆ ไป การแข่งขันมักจะฉีกแนวและต่างจากรายการอื่น และสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมให้ติดตามชมได้ตลอด

4.3 เนื้อหาของรายการเป็นจุดขาย รายการควิซโชว์จะมีเนื้อหา ข้อมูลต่างๆ ที่น่าสนใจ

เช่น คำถามที่มีข้อมูลน่าสนใจ หรือเรื่องราวที่แปลกและน่าสนใจ ให้ความสนุกสนาน บันเทิง หรือ อาจจะเป็นเนื้อหาที่ให้สาระ ความรู้ จนเป็นที่น่าสนใจและกลายเป็นจุดขายของรายการในที่สุด

4.4 ใช้มูลค่าเงินรางวัลเป็นจุดดึงดูดความสนใจของรายการ

สำหรับเกณฑ์ในการวิเคราะห์รายการควิซโชว์ ทั้ง 4 ประการข้างต้นนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ ข้อมูลจากรายการควิซโชว์ที่มีอยู่ในปัจจุบันมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการสร้างเกณฑ์ เพื่อให้เกิด ความเหมาะสมในการนำการนำข้อมูลไปใช้วิเคราะห์และศึกษาวิจัย ต่อไป

หลักและขั้นตอนการจัดรายการควิซโชว์

ในการจัดรายการควิซโชว์มีหลักที่ต้องคำนึงถึง คือ วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย และ เวลา วัตถุประสงค์ในการจัดรายการควิซโชว์ สามารถกำหนดได้ใน 2 ระดับ คือ ระดับสถานีและ ระดับรายการ

วัตถุประสงค์การจัดรายการควิซโชว์ในระดับสถานี ได้แก่

ดึงดูดผู้ชม นโยบายของสถานีโทรทัศน์โดยทั่วไปย่อมต้องการให้ผู้ชมติดรายการของ สถานีมากที่สุด รายการเกมโชว์ก็เป็นรายการหนึ่งที่สามารถดึงดูดผู้ชมไว้ได้ แต่ไม่ได้หมายความว่า จะมีรายการเกมโชว์ได้บ่อยๆ คงต้องหาช่วงเวลาที่เหมาะสม มีการวางแผนรายการ วางแผน ประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกันไปด้วย วัตถุประสงค์ในการดึงดูดผู้ชมจึงประสบความสำเร็จ

ขายธุรกิจ รายการเกมโชว์เป็นรายการที่ขายเวลาโฆษณาได้ดี สอดแทรกสินค้าได้หลาย รูปแบบ เป็นการหารายได้เข้ารายการได้ดีทางหนึ่ง แต่ผู้จัดก็ต้องคำนึงถึงกฎเกณฑ์ในการจัดทำ โฆษณาด้วย มิควรให้ละเมิดข้อบังคับต่างๆ ของทางราชการและของรางวัลที่จะมอบให้แก่ผู้เข้า แข่งขันนั้นไม่ควรนำเอามาเป็นสิ่งที่ล่อใจ หรือให้ง่ายเกินไป จะกลายเป็นว่าเขาเข้าร่วมรายการ เพราะอยากได้ของรางวัล

วัตถุประสงค์ของการจัดรายการควิซโชว์ในระดับรายการ ได้แก่

เพื่อให้ความรู้ ความรู้ในที่นี้มีทั้งแบบเป็นความรู้โดยตรง และความรู้รอบตัว หรือ ความรู้ที่ใช้สามัญสำนึกตอบก็ได้ รายการที่ให้ความรู้โดยตรงก็คือ รายการประเภทแข่งขันตอบ ปัญหา อาจเป็นการตอบปัญหาทั้งรายการ หรือเป็นบางส่วนของรายการ เป็นกิจกรรมส่วนหนึ่งของ

รายการ ตัวอย่างเช่น รายการการบินไทย ใจจักรวาล รายการตอบปัญหา ภาษาอังกฤษกับเซลล์ เป็นต้น

เพื่อให้ความบันเทิง เพราะถ้าเป็นความรู้อย่างเดียวก็จะเป็นการทดสอบสติปัญญามากเกินไป จนผู้ชมอาจเบื่อหน่ายได้

กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายของรายการควิซโชว์ส่วนใหญ่มี 2 กลุ่ม คือ ประชาชนทั่วไปและ เฉพาะกลุ่ม กลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนทั่วไปมักจัดเป็นเกมประเภทแข่งขัน แต่ผู้ที่มาร่วมรายการจะ ผ่านการคัดเลือกหรือไม่ ก็แล้วแต่ความยากง่ายของรายการ และหาผู้เข้าแข่งขันที่ไม่เน้นระดับการศึกษาหรืออาชีพ เนื้อหาสาระของจะเป็นเกมมากขึ้น มีระดับความยาก-ง่ายของเนื้อหา โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายทั่วไปที่มีการศึกษา เพราะเกมที่ออกแบบมานั้นจำเป็นต้องใช้ปฏิภาณไหวพริบ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ความรู้รอบตัว และบางรายการคัดเลือกผู้แข่งขัน โดยเน้นบุคลิกภาพและอารมณ์ขันด้วย เพราะจะช่วยให้รายการเกมมีชีวิตชีวา อีกทั้งยังมีการกำหนดขอบเขตของระดับปัญหา เช่น ปัญหาความรู้ในระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้นหรือตอนปลาย กลุ่มผู้ชมก็จะเป็นกลุ่มเด็กในระดับเดียวกัน และประชาชนทั่วไปที่สนใจกับรายการดังกล่าว

ส่วนการวิจัยผู้ชมเพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายสำหรับรายการควิซโชว์นั้น ส่วนใหญ่กระทำเพื่อหาอัตราความนิยมของผู้ชม อันมีผลต่อรายได้หรือผู้อุปถัมภ์รายการ นอกจากนี้ยังมีการวิจัยเพื่อหาข้อมูลอื่นๆ เช่น พิธีกร รูปแบบรายการ และข้อเสนอแนะอื่นๆ ซึ่งนำมาเป็นประโยชน์ในการจัดรายการควิซโชว์ต่อไปได้ อย่างไรก็ตาม ต้องคำนึงเสมอว่า กลุ่มเป้าหมายนี้จะเป็นตัวบ่งชี้ถึงความสำเร็จ ผู้จัดต้องวางแผนสิ่งที่สามารถดึงดูดผู้ชมให้ได้มากที่สุด และคุณภาพต้องดีด้วยเช่นกัน

เวลา เมื่อวัตถุประสงค์ของรายการควิซโชว์ส่วนใหญ่เพื่อความบันเทิงและเพื่อดึงผู้ชมให้ติดสถานี เวลาจึงเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่ง ทั้งเวลาออกอากาศ ช่วงเวลาของรายการ ตลอดจนการจัดรายการล่วงหน้า

ช่วงเวลาออกอากาศ รายการควิซโชว์ที่ต้องการดึงผู้ชมให้ติดสถานี ควรเป็นเวลาที่คุณทั่วไปสามารถเปิดชมได้ ซึ่งก็เป็นไปได้ทุกช่วง ไม่ว่าจะ เป็น ช่วงภาคเช้าถึงภาคบ่าย ช่วงภาคเย็นหรือช่วงภาคค่ำ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่า รายการควิซโชว์นั้นเป็นรายการในรูปแบบใด และมีกลุ่มเป้าหมายเป็นใคร ดังนั้นในการกำหนดช่วงเวลาออกอากาศจึงต้องคำนึงถึงความสอดคล้องของรูปแบบรายการ และกลุ่มเป้าหมายของรายการด้วย

ช่วงระยะเวลาของรายการ ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม เช่น รายการแข่งขันตอบปัญหาอยู่ระหว่าง 30 นาที เพราะถ้านานถึง 60 นาที มีแต่ตอบปัญหา ผู้ชมคงหันไปชมรายการอื่น รายการเกมแข่งขันก็คงอยู่ระหว่าง 30 - 60 นาที แล้วแต่กิจกรรม ช่วงจังหวะการดำเนินรายการก็ควรรวดเร็วไม่ลาก (Drag) เพราะจะทำให้ผู้ชมเบื่อหน่ายได้

ส่วนการจัดรายการล่วงหน้าสำหรับควิชโซว์นั้น ในประเทศไทยค่อนข้างคาดการณ์ล่วงหน้าลำบาก ต้องเสี่ยงอยู่บ้างที่จะหาอะไรแปลกๆ ใหม่ๆ มาลอง เพราะกลุ่มผู้ชมที่เราตั้งใจให้เป็นกลุ่มผู้ชมเป้าหมายนั้น เมื่อถึงเวลาออกอากาศจริงๆ เข้าเขาอาจเปลี่ยนไป โดยเฉพาะกลุ่มผู้ชมที่มีการศึกษา ผู้จัดเดาใจค่อนข้างยาก ยากที่จะทำให้เขาพอใจ แต่แม้จะยากเย็นเพียงใดผู้จัดก็ควรหาทิศทางของรายการให้ได้ ด้วยเหตุดังกล่าว รายการเกมโชว์ในเมืองไทยส่วนใหญ่จึงผลิตล่วงหน้าไม่นานนัก บางรายการสัปดาห์ต่อสัปดาห์ ผู้จัดเกรงว่าหากผลิตล่วงหน้านานอาจไม่ทันสมัย เช่นล่วงหน้า 2 เดือน ในระยะ 2 เดือนก่อนออกอากาศ อาจมีอะไรใหม่ๆ ที่ควรเอ่ยถึงในรายการ รายการจะไม่สด ถ้าผู้ชมจับได้ก็คงไม่คึก แต่เวลาของการวางแผนผลิต การประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการสรรหาผู้เข้าแข่งขันนั้น ควรกระทำล่วงหน้าพอสมควร เพราะหากปัจจัยดังกล่าวไม่พร้อมแล้ว เมื่อถึงเวลาผลิตรายการ จะทำให้รายการออกมาไม่ดี

4. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร

ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นแนวทางหนึ่งของทฤษฎีเกี่ยวกับผู้รับสาร เพราะผู้รับสารเป็นผู้กำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสาร หากผู้รับสารมีความเข้าใจในตัวสารแล้ว การสื่อสารก็จะประสบความสำเร็จ ขณะเดียวกันหากผู้รับสารไม่มีความเข้าใจในตัวสาร การสื่อสารนั้นก็พบกับความล้มเหลว ดังนั้นผู้ส่งสารจึงจำเป็นที่จะต้องมีความพร้อมในการสื่อสารเพื่อให้การสื่อสารนั้นประสบความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสิ่งที่สำคัญประการของผู้ส่งสารที่จะต้องมีการเตรียมพร้อมนั้นก็คือ การศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารที่เราต้องการที่จะสื่อสารด้วย ซึ่งลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารนั้นได้แก่

1. เพศ (Sex) ความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้ม และความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับข่าวสารนั้น

จากการวิจัยทางด้านจิตวิทยา ได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาท และกิจกรรมของคนสองคนไว้ต่างกัน

2. อายุ (Age) เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิด และพฤติกรรม บุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุ

น้อย และ บุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไปเมื่อมีอายุมากขึ้น (สมควร เจริญสุข , 2539) ดังนั้น อายุของผู้รับสารจะมีอิทธิพลกับการสื่อสาร ทั้งนี้เพราะความสามารถในการตีความหมายจะแตกต่างกัน ซึ่งอาจออกมาในรูปของความสนใจ ความเชื่อ หรือพฤติกรรมการรับสารของผู้รับสาร

3. การศึกษา (Education) เป็นลักษณะสำคัญที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร คนที่การศึกษาสูงจะเป็นผู้รับสารที่ดี เนื่องจากมีความรู้กว้างขวางในหลายๆเรื่อง และสามารถเข้าใจสารได้ดี (ปรมะ สดเวทิน , 2538) ส่งผลให้คนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาดำจะใช้สื่อประเภท วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ ฯลฯ

การศึกษาเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญต่อการสื่อสารของผู้รับสาร มิงานวิจัยหลายเรื่องชี้ให้เห็นว่า การศึกษาของผู้รับสารทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมสื่อสารแตกต่างกันออกไป ฉะนั้น การศึกษาเป็นตัวแปรหนึ่งที่จะต้องตระหนักและเรียนรู้ให้ดีก่อนการสื่อสาร เพราะผู้รับสารที่มีการศึกษาต่างกันจะได้ผลทางการสื่อสารความรู้และพฤติกรรมสื่อสารที่ต่างกัน

4. ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Status) หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว ทำให้คนที่มีความแตกต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน ทักษะคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่แตกต่างกัน (ปรมะ สดเวทิน , 2538)

งานวิจัยของ ชรามม์ และไวท์ (Schramm and White , 1949) ซึ่งศึกษาการเปิดรับสารของผู้รับสารในสังคมอเมริกัน พบว่า ผู้ที่มีรายได้สูงมักเป็นผู้นิยมเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ และนิยมเนื้อหาที่ค่อนข้างหนักไม่ค่อยสนใจเนื้อหาด้านความบันเทิง แม็คเนลลี และคณะ (Mcnelly and Other, 1968) พบว่า คนที่มีฐานะดีและมีการศึกษาสูงเป็นกลุ่มคนที่ได้รับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด ผลที่ได้จากการวิจัยในลักษณะนี้ ก็สามารถอธิบายได้เช่นเดียวกันกับกรณีของการศึกษา คือ ผู้ที่มีรายได้สูงมักมีการศึกษาสูง มีตำแหน่งหน้าที่การงานดี จึงมักถูกผลักดันให้มีความจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้หาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ การเปิดรับข่าวสารจึงจำเป็นสำหรับผู้รับสารกลุ่มนี้มากกว่ารายการโทรทัศน์ที่เน้นเนื้อหาความบันเทิงอย่างเดียว (ยุกต เบญจรงค์กิจ , 2534)

จากแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ได้กล่าวในข้างต้น จะเห็นได้ว่าผู้รับสารที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน จะมีความสนใจ ความชอบ ทักษะคติ และความคิดเห็น ตลอดจนพฤติกรรมในการเปิดรับสารที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้เพื่อทดสอบสมมติฐานว่าเป็นไปตามแนวคิดข้างต้นนี้หรือไม่ อย่างไร โดยผู้วิจัยจะนำกรอบแนวความคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์มาทำการศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ระดับรายได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับผลงานวิจัยที่ผู้วิจัยได้นำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับงานศึกษาวิจัย มีดังนี้
 กัลโลเวย์ และมาร์ค (J.J. Galloway F.L. Mark) พบว่า การบริโภคสื่อทำให้เกิดความ
 พึงพอใจ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการเสริมและเปลี่ยนแปลงความรู้

โรบินสัน (John P. Robinson, 1972, p. 77) พบว่า ระดับการศึกษาของผู้รับสารมี
 ความสัมพันธ์กับการใช้สื่อ และระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารของบุคคล โดยกลุ่มคนที่มี
 ระดับการศึกษาต่างกัน จะให้สื่อและมีระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันไปด้วย
 กล่าวคือ กลุ่มที่มีความรู้สูงเป็นกลุ่มที่มีความรู้ด้านข้อมูลข่าวสาร และเพิ่มพูนความรู้ด้านนี้ของตน
 ให้มากขึ้นโดยใช้สื่อมวลชน

โรนัลด์ เจ คอมเปซี (Ronald J. Compesi, 1980) ศึกษาถึงผู้รับชมรายการโทรทัศน์ภาค
 กลางวันพบว่า ผู้รับชมรายการโทรทัศน์ 1. ชมเพื่อ ได้รับความบันเทิง 2. ชมเพราะเป็นนิสัยเป็น
 กิจวัตรอย่างหนึ่งในชีวิตประจำวัน 3. ชมเพราะอยู่ในช่วงเวลาที่สะดวกจะดู 4. ชมเพื่อนำไปใช้
 ประโยชน์ทางสังคมในการติดต่อกับผู้อื่น รวมทั้งการคุยกับเพื่อนและการนำไปพูดคุยกับเพื่อนด้วย
 5. ชมเพื่อการพักผ่อนหรือหลีกเลี่ยงหนีจากปัญหาเพื่อลดความตึงเครียด 6. เพื่อหลีกเลี่ยงความเบื่อ
 หน่าย ดูเพราะไม่มีอะไรทำ หรือ ไม่มีรายการที่มีค่าพอจะดูในเวลาเดียวกันนั้น

แอคติน (Atkin, 1972) พบว่าการพูดคุยสนทนากัน จากการเอาข่าวสารมวลชนนำไปสู่
 การเลือกรับเอาข่าวสารและการนำไปใช้ด้วย โดยแอคตินได้สรุปเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารของ
 บุคคลจากสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ว่า เหตุผลที่คนอ่านหนังสือพิมพ์ก็เพื่อจะได้เอาข่าวสาร
 เพื่อความเพลิดเพลิน รวมทั้งได้มีเรื่องไปพูดคุยกับบุคคลอื่น ๆ

อรนุช สูดประเสริฐ (2538) ได้ศึกษาเรื่อง “ การวิเคราะห์รายการแข่งขันปัญหาชิง
 รางวัล ทางโทรทัศน์ ” ผลการวิจัยพบว่า “ รายการแข่งขันปัญหาชิงรางวัล สามารถแบ่งได้ 3
 ประเภท คือ รายการที่เน้นเนื้อหาสาระ ความรู้เป็นหลัก , รายการที่เน้นความบันเทิงเป็นหลัก
 และรายการที่เน้นทั้งความรู้และความบันเทิง และพบว่าผู้ชม นิยมชมรายการควิซโชว์ควบคู่กันไป
 ทั้ง 3 ประเภท แต่ส่วนใหญ่ก็มีความต้องการที่จะชมรายการประเภทที่มีทั้งเนื้อหาสาระและความ
 บันเทิงผสมกันไป ”

กฤษณ์ ทองเลิศ (2539) ได้ศึกษาเรื่องรายการเกมโชว์ ในหนังสือ “สื่อมวลชน
 การเมือง และวัฒนธรรม ” พบว่า รายการเกมโชว์ เป็นรายการที่มีบทบาทมากในสังคม
 โดยเฉพาะเรื่องของการให้ความบันเทิง ช่วยผ่อนคลายความเครียดในชีวิตประจำวัน แต่ในมุมกลับ
 รายการเกมโชว์เป็นรายการที่ไม่มีสาระ และมักเน้นการโฆษณาเป็นสำคัญ

วิลาวลัย เอื้อบุรณานนท์ (2536) ได้ศึกษาเรื่อง “ กลยุทธ์การส่งเสริมรายการโทรทัศน์และผู้ผลิตรายการในปี 2535” พบว่า ทางสถานีโทรทัศน์และผู้ผลิตรายการได้ใช้กลยุทธ์ในการสร้างความน่าสนใจให้กับรายการ โดยใช้จุดดึงดูดที่เกี่ยวกับบุคคล เนื้อหารายการ กระบวนการผลิตรายการ และอื่น ๆ ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมรายการโทรทัศน์ประกอบด้วย เกี่ยวกับสถานีโทรทัศน์หรือผู้ผลิตรายการ ปัจจัยเกี่ยวกับตัวรายการ ปัจจัยเกี่ยวกับสื่อมวลชน และปัจจัยเกี่ยวกับผู้ชมรายการ

สุรางค์ พงษ์สิทธิถาวร (2533) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ ลักษณะเด่นของรายการเกมโชว์ที่ดึงดูดคุณดู : กรณีศึกษารายการมาตามนัด ” พบว่า รายการเกมโชว์ในปัจจุบันมีสภาพการแข่งขันกันสูง ดังนั้นรายการแต่ละรายการจึงพยายามที่จะสร้างความสนใจให้กับผู้ชมให้มากที่สุดด้วยการใช้ลักษณะเด่น หรือจุดดึงดูดความสนใจ ดังต่อไปนี้

พิธีกร ถือเป็นส่วนสำคัญอย่างมากที่ทำให้คนดูติดตาม และเป็นที่น่าสนใจกว่า รายการเกมโชว์ในขณะนี้ บุคคลที่นิยมนำมาเป็นพิธีกรก็มักจะเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับในสังคมที่ดำเนินรายการให้ราบรื่น เร้าใจ สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ ใช้ปฏิภาณไหวพริบได้เหมาะสม สถานการณ์ มีบุคลิกภาพอารมณ์ขัน ให้เกียรติผู้ชมและผู้ร่วมรายการ มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้รายการสนุก และยังถ้าผู้ร่วมรายการเป็นที่รู้จักของผู้ชม ก็จะทำให้ผู้ชมทางบ้านรู้สึกมีส่วนร่วมมากขึ้น โดยการเอาใจช่วยลุ้นผู้เข้าแข่งขันนั่นเองของรางวัล สิ่งที่เป็นปัจจัยดึงดูดให้มีผู้ร่วมรายการและผู้ชมทางบ้านสนใจ คือ การแจกของรางวัลที่มีมูลค่ามากมาย อย่างเช่น เงินรางวัล รถยนต์ เป็นต้น รูปแบบรายการ รายการเกมโชว์ในปัจจุบันส่วนใหญ่แล้ว ผู้จัดมักจะพยายามหาแนวความคิดใหม่ๆ มานำเสนอเพื่อไม่ให้ซ้ำแนวรายการเดิมที่เคยทำมาแล้ว ทั้งนี้เพราะผู้ชมมักจะเบื่อหน่ายกับรูปแบบรายการเดิมๆ ที่ซ้ำซาก ดังนั้นรายการเกมโชว์ใดที่มีรูปแบบรายการที่แปลกแหวกแนวก็จะสามารถเรียกร้อยความสนใจจากผู้ชมได้มากกว่ารายการรูปแบบเดิม

เนาวรัตน์ เทพอาสน์ (2533) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยแห่งความสำเร็จของรายการชิงร้อยชิงล้าน” พบว่ารายการเกมโชว์ที่ประสบความสำเร็จรายการหนึ่งนั้น มีปัจจัยแห่งความสำเร็จของรายการดังนี้ เนื้อหาและรูปแบบของรายการ เนื้อหาของรายการจะเป็นสิ่งที่ถ่ายทอดความคิดจากผู้ผลิตรายการไปสู่ผู้ชม โดยอาศัยรูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการที่จะต้องสอดคล้องกลมกลืนกัน จึงจะสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชม และเป็นที่ยอมรับได้ นอกจากนั้น การทำให้เนื้อหารายการไม่จำเจ จนผู้ชมเกิดความเบื่อหน่ายด้วยการมีแนวคิดเฉพาะในแต่ละตอน นั้น ถือเป็นหลักในการสร้างความน่าสนใจให้กับรายการเกมโชว์เวลาที่นำเสนอรายการ การที่รายการเกมโชว์มีเวลานำเสนอรายการที่เหมาะสมนั้น จะทำให้ผู้ชมสามารถติดตามรายการได้อย่าง

ต่อเนื่อง และเวลาของรายการยังสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้อีกด้วย และสามารถสร้างแนวคิดของรายการให้เหมาะสมกับเวลาได้ง่ายขึ้น

การสร้างแรงดึงดูดใจด้วยรางวัล สิ่งที่ผู้แข่งขันต้องการในการเข้าร่วมรายการ นอกจากการได้แข่งขัน ความสนุกสนานแล้ว รางวัลยังเป็นสิ่งหนึ่งที่สามารถดึงดูดความสนใจให้ผู้แข่งขันเข้าร่วมควิซโชว์ และยังดึงดูดความสนใจของผู้ชมที่บ้านให้ได้สู้กับผู้แข่งขันว่าจะชิงรางวัลไปได้หรือไม่อีกด้วย จึงนับได้ว่ารางวัลเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ดึงดูดความสนใจได้มากที่สุด

