

การมีส่วนร่วมและความนิยมรายการเกมเศรษฐกิจทางโทรทัศน์
ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร



นางสาว ปารีชาติ อีโซ



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชาโทสาขาสถาปัตยกรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2545

ISBN : 974 - 281 - 678 - 6

**PARTICIPATION AND POPULARITY OF MILLIONAIRE MILLENNIUM
ON TELEVISION AMONG BANGKOK CITIZEN**

MISS PARICHARD ISO

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

For the Degree of Master of Arts

Department of Business Communication Arts

Graduate School, Dhurakijpundit University

2002

ISBN : 974 - 281 - 678 - 6



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์ การมีส่วนร่วมและความนิยมรายการเกมเศรษฐกิจทางโทรทัศน์ของประชาชนใน
กรุงเทพมหานคร

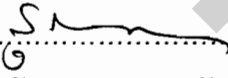
เสนอโดย น.ส.ปาริชาติ อีโซ

สาขาวิชา นิเทศศาสตรธุรกิจ

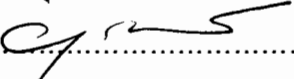
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อาจารย์อรุณ งามดี

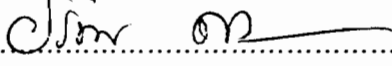
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

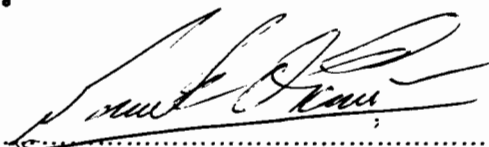

.....ประธานกรรมการ
(ศ.สุกัญญา สดบรรทัด)


.....กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(อาจารย์อรุณ งามดี)


.....กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
(รศ.อรนุช เลิศจรรยาภักษ์)


.....กรรมการผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย
(รศ.อรรถัย ศรีสันติสุข)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว


.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รศ.ดร.สมพงษ์ อรพินท์)

วันที่ ๒๗ เดือน ๗ พ.ศ. ๒๕๕๕

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ผ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหำนำวิจัย.....	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
สมมติฐานในการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์.....	5
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
แนวคิดทฤษฎีการเปิดรับสื่อ.....	6
แนวคิดทฤษฎีการมีส่วนร่วม.....	9
แนวคิดทฤษฎีลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร.....	11
แนวคิดทฤษฎีการดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์.....	12
แนวคิดองค์ประกอบด้านประเภทและเนื้อหาของรายการเกมโชว์.....	16
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	22
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	25
รูปแบบการวิจัย.....	25
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา.....	25
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	27
กรอบแนวคิดทางการศึกษา.....	27
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	29

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
	การรวบรวมข้อมูล.....	30
	การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนน.....	30
	สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	33
4	ผลการศึกษา.....	34
	ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	35
	พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐีทางโทรทัศน์ของ กลุ่มตัวอย่าง.....	39
	ความนิยมรายการเกมเศรษฐีของประชาชน.....	44
	การมีส่วนร่วมของประชาชน.....	46
	การทดสอบสมมติฐาน.....	48
5	สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	75
	สรุปผลการศึกษา.....	75
	อภิปรายผล.....	83
	ข้อเสนอแนะจากการศึกษา.....	86
	ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	86
	บรรณานุกรม.....	87
	ภาคผนวก.....	91
	ประวัติผู้เขียน.....	96

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของเพศของกลุ่มตัวอย่าง.....	35
2 จำนวนและร้อยละของอายุของกลุ่มตัวอย่าง.....	35
3 จำนวนและร้อยละของอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง.....	36
4 จำนวนและร้อยละของระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง.....	37
5 จำนวนและร้อยละของรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง.....	38
6 จำนวนและร้อยละของวันที่ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเปิดรับชม.....	39
7 จำนวนและร้อยละของความถี่ที่เปิดรับชมรายการเกมเศรษฐีทางโทรทัศน์...	40
8 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาที่เปิดรับชมรายการเกมเศรษฐี.....	41
9 จำนวนและร้อยละของลักษณะการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐี.....	42
10 จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาของการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐี.....	43
11 จำนวนและค่าเฉลี่ยของความนิยมรายการเกมเศรษฐี.....	44
12 จำนวนและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของประชาชน.....	46
13 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.1 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	48
14 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.2 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	49
15 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.3 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	50
16 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.4 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	51
17 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.5 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	52
18 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.6 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	53
19 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.7 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	54
20 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.8 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	55
21 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.9 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	56
22 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.10 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	57
23 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.11 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	58
24 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.12 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	59
25 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.13 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	60
26 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.14 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	61