พิธีกร เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนสำคัญในการที่จะทำให้รายการโทรทัศน์ โดยเฉพาะรายการเกมโชว์ประสบความสำเร็จ เพราะพิธีกรจะเป็นผู้ที่เชื่อมประสานระหว่างผู้แข่งขันกับเกมและส่วนต่างๆ ของรายการเข้าด้วยกัน ควบคุมรายการให้ดำเนินไปด้วยดีและมีความยุติธรรม บรรยากาศของรายการ วัตถุประสงค์ของรายการเกมโชว์ก็คือความบันเทิง ความสนุกสนาน ดังนั้นในการดำเนินรายการจำเป็นต้องมีบรรยากาศของความสนุกสนานตื่นเต้น เร้าใจ ซึ่งพิธีกรจะทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินรายการ และสร้างบรรยากาศดังกล่าวร่วมกับผู้แข่งขัน และผู้ชมรายการในห้องส่ง

เพลงประกอบรายการ ในปัจจุบันนี้ นับว่าเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับรายการโทรทัศน์ เพราะเพลงประกอบจะช่วยเสริมสร้างบรรยากาศของรายการ โดยเฉพาะในรายการเกมโชว์ ซึ่งเป็นรายการที่เน้นความสนุกสนาน จึงต้องใช้ดนตรี และเพลงประกอบที่สามารถสร้างบรรยากาศของความสนุกสนาน ตื่นเต้น เร้าใจได้ สำหรับรายการชิงร้อยชิงล้านนั้น เพลงประกอบจะเป็นลักษณะ Jingle คือเป็นเพลงสั้นๆ ที่มีเนื้อร้องน้อยแต่กระชับ เพลงจะเน้นจังหวะว่า “ชิงร้อย ชิงล้าน ชิงร้อย ชิงล้าน” ซึ่งเพลงประกอบนี้ยังสามารถเป็นสัญลักษณ์ของรายการได้อีกด้วย คือเมื่อผู้ชมได้ยินเสียงเพลงก็จะจำได้ทันทีว่าเป็นรายการอะไร

ฉากและเทคนิค นับว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญของรายการเกมโชว์ เพราะจะช่วยทำให้ภาพของรายการที่ปรากฏบนจอโทรทัศน์มีความน่าดู น่าชม และทำให้รายการน่าสนใจและน่าติดตามชมมากยิ่งขึ้น

ผู้ผลิตรายการจำเป็นต้องผลิตรายการให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น และมีการพัฒนารายการเสมอ เนื่องจากรายการโทรทัศน์มีการแข่งขันอยู่ตลอดเวลา แม้ว่ารายการจะได้รับความนิยมจากผู้ชมรายการอยู่แล้วก็ตาม เพื่อรักษาความนิยมของผู้ชมให้คงอยู่และเพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยผู้ผลิตรายการจะทำการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และพัฒนารายการอยู่เสมอ เพื่อให้รายการมีข้อบกพร่องน้อยที่สุด การประชาสัมพันธ์รายการ ก็ถือเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของรายการเกมโชว์อีกประการหนึ่งที่ทำให้รายการดูน่าสนใจ

วัชรียา อานามวัฒน์ (2539) ได้ศึกษาเรื่อง “ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เพื่อการใช้ประโยชน์และการตอบสนองความต้องการ ” พบว่า สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสื่อ กลุ่มเพศหญิงมีปริมาณการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในแต่ละวันมากกว่ากลุ่มผู้ชาย และกลุ่มที่มีอายุต่างกันจะมีปริมาณการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในแต่ละวันที่ต่างกัน

ปีทมวดี หล่อวิจิตร (2539) ได้ศึกษาเรื่อง “ ทักษะคิด การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจรายการสนทนา 45 นาที ” เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากร และพฤติกรรมการรับชม กับทักษะคิด การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมรายการ ผลการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์กับทักษะคิดต่อรายการ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ส่วนพฤติกรรมการรับชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านรูปแบบเนื้อหา และระยะเวลาออกอากาศ

การศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับของผู้ชมรายการควิซโชว์” สำหรับงานวิจัยดังกล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้บทสรุปจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษา วิเคราะห์ ตลอดจนยังสามารถนำเอาข้อสรุปการวิจัยจากนี้มาเป็นข้อมูลในการสร้างเครื่องมือการวิจัย หรือแบบสอบถาม เพื่อให้การศึกษาวิจัย ดำเนินไปอย่างมีระบบและหลักการมากยิ่งขึ้น

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับของผู้ชมรายการคิซโซว์ ” โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมการรับชมรายการคิซโซว์
2. เพื่อศึกษาถึงประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมรายการคิซโซว์
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของประชากรกับประโยชน์ และความพึงพอใจที่ได้รับของผู้ชมรายการคิซโซว์
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับรายการคิซโซว์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชม

รูปแบบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้การวัดผลครั้งเดียว (One-shot case study) ในการศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับของผู้ชมรายการคิซโซว์ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล, ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัยตามหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

1. ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง
2. ระยะเวลาที่ศึกษา
3. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย
4. การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ
5. เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
7. การทดสอบความเที่ยงตรง และเชื่อถือได้ของเครื่องมือ
8. การนำเสนอข้อมูล

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นผู้ชมรายการควิซโชว์ ยุคใหม่ ได้แก่ รายการเกมเศรษฐี รายการแฟนพันธุ์แท้ รายการ 4 ต่อ 4 แฟมิลีเกม สาเหตุที่เจาะจงเลือกศึกษาเฉพาะประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นเขตที่มีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่น จึงทำให้มีความหลากหลายทางคุณลักษณะด้านประชากร

จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

จากประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 5,726,203 คน จากกองคลังข้อมูลและสารสนเทศสถิติ สำนักงานสถิติแห่งชาติ พ.ศ. 2544 ซึ่งการหากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดโดยคำนวณจากสูตรการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ของ เทโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973, p.727)

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

โดยที่

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 5,726,203 คน

e = ค่าความคลาดเคลื่อนระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวอย่างและค่าเฉลี่ยของประชากร 0.05

แทนค่าดังนี้

$$n = \frac{5,726,203}{1 + 5,726,203 (0.05)^2}$$

จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จะเท่ากับ 399.999 คน

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างจึงใช้จำนวน 403 คนจาก 6 เขต

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยครั้งนี้จะให้การแบ่งเขตพื้นที่ของสำนักพัฒนาชุมชนกรุงเทพมหานคร กล่าวคือ เขตของกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 50 เขต โดยแบ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร เป็น 6 กลุ่ม ได้แก่กลุ่มรัตนโกสินทร์ กลุ่มบูรพา กลุ่มศรีนครินทร์ กลุ่มเจ้าพระยา กลุ่มกรุงธนบุรี

เหนือ และกลุ่มธนบุรีใต้ (สำนักพัฒนาชุมชน กรุงเทพมหานคร , 2544) จากเขตดังกล่าวจะใช้วิธี
จับฉลากเพื่อคัดเลือกตัวแทนมากลุ่มละ 1 เขต ดังนี้

กลุ่มรัตนโกสินทร์	มีทั้งหมด 9 เขต ได้แก่ เขตบางซื่อ เขต ดุสิต เขตพญาไท เขตราชเทวี เขต ปทุมวัน เขตพระนคร เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตสัมพันธวงศ์ เขตบางรัก
กลุ่มบูรพา	มีทั้งหมด 9 เขต ได้แก่ เขตดอนเมือง เขตหลักสี่ เขตสายไหม เขตบางเขน เขตจตุจักร เขตลาดพร้าว เขตบึงกุ่ม เขตบางกะปิ เขตวังทองหลาง
กลุ่มศรีนครินทร์	มีทั้งหมด 9 เขต ได้แก่ เขตสะพานสูง เขตมีนบุรี เขตคลองสามวา เขต หนองจอก เขตลาดพร้าว เขตลาดพร้าว เขตประเวศ เขตสวนหลวง เขต คันนายาว
กลุ่มเจ้าพระยา	มีทั้งหมด 9 เขต ได้แก่ เขตดินแดง เขตห้วยขวาง เขตวัฒนา เขตคลองเตย เขตบางนา เขตพระโขนง เขตสาทร เขตบางคอแหลม เขตยานนาวา
กลุ่มกรุงธนบุรีเหนือ	มีทั้งหมด 7 เขต ได้แก่ เขตบางพลัด เขตตลิ่งชัน เขตบางกอกน้อย เขตบางกอกใหญ่ เขตภาษีเจริญ เขตหนองแขม เขตทวีวัฒนา
กลุ่มธนบุรีใต้	มีทั้งหมด 8 เขต ได้แก่ เขตบางขุนเทียน เขตคลองสาน เขตบางแค เขต จอมทอง เขตราชบุรีบูรณะ เขตทุ่งครุ เขตธนบุรี เขตบางบอน

การสุ่มกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi - Stage
Sampling) ดังนี้

1. การสุ่มเลือกตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)
โดยการจับฉลากเพื่อคัดเลือกตัวแทนกลุ่ม กลุ่มละ 1 เขต ผลการจับฉลากได้กลุ่มตัวแทนดังนี้

กลุ่มรัตนโกสินทร์	ได้แก่	เขตปทุมวัน
กลุ่มศรีนครินทร์	ได้แก่	เขตสะพานสูง
กลุ่มเจ้าพระยา	ได้แก่	เขตคลองเตย
กลุ่มบูรพา	ได้แก่	เขตบางกะปิ
กลุ่มกรุงธนบุรีเหนือ	ได้แก่	เขตบางพลัด
กลุ่มธนบุรีใต้	ได้แก่	เขตคลองสาน

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนประชากรจำแนกตามเขตที่จับฉลากและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

เขต	จำนวนประชากร (คน)	สัดส่วนประชากร (ร้อยละ)	จำนวนตัวอย่าง (คน)
เขตปทุมวัน	99,919	14.591	59
เขต สะพานสูง	74,990	10.951	44
เขต คลองเตย	136,467	19.928	80
เขตบางกะปิ	144,896	21.159	85
เขต บางพลัด	118,748	17.341	70
เขตคลองสาน	109,773	16.030	65
รวม	591,009	100	403

2. การสุ่มเลือกตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่มพื้นที่หรือบริเวณ (Cluster Sampling)
เพื่อให้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ในแต่ละเขตเป็นไปตามสัดส่วนของจำนวนประชากรของเขตนั้นๆ
ดังต่อไปนี้

- เขตปทุมวัน คิดเป็นร้อยละ 14.591 จากจำนวนประชากร ที่จับฉลากขึ้นมา
เขตดังนั้นจำนวนตัวอย่างที่จะทำการเก็บข้อมูลจากเขตนี้ คือ 59 ตัวอย่าง จากจำนวนการวิจัย
(n) = 403 ตัวอย่าง

- เขตสะพานสูง คิดเป็นร้อยละ 10.951 จากจำนวนประชากรที่จับฉลากขึ้นมา 6
เขต ดังนั้นจำนวนตัวอย่างที่จะทำการเก็บข้อมูลจากเขตนี้ คือ 44 ตัวอย่าง จากจำนวนการวิจัย
(n) = 403 ตัวอย่าง

- เขตคลองเตย คิดเป็นร้อยละ 19.928 จากจำนวนประชากรที่จับฉลากขึ้นมา 6
เขต ดังนั้นจำนวนตัวอย่างที่จะทำการเก็บข้อมูลจากเขตนี้ คือ 80 ตัวอย่าง จากจำนวนการวิจัย
(n) = 403 ตัวอย่าง

- เขตบางกะปิ คิดเป็นร้อยละ 21.159 จากจำนวนประชากรที่จับฉลากขึ้นมา 6 เขต
ดังนั้นจำนวนตัวอย่างที่จะทำการเก็บข้อมูลจากเขตนี้ คือ 85 ตัวอย่าง จากจำนวนการวิจัย (n) =
403 ตัวอย่าง

- เขตคลองสาน คิดเป็นร้อยละ 16.030 จากจำนวนประชากรที่จับฉลากขึ้นมา 6 เขต
ดังนั้นจำนวนตัวอย่างที่จะทำการเก็บข้อมูลจากเขตนี้ คือ 65 ตัวอย่าง จากจำนวนการวิจัย

(n) = 403 ตัวอย่าง

3. การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เป็นการเก็บข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิถิ่นอาศัยอยู่ตามเขตที่กำหนดทั้ง 6 เขต โดยเข้าเก็บข้อมูลในบริเวณแหล่งชุมชน เช่น อาคาร บ้านที่พักอาศัย ห้างสรรพสินค้า และตลาดสด เนื่องจากสถานที่ดังกล่าวเป็นแหล่งชุมชนที่ประกอบด้วย บุคคลหลากหลายสถานภาพและอาชีพ

ระยะเวลาที่ศึกษา

ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตลอดเดือนมีนาคม 2547

ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดตัวแปรต่าง ๆ ประกอบด้วยตัวแปรต้น (อิสระ) และ ตัวแปรตามดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้

ตัวแปรตาม ได้แก่ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรายการควิซโชว์

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ พฤติกรรมการเปิดรับรายการ ควิซโชว์ ความถี่ในการชม ลักษณะการชมต่อครั้ง ลักษณะการติดตามชม สิ่งจูงใจในการเลือกชม

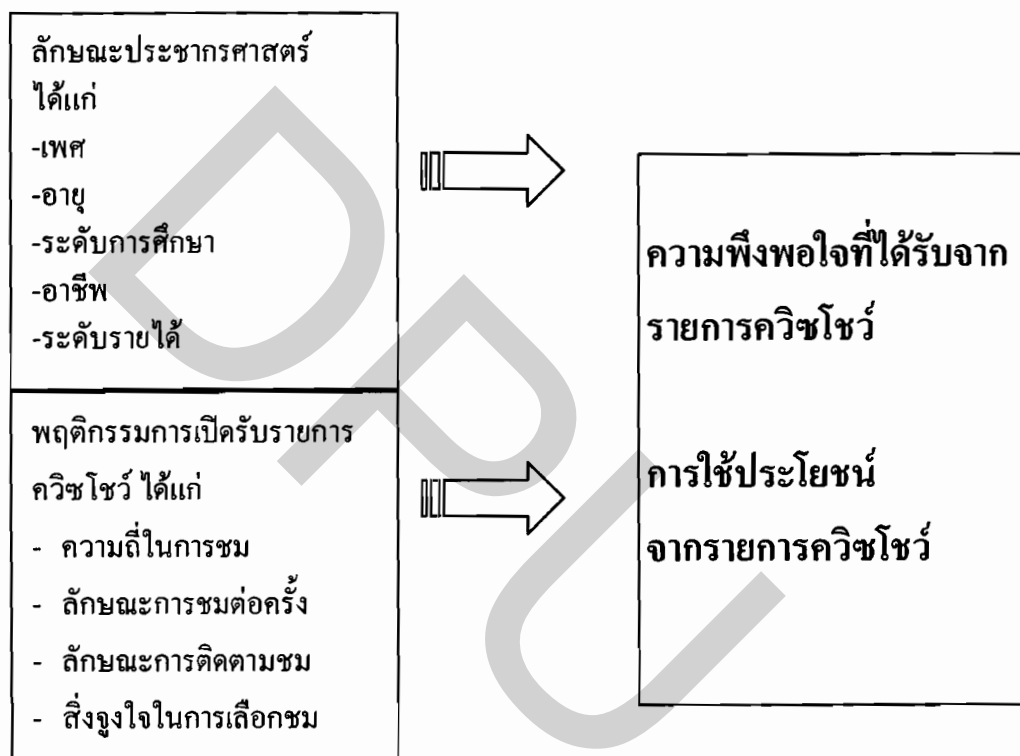
ตัวแปรตาม ได้แก่ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรายการควิซโชว์

กรอบแนวคิดในการศึกษา

แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

— การศึกษาวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยไว้ดังนี้

สำหรับแบบสอบถามนี้มีทั้งคำถามปลายเปิด (Open Ended Questionnaire) และคำถามปลายปิด (Closed Ended Questionnaire) มีลักษณะแบบประเมินค่า (Rating scale) มี 5 คำตอบให้เลือก โดยแบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชน คำถามมีลักษณะให้เลือกตอบมี จำนวน 5 ข้อคำถาม

ส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับชมรายการควิชโชว์ทางโทรทัศน์ ซึ่งคำถามมีลักษณะให้เลือกตอบ มีจำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 3 สํารวจความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อรายการควิชโชว์ ข้อคำถามเป็นคำถามปลายปิด มีลักษณะเป็นแบบประเมินค่า (Rating scale)

ส่วนที่ 4 สํารวจการใช้ประโยชน์ของประชาชนจากรายการควิชโชว์ ข้อคำถามเป็นคำถามปลายปิด มีลักษณะเป็นแบบประเมินค่า (Rating scale)

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ ข้อคำถามเป็นทั้งลักษณะปลายปิด และปลายเปิด

การวัดตัวแปรและการให้คะแนนคำตอบ

การวัดค่าตัวแปร และการให้คะแนนคำตอบของข้อคำถามในแบบสอบถาม ผู้วิจัยทำการวัดค่าและให้คำตอบจากแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป (เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และระดับรายได้)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการควิชโชว์

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อรายการควิชโชว์

ส่วนที่ 4 การใช้ประโยชน์จากรายการควิชโชว์

ข้อคำถาม ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศของกลุ่มตัวอย่าง

เพศชาย

เพศหญิง

2. อายุของกลุ่มตัวอย่าง

ต่ำกว่า 21 ปี

21 - 30 ปี

31 - 40 ปี

41 - 50 ปี

51 - 60 ปี

3. ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

ประถมศึกษา

มัธยมศึกษาตอนต้น / ปลาย

ปวช./ปวส.

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

นักเรียน / นักศึกษา

ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

แม่บ้าน

พนักงานบริษัทเอกชน

ประกอบธุรกิจส่วนตัว

อื่น ๆ โปรดระบุ

5. รายได้ต่อเดือน

ต่ำกว่า 5,000 บาท

5,000 – 10,000 บาท

10,000 – 20,000 บาท

20,000 – 30,000 บาท

30,001 ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับชมรายการควิซโชว์

ข้อคำถามข้อ 2.1. รายการควิซโชว์ต่อไปนี้ รายการใดที่ท่านชม มากที่สุด
(โปรดเรียงอันดับ 1-3)

เกมเศรษฐี

แฟนพันธุ์แท้

4 ต่อ 4 แฟมิลีเกม

ข้อคำถามข้อ 2.2 ท่านชมรายการคิซโซว์ บ่อยแค่ไหน

3-4 ครั้ง ต่อสัปดาห์

1-2 ครั้งต่อสัปดาห์

น้อยกว่า 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์

ไม่แน่นอน

ข้อคำถามข้อ 2.3 โดยส่วนใหญ่ลักษณะในการติดตามชมรายการคิซโซว์ของท่าน

ชมบ้างถ้าเปิดพบและดูน่าสนใจ

ชมถ้ารายการคิซโซว์อยู่คู่กัน

ระหว่างรายการที่กำลังรอรับชมในขณะนั้น

พยายามที่จะติดตามชมแต่ไม่สามารถทราบเวลาออกอากาศที่แน่นอน

ติดตามชมถ้าได้เห็นโปรโมทรายการ (ประชาสัมพันธ์) ว่าเป็นเรื่องที่น่าสนใจ

เลือกรับชมรายการใดรายการหนึ่งเป็นประจำ (โปรดระบุรายการ

เลือกรับชมเฉพาะ 2 รายการ(โปรดระบุรายการ

อื่นๆ โปรดระบุ

ข้อคำถามข้อ 2.4 ในแต่ละครั้งที่ชมรายการคิซโซว์ ท่านชมรายการเป็นระยะเวลาานเท่าใด

ดูจนจบรายการ

ดูไม่จบรายการ

ดูจบบ้างไม่จบบ้าง

ไม่แน่นอน

ข้อคำถามข้อ 2.5. ท่านชมรายการชมรายการคิซโซว์ เพราะเหตุใด โปรดเรียงลำดับความ

สำคัญโดยให้อันดับที่ 1 สำคัญมากที่สุด อันดับที่ 2 และ 3 สำคัญน้อยรองลงไป)

รายการคิซโซว์ให้ความรู้ หรือได้ประโยชน์จากรายการ

สามารถนำสิ่งที่ชมจากรายการคิซโซว์ไปใช้ในชีวิตประจำวัน / อาชีพได้

รายการคิซโซว์นำสิ่งที่อยู่ในความสนใจขณะนั้นมาเสนอ

ชื่นชอบในพิธีกร หรือดำเนินรายการคิซโซว์

ได้ลุ้นกับผู้แข่งขัน

ทดสอบความสามารถของตนเอง

เงินรางวัลในรายการสูง

ศึกษาเพื่อจะมีโอกาสได้เข้าร่วมแข่งขันตอบ

ปัญหาชิงรางวัลในรายการ

เป็นรายการที่ได้รับความนิยม และมีผู้ให้ความสนใจมาก

เพื่อจะได้เป็นหัวข้อในการสนทนา เพื่อน , ครอบครัวที่บ้านเปิดรับชม

อื่น ๆ โปรดระบุ

ข้อคำถามข้อ 2.6. สิ่งจูงใจที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ท่านเลือกชมรายการควิซโชว์รายการใด

รายการหนึ่ง คือ.....

ไต่เตลล์ น่าสนใจ (เช่นการใช้คอมพิวเตอร์กราฟฟิก ฯลฯ)

ความน่าเชื่อถือต่อรายการนั้น ๆ

ความน่าเชื่อถือของเนื้อหารายการ (คำถาม คำตอบ)

ความน่าเชื่อถือต่อบริษัทผู้ผลิต

ความเชื่อถือต่อพิธีกร

อื่น ๆ ระบุ

ข้อคำถามข้อ 2.7. ท่านเคยคิดที่จะสมัครไปร่วมการแข่งขันรายการควิซโชว์หรือไม่

เคยคิด

ไม่เคยคิด

ข้อคำถามข้อ 2.8. ถ้าท่านเคยคิด เพราะเหตุผลใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

อยากได้เงินรางวัลจากทางรายการ

อยากทดสอบความรู้ความสามารถของตน

อยากออกโทรทัศน์

อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ข้อคำถามข้อ 2.9. ถ้าท่านไม่เคยคิด เพราะเหตุใด

ชอบเป็นผู้ชมที่ดีเท่านั้น

อายุเพื่อน กลัวไปปล่อยความตลกในรายการ

คิดว่าคำถามในรายการที่แข่งขันยากเกิน

ความสามารถของตนเอง

อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 3 ท่านได้รับความพึงพอใจจากการชมรายการควิซโชว์ อย่างไร

การวัดระดับความพึงพอใจต่อรายการควิซโชว์ ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การวัดค่าตัวแปร ออกเป็น 5 ระดับดังนี้ที่สุด

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

เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย กำหนดไว้ดังนี้ น้อยที่สุด

4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ท่านได้ให้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์ อย่างไร

การวัดระดับการใช้ประโยชน์จากรายการควิซโชว์ ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การวัดค่าตัวแปร ออกเป็น 5 ระดับดังนี้

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

เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย กำหนดไว้ดังนี้ น้อยที่สุด

4.21 – 5.00	มากที่สุด
-------------	-----------

3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยได้มีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของเครื่องมือดังนี้

การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ พิจารณาเนื้อหาแบบสอบถาม ในด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อจะได้คำถามที่สามารถสื่อความหมายได้ตรงกันระหว่างผู้วิจัยและผู้ตอบแบบสอบถาม

การทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ ทดสอบเครื่องมือแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง 40 ตัวอย่าง ไปทดสอบก่อน (Pre-test) กับประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีได้อยู่ในเขตการปกครองที่ได้สุ่มเลือกไว้เป็นกลุ่มตัวอย่าง และมีความแตกต่างกันซึ่งเป็นกลุ่มที่เปิดรับรายการทีวีโชว์ ต่อมานำมาหาค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีแบบสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ของ ครอนบาค (Cronbach. 1970 : 161) เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขเรื่องความเข้าใจ หรือสื่อความหมายตรงตามที่ผู้วิจัยต้องการก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง

การวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้สามารถตอบคำถามตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ หลังจากที่ได้ผู้วิจัยได้รวบรวมแบบสอบถามคืนจนครบแล้ว จากประชากรตัวอย่างทั้งสิ้น 403 คน ผู้วิจัยจะนำข้อมูลทั้งหมดไปดำเนินการเอง ดังนี้

1. ผู้วิจัยนำมาตรวจสอบข้อมูลที่ได้และจัดการให้สมบูรณ์ครบถ้วน (Completeness) และถูกต้องของแบบสอบถามตามต้องการ โดยผู้วิจัยทำการตรวจสอบแบบสอบถามเองทุกฉบับ
2. จากนั้นจึงลงรหัสข้อมูล (Coding) ด้วยมือในแบบสอบถามด้วยตนเอง

3. ทำตารางคู่มือการลงรหัสไว้เป็นเอกสารแสดงลักษณะข้อมูล เพื่อใช้เกี่ยวกับการแปรผลข้อมูลผลในภายหลัง

4. นำแบบฟอร์มการลงรหัส (Coding Form) ดำเนินการหาค่าทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ที่ต้องการทราบตามวัตถุประสงค์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยให้สถิติการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. **สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)** ใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. **สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)** ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามในสมมติฐานต่าง ๆ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมกับระดับการวัดของตัวแปรต่าง ๆ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและได้รับประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์

1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

เนื่องจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเนื่อง สมมติฐานข้อที่ 1.1 นี้ จึงประกอบด้วย สมมติฐานย่อยคือ

1.1.1 เพศของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์ ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากร สองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (T-Test Group)

1.1.2 อายุของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ซึ่งเมื่อพบความแตกต่างของกันของค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี Least Significant Difference : LSD

1.1.3 ระดับการศึกษาของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ซึ่งเมื่อพบความแตกต่างของกันของค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี Least Significant Difference : LSD

1.1.4 อาชีพของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการคิซโซว์ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ซึ่งเมื่อพบความแตกต่างของกันของค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี Least Significant Difference : LSD

1.1.5 รายได้ต่อเดือนของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการคิซโซว์ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ซึ่งเมื่อพบความแตกต่างของกันของค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี Least Significant Difference : LSD

1.2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการได้รับประโยชน์จากการชมรายการคิซโซว์

เนื่องจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน สมมติฐานข้อที่ 1.2 นี้ จึงประกอบด้วย สมมติฐานย่อยคือ

1.2.1. เพศของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการได้รับประโยชน์จากการชมรายการคิซโซว์ ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากร สองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (T-Test Group)

1.2.2. อายุของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการได้รับประโยชน์จากการชมรายการคิซโซว์ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ซึ่งเมื่อพบความแตกต่างของกันของค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี Least Significant Difference : LSD

1.2.3. ระดับการศึกษาของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการได้รับประโยชน์จากการชมรายการคิซโซว์ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ซึ่งเมื่อพบความแตกต่างของกันของค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี Least Significant Difference : LSD

1.2.4. อาชีพของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการได้รับประโยชน์จากการชมรายการคิซโซว์ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ซึ่งเมื่อพบความแตกต่างของกันของค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี Least Significant Difference : LSD

1.2.5. รายได้ต่อเดือนของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการได้รับประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์ที่ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ซึ่งเมื่อพบความแตกต่างของกันของค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี Least Significant Difference : LSD

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการควิซโชว์ของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและได้รับประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์

2.1 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการควิซโชว์ของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

เนื่องจากพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการควิซโชว์ ที่นำมาทดสอบสมมติฐานประกอบด้วย ความถี่ในการรับชม ระยะเวลาในการรับชมต่อครั้ง ลักษณะในการติดตามชม และสิ่งจูงใจในการเลือกชม สมมติฐานข้อที่ 2.1 นี้ จึงประกอบด้วย สมมติฐานย่อยคือ

2.1.1 ความถี่ในการรับชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ซึ่งเมื่อพบความแตกต่างของกันของค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี Least Significant Difference : LSD

2.1.2 ระยะเวลาในการรับชมต่อครั้งมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ซึ่งเมื่อพบความแตกต่างของกันของค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี Least Significant Difference : LSD

2.1.3 ลักษณะในการติดตามชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ซึ่งเมื่อพบความแตกต่างของกันของค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี Least Significant Difference : LSD

2.1.4 สิ่งจูงใจในการเลือกชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ซึ่งเมื่อพบความแตกต่างของกันของค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี Least Significant Difference : LSD

2.2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีวีของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการได้รับประโยชน์จากการชมรายการทีวี

เนื่องจากพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีวี ที่นำมาทดสอบสมมติฐานประกอบด้วย ความถี่ในการรับชม ลักษณะในการรับชมต่อครั้ง ลักษณะในการติดตามชม และสิ่งจูงใจในการเลือกชม สมมติฐานข้อที่ 2.2 นี้ จึงประกอบด้วย สมมติฐานย่อยคือ

2.2.1 ความถี่ในการรับชมมีความสัมพันธ์กับการได้รับประโยชน์จากการชมรายการทีวี

ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ซึ่งเมื่อพบความแตกต่างของกันของค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี Least Significant Difference : LSD

2.2.2 ระยะเวลาในการรับชมต่อครั้งมีความสัมพันธ์กับการได้รับประโยชน์จากการชมรายการทีวี

ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ซึ่งเมื่อพบความแตกต่างของกันของค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี Least Significant Difference : LSD

2.2.3 ลักษณะในการติดตามชมมีความสัมพันธ์กับการได้รับประโยชน์จากการชมรายการทีวี

ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ซึ่งเมื่อพบความแตกต่างของกันของค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี Least Significant Difference : LSD

2.2.4 สิ่งจูงใจในการเลือกชมมีความสัมพันธ์กับการได้รับประโยชน์จากการชมรายการทีวี

ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ซึ่งเมื่อพบความแตกต่างของกันของค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี Least Significant Difference : LSD

การนำเสนอข้อมูล

1. การนำเสนอข้อมูล ด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) โดยแยกแยะให้เห็นปัจจัยต่าง ๆ ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการควิซโชว์ และความคิดเห็น ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ของผู้รับสารที่มีต่อรายการควิซโชว์ และนำเอาทฤษฎีและแนวคิด มาเชื่อมโยงกับผลการศึกษาที่ได้จากการสำรวจ เพื่อสร้างความกระจ่างให้แก่ปัญหาในการวิจัย โดยอาจจะไม่จำเป็นต้องยึดหลักการเขียนรายงานที่ถูกต้องเสมอไป แต่จะใช้วิธีการเขียนตามลำดับที่จะสามารถถ่ายทอดข้อมูลจากการศึกษา เพื่อสร้างความเข้าใจให้แก่ผู้อ่านมากที่สุด เป็นต้น
2. นำเสนอข้อมูลในรูปแบบของตารางบันทึกข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์สถิติ ประกอบ ความเรียง

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับของผู้ชมรายการควิซโชว์ เป็น การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey) แบบวัดผลครั้ง เดียว (One-shot Cast Study) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ในการวิเคราะห์ ข้อมูลผู้วิจัยทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS จากนั้นทำการสรุปผลการวิจัย นำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบของตารางและการบรรยายประกอบ โดยเรียงลำดับผลการวิจัยดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการควิซโชว์

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจจากการชมรายการควิซโชว์

ส่วนที่ 4 การใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมุติฐาน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง แสดงดังตารางที่ 1 – 5

เพศ

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	204	50.6
หญิง	199	49.4
รวม	403	100.0

จากตารางที่ 1 แสดงถึงผู้ชมรายการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 403 คน จำแนกตามเพศ พบว่า เป็นชายมากกว่าเพศหญิง โดยร้อยละ 50.6 เป็นชาย และอีกร้อยละ 49.4 เป็นหญิง

อายุ

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 21 ปี	44	10.9
21-30 ปี	89	22.1
31-40 ปี	76	18.9
41-50 ปี	81	20.1
51-60 ปี	113	28.0
รวม	403	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงถึงผู้ชมรายการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 403 คน จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 51-60 ปี มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 28.0 รองลงมาคือมีอายุ 21-30 ปี ร้อย

ละ 22.1 มีอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 20.1 มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 18.9 และมีอายุต่ำกว่า 21 ปี ร้อยละ 10.9 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	51	12.6
มัธยมศึกษาตอนต้น/ปลาย	120	29.8
ปวช./ปวส.	83	20.6
ปริญญาตรี	139	34.5
สูงกว่าปริญญาตรี	10	2.5
รวม	403	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงถึงผู้ชมรายการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 403 คน จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 34.5 รองลงมาคือ มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น/ปลาย ร้อยละ 29.8 มีการศึกษาในระดับปวช./ปวส. ร้อยละ 20.6 มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา ร้อยละ 12.6 และอีกร้อยละ 2.5 มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	84	20.8
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	39	9.7
แม่บ้าน	27	6.7
พนักงานบริษัทเอกชน	161	40.0
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	69	17.1
อื่นๆ (รับจ้าง)	23	5.7
รวม	403	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงถึงผู้ชมรายการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 403 คน จำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่พนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ เป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 20.8 ประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 17.1 เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 9.7 เป็นแม่บ้าน ร้อยละ 6.7 และประกอบอาชีพอื่นๆ (รับจ้าง) ร้อยละ 5.7 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	68	16.9
5,000-10,000 บาท	151	37.5
10,001-20,000 บาท	113	28.0
20,001-30,000 บาท	34	8.4
30,001 บาท ขึ้นไป	37	9.2
รวม	403	100.0

จากตารางที่ 5 แสดงถึงผู้ชมรายการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 403 คน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 28.0 ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 16.9 30,001 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 9.2 และ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 8.4 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีวี

พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีวี ประกอบด้วย รายการทีวีที่ชมมากที่สุด ความถี่ในการรับชม ลักษณะในการรับชมต่อครั้ง ลักษณะในการติดตามชม สาเหตุของการรับชม สิ่งจูงใจในการเลือกชม ความคิดที่จะสมัครเข้าร่วมการแข่งขัน เหตุผลที่ต้องการเข้าร่วมการแข่งขัน และเหตุผลที่ไม่ต้องการเข้าร่วมการแข่งขัน แสดงดังตารางที่ 6 – 14

รายการทีวีที่ชมมากที่สุด

ตารางที่ 6 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และอันดับที่ของรายการทีวีที่ชมมากที่สุด

รายการ	ชมมากเป็น				รวม	\bar{X}	อันดับ ที่
	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	ไม่เลือก			
	(3 คะแนน)	(2 คะแนน)	(1 คะแนน)	(0 คะแนน)			
1. เกมเศรษฐี	209(51.8)	105(26.1)	79(19.6)	10(2.5)	403(100.0)	2.27	1
2. แฟนพันธุ์ แท้	128(31.8)	198(49.1)	63(15.6)	14(3.5)	403(100.0)	2.09	2
3. เกม 4 ต่อ 4 แฟมิลีเกม	66(16.4)	79(19.6)	238(59.0)	20(5.0)	403(100.0)	1.47	3

จากตารางที่ 6 แสดงพฤติกรรมของผู้ชมรายการทีวีในเรื่อง รายการทีวีที่ชมมากที่สุด พบว่า รายการเกมเศรษฐี เป็นรายการที่ผู้ชมชมมากเป็นอันดับ 1 ($\bar{X} = 2.27$) รองลงมาในอันดับ 2 คือ แฟนพันธุ์แท้ ($\bar{X} = 2.09$) และ อันดับ 3 คือ เกม 4 ต่อ 4 แฟมิลีเกม ($\bar{X} = 1.47$)

ความถี่ในการรับชม

ตารางที่ ๕ จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการรับชม

ความถี่ในการรับชม	จำนวน	ร้อยละ
1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	151	37.5
น้อยกว่า 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	136	33.7
ไม่แน่นอน	91	22.6
3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	25	6.2
รวม	403	100.0

จากตารางที่ ๕ แสดงพฤติกรรมของผู้ชมรายการควิซโชว์ในเรื่อง ความถี่ในการรับชม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 37.5 รองลงมาคือน้อยกว่า 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 33.7 มีความถี่ในการชมไม่แน่นอน ร้อยละ 22.6 และ มีความถี่ในการชม 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 6.2 ตามลำดับ

ลักษณะในการติดตามชม

ตารางที่ 8 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะในการติดตามชม

ลักษณะในการติดตามชม	จำนวน	ร้อยละ
ชมบ้างถ้าเปิดพบและดูน่าสนใจ	193	47.9
ชมถ้ารายการควิซโชว์อยู่ต้นระหว่างรายการที่กำลังรอรับชมในขณะนั้น	86	21.3
พยายามที่จะติดตามชมแต่ไม่สามารถทราบเวลาออกอากาศที่แน่นอน	45	11.2
ติดตามชมถ้าได้เห็น โปร โมทรายการ (ประชาสัมพันธ์) ว่าเป็นเรื่องที่น่าสนใจ	44	10.9
เลือกรับชมรายการใดรายการหนึ่งเป็นประจำ	30	7.4
เลือกรับชมรายการ สองรายการ	5	1.2
รวม	403	100.0

จากตารางที่ 8 แสดงพฤติกรรมของผู้ชมรายการควิซโชว์ในเรื่อง ลักษณะในการติดตามชม พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 47.9 มีลักษณะในการติดตามชมคือ ชมบ้างถ้าเปิดพบและดูน่าสนใจ

คือ ชมถ้ารายการควิซโชว์อยู่คั่นระหว่างรายการที่กำลังรอรับชมในขณะนั้น ร้อยละ 21.3 และพยายามที่จะติดตามชมแต่ไม่สามารถทราบเวลาออกอากาศที่แน่นอน ร้อยละ 11.2 ตามลำดับ

ลักษณะในการรับชมต่อครั้ง

ตารางที่ 9 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะในการรับชมต่อครั้ง

ลักษณะในการรับชมต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ดูจบบ้างไม่จบบ้าง	192	47.6
ดูไม่จบรายการ	74	18.4
ไม่แน่นอน	69	17.1
ดูจนจบรายการ	68	16.9
รวม	403	100.0

จากตารางที่ 9 แสดงพฤติกรรมของผู้ชมรายการควิซโชว์ในเรื่อง ลักษณะในการรับชมต่อครั้ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ดูจบบ้างไม่จบบ้าง มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 47.6 รองลงมาคือ ดูไม่จบรายการ ร้อยละ 18.4 และไม่แน่นอน ร้อยละ 17.1 ตามลำดับ แต่ก็มีถึงร้อยละ 16.9 ที่ดูจนจบรายการ

สาเหตุของการรับชม

ตารางที่ 10 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และอันดับที่ของสาเหตุของการรับชม

สาเหตุของการรับชม	ลำดับเป็นอันดับที่											X̄	อันดับ ที่	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11			ไม่เลือก
รายการทีวีให้ความรู้ หรือได้ประโยชน์จากรายการ	130 (32.3)	38 (9.4)	34 (8.4)	4 (1.0)	4 (1.0)	-	2 (0.5)	-	1 (0.2)	-	-	190 (47.1)	5.43	1
เพื่อน, ครอบครัวที่บ้านมีรับชม	103 (25.6)	33 (8.2)	48 (11.9)	4 (1.0)	3 (0.7)	1 (0.2)	3 (0.7)	2 (0.5)	1 (0.2)	1 (0.2)	-	204 (50.6)	4.92	2
เป็นรายการที่ได้รับความคิดเห็น และมีผู้ให้ความสนใจมาก	44 (10.9)	66 (16.4)	44 (10.9)	2 (0.5)	5 (1.2)	3 (0.7)	2 (0.5)	-	2 (0.5)	-	1 (0.2)	234 (58.1)	4.03	3
รายการทีวีที่น่าสนใจอยู่ในความสนใจขณะนั้นมาเสมอ	25 (6.2)	46 (11.4)	80 (19.9)	8 (2.0)	2 (0.5)	3 (0.7)	-	-	-	1 (0.2)	-	238 (59.1)	3.85	-
ชื่นชอบในพิธีกร หรือดำเนินรายการทีวีโชว์	25 (6.2)	42 (10.4)	38 (9.4)	5 (1.2)	5 (1.2)	-	3 (0.7)	3 (0.7)	1 (0.2)	1 (0.2)	280 (69.5)	2.84	-	
ได้ดูกับผู้แข่งขัน	14 (3.5)	47 (11.7)	42 (10.4)	5 (1.2)	6 (1.5)	2 (0.5)	1 (0.2)	3 (0.7)	1 (0.2)	-	-	282 (70.0)	2.77	-
สามารถนำสิ่งที่ชมจากรายการทีวีโชว์ไปใช้ในชีวิตประจำวัน / อาชีพได้	14 (3.5)	50 (12.4)	34 (8.4)	2 (0.5)	4 (1.0)	3 (0.7)	-	1 (0.2)	1 (0.2)	1 (0.2)	-	292 (72.5)	2.56	-
ทดสอบความสามารถของตนเอง	21 (5.2)	30 (7.4)	32 (7.9)	3 (0.7)	3 (0.7)	2 (0.5)	4 (1.0)	2 (0.5)	3 (0.7)	-	-	303 (75.2)	2.27	-
เพื่อจะได้เป็นหัวข้อในการสนทนา	7 (1.7)	20 (5.0)	29 (7.2)	-	-	2 (0.5)	2 (0.5)	1 (0.2)	1 (0.2)	3 (0.7)	6 (1.5)	332 (82.4)	1.44	-
เงินรางวัลในรายการสูง	12 (3.0)	20 (5.0)	13 (3.2)	1 (0.2)	1 (0.2)	2 (0.5)	1 (0.2)	2 (0.5)	3 (0.7)	3 (0.7)	2 (0.5)	343 (85.1)	1.26	-
ศึกษาเพื่อจะมีโอกาสได้เข้าร่วมแข่งขันตอบปัญหาชิงรางวัลในรายการ	9 (2.2)	9 (2.2)	7 (1.7)	3 (0.7)	2 (0.5)	-	-	2 (0.5)	1 (0.2)	6 (1.5)	6 (1.5)	358 (88.8)	0.79	-

จากตารางที่ 10 แสดงพฤติกรรมของผู้ชมรายการควิซโชว์ในเรื่อง สาเหตุของการรับชม พบว่า รายการควิซโชว์ให้ความรู้ หรือได้ประโยชน์จากรายการ เป็นสาเหตุหลักในการรับชม ($\bar{X} = 5.43$) รองลงมาในอันดับ 2 คือ เพื่อน , ครอบครัวที่บ้านเปิดรับชม ($\bar{X} = 4.92$) และ อันดับ 3 คือ เป็นรายการที่ได้รับความนิยม และมีผู้ให้ความสนใจมาก ($\bar{X} = 4.03$)

สิ่งจูงใจในการเลือกชม

ตารางที่ 11 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสิ่งจูงใจในการเลือกชม

สิ่งจูงใจในการเลือกชม	จำนวน	ร้อยละ
ความน่าเชื่อถือต่อรายการนั้นๆ	130	32.2
ไต่เต้า น่าสนใจ	116	28.8
ความน่าเชื่อถือของเนื้อหารายการ	110	27.3
ความเชื่อถือต่อพิธีกร	27	6.7
ความน่าเชื่อถือต่อบริษัทผู้ผลิต	20	5.0
รวม	403	100.0

จากตารางที่ 11 แสดงพฤติกรรมของผู้ชมรายการควิซโชว์ในเรื่อง สิ่งจูงใจในการเลือกชม พบว่า ความน่าเชื่อถือต่อรายการนั้นๆ เป็นสิ่งจูงใจในการเลือกชมมากที่สุด (ร้อยละ 32.2) รองลงมาคือ ไต่เต้า น่าสนใจ ร้อยละ 28.8 และ ความน่าเชื่อถือของเนื้อหารายการ ร้อยละ 27.3 ตามลำดับ

ความคิดที่จะสมัครเข้าร่วมการแข่งขัน

ตารางที่ 12 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดที่จะสมัครเข้าร่วมการแข่งขัน

ความคิดที่จะสมัครเข้าร่วมการแข่งขัน	จำนวน	ร้อยละ
เคยคิด	169	41.9
ไม่เคยคิด	234	58.1
รวม	403	100.0

จากตารางที่ 12 แสดงพฤติกรรมของผู้ชมรายการควิซโชว์ในเรื่อง ความคิดที่จะสมัครเข้าร่วมการแข่งขัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยคิดความคิดที่จะสมัครเข้าร่วมการแข่งขัน มีจำนวนมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เคยคิดความคิดที่จะสมัครเข้าร่วมการแข่งขัน โดยร้อยละ 58.1 ไม่เคยคิด และอีกร้อยละ 41.9 เคยคิด

เหตุผลที่ต้องการเข้าร่วมการแข่งขัน

ตารางที่ 13 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่ต้องการเข้าร่วมการแข่งขัน

เหตุผลที่ต้องการเข้าร่วมการแข่งขัน	เลือก		ไม่เลือก		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อยากได้เงินรางวัลจากทางรายการ	92	54.4	77	45.6	169	100.0
อยากทดสอบความรู้ความสามารถของตน	83	49.1	86	50.9	169	100.0
อยากออกโทรทัศน์	39	23.1	130	76.9	169	100.0

จากตารางที่ 13 แสดงพฤติกรรมของผู้ชมรายการควิซโชว์ในเรื่อง เหตุผลที่ต้องการเข้าร่วมการแข่งขัน จากกลุ่มตัวอย่างที่เคยคิดความคิดที่จะสมัครเข้าร่วมการแข่งขัน จำนวน 169 คน พบว่า ร้อยละ 54.4 อยากได้เงินรางวัลจากทางรายการ รองลงมาคือ อยากทดสอบความรู้ความสามารถของตน ร้อยละ 49.1 และ อยากออกโทรทัศน์ ร้อยละ 23.1 ตามลำดับ

เหตุผลที่ไม่ต้องการเข้าร่วมการแข่งขัน

ตารางที่ 14 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่ไม่ต้องการเข้าร่วมการแข่งขัน

เหตุผลที่ไม่ต้องการเข้าร่วมการแข่งขัน	จำนวน	ร้อยละ
ชอบเป็นผู้ชมที่ดีเท่านั้น	147	62.8
คิดว่าคำถามในรายการที่แข่งขันยากเกินความสามารถของตนเอง	38	16.2
อายุเพื่อน กลัวไปปล่อยความตลกในรายการ	32	13.7
อื่นๆ (คิดว่าตนเอง ไม่มีความสามารถพอ)	17	7.3
รวม	234	100.0

จากตารางที่ 14 แสดงพฤติกรรมของผู้ชมรายการควิชโชว์ในเรื่อง เหตุผลที่ไม่ต้องการเข้าร่วมการแข่งขัน จากกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยคิดความคิดที่จะสมัครเข้าร่วมการแข่งขัน จำนวน 234 คน พบว่า ร้อยละ 62.8 ระบุว่าชอบเป็นผู้ชมที่ดีเท่านั้น รองลงมาคือ คิดว่าคำถามในรายการที่แข่งขันยากเกินความสามารถของตนเอง ร้อยละ 16.2 อายุเพื่อน กลัวไปปล่อยความตลกในรายการ ร้อยละ 13.7 และ คิดว่าตนเอง ไม่มีความสามารถพอ ร้อยละ 7.3 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจจากการชมรายการควิชโชว์

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจจากการชมรายการควิชโชว์ ทำการนำเสนอข้อมูลเป็นค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ แสดงดังตารางที่ 15

ตารางที่ 16 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการยอมรับใช้ประโยชน์ จากการชมรายการวิทยุโทรทัศน์

การให้ประโยชน์ จากการชมรายการวิทยุโทรทัศน์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ได้รับการผ่อนคลายจากการชมรายการ	38 (9.4)	196 (48.6)	160 (39.7)	9 (2.2)	-	3.65	0.68	มาก
2. ได้รับความสนุกสนานจากการชมรายการ	32 (7.9)	204 (50.6)	156 (38.7)	11 (2.7)	-	3.64	0.67	มาก
3. ได้รับความรู้เพื่อนช่วยแก้เหงาได้	45 (11.2)	158 (39.2)	186 (46.2)	14 (3.5)	-	3.58	0.73	มาก
4. ได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์จากการชมรายการ	27 (6.7)	155 (38.5)	201 (49.9)	18 (4.5)	2 (0.5)	3.46	0.71	มาก
5. ได้ทราบถึงความคิดเห็นและความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับรายการวิทยุโทรทัศน์	40 (9.9)	133 (33.0)	206 (51.1)	22 (5.5)	2 (0.5)	3.46	0.77	มาก
6. ได้ทดสอบความรู้จากความรู้เดิมของท่าน	37 (9.2)	140 (34.7)	192 (47.6)	34 (8.4)	-	3.45	0.78	มาก
7. ได้ปลดปล่อยอารมณ์ สัมผัสปัญหาไปชั่วขณะ	23 (5.7)	157 (39.0)	198 (49.1)	24 (6.0)	1 (0.2)	3.44	0.70	มาก
8. ได้ทราบถึงสภาพปัจจุบันรอบตัว	30 (7.4)	137 (34.0)	209 (51.9)	27 (6.7)	-	3.42	0.73	มาก
9. ได้นำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์กับชีวิตประจำวันของท่าน	35 (8.7)	124 (30.8)	213 (52.9)	30 (7.4)	1 (0.2)	3.40	0.76	ปานกลาง
10. ได้ชื่นชมพิธีกร	36 (8.9)	118 (29.3)	211 (52.4)	35 (8.7)	3 (0.7)	3.37	0.79	ปานกลาง
11. ความคาดหวังที่จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการวิทยุโทรทัศน์	28 (6.9)	140 (34.7)	188 (46.7)	43 (10.7)	4 (1.0)	3.36	0.80	ปานกลาง
12. ได้นำเรื่องราวในรายการ ไปเป็นหัวข้อสนทนากับผู้อื่น	25 (6.2)	129 (32.0)	168 (41.7)	62 (15.4)	19 (4.7)	3.20	0.94	ปานกลาง
13. ได้รับความตื่นเต้นเหมือนอยู่ในเหตุการณ์	20 (5.0)	113 (28.0)	200 (49.6)	62 (15.4)	8 (2.0)	3.19	0.82	ปานกลาง
14. ได้ชื่นชมผู้แข่งขัน	22 (5.5)	92 (22.8)	234 (58.1)	52 (12.9)	3 (0.7)	3.19	0.75	ปานกลาง
15. ได้เชียร์เพื่อน	25 (6.2)	64 (15.9)	115 (28.5)	103 (25.6)	96 (23.8)	2.55	1.19	น้อย
โดยรวม								
						3.36	0.53	ปานกลาง

จากตารางที่ 15 พบว่า โดยรวมแล้วผู้ชมที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.45 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจต่อความเพลิดเพลิน ความบันเทิงสนุกสนานในรายการ ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.67 รองลงมาคือ พึงพอใจต่อคำถามในรายการ ($\bar{X} = 3.63$) และ พึงพอใจต่อการฝึกด้านความคิด และเชาวน์ปัญญา ($\bar{X} = 3.59$) ตามลำดับ สำหรับเรื่องเวลาที่ออกอากาศ พบว่าเป็นเรื่องที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจในระดับปานกลางด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ 3.19

ส่วนที่ 4 การใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์ ทำการนำเสนอข้อมูลเป็นค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการใช้ประโยชน์ แสดงดังตารางที่

ตารางที่ 16 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการให้ประเมินมาตรฐาน และระดับการให้ประเมิน โยชน์ จากการชมรายการทีวี

การให้ประเมิน จากการชมรายการทีวี	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ได้รับการผ่อนคลายจากการชมรายการ	38 (9.4)	196 (48.6)	160 (39.7)	9 (2.2)	-	3.65	0.68	มาก
2. ได้รับความสนุกสนานจากการชมรายการ	32 (7.9)	204 (50.6)	156 (38.7)	11 (2.7)	-	3.64	0.67	มาก
3. ได้รับความรู้เพื่อนช่วยแก้เหงาได้	45 (11.2)	158 (39.2)	186 (46.2)	14 (3.5)	-	3.58	0.73	มาก
4. ได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์จากการชมรายการ	27 (6.7)	155 (38.5)	201 (49.9)	18 (4.5)	2 (0.5)	3.46	0.71	มาก
5. ได้ทราบถึงความคิดสร้างสรรค์และความสนุกสนานในการหาคำตอบของผู้เข้าแข่งขัน	40 (9.9)	133 (33.0)	206 (51.1)	22 (5.5)	2 (0.5)	3.46	0.77	มาก
6. ได้ทดสอบความรู้จากความรู้เดิมของท่าน	37 (9.2)	140 (34.7)	192 (47.6)	34 (8.4)	-	3.45	0.78	มาก
7. ได้ปลดปล่อยอารมณ์ ลืมปัญหาไปชั่วขณะ	23 (5.7)	157 (39.0)	198 (49.1)	24 (6.0)	1 (0.2)	3.44	0.70	มาก
8. ได้ทราบถึงสภาพปัจจุบันรอบตัว	30 (7.4)	137 (34.0)	209 (51.9)	27 (6.7)	-	3.42	0.73	มาก
9. ได้นำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์กับชีวิตประจำวันของท่าน	35 (8.7)	124 (30.8)	213 (52.9)	30 (7.4)	1 (0.2)	3.40	0.76	ปานกลาง
10. ได้ชื่นชมพิธีกร	36 (8.9)	118 (29.3)	211 (52.4)	35 (8.7)	3 (0.7)	3.37	0.79	ปานกลาง
11. ความคาดหวังที่จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวี	28 (6.9)	140 (34.7)	188 (46.7)	43 (10.7)	4 (1.0)	3.36	0.80	ปานกลาง
12. ได้นำเรื่องราวในรายการไปเป็นหัวข้อสนทนากับผู้อื่น	25 (6.2)	129 (32.0)	168 (41.7)	62 (15.4)	19 (4.7)	3.20	0.94	ปานกลาง
13. ได้รับความตื่นเต้นเหมือนอยู่ในเหตุการณ์	20 (5.0)	113 (28.0)	200 (49.6)	62 (15.4)	8 (2.0)	3.19	0.82	ปานกลาง
14. ได้ชื่นชมผู้แข่งขัน	22 (5.5)	92 (22.8)	234 (58.1)	52 (12.9)	3 (0.7)	3.19	0.75	ปานกลาง
15. ได้เชียร์เพื่อน	25 (6.2)	64 (15.9)	115 (28.5)	103 (25.6)	96 (23.8)	2.55	1.19	น้อย
โดยรวม								
						3.36	0.53	ปานกลาง

จากตารางที่ 16 พบว่า โดยรวมแล้วผู้ชมที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์ จากการชมรายการควิซโชว์ในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.36 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับการผ่อนคลายจากการชมรายการ ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.65 รองลงมา คือ ได้รับความสนุกสนานจากการชมรายการ ($\bar{X} = 3.64$) และ ได้รายการเป็นเพื่อนช่วยแก้เหงาได้ ($\bar{X} = 3.58$) ตามลำดับ สำหรับเรื่องการได้เชียร์เพื่อน พบว่าเป็นเรื่องที่กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์ในระดับน้อยด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ 2.55

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้มี 2 ข้อด้วยกันคือ

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์
2. พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการควิซโชว์ของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์

1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

เนื่องจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน สมมติฐานข้อที่ 1.1 นี้ จึงประกอบด้วย สมมติฐานย่อยคือ

- 1.1.1 เพศของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์
- 1.1.2 อายุของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์
- 1.1.3 ระดับการศึกษาของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์
- 1.1.4 อาชีพของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์
- 1.1.5 รายได้ต่อเดือนของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.1.1 เพศของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการคิซโซว์

H_0 : เพศของผู้ชม ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการคิซโซว์

H_1 : เพศของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการคิซโซว์

ตารางที่ 17 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในการชมรายการคิซโซว์

เพศ	n	\bar{X}	S.D.	t	Sig.
ชาย	204	3.34	0.43	-4.63	0.000*
หญิง	199	3.56	0.51		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 17 พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลักและยอมรับสมมติฐานรอง คือ เพศของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการคิซโซว์ โดยผู้ชมเพศหญิงจะมีความพึงพอใจในการชมรายการคิซโซว์มากกว่าผู้ชมเพศชาย

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.1.2 อายุของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการคิซโซว์

H_0 : อายุของผู้ชม ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการคิซโซว์

H_1 : อายุของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการคิซโซว์

ตารางที่ 18 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจในการชมรายการคิซโซว์

อายุ	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
ต่ำกว่า 21 ปี	44	3.58	0.41	1.16	0.326
21-30 ปี	89	3.45	0.44		
31-40 ปี	76	3.45	0.43		
41-50 ปี	81	3.46	0.41		
51-60 ปี	113	3.39	0.61		

จากตารางที่ 18 พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.326 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก คือ อายุของผู้ชมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.1.3 ระดับการศึกษาของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

H_0 : ระดับการศึกษาของผู้ชมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

H_1 : ระดับการศึกษาของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

ตารางที่ 19 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

ระดับการศึกษา	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
ประถมศึกษา	51	3.62	0.52	2.18	0.070
มัธยมศึกษาตอนต้น/ปลาย	120	3.41	0.41		
ปวช./ปวส.	83	3.48	0.56		
ปริญญาตรี	139	3.40	0.47		
สูงกว่าปริญญาตรี	10	3.46	0.44		

จากตารางที่ 19 พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.070 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก คือ ระดับการศึกษาของผู้ชมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.1.4 อาชีพของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

H_0 : อาชีพของผู้ชมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

H_1 : อาชีพของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

ตารางที่ 20 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

อาชีพ	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
นักเรียน/นักศึกษา	84	3.55	0.47	8.04	0.000*
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	39	3.43	0.51		
แม่บ้าน	27	3.76	0.53		
พนักงานบริษัทเอกชน	161	3.47	0.45		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	69	3.18	0.40		
อื่นๆ (รับจ้าง)	23	3.41	0.53		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 20 พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลักและยอมรับสมมติฐานรอง คือ อาชีพของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์ เมื่อพบว่ามีสัมพันธ์กันผู้วิจัยจึงทำการทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธี LSD ผลการทดสอบแสดงดังตารางที่ 21

ตารางที่ 21 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ
		3.55	3.43	3.76	3.47	3.18	3.41
นักเรียน/นักศึกษา	3.55	-	0.12	0.20*	0.08	0.37*	0.14
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.43	-	-	0.33*	0.05	0.25*	0.01
แม่บ้าน	3.76	-	-	-	0.28*	0.58*	0.34*
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.47	-	-	-	-	0.29*	0.06
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	3.18	-	-	-	-	-	0.23*
อื่นๆ (รับจ้าง)	3.41	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 21 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจในการชมรายการทีวีโฮว์ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD ได้ผลการทดสอบดังนี้

ผู้ชมที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา จะมีความพึงพอใจในการชมรายการทีวีโฮว์น้อยกว่าผู้ชมที่เป็นแม่บ้าน และผู้ชมที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว

ผู้ชมที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจจะมีความพึงพอใจในการชมรายการทีวีโฮว์น้อยกว่าผู้ชมที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว แต่มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ชมที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว

ผู้ชมที่เป็นแม่บ้านจะมีความพึงพอใจในการชมรายการทีวีโฮว์มากกว่าผู้ชมที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวและผู้ประกอบอาชีพอื่น ๆ

ผู้ชมที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนจะมีความพึงพอใจในการชมรายการทีวีโฮว์มากกว่าผู้ชมที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว

ผู้ชมที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวจะมีความพึงพอใจในการชมรายการทีวีโฮว์น้อยกว่าผู้ชมที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ และสำหรับคู่อื่นๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.1.5 รายได้ต่อเดือนของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการทีวีโฮว์

H_0 : รายได้ต่อเดือนของผู้ชมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการทีวีโฮว์

H_1 : รายได้ต่อเดือนของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการทีวีโฮว์

ตารางที่ 22 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความพึงพอใจในการชมรายการทีวีโฮว์

รายได้ต่อเดือน	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
ต่ำกว่า 5,000 บาท	68	3.64	0.51	6.06	0.000*
5,000-10,000 บาท	151	3.49	0.47		
10,001-20,000 บาท	113	3.40	0.49		
20,001-30,000 บาท	34	3.31	0.42		
30,001 บาท ขึ้นไป	37	3.23	0.35		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 22 พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลักและยอมรับสมมติฐานรอง คือ รายได้ต่อเดือนของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์ เมื่อพบว่ามีสัมพันธ์กันผู้วิจัยจึงทำการทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธี LSD ผลการทดสอบแสดงดังตารางที่ 23

ตารางที่ 23 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD

รายได้ (บาท)	\bar{X}	ต่ำกว่า	5,000-	10,001-	20,001-	30,001
		5,000	10,000	20,000	30,000	ขึ้นไป
		3.64	3.49	3.40	3.31	3.23
ต่ำกว่า 5,000	3.64	-	0.15*	0.25*	0.33*	0.41*
5,000-10,000	3.49	-	-	0.09	0.17	0.26*
10,001-20,000	3.40	-	-	-	0.09	0.17
20,001-30,000	3.31	-	-	-	-	0.09
30,001 ขึ้นไป	3.23	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 23 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD ได้ผลการทดสอบดังนี้

ผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท จะมีความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์มากกว่าผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ 30,001 ขึ้นไป

ผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท จะมีความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์มากกว่าผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 ขึ้นไป

สำหรับคู่อื่นๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน

1.2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมที่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์

เนื่องจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน สมมติฐานข้อที่ 1.2 นี้ จึงประกอบด้วย สมมติฐานย่อยคือ

- 1.2.1. เพศของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์
- 1.2.2. อายุของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์
- 1.2.3. ระดับการศึกษาของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์
- 1.2.4. อาชีพของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์
- 1.2.5. รายได้ต่อเดือนของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.2.1 เพศของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์

H_0 : เพศของผู้ชมไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์

H_1 : เพศของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์

ตารางที่ 24 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์

เพศ	n	\bar{X}	S.D.	t	Sig.
ชาย	204	3.24	0.45	-4.67	0.000*
หญิง	199	3.48	0.57		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 24 พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลักและยอมรับสมมติฐานรอง คือ เพศของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์ โดยผู้ชมเพศหญิงจะมีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์มากกว่าผู้ชมเพศชาย

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.2.2 อายุของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์

H_0 : อายุของผู้ชมไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์

H_1 : อายุของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์

ตารางที่ 25 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์

อายุ	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
ต่ำกว่า 21 ปี	44	3.55	0.49	3.68	0.006*
21-30 ปี	89	3.45	0.42		
31-40 ปี	76	3.22	0.51		
41-50 ปี	81	3.30	0.49		
51-60 ปี	113	3.34	0.62		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 25 พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลักและยอมรับสมมติฐานรอง คือ อายุของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์ เมื่อพบว่ามีความสัมพันธ์กันผู้วิจัยจึงทำการทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธี LSD ผลการทดสอบแสดงดังตารางที่ 26

ตารางที่ 26 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD

อายุ (ปี)	\bar{X}	ต่ำกว่า 21	21-30	31-40	41-50	51-60
		3.55	3.45	3.22	3.30	3.34
ต่ำกว่า 21	3.55	-	0.10	0.32*	0.25*	0.20*
21-30	3.45	-	-	0.23*	0.15	0.11
31-40	3.22	-	-	-	0.08	0.12
41-50	3.30	-	-	-	-	0.04
51-60	3.34	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 26 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD ได้ผลการทดสอบดังนี้

ผู้ชมที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปี จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์มากกว่าผู้ชมที่มีอายุ 31-40 ปี 41-50 ปี และ 51-60 ปี

ผู้ชมที่มีอายุ 21-30 ปี จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์มากกว่าผู้ชมที่มีอายุ 31-40 ปี

สำหรับคู่อื่นๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.2.3 ระดับการศึกษาของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์

H_0 : ระดับการศึกษาของผู้ชมไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์

H_1 : ระดับการศึกษาของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์

ตารางที่ 27 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์

ระดับการศึกษา	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
ประถมศึกษา	51	3.56	0.60	2.65	0.033*
มัธยมศึกษาตอนต้น/ปลาย	120	3.35	0.48		
ปวช./ปวส.	83	3.38	0.60		
ปริญญาตรี	139	3.29	0.47		
สูงกว่าปริญญาตรี	10	3.25	0.51		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 27 พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.033 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลักและยอมรับสมมติฐานรอง คือ ระดับการศึกษาของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์ เมื่อพบว่ามีสัมพันธ์กันผู้วิจัยจึงทำการทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธี LSD ผลการทดสอบแสดงดังตารางที่ 28

ตารางที่ 28 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ประถมศึ	ม.ต้น/ ม.ปลาย	ปวช./ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
		ษา				
		3.56	3.35	3.38	3.29	3.25
ประถมศึกษา	3.56	-	0.21*	0.17	0.27*	0.30
ม.ต้น/ม.ปลาย	3.35	-	-	0.03	0.06	0.10
ปวช./ปวส.	3.38	-	-	-	0.10	0.13
ปริญญาตรี	3.29	-	-	-	-	0.03
สูงกว่าปริญญาตรี	3.25	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 28 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD ได้ผลการทดสอบดังนี้
ผู้ชมที่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์มากกว่าผู้ชมที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย และปริญญาตรี สำหรับคู่อื่นๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1.2.4 อาชีพของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์

H_0 : อาชีพของผู้ชมไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์

H_1 : อาชีพของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์

ตารางที่ 29 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิช
โชว์

อาชีพ	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
นักเรียน/นักศึกษา	84	3.55	0.49	9.05	0.000*
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	39	3.33	0.46		
แม่บ้าน	27	3.70	0.64		
พนักงานบริษัทเอกชน	161	3.32	0.51		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	69	3.09	0.45		
อื่นๆ (รับจ้าง)	23	3.37	0.49		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 29 พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลักและยอมรับสมมติฐานรอง คือ อาชีพของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์ เมื่อพบว่ามีสัมพันธ์กันผู้วิจัยจึงทำการทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธี LSD ผลการทดสอบแสดงดังตารางที่ 30

ตารางที่ 30 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิช
โชว์ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	แม่บ้าน	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ
		3.55	3.33	3.70	3.32	3.09	3.37
นักเรียน/นักศึกษา	3.55	-	0.22*	0.15	0.23*	0.46*	0.18
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.33	-	-	0.37	0.01	0.24*	0.04
แม่บ้าน	3.70	-	-	*	0.38*	0.61*	0.33*
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.32	-	-	-	-	0.23*	0.05
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.09	-	-	-	-	-	0.28*
อื่นๆ (รับจ้าง)	3.37	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 30 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD ได้ผลการทดสอบดังนี้

ผู้ชมที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์มากกว่าผู้ชมที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้ชมที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และผู้ชมที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว

ผู้ชมที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์น้อยกว่าผู้ชมที่เป็นแม่บ้าน แต่มากกว่าผู้ชมที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว

ผู้ชมที่เป็นแม่บ้าน จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์มากกว่าผู้ชมที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ผู้ชมที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว และผู้ชมที่ประกอบอาชีพอื่นๆ

ผู้ชมที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์มากกว่าผู้ชมที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว

ผู้ชมที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวจะใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์มากกว่าผู้ชมที่ประกอบอาชีพอื่นๆ

สำหรับคู่อื่นๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1.2.5 รายได้ต่อเดือนของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์

H_0 : รายได้ต่อเดือนของผู้ชมไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์

H_1 : รายได้ต่อเดือนของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์

ตารางที่ 31 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์

รายได้ต่อเดือน	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
ต่ำกว่า 5,000 บาท	68	3.65	0.56	12.29	0.000*
5,000-10,000 บาท	151	3.39	0.50		
10,001-20,000 บาท	113	3.31	0.52		
20,001-30,000 บาท	34	3.17	0.41		
30,001 บาท ขึ้นไป	37	3.00	0.31		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 31 พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลักและยอมรับสมมติฐานรอง คือ รายได้ต่อเดือนของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์ เมื่อพบว่ามีสัมพันธ์กันผู้วิจัยจึงทำการทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธี LSD ผลการทดสอบแสดงดังตารางที่ 32

ตารางที่ 32 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD

รายได้ (บาท)	\bar{X}	ต่ำกว่า 5,000	5,000-10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,001 ขึ้นไป
		3.65	3.39	3.31	3.17	3.00
ต่ำกว่า 5,000	3.65	-	0.25*	0.34*	0.48*	0.65*
5,000-10,000	3.39	-	-	0.08	0.23*	0.40*
10,001-20,000	3.31	-	-	-	0.14	0.31*
20,001-30,000	3.17	-	-	-	-	0.17
30,001 ขึ้นไป	3.00	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 32 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD ได้ผลการทดสอบดังนี้

ผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์ มากกว่าผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ 30,001 ขึ้นไป

ผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์ มากกว่าผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และ 30,001 ขึ้นไป

ผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์มากกว่าผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 ขึ้นไป

สำหรับคู่อื่นๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการควิชโชว์ของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์

2.1 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการควิชโชว์ของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิชโชว์

เนื่องจากพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการควิชโชว์ ที่นำมาทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วย ความถี่ในการรับชม ลักษณะในการรับชมต่อครั้ง ลักษณะในการติดตามชม และ สิ่งจูงใจในการเลือกชม สมมติฐานข้อที่ 2.1 นี้ จึงประกอบด้วย สมมติฐานย่อยคือ

2.1.1 ความถี่ในการรับชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิชโชว์

2.1.2 ลักษณะในการรับชมต่อครั้งมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิชโชว์

2.1.3 ลักษณะในการติดตามชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิชโชว์

2.1.4 สิ่งจูงใจในการเลือกชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิชโชว์

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.1.1 ความถี่ในการรับชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิชโชว์

H_0 : ความถี่ในการรับชมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิชโชว์

H_1 : ความถี่ในการรับชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิชโชว์

ตารางที่ 33 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการรับชมกับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

ความถี่ในการรับชม	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	25	3.68	0.55	2.21	0.086
1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	151	3.42	0.47		
น้อยกว่า 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	136	3.45	0.48		
ไม่แน่นอน	91	3.43	0.48		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 33 พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.086 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก คือ ความถี่ในการรับชมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.1.2 ลักษณะในการรับชมต่อครั้งมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

H_0 : ลักษณะในการรับชมต่อครั้งไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการ ควิซโชว์

H_1 : ลักษณะในการรับชมต่อครั้งมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการ ควิซโชว์

ตารางที่ 34 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะในการรับชมต่อครั้งกับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

ลักษณะในการรับชมต่อครั้ง	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
ดูจนจบรายการ	68	3.48	0.47	0.37	0.773
ดูไม่จบรายการ	74	3.49	0.55		
ดูจบบ้างไม่จบบ้าง	192	3.43	0.45		
ไม่แน่นอน	69	3.45	0.51		

จากตารางที่ 34 พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.773 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก คือ ลักษณะในการรับชมต่อครั้งไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.1.3 ลักษณะในการติดตามชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

H0 : ลักษณะในการติดตามชมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการ ควิซโชว์

H1 : ลักษณะในการติดตามชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

ตารางที่ 35 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะในการติดตามชมกับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

ลักษณะในการติดตามชม	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
1. ชมบ้างถ้าเปิดพบและดูน่าสนใจ	193	3.44	0.52	0.96	0.441
2. ชมถ้ารายการควิซโชว์อยู่คั่นระหว่างรายการที่กำลังรอรับชมในขณะนั้น	86	3.52	0.46		
3. พยายามที่จะติดตามชมแต่ไม่สามารถทราบเวลาออกอากาศที่แน่นอน	45	3.47	0.47		
4. ติดตามชมถ้าได้เห็นโปรโมทรายการ (ประชาชนสัมพันธ์) ว่าเป็นเรื่องที่น่าสนใจ	44	3.35	0.45		
5. เลือกรับชมรายการใดรายการหนึ่งเป็นประจำ	30	3.41	0.37		
6. เลือกรับชมรายการ สองรายการ	5	3.61	0.37		

จากตารางที่ 35 พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.441 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก คือ ลักษณะในการติดตามชมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.1.4 สิ่งจูงใจในการเลือกชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

H_0 : สิ่งจูงใจในการเลือกชมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการทีวีโชว์

H_1 : สิ่งจูงใจในการเลือกชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการทีวีโชว์

ตารางที่ 36 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งจูงใจในการเลือกชมกับความพึงพอใจในการชมรายการทีวีโชว์

สิ่งจูงใจในการเลือกชม	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
ไต่เตล นำสนใจ	116	3.48	0.50	1.45	0.215
ความน่าเชื่อถือต่อรายการนั้นๆ	130	3.37	0.44		
ความน่าเชื่อถือของเนื้อหารายการ	110	3.50	0.52		
ความน่าเชื่อถือต่อบริษัทผู้ผลิต	20	3.49	0.40		
ความเชื่อถือต่อพิธีกร	27	3.48	0.50		

จากตารางที่ 36 พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.215 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก คือ สิ่งจูงใจในการเลือกชมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการทีวีโชว์

2.2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีวีโชว์ของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวีโชว์

เนื่องจากพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีวีโชว์ ที่นำมาทดสอบสมมติฐานประกอบด้วย ความถี่ในการรับชม ลักษณะในการรับชมต่อครั้ง ลักษณะในการติดตามชม และสิ่งจูงใจในการเลือกชม สมมติฐานข้อที่ 2.2 นี้ จึงประกอบด้วย สมมติฐานย่อยคือ

2.2.1 ความถี่ในการรับชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวีโชว์

2.2.2 ลักษณะในการรับชมต่อครั้งมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวีโชว์

2.2.3 ลักษณะในการติดตามชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวีโชว์

2.2.4 สิ่งจูงใจในการเลือกชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวีโชว์

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.2.1 ความถี่ในการรับชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวีโชว์

H_0 : ความถี่ในการรับชมไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวีโชว์

H_1 : ความถี่ในการรับชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวีโชว์

ตารางที่ 37 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการรับชมกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวีโชว์

ความถี่ในการรับชม	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	25	3.65	0.56	3.13	0.026*
1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	151	3.30	0.52		
น้อยกว่า 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	136	3.36	0.52		
ไม่แน่นอน	91	3.37	0.52		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 37 พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.026 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลักและยอมรับสมมติฐานรอง คือ ความถี่ในการรับชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวีโชว์ เมื่อพบว่ามีสัมพันธ์กันผู้วิจัยจึงทำการทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธี LSD ผลการทดสอบแสดงดังตารางที่ 38

ตารางที่ 38 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการรับชมกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวีโชว์ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD

ความถี่ในการรับชม (ครั้งต่อสัปดาห์)	\bar{X}	3 - 4	1 - 2	น้อยกว่า 1 - 2	ไม่แน่นอน
		3.65	3.30	3.36	3.37
3 - 4	3.65	-	0.34*	0.29*	0.27*
1 - 2	3.30	-	-	0.05	0.07
น้อยกว่า 1 - 2	3.36	-	-	-	0.02
ไม่แน่นอน	3.37	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 38 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการรับชมกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวีได้ผลการทดสอบดังนี้

ผู้ชมที่ความถี่ในการรับชม 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวีมากกว่าผู้ชมที่ความถี่ในการรับชม 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ น้อยกว่า 2 ครั้งต่อสัปดาห์ และชมไม่แน่นอน

สำหรับคู่อื่นๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.2.2 ลักษณะในการรับชมต่อครั้งมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวี

H_0 : ลักษณะในการรับชมต่อครั้งไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวี

H_1 : ลักษณะในการรับชมต่อครั้งมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวี

ตารางที่ 39 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะในการรับชมต่อครั้งกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวี

ลักษณะในการรับชมต่อครั้ง	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
ดูจนจบรายการ	68	3.41	0.53	0.88	0.451
ดูไม่จบรายการ	74	3.39	0.57		
ดูจบบ้างไม่จบบ้าง	192	3.31	0.50		
ไม่แน่นอน	69	3.40	0.55		

จากตารางที่ 39 พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.451 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ (0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก คือ ลักษณะในการรับชมต่อครั้งไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวี

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.2.3 ลักษณะในการติดตามชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวี

H_0 : ลักษณะในการติดตามชมไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวี

H_1 : ลักษณะในการติดตามชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการค
วิซโซว์

ตารางที่ 40 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะในการรับชมต่อครั้งกับการใช้ประโยชน์จาก
การชมรายการควิซโซว์

ลักษณะในการติดตามชม	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
1. ชมบ้างถ้าเปิดพบและน่าสนใจ	193	3.33	0.57	0.69	0.627
2. ชมถ้ารายการควิซโซว์อยู่คั่นระหว่างรายการที่ กำลังรอรับชมในขณะนั้น	86	3.37	0.51		
3. พยายามที่จะติดตามชมแต่ไม่สามารถทราบเวลา ออกอากาศที่แน่นอน	45	3.41	0.51		
4. ติดตามชมถ้าได้เห็นโปรโมทรายการ (ประชาสัมพันธ์) ว่าเป็นเรื่องที่น่าสนใจ	44	3.35	0.45		
5. เลือกรับชมรายการใดรายการหนึ่งเป็นประจำ	30	3.38	0.40		
6. เลือกรับชมรายการ สองรายการ	5	3.72	0.36		

จากตารางที่ 40 พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.627 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้
(0.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก คือ ลักษณะในการติดตามชมไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้
ประโยชน์จากการชมรายการควิซโซว์

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2.2.4 สิ่งจูงใจในการเลือกชมมีความสัมพันธ์กับการใช้
ประโยชน์จากการชมรายการควิซโซว์

H_0 : สิ่งจูงใจในการเลือกชมไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการค
วิซโซว์

H_1 : สิ่งจูงใจในการเลือกชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซ
โซว์

ตารางที่ 41 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งจูงใจในการเลือกชมกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวีโชว์

สิ่งจูงใจในการเลือกชม	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
ไต่เตลล์ น่าสนใจ	116	3.36	0.53	3.60	0.007*
ความน่าเชื่อถือต่อรายการนั้นๆ	130	3.23	0.50		
ความน่าเชื่อถือของเนื้อหารายการ	110	3.48	0.56		
ความน่าเชื่อถือต่อบริษัทผู้ผลิต	20	3.45	0.33		
ความเชื่อถือต่อพิธีกร	27	3.36	0.52		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 41 พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ (0.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลักและยอมรับสมมติฐานรอง คือ สิ่งจูงใจในการเลือกชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวีโชว์ เมื่อพบว่ามีสัมพันธ์กันผู้วิจัยจึงทำการทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธี LSD ผลการทดสอบแสดงดังตารางที่ 42

ตารางที่ 42 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งจูงใจในการเลือกชมกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวีโชว์ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD

สิ่งจูงใจในการเลือกชม	\bar{X}	ไต่เตลล์ น่าสนใจ	ความน่าเชื่อถือต่อรายการ	ความน่าเชื่อถือของเนื้อหา รายการ	ความน่าเชื่อถือต่อบริษัทผู้ผลิต	ความเชื่อถือต่อพิธีกร
		3.36	3.23	3.48	3.45	3.36
ไต่เตลล์ น่าสนใจ	3.36	-	0.13	0.12	0.09	0.00
ความน่าเชื่อถือต่อรายการนั้นๆ	3.23	-	-	0.25*	0.22	0.12
ความน่าเชื่อถือของเนื้อหา รายการ	3.48	-	-	-	0.03	0.13
ความน่าเชื่อถือต่อบริษัทผู้ผลิต	3.45	-	-	-	-	0.09
ความเชื่อถือต่อพิธีกร	3.36	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 42 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งจูงใจในการเลือกชมกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์ เป็นรายคู่โดยวิธี LSD ได้ผลการทดสอบดังนี้

ผู้ชมที่มีสิ่งจูงใจในการรับชมคือความน่าเชื่อถือต่อรายการนั้นๆ จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์น้อยกว่า ผู้ที่ชมเนื่องจากความน่าเชื่อถือของเนื้อหารายการ สำหรับคู่อื่นๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับของผู้ชมรายการควิซโชว์
มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมการรับชมรายการควิซโชว์
2. เพื่อศึกษาถึงประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมรายการควิซโชว์
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของประชากรกับประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับของผู้ชมรายการควิซโชว์
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเปิดรับรายการควิซโชว์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชม

สมมติฐานการวิจัยครั้งนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมได้แก่เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์
2. พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการควิซโชว์ของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์

ลักษณะของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้การวัดผลครั้งเดียว (One – shot case study) มุ่งศึกษาเฉพาะผู้ชมรายการควิซโชว์ ได้แก่รายการเกมเศรษฐี ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 รายการ 4 ต่อ 4 แฟมิลี่เกม ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และรายการแฟนพันธุ์แท้ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 403 คน จาก 6 เขต ได้แก่ เขตปทุมวัน เขตบางกะปิ เขตสะพานสูง เขตคลองเตย เขตบางพลัด เขตคลองสาน

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามประเภทให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบเอง ซึ่งแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามปลายเปิดและปลายปิด แบ่งออกเป็น 6 ส่วน คือส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่ 2 คำถามพฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมรายการควิซโชว์ ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อรายการควิซโชว์ ส่วนที่ 4 คำถาม

เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์ ส่วนที่ 5 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการควิซโชว์

ในส่วนการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป็นระยะเวลา 1 เดือน คือ ตลอดเดือนมีนาคม พ.ศ. 2547 และหลังจากได้ข้อมูลดิบมาเรียบร้อยแล้ว จึงทำการจำแนกและวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง และพฤติกรรมในการชมรายการควิซโชว์ และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (T - test Groups) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกแบบทางเดียว (One-way ANOVA (F - test)) และ การใช้ Least Significant Difference : LSD

การวิเคราะห์ครั้งนี้ได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ในการประมวลผลข้อมูล ซึ่งการวิเคราะห์ในครั้งนี้สามารถสรุปผลการวิจัยไว้ 5 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการควิซโชว์
- ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์
- ส่วนที่ 4 การใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์
- ส่วนที่ 5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สรุปผลวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

จากการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการควิซโชว์ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 403 คน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นชายมากกว่าเพศหญิง เล็กน้อย ประกอบด้วยเพศชายจำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 50.6 มากกว่าเพศหญิงซึ่งมีจำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.4 โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 51-60 ปี มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมาคือมีอายุ 21-30 ปี และมีอายุ 41-50 ปี ตามลำดับ

มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 34.5 นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,000-10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการควิซโชว์

ผลการวิจัย พบว่า รายการเกมเศรษฐี เป็นรายการที่ผู้ชมชมมากเป็นอันดับ 1 ด้วยค่าเฉลี่ย 2.27 รองลงมาในอันดับ 2 คือ แฟนพันธุ์แท้ ด้วยค่าเฉลี่ย 2.09 และ อันดับ 3 คือ เกม 4 ต่อ 4 แฟมิลี เกม ด้วยค่าเฉลี่ย 1.47

โดยมีความถี่ในการรับชม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ น้อยกว่า 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 33.7 มีความถี่ในการชมไม่แน่นอน จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 และ น้อยที่สุดคือมีความถี่ในการชม 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2

สำหรับเรื่อง ลักษณะในการรับชมต่อครั้ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ดูจบข้างไม่จบข้าง มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 47.6 รองลงมาคือ ดูไม่จบรายการ และไม่แน่นอน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.4 อันดับสาม ไม่แน่นอน จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 แต่ก็มีถึงร้อยละ 16.9 ที่ดูจนจบรายการ

ลักษณะในการติดตามชม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ชมบ้างถ้าเปิดพบและดูน่าสนใจ มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 47.9 รองลงมาคือ ชมถ้ารายการควิซโชว์อยู่คั่นระหว่างรายการที่กำลังรับชมในขณะนั้น จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 และ พยายามที่จะติดตามชมแต่ไม่สามารถทราบเวลาออกอากาศที่แน่นอน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 และ น้อยที่สุดคือเลือกรับชมรายการสองรายการ โดยมีสาเหตุของการรับชม พบว่า รายการควิซโชว์ให้ความรู้ หรือได้ประโยชน์จากรายการ เป็นสาเหตุหลักในการรับชม ด้วยค่าเฉลี่ย 5.43 รองลงมาในอันดับ 2 คือ เพื่อน , ครอบครัวที่บ้านเปิดรับชม ด้วยค่าเฉลี่ย 4.92 และ อันดับ 3 คือ เป็นรายการที่ได้รับนิยมน และมีผู้ให้ความสนใจมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.03 โดยความน่าเชื่อถือต่อรายการนั้นๆ เป็นสิ่งจูงใจในการเลือกชมมากที่สุด จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.2 รองลงมาคือ ใต้อาสาสนใจ จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 และ ความน่าเชื่อถือของเนื้อหารายการ จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 และน้อยที่สุดคือ ความเชื่อถือต่อพิธีกร จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7

ความคิดที่จะสมัครเข้าร่วมการแข่งขัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยคิดความคิดที่จะสมัครเข้าร่วมการแข่งขัน มีจำนวนมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เคยคิดความคิดที่จะสมัครเข้าร่วมการแข่งขัน จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.1 ที่ไม่เคยคิด และอีกจำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 41.9 ที่เคยคิด

โดยเหตุผลที่ต้องการเข้าร่วมการแข่งขัน คืออยากได้เงินรางวัลจากทางรายการ คิดเป็นร้อยละ ร้อยละ 54.4 รองลงมาคือ อยากทดสอบความรู้ ความสามารถของคน และ อยากออกโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 49.1 และมีเพียง ร้อยละ 23.1 ที่อยากออกโทรทัศน์ สำหรับเหตุผลที่ไม่ต้องการเข้าร่วมการแข่งขัน คือชอบเป็นผู้ชมที่ดีเท่านั้น จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 62.8 รองลงมาคือ คิดว่าคำถามในรายการที่แข่งขันยากเกินความสามารถของตนเอง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 และมีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 ที่อายเพื่อน กลัวไปปล่อยความตลกในรายการ และน้อยที่สุดที่ คิดว่าตนเองไม่มีความสามารถพอ มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

ผลการวิจัยพบว่าโดยรวมแล้วผู้ชมที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.45 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจต่อความเพลิดเพลิน ความบันเทิงสนุกสนานในรายการ ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.67 รองลงมาคือ พึงพอใจต่อคำถามในรายการ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.45 3.63 และ พึงพอใจต่อการฝึกด้านความคิดและเชาวน์ปัญญา ด้วยค่าเฉลี่ย 3.59 สำหรับเรื่องเวลาที่ออกอากาศ พบว่าเป็นเรื่องที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจในระดับปานกลางด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุด ด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ 3.19

ส่วนที่ 4 การใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์

ผลการวิจัย พบว่า โดยรวมแล้วผู้ชมที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์ จากการชมรายการควิซโชว์ในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.36 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับการผ่อนคลายจากการชมรายการ ในระดับมากค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.65 รองลงมาคือ ได้ความสนุกสนานจากการชมรายการ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.64 และ ได้รายการเป็นเพื่อนช่วยแก้เหงาได้ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.58 ตามลำดับ สำหรับเรื่องการได้เชียร์เพื่อน พบว่าเป็นเรื่องที่กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์ในระดับน้อยด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุด 2.55

ส่วนที่ 5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้มี 2 ข้อด้วยกันคือ

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมได้แก่เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวี
2. พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีวีของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวี

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวี

เนื่องจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเนื่อง สมมติฐานข้อที่ 1 นี้ จึงประกอบด้วย สมมติฐานย่อย ดังนี้

- 1.1 เพศของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการทีวี
- 1.2 อายุของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการทีวี
- 1.3 ระดับการศึกษาของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการทีวี
- 1.4 อาชีพของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการทีวี
- 1.5 รายได้ต่อเนื่องของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการทีวี

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

เพศของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการทีวี โดยผู้ชมเพศหญิงจะมีความพึงพอใจในการชมรายการทีวีมากกว่าผู้ชมเพศชาย

อายุและระดับการศึกษาของผู้ชมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการทีวี

ส่วนอาชีพของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการทีวี โดยผู้ชมที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา จะมีความพึงพอใจในการชมรายการทีวีน้อยกว่าผู้ชมที่เป็นแม่บ้าน และผู้ชมที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว

ผู้ชมที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจจะมีความพึงพอใจในการชมรายการทีวีน้อยกว่าผู้ชมน้อยกว่าผู้ชมที่เป็นแม่บ้าน แต่มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ชมที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว

ผู้ชมที่เป็นแม่บ้านจะมีความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์มากกว่าผู้ชมที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวและผู้ประกอบอาชีพอื่น ๆ

ผู้ชมที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนจะมีความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์มากกว่าผู้ชมที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว

ผู้ชมที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวจะมีความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์น้อยกว่าผู้ชมที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ

รายได้ต่อเดือนของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์ โดย

ผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท จะมีความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์มากกว่าผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท , 10,001-20,000 บาท , 20,001-30,000 บาท และ 30,001 ขึ้นไป

ผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท จะมีความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์มากกว่าผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 ขึ้นไป

สมมติฐานข้อ 1.2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์

เนื่องจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน สมมติฐานข้อที่ 1.2 นี้ จึงประกอบด้วย สมมติฐานย่อยคือ

- 1.2.1 เพศของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์
- 1.2.2 อายุของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์
- 1.2.3 ระดับการศึกษาของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์
- 1.2.4 อาชีพของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์
- 1.2.5 รายได้ต่อเดือนของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

เพศของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์ โดยผู้ชมเพศหญิงจะมีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์มากกว่าผู้ชมเพศชาย

อายุของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์ โดย ผู้ชมที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปี จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์มากกว่าผู้ชมที่มีอายุ 31- 40 ปี 41-50 ปี และ 51-60 ปี

ผู้ชมที่มีอายุ 21-30 ปี จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์มากกว่าผู้ชมที่มีอายุ 31-40 ปี

ระดับการศึกษาของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์ โดยผู้ชมที่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์มากกว่าผู้ชมที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น/ตอนปลาย และปริญญาตรี

อาชีพของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์ โดยผู้ชมที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์มากกว่าผู้ชมที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้ชมที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และผู้ชมที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว

ผู้ชมที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์น้อยกว่าผู้ชมที่เป็นแม่บ้าน แต่มากกว่าผู้ชมที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว

ผู้ชมที่เป็นแม่บ้าน จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์มากกว่าผู้ชมที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ผู้ชมที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว และผู้ชมที่ประกอบอาชีพอื่นๆ

ผู้ชมที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์มากกว่าผู้ชมที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว

ผู้ชมที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวจะใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์มากกว่าผู้ชมที่ประกอบอาชีพอื่นๆ

รายได้ต่อเดือนของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์ โดย ผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์มากกว่าผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ 30,001 ขึ้นไป

ผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์มากกว่าผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และ 30,001 ขึ้นไป

ผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการ คิวโชว์มากกว่าผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 ขึ้นไป

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคิวโชว์ของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและใช้ประโยชน์จากการชมรายการคิวโชว์

2.1 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคิวโชว์ของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการคิวโชว์

เนื่องจากพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคิวโชว์ ที่นำมาทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วย ความถี่ในการรับชม ลักษณะในการรับชมต่อครั้ง ลักษณะในการติดตามชม และ สิ่งจูงใจในการเลือกชม สมมติฐานข้อที่ 2.1 นี้ จึงประกอบด้วย สมมติฐานย่อยคือ

2.1.1 ความถี่ในการรับชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการคิวโชว์

2.1.2 ลักษณะในการรับชมต่อครั้งมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการ คิวโชว์

2.1.3 ลักษณะในการติดตามชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการ คิวโชว์

2.1.4 สิ่งจูงใจในการเลือกชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการ คิวโชว์

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

ความถี่ในการรับชม ลักษณะในการรับชมต่อครั้ง ลักษณะในการติดตามชม และ สิ่งจูงใจในการเลือกชมรายการคิวโชว์ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ

2.2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคิวโชว์ของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการคิวโชว์

เนื่องจากพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคิวโชว์ ที่นำมาทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วย ความถี่ในการรับชม ลักษณะในการรับชมต่อครั้ง ลักษณะในการติดตามชม และ สิ่งจูงใจในการเลือกชม สมมติฐานข้อที่ 2.2 นี้ จึงประกอบด้วย สมมติฐานย่อยคือ

2.2.1 ความถี่ในการรับชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ คิวโชว์

- 2.2.2 ลักษณะในการรับชมต่อครั้งมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวีโชว์
- 2.2.3 ลักษณะในการติดตามชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวีโชว์
- 2.2.4 สิ่งจูงใจในการเลือกชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวีโชว์

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

ความถี่ในการรับชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวีโชว์ โดย ผู้ชมที่ความถี่ในการรับชม 3 –4 ครั้งต่อสัปดาห์ จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวีโชว์ มากกว่าผู้ชมที่ความถี่ในการรับชม 1–2 ครั้งต่อสัปดาห์ น้อยกว่า 2 ครั้งต่อสัปดาห์ และชมไม่แน่นอน

ลักษณะในการรับชมต่อครั้ง และลักษณะในการติดตามชมรายการทีวีโชว์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ

สิ่งจูงใจในการเลือกชมนั้น มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวีโชว์ โดย ผู้ชมที่มีสิ่งจูงใจในการรับชมคือความน่าเชื่อถือต่อรายการนั้นๆ จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวีโชว์น้อยกว่า ผู้ที่ชมเนื่องจากความน่าเชื่อถือของเนื้อหารายการ

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับของผู้ชมรายการทีวีโชว์ ทำให้ทราบถึงลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการทีวีโชว์ ซึ่งเชื่อมโยงไปสู่การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการชมรายการ ซึ่งสามารถมาอภิปรายผลเพิ่มเติมตามประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

พฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการทีวีโชว์

จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการทีวีโชว์ นั้น ผลการวิจัยพบว่ารายการเกมเศรษฐี เป็นรายการที่ผู้ชม ชมมากเป็นอันดับ 1 รองลงมาในอันดับ 2 คือ แฟนพันธุ์แท้ และ อันดับ 3 คือ เกม 4 ต่อ 4 แพมิลี่เกม โดยมี

ความถี่ในการรับชมรายการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ มีจำนวนมากที่สุด สำหรับเรื่อง ลักษณะในการรับชมต่อครั้งนั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะดูจบบ้างไม่จบบ้าง ด้วยลักษณะทางประชากรดังกล่าว กลุ่มผู้ชมรายการควิซโชว์ ได้แก่ กลุ่มผู้ชาย ที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนที่มีอายุ 51-60 ปี ซึ่งอยู่วัยกลางคนขึ้นไป มีฐานะปานกลาง การชมรายการควิซโชว์ของกลุ่มตัวอย่างนี้น่าจะสืบเนื่องมาจากการใฝ่หาความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ที่ตนเองสนใจในยามเวลาว่างของคนในวัยนี้ การชมรายการควิซโชว์ของกลุ่มตัวอย่างจึงตอบสนองความต้องการในด้านต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม

ในกรณีนี้ถ้าวิเคราะห์ตามแนวความคิดของ พีระ จิระโสภณ (2529) ที่กล่าวว่า การเปิดรับข่าวสารหรือสื่อต่างๆ นั้น ผู้ชมจะมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) โดยในขั้นแรกคือ ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับสื่อและข่าวสารที่สอดคล้องกับความรู้ ทักษะคิดดั้งเดิมที่มีอยู่ โดยเมื่อเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้วก็จะตีความหมายตามความเข้าใจ ทักษะคิด ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวังของผู้รับสารเองในขณะนั้น และผู้รับสารจะเลือกจดจำเนื้อหาของสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการและทักษะคิดของตนเอง

กลุ่มส่วนใหญ่ มักจะเปิดรับชมรายการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ และดูจบบ้างไม่จบบ้าง ร้อยละ 47.6 และโดยส่วนใหญ่มักชมบ้างถ้าเปิดพบและดูน่าสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของแคลปเปอร์ (Klapper, 1960:19) ที่กล่าวว่า โดยส่วนใหญ่คนเรามีแนวโน้มในการเลือกรับสารที่มีเนื้อหาที่เสริมย้ำและสอดคล้องกับทัศนคติและความสนใจที่ตนมีอยู่ ซึ่งในการชมรายการควิซโชว์แต่ละครั้ง ก็ไม่ใช่เป็นการชมที่แปลกใหม่ใด ๆ ทั้งในด้านเนื้อหาและรูปแบบรายการ ผู้ชมต่างตระหนักดีว่า รูปแบบรายการนั้นเป็นอย่างไร พฤติกรรมการชมรายการควิซโชว์ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและเป็นประจำนั้น เนื่องมาจากผู้ชมได้ตีความหมายของการชมรายการควิซโชว์เท่ากับเป็นกิจกรรมหนึ่งที่ทำให้เกิดการสื่อสารระหว่างตนเอง ความสนใจ และทัศนคติดั้งเดิมที่มีอยู่

เมื่อพิจารณาถึงระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างกว่าส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับที่โรบินสัน (Robinson, 1972, pp. 77) พบว่า ระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อและมีระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารต่างกันไปด้วย กล่าวคือกลุ่มที่มีความรู้สูงเป็นกลุ่มที่มีความรู้ด้านข้อมูลข่าวสาร และจะเพิ่มพูน ความรู้ทางด้านนี้ของตนมากขึ้น โดยใช้สื่อมวลชน

และจากวัตถุประสงค์ข้อ 2 เพื่อศึกษาถึงประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมรายการควิซโชว์นั้น ผู้วิจัยได้แยกการอภิปรายผลการวิจัยไว้ 2 ส่วน คือ

ความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

การใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์ ดังนี้

ความพึงพอใจเกี่ยวกับการชมรายการควิซโชว์

พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์ในระดับสูง โดยพึงพอใจกับความเพลิดเพลินและความสนุกสนานของรายการควิซโชว์ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.67 รองลงมาพึงพอใจกับคำถามในรายการควิซโชว์ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.63 และรองลงมาอีกคือ พึงพอใจกับการฝึกด้านความคิดและเขาวนปัญญา ด้วยค่าเฉลี่ย 3.59

สำหรับเรื่องเวลาที่ออกอากาศ พบว่าเป็นเรื่องที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุด

การใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์

ผลการวิจัยที่เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้มีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์ในระดับปานกลาง อาจเป็นเพราะรายการควิซโชว์เน้นเนื้อหาสาระที่เป็นความรู้หลากหลายรูปแบบ ทั้งให้สาระและความบันเทิงควบคู่ เหมาะสมกับทุกเพศ ทุกวัย โดยประโยชน์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์ยุคใหม่มากที่สุด คือเป็นเครื่องช่วยผ่อนคลาย ด้วยค่าเฉลี่ย 3.65 รองลงมาคือ ความสนุกสนาน ด้วยค่าเฉลี่ย 3.64 รองลงมาอีกคือ มีการใช้ประโยชน์จากรายการควิซโชว์ เพื่อนช่วยแก้เหงา ด้วยค่าเฉลี่ย 3.58 ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวได้สอดคล้องกับทฤษฎีและการวิจัยต่าง ๆ อาทิ

สอดคล้องกับงานวิจัยของโรนัลด์ เจ คอมเปซี่ (Ronald J. Compesi, 1980) ศึกษาถึงผู้รับชมรายการโทรทัศน์ภาคกลางวันพบว่า ผู้รับชมรายการโทรทัศน์ 1. ชมเพื่อได้รับความบันเทิง 2. ชมเพราะเป็นนิสัยเป็นกิจวัตรอย่างหนึ่งในชีวิตประจำวัน 3. ชมเพราะอยู่ในช่วงเวลาที่สะดวกจะดู 4. ชมเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ทางสังคมในการติดต่อกับผู้อื่น รวมทั้งการคุยกับเพื่อนและการนำไปพูดคุยกับเพื่อนด้วย 5. ชมเพื่อการพักผ่อนหรือหลีกเลี่ยงปัญหา เพื่อลดความตึงเครียด 6. เพื่อหลีกเลี่ยงความเบื่อหน่าย ดูเพราะไม่มีอะไรทำ หรือไม่มีรายการที่มีค่าพอจะดูในเวลาเดียวกันนั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของแอตคิน (Atkin, 1972) พบว่าการพูดคุยสนทนากัน จากการเอาข่าวสารมวลชนนำไปสู่การเลือกรับเอาข่าวสารและการนำไปใช้ด้วย โดยแอตคินได้สรุปเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารของบุคคลจากสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ว่า เหตุผลที่คนอ่านหนังสือพิมพ์ก็เพื่อจะได้เอาข่าวสาร เพื่อความเพลิดเพลิน รวมทั้งได้มีเรื่องไปพูดคุยกับบุคคลอื่น ๆ ความต้องการใช้สื่อมวลชนของผู้รับสาร

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษา “ศิริชัย ศิริภายะ และกาญจนา แก้วเทพ (2531)” ได้ศึกษาชุดตัวแปรความต้องการที่ผู้รับสารต้องการจากสื่อ ซึ่ง Maxwell และคณะสร้างไว้ ซึ่งได้ปรับปรุงใหม่ขึ้นให้สอดคล้องกับการใช้สื่อมวลชน โดยพบว่าผู้รับสารมีความต้องการใช้สื่อมวลชนต้องการความบันเทิงอาทิเช่น เพื่อการผ่อนคลาย ได้ความสนุกสนาน เพื่อมีอะไรทำเป็นการใช้เวลาให้หมดไป และเพื่อปลดปล่อยอารมณ์

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับคำกล่าวของ กฤษณ์ ทองเลิศ (2539) ได้ศึกษาเรื่องรายการเกมโชว์ ในหนังสือ “สื่อมวลชน การเมือง และวัฒนธรรม” พบว่า รายการเกมโชว์ เป็นรายการที่มีบทบาทมากในสังคม โดยเฉพาะเรื่องของการให้ความบันเทิง ช่วยผ่อนคลายความเครียดในชีวิตประจำวัน

อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานศึกษาวิจัยของแม็คคอมบส์ และเบ็คเคอร์ (McCombs and Becker) ได้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ โดยเน้นในเรื่องเหตุผลในการติดตามข่าวสาร ในมุมมองของผู้รับสารเนื่องจากคนเรามีเหตุผลในการเลือกใช้สื่อหรือเปิดรับสื่อแตกต่างกัน ซึ่งเป็นเรื่องเฉพาะบุคคล ได้ชี้ให้เห็นว่าบุคคลที่ใช้สื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการ 6 ประการ คือ (McCombs and Becker, 1979:51-52) 1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) 2. เพื่อต้องการช่วยในการตัดสินใจ (Discussion) 3. เพื่อนำเอาไปใช้ในการสนทนา (Anticipated Communication) 4. เพื่อความมีส่วนร่วม (Participating) 5. เพื่อเสริมความคิดเห็น หรือสนับสนุนในสิ่งที่ทำไปแล้ว (Reinforcement) และ 6. เพื่อความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เป็นการนำเอาข้อมูลมาใช้เพื่อผ่อนคลายอารมณ์ หรือเพื่อหาความเพลิดเพลิน

อภิปรายผลจากสมมติฐาน

การอภิปรายผลจากสมมติฐานข้อที่ 1.1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากรายการควิชโชว์

ผู้วิจัยพบว่าลักษณะทางประชากรนั้น สามารถบ่งชี้ลักษณะของการใช้เวลาว่าง การใช้สื่อมวลชน เช่น การชมรายการควิชโชว์ได้โดยแต่ละช่วงอายุ เพศ การศึกษา รายได้ และอาชีพต่างก็มีแนวโน้มที่จะเลือกใช้สื่อตามความพึงพอใจของตน และเพื่อตอบสนองความต้องการในด้านต่างๆ เช่น คนในวัยศึกษา อาจมุ่งเน้นการชมรายการควิชโชว์เพื่อข่าวสารข้อมูล ความรู้ด้านวัฒนธรรม คนในวัยกลางคน ชมรายการควิชโชว์เพื่อความบันเทิง คนวัยสูงอายุเลือกชมรายการควิชโชว์เพราะสามารถทำให้พบปะกับเพื่อนฝูง ซึ่งในการนี้ลักษณะการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน ผู้ชมจะใช้

ประโยชน์และความพึงพอใจที่แตกต่างกันไปด้วย เช่น ผู้ชมที่มีความถี่บ่อยครั้งในการรับชมก็จะใช้ประโยชน์และความพึงพอใจมากกว่าผู้ชมที่มีลักษณะในการติดตามมานานกว่าก็จะใช้ประโยชน์และความพึงพอใจมากกว่า

จากลักษณะทางประชากรดังกล่าวของผู้ชมรายการควิชโชว์ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ในแต่ละค่าตัวแปรดังต่อไปนี้

เพศ ผลการทดสอบสมมติฐานวิจัยพบว่า เพศของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิชโชว์ โดยผู้ชมเพศหญิงจะมีความพึงพอใจในการชมรายการควิชโชว์มากกว่าผู้ชมเพศชาย ผลที่ได้นี้เป็นไปตามแนวคิดหลักนิเทศศาสตร์ (ประมะ สตะเวทิน , 2533) กล่าวไว้ว่ากล่าว ผู้หญิง และผู้ชายมีความแตกต่างอย่างมากเรื่องความคิด ค่านิยม ทักษะคติ และพฤติกรรม ผลที่ได้นี้สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการใช้สื่อ เพื่อความพึงพอใจ (ยุบล เบ็ญจรงกิจ , 2528) ที่กล่าวว่า ผู้รับสารเป็นตัวกำหนดว่าตนเองต้องการอะไร จากสื่ออะไร และสารอะไรจะสนองความต้องการของตนได้ และสอดคล้องกับแนวคิดทางลักษณะประชากรศาสตร์ ที่กล่าวว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทักษะคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาท และกิจกรรมของคนสองคนไว้ต่างกัน

ผู้วิจัยคาดว่าน่าจะเกิดจากลักษณะเฉพาะของผู้ชมรายการควิชโชว์ กล่าวคือ ผู้ชมรายการควิชโชว์จะมีลักษณะเฉพาะ และมีความชัดเจนด้านทักษะคติ รสนิยม พื้นฐานความรู้อยู่แล้ว โดยอาจเป็นได้ว่าผู้ชมเหล่านี้มีความรู้ และชื่นชอบรายการควิชโชว์เป็นทุนเดิมอยู่แล้วเช่นกัน

อายุ ผลการทดสอบสมมติฐานวิจัยพบว่า อายุของผู้ชมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิชโชว์ เมื่อเปรียบเทียบกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของ Katz (แคทซ์) และคณะ สร้างแบบจำลองอธิบายการใช้สื่อเพื่อสนองความพอใจอธิบายว่า

“ สภาวะทางสังคมและจิตใจซึ่งก่อให้เกิด ความต้องการจำเป็นของบุคคลและเกิดมี ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่ การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กันอันก่อให้เกิดผล การได้รับความพึงพอใจ ความต้องการและผลอื่น ๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้ ” กล่าวคือ การเลือกใช้สื่อของแต่ละบุคคล ย่อมไม่เหมือนกัน ผู้รับสารแต่ละคนมีวัตถุประสงค์และแรงจูงใจหลายประการในการเลือกรับสื่อ การรับสื่อจึงเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการทั้งทางด้านจิตวิทยา และด้านสังคม และวัฒนธรรมของแต่ละบุคคล รวมทั้งก่อให้เกิดความพึงพอใจด้วย ความต้องการที่แตกต่างกันนี้ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อจะสนองความพึงพอใจที่แตกต่างกันด้วย (อ่างใน พิระ จิระ โสภณ , 2535) และแนวคิดหลักนิเทศศาสตร์ (ประมะ สตะเวทิน , 2533) กล่าวว่า ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม

กอบรบกับทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ ที่ระบุว่าคนที่มิลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีพฤติกรรมแตกต่างกันไป อาจสรุปทฤษฎีและแนวคิดดังกล่าวได้ว่า เมื่อความแตกต่างของแต่ละบุคคล อาทิ บุคคลมีวัยที่ต่างกันย่อมมีความต้องการทั้งทางด้านจิตวิทยา และด้านสังคม และมีวัฒนธรรมของคนที่ต่างกันด้วยเช่นกัน การใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจย่อมแตกต่างกันด้วยเช่นกัน ดังนั้นผลการทดสอบสมมติฐาน ที่พบว่า อายุของผู้ชมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิชโชว์ นั้นจึงไม่สอดคล้องกับทฤษฎีและแนวคิดดังกล่าว

ระดับการศึกษา ผลการทดสอบสมมติฐานวิจัยพบว่า ระดับการศึกษาของผู้ชมรายการควิชโชว์ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิชโชว์ ผลที่ได้จากการวิจัยไม่สอดคล้องกับแนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์ (ปรมะ สตะเวทิน, 2538) กล่าวว่า การศึกษาเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญต่อผู้รับสาร อีกทั้งปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ และพฤติกรรม

อาชีพ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อาชีพของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิชโชว์ โดยพบว่า ผู้ชมที่มีอาชีพเป็นแม่บ้าน จะมีความพึงพอใจในรายการควิชโชว์มากที่สุด ในขณะที่ผู้ชมที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว จะมีความพึงพอใจในรายการควิชโชว์น้อยที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ของ Katz (แคทซ์) และคณะ สร้างแบบจำลองอธิบายการใช้สื่อเพื่อสนองความพอใจอธิบายว่า “ สภาวะทางสังคมและจิตใจซึ่งก่อให้เกิด ความต้องการจำเป็นของบุคคลและเกิดมี ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่ การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กันอันก่อให้เกิดผล การได้รับความพึงพอใจ ความต้องการและผลอื่น ๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้ ” กล่าวคือ การเลือกใช้สื่อของแต่ละบุคคล ย่อมไม่เหมือนกัน ผู้รับสารแต่ละคนมีวัตถุประสงค์และแรงจูงใจหลายประการในการเลือกรับสื่อ การรับสื่อจึงเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการทั้งทางด้านจิตวิทยา และด้านสังคม และวัฒนธรรมของแต่ละบุคคล รวมทั้งก่อให้เกิดความพึงพอใจด้วย ความต้องการที่แตกต่างกันนี้ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อจะสนองความพึงพอใจที่แตกต่างกันด้วย (อังโน พิระจิระ โสภณ ,2535) และแนวคิดหลักนิเทศศาสตร์ (ปรมะ สตะเวทิน, 2533) กล่าวว่า ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม กอบรบกับทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ ที่ระบุว่าคนที่มิลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีพฤติกรรมแตกต่างกันไป และกล่าวว่า อาชีพ ทำให้คนที่มิลักษณะที่แตกต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน ทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่แตกต่างกัน อาจสรุปทฤษฎีและแนวคิดดังกล่าวได้ว่า เมื่อความแตกต่างของแต่ละบุคคล

อาทิ บุคคลมีอาชีพที่ต่างกันย่อมมีความต้องการทั้งทางด้านจิตวิทยา และด้านสังคม และมีวัฒนธรรมของคนที่แตกต่างกันด้วยเช่นกัน การใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจย่อมแตกต่างกันด้วยเช่นกัน ดังนั้นผลการทดสอบสมมติฐาน ที่พบว่า อาชีพของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์ นั้นจึงสอดคล้องกับทฤษฎีและแนวคิดดังกล่าว

ในส่วนรายได้ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รายได้ต่อเดือนของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับกับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์ โดยพบว่า ผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท จะมีความพึงพอใจในรายการควิซโชว์มากที่สุด ในขณะที่ผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 บาท ขึ้นไป จะมีความพึงพอใจในรายการควิซโชว์น้อยที่สุด) ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดลักษณะประชากรศาสตร์ (ประมะ สตะเวทิน, 2538) ที่กล่าวว่า รายได้ ทำให้คนที่มีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน ทักษะคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่แตกต่างกัน

อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานข้อ 1.2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์

เพศ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์ โดยผู้ชมเพศหญิงจะมีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์มากกว่าผู้ชมเพศชาย ผลที่ได้นี้เป็นไปตามแนวคิดหลักนิเทศศาสตร์ (ประมะ สตะเวทิน, 2533) กล่าวไว้ว่า กล่าว ผู้หญิง และผู้ชายมีความแตกต่างอย่างมากเรื่องความคิด ค่านิยม ทักษะคติ และพฤติกรรม ผลที่ได้นี้สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการใช้สื่อ เพื่อความพึงพอใจ (ยุบล เบ็ญจรงกิจ, 2528) ที่กล่าวว่า ผู้รับสารเป็นตัวกำหนดว่าตนเองต้องการอะไร จากสื่ออะไร และสารอะไรจะสนองความต้องการของคนได้ และสอดคล้องกับแนวคิดทางลักษณะประชากรศาสตร์ ที่กล่าวว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทักษะคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาท และกิจกรรมของคนสองคนไว้ต่างกัน

ส่วนอายุ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์ โดยผู้ชมที่มีอายุต่ำกว่า 21 ปี จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์มากที่สุด ซึ่งจะได้รับในขณะที่ผู้ชมที่มีอายุ 31-40 ปี จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์น้อยที่สุด ทั้งนี้ น่าจะเป็นผลมาจากรายการควิซโชว์เป็นรายการที่มีวัตถุประสงค์ของการจัดรายการคือ ให้สาระความรู้โดยตรงและรอบตัว ตามแนวคิดหลักและขั้นตอนการจัด

รายการควิชโชว์ อ้างในอรนุช สดประเสริฐ, 2538) รวมทั้งเนื้อหาที่เด็กและวัยรุ่นสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการเรียนหรือชีวิตประจำวัน ดังนั้น กลุ่มที่อายุน้อยอาจให้ความสนใจต่อการชมรายการมากกว่ากลุ่มผู้ใหญ่ที่มักมีความรู้เดิมอยู่แล้ว เมื่อเปรียบเทียบกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ของ Katz (แคทซ์) และคณะ สร้างแบบจำลองอธิบายการใช้สื่อเพื่อสนองความพอใจอธิบายว่า “ สภาวะทางสังคมและจิตใจซึ่งก่อให้เกิด ความต้องการจำเป็นของบุคคลและเกิดมี ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่ การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กันอันก่อให้เกิดผล การได้รับความพึงพอใจความต้องการและผลอื่น ๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้ ” กล่าวคือ การเลือกใช้สื่อของแต่ละบุคคล ย่อมไม่เหมือนกัน ผู้รับสารแต่ละคนมีวัตถุประสงค์และแรงจูงใจหลายประการในการเลือกรับสื่อ การรับสื่อจึงเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการทั้งทางด้านจิตวิทยา และด้านสังคม และวัฒนธรรมของแต่ละบุคคล รวมทั้งก่อให้เกิดความพึงพอใจด้วย ความต้องการที่แตกต่างกันนี้ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อจะสนองความพึงพอใจที่แตกต่างกันด้วย (อ้างใน พิระ จิระ โสภณ ,2535)และแนวคิดหลักนิเทศศาสตร์ (ประมะ สตะเวทิน, 2533) กล่าวว่า ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม ก่อปรกับทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ ที่ระบุว่าคนที่มิลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีพฤติกรรมแตกต่างกันไป อาจสรุปทฤษฎีและแนวคิดดังกล่าวได้ว่า เมื่อความแตกต่างของแต่ละบุคคล อาทิ บุคคลมีวัยที่ต่างกันย่อมมีความต้องการทั้งทางด้านจิตวิทยา และด้านสังคม และมีวัฒนธรรมของตนที่ต่างกันด้วยเช่นกัน การใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการย่อมแตกต่างกันด้วยเช่นกัน ดังนั้นผลการทดสอบสมมติฐาน ที่พบว่า อายุของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์ นั้นจึงสอดคล้องกับทฤษฎีและแนวคิดดังกล่าว

ระดับการศึกษา ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระดับการศึกษาของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์ ระดับการศึกษาของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์ โดยผู้ชมที่มีระดับประถมศึกษาส่วนใหญ่ มีการใช้ประโยชน์ว่ารายการควิชโชว์มากที่สุด อาจเป็นเพราะผู้ชมเหล่านี้มีการศึกษาน้อย คิดและต้องการ พัฒนาความรู้ของตนเองให้ดียิ่งขึ้น สนใจในสิ่งที่ตนเองไม่รู้ ในขณะที่ผู้ชมที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิชโชว์น้อยที่สุด อาจเป็นเพราะผู้ชมเหล่านี้มีความรู้อยู่แล้ว และต้องการศึกษาหาความรู้ที่สนองต่อหน้าที่การงานมากกว่าความรู้ทั่วไป อย่างเนื้อหาและคำถามในรายการควิชโชว์ ผลที่ได้จากการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์ (ประมะ สตะเวทิน, 2538) กล่าวว่า การศึกษาเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญต่อผู้รับสาร อีกทั้งปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม

อาชีพ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อาชีพของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์ โดยพบว่า ผู้ชมที่มีอาชีพเป็นแม่บ้าน จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์มากที่สุด ในขณะที่ผู้ชมที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว จะได้ใช้ประโยชน์จากการใช้รายการควิซโชว์น้อยที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ของ Katz (แคทซ์) และคณะ สร้างแบบจำลองอธิบายการใช้สื่อเพื่อสนองความพอใจอธิบายว่า “ สภาวะทางสังคมและจิตใจซึ่งก่อให้เกิด ความต้องการจำเป็นของบุคคลและเกิดมี ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่ การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กันอันก่อให้เกิดผล การได้รับความพึงพอใจ ความต้องการและผลอื่น ๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้ ” กล่าวคือ การเลือกใช้สื่อของแต่ละบุคคล ย่อมไม่เหมือนกัน ผู้รับสารแต่ละคนมีวัตถุประสงค์และแรงจูงใจหลายประการในการเลือกรับสื่อ การรับสื่อจึงเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการทั้งทางด้านจิตวิทยา และด้านสังคม และวัฒนธรรมของแต่ละบุคคล รวมทั้งก่อให้เกิดความพึงพอใจด้วย ความต้องการที่แตกต่างกันนี้ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อจะสนองความพึงพอใจที่แตกต่างกันด้วย (อังใน พิระ จิระโสภณ ,2535) และแนวคิดหลักนิเทศศาสตร์ (ปรมะ สตะเวทิน, 2533) กล่าวว่า ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม กอปรกับทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ ที่ระบุว่าคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีพฤติกรรมแตกต่างกันไป และกล่าวว่า อาชีพ ทำให้คนที่มีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน ทักษะคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่แตกต่างกัน (ปรมะ สตะเวทิน, 2538) อาจสรุปทฤษฎีและแนวคิดดังกล่าวได้ว่า เมื่อความแตกต่างของแต่ละบุคคล อาทิ บุคคลมีอาชีพที่ต่างกันย่อมมีความต้องการทั้งทางด้านจิตวิทยา และด้านสังคม และมีวัฒนธรรมของคนที่แตกต่างกันด้วยเช่นกัน การใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการย่อมแตกต่างกันด้วยเช่นกัน ดังนั้นผลการทดสอบสมมติฐาน ที่พบว่า อาชีพของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการควิซโชว์ จึงสอดคล้องกับทฤษฎีและแนวคิดดังกล่าว

ผลที่ได้จากการวิจัย

รายได้ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์ โดยพบว่า ผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์มากที่สุด ในขณะที่ผู้ชมที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 บาท ขึ้นไป จะใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์น้อยที่สุด ผลการวิจัยที่ได้สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ ที่ระบุว่าคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีพฤติกรรมแตกต่างกันไป และยังสอดคล้องตามแนวคิดลักษณะประชากรศาสตร์ (ปรมะ สตะเวทิน, 2538)

กล่าวว่า รายได้ ทำให้คนที่มีความสามารถที่แตกต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน ทักษะคิด ค่านิยม และเป้าหมายที่แตกต่างกัน

การอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการควิซโชว์ของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์

การอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐาน ข้อ 2.1 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการควิซโชว์ของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์

เนื่องจากพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการควิซโชว์ที่นำมาทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วยความถี่ในการรับชม ลักษณะในการรับชมต่อครั้ง ลักษณะในการติดตามชม และสิ่งจูงใจในการเลือกชม ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ในแต่ละค่าตัวแปรดังต่อไปนี้

ด้านความถี่ในการรับชม ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความถี่ในการรับชมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์ ดังนั้นผลที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานวิจัยนั้น จึงไม่สอดคล้องกับแบบจำลองอธิบายการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจ (ยุบล , 2528) ซึ่งอธิบายไว้ว่า สภาวะทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกันทำให้มนุษย์มีความต้องการแตกต่างกันไป ความต้องการที่แตกต่างกันเหล่านี้ทำให้คนคาดหวังว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพอใจได้แตกต่างกันด้วย และยังไม่สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันก็จะมีพฤติกรรมแตกต่างกันไปด้วย และตรงกันข้ามในแนวความคิดของยุบล เบญจรงค์กิจ ที่กล่าวว่า เมื่อลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันก็จะมีพฤติกรรมแตกต่างกันไปด้วย ผลสุดท้ายก็คือความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อที่แตกต่างกันไป (ยุบล เบญจรงค์กิจ , 2528) อีกทั้งยังไม่สอดคล้องกับแนวคิด ชาร์ลส เอตคิน (Charles Atkin ,1973) ที่ว่า ในกรณีที่บุคคลเห็นว่าการรับข่าวสารนั้นก่อให้เกิดพันธะผูกพัน เช่น ทำให้เกิดความไม่พอใจ ไม่สบายใจ หรือเกิดความไม่แน่ใจมากขึ้น ก็อาจจะหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น

ผู้วิจัยจึงตีความว่า รายการควิซโชว์ เป็นสื่อชนิดหนึ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการทั้ง 4 ประการ เมื่อเปรียบเทียบกับแนวคิดของ แมคเคลล (1983) คือ

- (1) ด้านข้อมูลข่าวสาร เนื่องจากการชมรายการควิซโชว์นั้นเป็นการแสดงที่มีการชมเอาผู้ชมจำนวนมากไว้ด้วย และเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีวาระต่อเนื่อง จึง

ก่อให้เกิดการรับรู้ความเป็นไปในสังคมที่ผู้ชมรายการควิซโชว์ตั้งค้อยู่ผ่านการพูดคุยภายในกลุ่ม

- (2) ด้านอัตลักษณ์ส่วนบุคคล คาดว่าการชมรายการควิซโชว์นั้นจะทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกเชื่อมั่นในคุณค่าที่ตนนับถือเกิดแบบอย่างในการประพฤติปฏิบัติ
- (3) การบูรณาการและการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม คือการชมรายการควิซโชว์นั้นเป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ อีกทั้งทำให้ช่วยสนทนา , เป็นหัวข้อในการสนทนากับเพื่อนๆ ที่มีรสนิยมคล้ายคลึงกันได้เป็นอย่างดีและ
- (4) รายการควิซโชว์สามารถตอบสนองด้านความบันเทิงให้แก่ผู้ชมทำให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลินและเพิ่มความจริงในชีวิตได้ชั่วขณะที่ชม

ส่วนลักษณะในการติดตามชม ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะในการติดตามชมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์ ไม่สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันก็จะมีพฤติกรรมแตกต่างกันไปด้วย ผลสุดท้ายก็คือความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อที่แตกต่างกันไป (ยุบล เบญจรงค์กิจ , 2528) อีกทั้งยังไม่สอดคล้องกับแนวคิด ชาร์ลส เอคคิน (Charles Atkin ,1973) ที่ว่า ในกรณีที่บุคคลเห็นว่าการรับข่าวสารนั้นก่อให้เกิดพันธะผูกพัน เช่น ทำให้เกิดความไม่พอใจ ไม่สบายใจ หรือเกิดความไม่แน่ใจมากขึ้น ก็อาจจะหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น

ส่วนลักษณะในการรับชมต่อครั้งของผู้ชมรายการควิซโชว์นั้นผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าลักษณะในการรับชมต่อครั้งไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์ สรุปได้ว่าความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมรายการควิซโชว์นั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับลักษณะในการชมซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันก็จะมีพฤติกรรมแตกต่างกันไปด้วย ผลสุดท้ายก็คือความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อที่แตกต่างกันไป (ยุบล เบญจรงค์กิจ , 2528) และไม่สอดคล้องกับแนวคิด ชาร์ลส เอคคิน (Charles Atkin ,1973) ที่ว่าในกรณีที่บุคคลเห็นว่าการรับข่าวสารนั้นก่อให้เกิดพันธะผูกพัน เช่น ทำให้เกิดความไม่พอใจ ไม่สบายใจ หรือเกิดความไม่แน่ใจมากขึ้น ก็อาจจะหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น

ด้านสิ่งจูงใจในการเลือกชมนั้นไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการชมรายการควิซโชว์ ดังนั้นจึงไม่สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันก็จะมีพฤติกรรมแตกต่างกันไปด้วย ผลสุดท้ายก็คือความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อที่แตกต่างกันไป (ยุบล เบญจรงค์กิจ , 2528) อีกทั้งไม่สอดคล้องกับแนวคิด ชาร์ลส เอคคิน (Charles

Atkin , 1973) ที่ว่าในกรณีที่บุคคลเห็นว่าการรับข่าวสารนั้นก่อให้เกิดพันธะผูกพัน เช่น ทำให้เกิดความไม่พอใจไม่สบายใจหรือเกิดความไม่แน่ใจมากขึ้น ก็อาจจะหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น

การอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานข้อ 2.2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีวีโชว์ของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวีโชว์

ความถี่ในการรับชม ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าความถี่ในการรับชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวีโชว์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันก็จะมีพฤติกรรมแตกต่างกันไปด้วย ผลสุดท้ายก็คือความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อที่แตกต่างกันไป (ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2528)

เมื่อเปรียบเทียบกับแนวคิดชาร์ลส เอตคิน (Charles Atkin ,1973) เกี่ยวกับการเลือกสารจากสื่อแล้ว สอดคล้องกับ เพราะแนวคิดชาร์ลส เอตคิน กล่าวว่า บุคคลจะเลือกข่าวสารใดจากสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทนกับการลงทุนลงแรงและพันธะผูกพันที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่ได้ สูงกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็จะแสวงหาข่าวสารนั้น (Information Seeking) มาบำบัดความต้องการของตน แต่ถ้าผลรางวัลหรือผลประโยชน์ที่ได้รับตอบแทนน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็จะเพิกเฉยต่อข่าวสารนั้น (Information Ignoring) ในกรณีที่บุคคลเห็นว่าการรับข่าวสารนั้นก่อให้เกิดพันธะผูกพัน เช่น ทำให้เกิดความไม่พอใจ ไม่สบายใจ หรือเกิดความไม่แน่ใจมากขึ้น ก็อาจจะหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น จึงกล่าวได้ว่า การแสวงหาข่าวสาร (Selective Information Seeking) บุคคลจะเลือกรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์มีผลตอบแทน และมักจะแสวงหาข่าวสาร (Information) ที่ให้ความรู้หรือความบันเทิง (Entertainment) การรับรู้ข่าวสารของผู้รับสารนั้นจะมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Exposure) ซึ่งกระบวนการเลือกรับสารจะเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ของแต่ละบุคคล

ลักษณะในการติดตามชม ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะในการติดตามชมไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการทีวีโชว์ไม่สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันก็จะมีพฤติกรรมแตกต่างกันไปด้วย ผลสุดท้ายก็คือความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อที่แตกต่างกันไป (ยุบล เบญจรงค์กิจ , 2528)

นอกจากนี้ยังไม่สอดคล้องชาร์ลส เอตคิน (Charles Atkin ,1973) ยังให้แนวคิดที่เกี่ยวกับการเลือกสารจากสื่อ ที่กล่าวว่า บุคคลจะเลือกข่าวสารใดจากสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับ

คาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทนกับการลงทุนลงแรง และพันธะผูกพันที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่ได้ สูงกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็จะแสวงหาข่าวสารนั้น (Information Seeking) มาบำบัดความต้องการของตน แต่ถ้าผลรางวัลหรือผลประโยชน์ที่ได้รับตอบแทนน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็จะเพิกเฉยต่อข่าวสารนั้น (Information Ignoring) ในกรณีที่บุคคลเห็นว่าการรับข่าวสารนั้นก่อให้เกิดพันธะผูกพัน เช่น ทำให้เกิดความไม่พอใจ ไม่สบายใจ หรือเกิดความไม่แน่ใจมากขึ้น ก็อาจจะหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น จึงกล่าวได้ว่า การแสวงหาข่าวสาร (Selective Information Seeking) บุคคลจะเลือกรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์มีผลตอบแทน และมักจะแสวงหาข่าวสาร (Information) ที่ให้ความรู้ หรือความบันเทิง (Entertainment) การรับรู้ข่าวสารของผู้รับสารนั้นจะมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Exposure) ซึ่งกระบวนการเลือกรับสารจะเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ของแต่ละบุคคล

ส่วนลักษณะในการรับชมต่อครั้ง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะในการรับชมต่อครั้งไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันก็จะมีพฤติกรรมแตกต่างกันไปด้วย ผลสุดท้ายก็คือความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อที่แตกต่างกันไป (ยุบล เบญจรงค์กิจ , 2528)

นอกจากนี้การทดสอบสมมติฐานดังกล่าว ยังไม่สอดคล้องกับแนวคิดชาร์ลส เอตकिन (Charles Atkin ,1973) ยังให้แนวคิดที่เกี่ยวกับการเลือกสรรจากสื่อ ที่กล่าวว่า บุคคลจะเลือกข่าวสารใดจากสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทนกับการลงทุนลงแรง และพันธะผูกพันที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่ได้ สูงกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็จะแสวงหาข่าวสารนั้น (Information Seeking) มาบำบัดความต้องการของตน แต่ถ้าผลรางวัลหรือผลประโยชน์ที่ได้รับตอบแทนน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็จะเพิกเฉยต่อข่าวสารนั้น (Information Ignoring) ในกรณีที่บุคคลเห็นว่าการรับข่าวสารนั้นก่อให้เกิดพันธะผูกพัน เช่น ทำให้เกิดความไม่พอใจ ไม่สบายใจ หรือเกิดความไม่แน่ใจมากขึ้น ก็อาจจะหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น จึงกล่าวได้ว่า การแสวงหาข่าวสาร (Selective Information Seeking) บุคคลจะเลือกรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์มีผลตอบแทน และมักจะแสวงหาข่าวสาร (Information) ที่ให้ความรู้ หรือความบันเทิง (Entertainment) การรับรู้ข่าวสารของผู้รับสารนั้นจะมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Exposure) ซึ่งกระบวนการเลือกรับสารจะเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ของแต่ละบุคคล

ส่วนสิ่งจูงใจในการเลือกขมนั้น ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า สิ่งจูงใจในการเลือกขมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์ ซึ่งสอดคล้องกับ Katz (แคทซ์) และคณะ สร้างแบบจำลองอธิบายการใช้สื่อเพื่อสนองความพอใจอธิบายว่า “ สภาวะทางสังคมและจิตใจซึ่งก่อให้เกิด ความต้องการจำเป็นของบุคคลและเกิดมี ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่ การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กันอันก่อให้เกิดผล การได้รับความพึงพอใจความต้องการและผลอื่น ๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้ ” (อ้างใน พิระ จิระโสภณ ,2535) นอกจากนี้ยังสอดคล้องชาร์ลส เอตคิน (Charles Atkin ,1973) ยังให้แนวคิดที่เกี่ยวกับการเลือกสารจากสื่อ ที่กล่าวว่า การแสวงหาข่าวสาร (Selective Information Seeking) บุคคลจะเลือกรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์มีผลตอบแทน และมักจะแสวงหาข่าวสาร (Information) ที่ให้ความรู้ หรือความบันเทิง (Entertainment)

สรุป : การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับของผู้ชมรายการควิซโชว์

เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์และได้รับความพึงพอใจตามรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงความสำคัญของผู้รับสารว่าผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆเพื่อใช้ประโยชน์ในด้านความพึงพอใจเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง (Katz et al, 1974) ซึ่งจากทฤษฎีดังกล่าว เมื่อนำมารวมกับแนวความคิดของแมคเคลล (1983) ที่กล่าวว่าพฤติกรรม的开รับสื่อ นั้นเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการ ส่วนบุคคลของ แต่ละบุคคล ซึ่งผู้รับสารนั้นสามารถและมีอำนาจในการเลือกเปิดรับและใช้สื่อ ตามความพึงพอใจของตนเอง ทำให้แต่ละบุคคลมีการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันไป และไม่ได้เกิดจากภาวะที่ถูกครอบงำโดยผู้มีอิทธิพลต่างๆ และบุคคลนั้นๆ มีอิสระในการเลือกสื่อที่ตนเห็นว่าสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้

โดยมีแนวความคิดนี้เสนอว่าผู้รับสารต้องการให้สื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ความต้องการด้านข่าวสาร สารสนเทศ

ประเด็นนี้เกี่ยวข้องกับการชมเพื่อให้ทราบข่าวสารเกี่ยวกับตนเอง, กลุ่มสังคมที่กลุ่มตัวอย่างสังกัดอยู่ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้เป็นการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง และยังรวมถึงการตอบสนองความ

อยากรู้ อยากเห็น และสนองความสนใจในด้านต่างๆ ประเด็นที่พบว่าเกี่ยวข้องกับด้านข่าวสารคือ การใช้ประโยชน์ด้านความรู้ทั่วไป ที่อาจนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งเมื่อพิจารณาจากปริมาณ ค่าเฉลี่ยที่แสดงถึงความพึงพอใจแล้วพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการมปาน กางในขณะเดียวกัน กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมาก ซึ่งแสดงถึงกลุ่มตัวอย่างมีความคิดว่าการชม รายการควิซโชว์ตอบสนองความต้องการด้านข่าวสาร ได้มากนั่นเอง

จากผลการวิจัย และเนื่องจากการชมรายการควิซโชว์นั้นเป็นรายการที่ใช้เป็นเครื่องมือ ตอบสนองความอยากรู้ อยากเห็น และแสวงหาความรู้ ความบันเทิง

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยแยกประเด็นเรื่องการใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการด้าน ข่าวสารสารสนเทศออกมาได้ดังนี้

1. การฝึกด้านความคิดและเชาวน์ปัญญา
2. ได้ความรู้ทางวิชาการเพิ่มเติม
3. ได้ทดสอบความจำจากความรู้เดิม
4. ได้รับข้อมูลข่าวสารที่มันเหตุการณ์
5. ได้ทราบสภาพปัจจุบันรอบตัว
6. ได้นำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์กับชีวิตประจำวัน

2. ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ให้แก่บุคคล (Personal Identity)

ในลักษณะของการสร้างเอกลักษณ์ ส่วนบุคคลนั้นผู้วิจัยตีความว่าเป็นการค้นหาความ เชื่อมั่นในคุณค่าที่ตนยึดถือให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล เพื่อเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติ เพื่อ เปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่นได้ เพื่อมองให้ทะลุลึกเข้าไปภายในตนเองได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เมื่อนำมา วิเคราะห์ร่วมกับรายการควิซโชว์แล้ว ผู้วิจัยคาดว่าผู้ชมน่าจะใช้ประโยชน์จากความพึงพอใจจาก การแสดงในลักษณะที่เป็นการสร้างการมองลักษณะของตนเองได้ชัดเจนขึ้น ทำให้ทราบว่าตนเอง เป็นใครในสังคม ด้วยการใ้รายการควิซโชว์เป็นเหมือนภาพสะท้อนของกลุ่มได้ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้รายการควิซโชว์เพื่อประโยชน์ในความพึงพอใจเพื่อตอบสนองความต้องการสร้าง ควมมีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ให้แก่บุคคล และตนเองในลักษณะต่างๆ ดังนี้

1. ได้รายการเป็นเพื่อนช่วยแก้เหงาได้
2. ได้ปลดปล่อยอารมณ์ ลืมปัญหาไปชั่วขณะ

นอกจากรายการควิชโชว์ทำให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลินแล้ว บางขณะการชมรายการควิชโชว์ก็ช่วยให้ผู้ชมได้รายการเป็นเพื่อนแก้เหงา และได้ปลดปล่อยอารมณ์ สัมปัญหาไปชั่วขณะ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างให้คะแนนระดับความพึงพอใจที่ระดับมาก นับว่ามีกลุ่มตัวอย่างที่เห็นความสำคัญของรายการควิชโชว์ในฐานะที่เป็นเพื่อนแก้เหงาและทำให้ปลดปล่อยอารมณ์ สัมปัญหาไปชั่วขณะ ในระดับมากเช่นกัน

ในประเด็นต่างๆ ที่กล่าวมาแล้วนั้น สามารถสรุปได้ว่า ประชาชนที่ชมรายการควิชโชว์ยุคใหม่ จะมีการรับประโยชน์และความพึงพอใจต่อการชมเพื่อสร้างเสริม คอกย้ำ ความรู้ ของตนเองผ่านการชมรายการควิชโชว์โดยเฉพาะการใช้รายการควิชโชว์เพื่อช่วยแก้เหงาและปลดปล่อยอารมณ์ สัมปัญหาไปชั่วขณะ

3. ความต้องการด้านการรวมตัว และการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Intergration and Social Interaction)

การใช้รายการควิชโชว์เพื่อประโยชน์และความพึงพอใจด้านความต้องการด้านการรวมตัว และปฏิสัมพันธ์ทางสังคมนั้น ผู้วิจัยมองว่าผู้ชมรายการควิชโชว์มีการใช้รายการควิชโชว์เพื่อประโยชน์อื่นๆ นอกเหนือจากประโยชน์เพื่อความบันเทิง แต่ผู้วิจัยยังใช้การมาชมรายการควิชโชว์เป็นกิจกรรมอีกรูปแบบหนึ่งที่ทำให้เกิดการรวมตัวและมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน กลุ่มเพื่อนและครอบครัว ให้เป็นหัวข้อในการสนทนา ช่วยให้สนทนากับเพื่อนๆ ได้ดี ได้ชื่นชมพิธีกรที่ตนชอบ ได้ลุ้นกับผู้แข่งขันเหมือนตัวเองอยู่ในเหตุการณ์

ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจกล่าวว่สื่อก่อให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ในสังคม ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม เรียนรู้ถึงวิธีการที่จะปรับตัวให้เข้ากับผู้อื่น การสำรวจและคอกย้ำค่านิยม นำเรื่องต่างๆ ไปคุยกับเพื่อน การได้การยอมรับจากกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่ ซึ่งนำไปสู่พฤติกรรมสื่อสาร ซึ่งมีใช้วัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของคนคนเดียวแต่เป็นความต้องการของกลุ่มด้วย ลักษณะของการชมรายการควิชโชว์ เพื่อประโยชน์ในด้านนี้ มีดังนี้

- เพื่อชื่นชมพิธีกรที่ตนชื่นชอบ
- ได้นำเรื่องราวในรายการไปเป็นหัวข้อสนทนากับผู้อื่นได้ดี
- ได้เชียร์เพื่อน
- ได้ชื่นชมผู้แข่งขัน
- ได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์

4. ความต้องการด้านความบันเทิง (Entertainment)

ในการวิจัยการชมรายการควิซโชว์ครั้งนี้ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิงเป็นหลัก โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในด้านนี้ ดังต่อไปนี้

- ชมรายการควิซโชว์เพื่อเป็นเครื่องแก้เหงา
- เพื่อความสนุกสนาน เพติดเพลิน ผ่อนคลายความเครียด
- ช่วยให้ปลดปล่อยและลืมความจริงหรือปัญหาในชีวิตไปชั่วขณะ

ความบันเทิงนับเป็นวัตถุประสงค์หลักของการชมรายการควิซโชว์ นอกเหนือจากความบันเทิง เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด แล้วผู้ชมมีการใช้สื่อเพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ เช่น ได้รับความสนุกสนานทางสุนทรียะ เพื่อแก้เหงา และปลดปล่อย หรือหลีกเลี่ยงหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ อีกด้วย

กล่าวโดยสรุป ผู้วิจัยพบว่าสิ่งหนึ่งที่กลุ่มตัวอย่างได้รับแน่นอนภายหลังการชมรายการควิซโชว์ก็คือ ความบันเทิงจากการชมรายการ , ความรู้และสาระประโยชน์ อีกทั้งความพึงพอใจในสิ่งที่ใกล้เคียงกัน

ในส่วนของความพึงพอใจที่มีต่อรายการควิซโชว์นั้น กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อความเพติดเพลิน ความบันเทิงสนุกสนานในรายการ มากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศน้อยที่สุด สามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ว่า รายการควิซโชว์มีเวลาจำกัด ดังนั้นแนวความคิดของเวนเนอร์ (Wenner, 1985) ที่ว่า การบริโภคข่าวสารของผู้บริโภคก็เพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลในการอ้างอิง ช่วยในการตัดสินใจ และสามารถนำไปใช้สนทนากับผู้อื่นได้ ดังนั้นผู้ชมจึงอยากให้เพิ่มเวลาออกอากาศขึ้น

ในส่วนการใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์ กลุ่มตัวอย่างสามารถได้รับความรู้ต่างๆ อย่างง่ายๆ สบาย ๆ อาจเป็นเพราะรายการควิซโชว์เป็นรายการที่ให้สาระความรู้และความบันเทิงควบคู่กันไปด้วย เหมาะสำหรับทุกเพศทุกวัยที่ได้รับชมแล้วเกิดความเข้าใจ และความรู้อื่นๆ มากขึ้น ส่วนประโยชน์ที่กลุ่มตัวอย่างได้รับจากรายการควิซโชว์น้อยที่สุด คือ ได้เชียร์เพื่อน อาจเพราะไม่ค่อยมีเพื่อนได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการแข่งขันตอบปัญหาชิงรางวัลนั้น

ข้อเสนอแนะสำหรับรายการควิซโชว์

ในการวิจัยครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นและมีข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาปรับปรุงรายการให้ดีขึ้น ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอเป็นข้อเสนอแนะเพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้นำไปเป็นข้อมูลเพื่อการพัฒนารายการต่อไป ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่เสนอแนะเพิ่มเติม ร้อยละ 56 เห็นว่าควรมีรายการประเภทควิซ

โชว์นี้เพิ่มขึ้น เนื่องจากเป็นรายการที่ให้สาระประโยชน์และความบันเทิงควบคู่กัน

2. กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 20 เห็นว่า ต้องการรายการที่มีวิธีการนำเสนอที่แตกต่างออกไปแบบมีเอกลักษณ์ของรายการ ไม่ซ้ำแบบรายการที่อยู่เดิม

3. ข้อเสนอแนะด้านวัน และเวลาออกอากาศ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 31.9 เสนอว่า ช่วงเวลาในการออกอากาศไม่ควรอยู่ติดเกินไปคือหลังเวลา 22.00 น. เพราะวัยเด็กจะสามารถรับชมได้ และไม่ควรในช่วงเวลาเดียวกับเวลาละครช่องอื่น ๆ ซึ่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างถึงร้อยละ 85.9 เสนอว่า เนื่องจากบางครัวเรือนมักเลือกรับชมละครมากกว่ารายการคิซโชว์ อีกทั้งยังเสนอระยะเวลาออกอากาศแต่ละรายการไม่ควรเกิน 30 - 45 นาที

4. กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 10.1 เสนอแนะเพิ่มเติมให้รายการคิซโชว์มีการประชาสัมพันธ์ วัน - เวลา และเนื้อหารายการที่จะออกอากาศครั้งต่อไปให้มากกว่าเดิมเพื่อเป็นสิ่งจูงใจในการติดตามชม

ข้อจำกัดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ พบว่ามีข้อจำกัด 2 ประการคือ

1. การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ผู้วิจัยพบว่าการวิจัยถึงลักษณะความสัมพันธ์ของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้น การใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยอย่างเดียวไม่เพียงพอ ทำให้ขาดข้อมูลในส่วนลึกบางประการ เช่น ด้านเหตุผลของกลุ่มตัวอย่าง ความรู้สึกต่างๆ ควรมีการใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบต่างๆ ด้วย

2. รายการคิซโชว์ เป็นรายการประเภทหนึ่งที่ไม่ค่อยมีผู้วิจัยมากนัก อีกทั้งยังได้รับความนิยมน้อยครั้งในช่วงกลางปีพ.ศ. 2543 ซึ่งเป็นรายการที่ผู้ผลิตรายการต่างพากันผลิต แต่ในระยะเวลาไม่ถึงครึ่งปี รายการเหล่านั้นต้องขุดตัวลง ทำให้กระแสคิซโชว์เริ่มถดถอยลงไปด้วยเช่นกัน จะเห็นได้ว่าปัจจุบันกลุ่มรายการคิซโชว์ที่จัดอยู่ในมีรูปแบบคล้ายคลึงกันนั้น ไม่มีให้เห็นมากนัก ยังคงเหลือแต่รายการที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องและยาวนาน อย่าง เกมเศรษฐี แพนพังก์แท้ รายการ 4 ต่อ 4 แฟมลิเกม ทำให้กลุ่มรายการคิซโชว์ในระยะที่ศึกษานั้นมีน้อย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางในการวิจัยครั้งต่อไปไว้ ดังนี้

1. ผลการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นถึงการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการชมรายการคิซโชว์ ดังนั้นน่าจะมีการขยายขอบเขตการวิจัยไปวิเคราะห์เนื้อหาของรายการคิซโชว์

2. ในการวิจัยเรื่องรายการควิซโชว์ครั้งต่อไปผู้วิจัยขอแนะนำให้ศึกษา ผู้ผลิตรายการนำเสนอรายการการควิซโชว์ ลักษณะปัจจัยที่

DPU

ปริญญาบัตร

ปริญญาบัตร

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กฤษณ์ ทองเลิศ. **สื่อมวลชน การเมือง และวัฒนธรรม**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ส่วนท้องถิ่น, 2539
- กาญจนา แก้วเทพ และ ศิริชัย ศิริกายะ. **ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน**. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531
- ขวัญเรือน กิตวัฒน์. **แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร พลศาสตร์ของการสื่อสาร**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2531
- ปรมะ สตะเวทิน. **หลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538
- พัชนี เสงี่ยมรักษา, เมตตา กฤตวิทย์ และฉัตรนันทน์ อนวัชศิริวงศ์, **แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย** 2530
- พิไลวรรณ ปุกหุด, **การจัดการวิทยุโทรทัศน์ เล่ม 1-2** มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2530
- มานวิกา ตันตีสุกกฤต. **การผลิตรายการโทรทัศน์**. เชียงใหม่: ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2528
- ยุคล เบ็ญจรงค์กิจ. **การวิเคราะห์ผู้รับสาร**. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533
- พีระ จิระโสภณ . **ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. ในหลักและทฤษฎีการสื่อสาร**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529
- สมควร กวียะ, **สื่อสารมวลชนดลชีวิต**. สำนักพิมพ์แก้วน้ำ, 2537

วารสาร

- ต้อย แอคน่. “ QUIZ SHOW ของถูกแต่เร้าใจ ” **ทีวีพูล**. 11, 448 .4-10 สิงหาคม 2543
- ไทรภพ ลิมปพัทธ์. “QUIZ SHOW จะเกิดเป็นดอกเห็ด แต่เกมเศรษฐีเป็นต้นไม้ไม่ไซ้เห็ด” **Marketeer**. ปีที่1, ฉบับที่ 5. กรกฎาคม 2543
- วาสนา ปัญญาวงศ์. “นาทิตอง QUIZ SHOW! SOURCE” **Make Money**. 1, 12 . กันยายน 2543
- สอศสร้อย ชมธวัช. “เวลาพารวย”9 คำถาม 2 ล้าน!” **Marketeer**. ปีที่1, ฉบับที่ 5. กรกฎาคม 2543
- เสรี วงษ์มณฑา. “จิตวิทยาการสื่อสาร” **วารสารธรรมศาสตร์**. 9,4. เมษายน-มิถุนายน 2523

ข่าวในหนังสือพิมพ์

- กาญจนา แก้วเทพ. “ทัศนะของดร.กาญจนา แก้วเทพ” ผู้จัดการรายสัปดาห์. 5 กันยายน 2541
- “เกมเศรษฐกิจของโลก” ไทยโพสต์. 11 กันยายน 2543
- “ควิชโชว์ แพ้ระบอบเหมือนเกมโชว์” ฐานเศรษฐกิจ. 2 ตุลาคม 2543
- “ควิชโชว์พีเวอร์ยูทนาการ ขอรวยด้วยคน ” มติชน. 28 กันยายน 2543
- “ควิชโชว์ สอดสุดระบอบทุกช่อง มายทีวี ส่งแชมป์ขึ้นเกม” ประชาชาติธุรกิจ. 2 ตุลาคม 2543
- “ควิชโชว์ ไม่ใช่คำตอบสุดท้าย” ผู้จัดการรายวัน. 14 กันยายน 2543
- “ผ่าเบื้องหลังเกมเศรษฐกิจ คนแพ้สมัครนับแสน” ข่าวสด. 1 ตุลาคม 2543
- “ลัทธิตั้ง ควิชโชว์ ความสร้างสรรค์ของทีวีไทย : ข่าวบันเทิง” ผู้จัดการ. 16 ตุลาคม 2543

เอกสารอื่นๆ

- สุรางค์ พงษ์สิทธิถาวร. ลักษณะเด่นของรายการเกมโชว์ที่ดึงดูดคนดู. สารนิพนธ์วารสารศาสตร์
บัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533

วิทยานิพนธ์

- ปัทมา หล่อวิจิตร “ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชม รายการสนทนา 45 นาที
ปัญหาบ้านเมือง” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2539
- สมควร เจริญสุข. “พฤติกรรมการเปิดรับสารและความพึงพอใจจากรายการเกมโชว์ทาง
โทรทัศน์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539
- วิลาวัลย์ เอื้อบูรณานนท์. “กลยุทธ์การส่งเสริมรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์และผู้ผลิตราย
การในปี 2535” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535
- อรนุช สุดประเสริฐ. “การวิเคราะห์รายการแข่งขันชิงรางวัลทางโทรทัศน์” วิทยานิพนธ์นิเทศ
ศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538

ภาษาอังกฤษ

BOOKS

- Atkin, Charles K. **Anticipated Communication and Mass Media International Seeking Public Opinion Quarterly**. New York: Free Press, 1973.
- Atkin Charles K. Instrumental. **Utilities and Information and Information Seeking**. In Per Clarke (ed). **New Model for mass Communication Research**. Bever Hill. Sage Publication, 1973.
- Becker, Lee B, Macomb. Maxwell e, and Meloed, Jack M. **The Development of Political Cognitions Political Communication**. Engiewood Cliffs: N.J.prentice-Hall, 1979.
- De Fleur, Malvin L. (Malvin Lawrence), and RoKeach, Sandra Ball. **Theory of Mass Communication**. 5th ed. New York: Longman Inc., 1989.
- Edward. Staspepe and Bretz, Rudy. **Television Program**. ath ed. New York: Hill and Wang, 1968.
- Fiske John. **Television Culture**. London: Routlege, 1987.
- Goodhardt, G.J. Ehrenberg, A, S, C and Collins, M.A. **The television Audience**. Westmead : Saxon House, Teakfield Limited. 1979.
- Hlapper. Joseph T. **The Effect of Mass Communication**. 10th ed. New York: The Free Press. 1969.
- John P. Robinson, Kline and Tichenor . **Mass Communication and Information Diffusion. in Current Perspective in Mass Communication Research**. London : Sage Publication, 1972 .
- Katz E., Blumer K.G. and Gurevich. **Utilization of Mass Communication by the individual in Blumer J.G. and Kaiz E. (eds) The Uses of Mass Communication**. Beverly Hills, Sage Publication, 1973.
- Klapper, J.P. **The Effect of Mass Communication**. New York: Free Press, 1960.
- Lowery. Shearon A. and Defleur, Melvin L. **Milestone in Mass Communication Research Effects**. 2nd ed New York: Longman, 1988.
- Maslow, A.H. **Motivation and Personality**. Newyork : Harper and Brothers, 1954.
- Maxwell E. Mc. Combs and Lee B.Becker. **Using Communication Theory**. Engiewood Cliffs: N.J.prentice-Hall, 1979.

Mcnelly, John T. and Fonesca, Engenio interest at the U. of Casta Rica. **Joumalism Quarterly.**

Vol. 41, No.2, 1968.

Mcquail, Dennis, **Mass Communication theory: An Introduction.** 2nd ed. London: Sage

Publication, 1986.

Merill, J.C. and Lowenstien, R.L. **Media Message and Men : new Perspective in**

Communication. Newyork : David Meday Company Inc., 1972.

Shramm. **The Process and Effect of Mass Communication.** Urbana : University of Illinois

Press, 1954.

Wright, R. Charles. **Mass Communication: A Sociological Perspective.** New York: Random

House, 1989.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

การศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับของผู้ชมรายการควิซโชว์ยุคใหม่

รายการควิซโชว์ยุคใหม่ในที่นี้ หมายถึง เกมเศรษฐี รายการแฟนพันธุ์แท้ รายการ 4 ต่อ 4 แฟมิลีเกม

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้ได้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ในระดับปริญญาโท

คณะนิเทศศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จึงขอรบกวนท่านผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านกรุณาตอบแบบสอบถามทุกข้อ เพื่อที่จะเป็นประโยชน์ในการทำวิจัยและผู้ผลิตรายการสามารถนำผลที่ได้จากการทำวิจัยไปพัฒนาให้ตรงกับความต้องการของผู้ชม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างและช่องที่ตรงกับคำตอบของท่าน

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1.1. เพศ ชาย หญิง

1.2. อายุ

- ต่ำกว่า 21 ปี
 21 - 30 ปี
 31 - 40 ปี
 41 - 50 ปี
 51 - 60 ปี
 61 ปีขึ้นไป

1.3. ระดับการศึกษา

- ประถมศึกษา
 มัธยมศึกษาตอนต้น / ปลาย
 ปวช./ปวส.
ปริญญาตรี
 สูงกว่าปริญญาตรี

1.4. อาชีพ

- นักเรียน / นักศึกษา
- ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- แม่บ้าน
- พนักงานบริษัทเอกชน
- ประกอบธุรกิจส่วนตัว
- อื่น ๆ โปรดระบุ

1.5. รายได้ต่อเดือน

- ต่ำกว่า 5,000 บาท
- 5,000-10,000 บาท
- 10,000-20,000 บาท
- 20,000 – 30,000 บาท
- 30,001 ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับชมรายการทีวียุคใหม่

2.1. รายการทีวียุคใหม่ต่อไปนี้ รายการใดที่ท่านชม มากที่สุด (โปรดเรียงอันดับ 1-3)

- เกมเศรษฐี
-แฟนพันธุ์แท้
-เกม 4 ต่อ 4 แฟมิลีเกม

2.2 ท่านชมรายการทีวียุคใหม่ บ่อยแค่ไหน

- 3-4 ครั้ง ต่อสัปดาห์
- 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์
- น้อยกว่า 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์
- ไม่แน่นอน

2.3. โดยส่วนใหญ่ลักษณะในการติดตามชมรายการทีวียุคใหม่ของท่าน

- ชมบ้างถ้าเปิดพบและดูน่าสนใจ
- ชมถ้ารายการทีวีอยู่คั่นระหว่างรายการที่กำลังรอรับชมในขณะนั้น

- พยายามที่จะติดตามชมแต่ไม่สามารถทราบเวลาออกอากาศที่แน่นอน
- ติดตามชมถ้าได้เห็น โปรโมทรายการ (ประชาสัมพันธ์) ว่าเป็นเรื่องที่น่าสนใจ
- เลือกชมรายการใดรายการหนึ่งเป็นประจำ (โปรคระบุรายการ
- เลือกชมรายการ 2 รายการ (โปรคระบุรายการ
- อื่น ๆ โปรคระบุ

2.4. ในแต่ละครั้งที่ชมรายการควิซโชว์ยุคใหม่ ท่านชมรายการเป็นระยะเวลาานเท่าใด

- ดูนจบรายการ
- ดูไม่จบรายการ
- ดูบ้างไม่จบบ้าง
- ไม่แน่นอน

2.5. ท่านชมรายการชมรายการควิซโชว์ยุคใหม่ เพราะเหตุใด โปรดเรียงลำดับความสำคัญโดยให้อันดับที่ 1 สำคัญมากที่สุด อันดับที่ 2 และ 3 สำคัญน้อยรองลงไป)

- รายการควิซโชว์ให้ความรู้ หรือ ได้ประโยชน์จากรายการ
- สามารถนำสิ่งที่ชมจากรายการควิซโชว์ไปใช้ในชีวิตประจำวัน / อาชีพได้
- รายการควิซโชว์นำสิ่งที่อยู่ในความสนใจขณะนั้นมาเสนอ
- ชื่นชอบในพิธีกร หรือดำเนินรายการควิซโชว์
- ได้ลุ้นกับผู้แข่งขัน
- ทดสอบความสามารถของตนเอง
- เงินรางวัลในรายการสูง
- ศึกษาเพื่อจะมีโอกาสได้เข้าร่วมแข่งขันตอบปัญหาชิงรางวัลในรายการ
- เป็นรายการที่ได้รับความนิยม และมีผู้ให้ความสนใจมาก
- เพื่อจะได้เป็นหัวข้อในการสนทนา
- เพื่อน , ครอบครัวที่บ้านเปิดรับชม
- อื่น ๆ โปรคระบุ

2.6. สิ่งจูงใจที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ท่านเลือกชมรายการควิซโชว์ยุคใหม่รายการใดรายการหนึ่ง คือ

- ใตเติ้ล น่าสนใจ (เช่นการใช้คอมพิวเตอร์กราฟฟิก ฯลฯ)
- ความน่าเชื่อถือต่อรายการนั้น ๆ
- ความน่าเชื่อถือของเนื้อหารายการ (คำถาม คำตอบ)

ความน่าเชื่อถือต่อบริษัทผู้ผลิต

ความเชื่อถือต่อพิธีกร

อื่น ๆ ระบุ

2.7. ท่านเคยคิดที่จะสมัครไปร่วมการแข่งขันรายการควิซโชว์ยุคใหม่หรือไม่

เคยคิด

ไม่เคยคิด

2.8. ถ้าท่านเคยคิด เพราะเหตุใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

อยากได้เงินรางวัลจากทางรายการ

อยากทดสอบความรู้ความสามารถของตน

อยากออกโทรทัศน์

อื่น ๆ โปรดระบุ.....

2.9. ถ้าท่านไม่เคยคิด เพราะเหตุใด

ชอบเป็นผู้ชมที่ดีเท่านั้น

อายุเพื่อน กลัวไปปล่อยความตลกในรายการ

คิดว่าคำถามในรายการที่แข่งขันยากเกินความสามารถของตนเอง

อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 3 ท่านได้รับความพึงพอใจจากการชมรายการควิซโชว์ยุคใหม่ เพียงไร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างและช่องที่ตรงกับความพึงพอใจของท่าน

ความพึงพอใจ จากการชมรายการควิซโชว์ยุคใหม่	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
พึงพอใจต่อความเพลิดเพลิน ความบันเทิง สนุกสนานในรายการ					
พึงพอใจต่อการได้รับข้อมูลข่าวสารที่มันเหตุการณ์					
พึงพอใจต่อความรู้ด้านวิชาการเพิ่มเติม					
ท่านพึงพอใจต่อการฝึกด้านความคิดและเชาวน์ ปัญญา					
พึงพอใจต่อการฝึกการสังเกตประกอบการตัดสินใจ อย่างรวดเร็วและถูกต้อง					
พึงพอใจที่ผู้ชมได้มีส่วนร่วมับรายการ					
พึงพอใจต่อตัวพิธีกร					
พึงพอใจต่อผู้ร่วมแข่งขัน					
พึงพอใจต่อรูปแบบรายการ และการแข่งขัน					
พึงพอใจต่อคำถามในรายการ					
พึงพอใจต่อรางวัลในรายการที่ให้ผู้ร่วมแข่งขัน					
พึงพอใจต่อฉากและอุปกรณ์ที่ทันสมัย และสวยงาม ในรายการ					
พึงพอใจต่อเวลาที่ออกอากาศ					
พึงพอใจต่อภาพรวมของรายการควิซโชว์ยุคใหม่					

ส่วนที่ 4 ท่านใช้ประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์ยุคใหม่เพียงไร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างและช่องที่ตรงกับการใช้ประโยชน์ของท่าน

การใช้ประโยชน์ จากการชมรายการควิซโชว์ยุคใหม่	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
ท่านได้รายการเป็นเพื่อนช่วยแก้เหงาได้					
ท่านได้รับการผ่อนคลายจากการชมรายการ					
ท่านได้ความสนุกสนานจากการชมรายการ					
ท่านได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์จากการชมรายการ					
ท่านได้ทราบถึงสภาพปัจจุบันรอบตัว					
ท่านได้นำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์กับชีวิตประจำวันของท่าน					
ท่านได้ปลดปล่อยอารมณ์ ลืมปัญหาไปชั่วขณะ					
ท่านได้นำเรื่องราวในรายการไปเป็นหัวข้อสนทนากับผู้อื่น					
ท่านได้รับความตื่นเต้นเหมือนอยู่ในเหตุการณ์					
ท่านได้ทราบถึงความตั้งใจความซื่อสัตย์และความมุมานะในการหาข้อมูลของผู้แข่งขัน					
ท่านได้ทดสอบความจำจากความรู้เดิมของท่าน					
ท่านได้ชื่นชมพิธีกร					
ท่านได้ชื่นชมผู้แข่งขัน					
ท่านได้เชียร์เพื่อน					
ท่านคาดหวังที่จะได้รับประโยชน์จากการชมรายการควิซโชว์ยุคใหม่					

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ท่านมีข้อเสนอแนะ ต่อการชมรายการคิซโซว์ยุคใหม่อย่างไร

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณ

ท่านที่ให้ความร่วมมือในการวิจัยครั้งนี้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นางสาวจันทร์ตราพร ตันติพลาผล
เกิด วันที่ 3 ตุลาคม 2515
วุฒิการศึกษา นิเทศศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยม อันดับหนึ่ง)
ภาควิชาการสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ปีการศึกษา 2538

DPU