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
27	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.15 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	62
28	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.16 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	63
29	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.17 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	64
30	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.18 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	65
31	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.19 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	66
32	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.20 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	67
33	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.21 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	68
34	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.22 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	69
35	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.23 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	70
36	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.24 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	71
37	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.25 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	72
38	ทดสอบความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับ กับความนิยม โดยใช้ ONE-WAY ANOVA.....	73
39	ทดสอบความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับ กับการมีส่วนร่วม โดยใช้ ONE-WAY ANOVA.....	74

ชื่อวิทยานิพนธ์	การมีส่วนร่วมและความนิยมรายการเกมเศรษฐีทาง โทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
ชื่อนักศึกษา	นางสาว ปาริชาติ อิโอ
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ อรุณ งามดี
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ธุรกิจ
ปีการศึกษา	2544

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์นี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐีของประชาชนในกรุงเทพมหานคร และเพื่อทราบถึงความสนใจในการมีส่วนร่วมและความนิยมของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจจากจำนวนแบบสอบถามที่สมบูรณ์ 390 ชุด ผลการศึกษาพบว่า

1. ประชาชนที่เปิดรับรายการเกมเศรษฐี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างในธุรกิจเอกชน จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท
2. พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐี ส่วนใหญ่จะเปิดรับทุกวันเสาร์และอาทิตย์ โดยเปิดดูบ่อย ๆ (3-4 ครั้งต่อเดือน) ตลอดรายการที่แพร่ภาพ จะมีความตั้งใจดูแต่เปลี่ยนช่องบ้าง ในระยะที่เริ่มมีออกอากาศ แต่ในปัจจุบันจะดูบ้างไม่ดูบ้าง
3. ประชาชนมีความนิยมรายการเกมเศรษฐี อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.59
4. การมีส่วนร่วมของประชาชนในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.39
5. ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐี ทั้งที่ไม่แตกต่างกัน และแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
6. พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐีไม่มีความสัมพันธ์กับความนิยม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
7. พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐีไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

Thesis Title	Participation and Popularity of Millionaire Millennium on Television among Bangkok Citizen
Name	Ms. Pharichard Iso
Thesis Advisor	Mr. Arun Ngamdee
Department	Business Communication Arts
Academic Year	2001

ABSTRACT

The objectives of this study were to survey the behavior of Bangkok citizens viewing the Millionaire Millennium on television channel 3, also their interest participation and the popularity of the program. Survey research was applied in the study by using questionnaires asking 390 samples. The finding from the study were as follow:

1. Most of the millionaire's viewers were female of 21-30 years old, employees of private business with bachelor degrees and earns less than 10,000 bath a month.
2. They watched the program almost every Saturday and Sunday (3-4 times a month). Earlier they used to watch through the entire program and rarely change to other program but later that they occasionally watch the program.
3. The popularity of the program among the sampling watches was leveled at 3.59 out of 4.
4. The level of participation was 3.39 out of 4.
5. The characteristics of the program's viewers, i.e., sex, age, education, occupation, and income, were both statistically significant difference and not difference in their watching behavior at 0.05 significance level.
6. There was not statistically related between their watching behavior and interest at 0.05 significance level.
7. The watching behavior of millionaire millennium was not statistically related with participation at 0.05 significance level.

กิตติกรรมประกาศ

การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงของท่าน อาจารย์ อรุณ งามดี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้ให้ความเป็นกันเอง ให้คำแนะนำ ตรวจสอบ แก้ไขอย่างสม่ำเสมอซึ่งผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ สุกัญญา สดขรรค์ทัด รองศาสตราจารย์ อรุณช เลิศจรรรักษ์ และ รองศาสตราจารย์ อรทัย ศรีสันติสุข กรรมการวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำ ตลอดจนการตรวจทานปรับปรุงแก้ไขการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณคณาจารย์สาขาวิชานิเทศศาสตร์ รวมทั้งคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้จนสำเร็จการศึกษา

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ห้องสมุดจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ห้องสมุดมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ หอสมุดแห่งชาติ รวมทั้งสำนักงานวิจัยแห่งชาติ ที่กรุณาให้คำแนะนำรวมถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อเทโรโอะ คุณแม่ทองรักษ์ ด้วยความซาบซึ้งในพระคุณของท่านที่สนับสนุนให้ได้ศึกษาเล่าเรียน รวมทั้งน้องปู, อู๋ และแนน ที่เป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยตลอดมา นอกจากนี้ขอกราบขอบพระคุณ คุณอัครณัฐ หัวหน้างานที่ให้โอกาสผู้วิจัยได้ทำวิจัยจนสำเร็จ

สุดท้ายนี้หากมีข้อผิดพลาดหรือบกพร่องแต่ประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

ปาริชาติ อีโซ

มีนาคม 2545

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปกติแล้ววัตถุประสงค์ที่สำคัญของการจัดรายการโทรทัศน์บวกกับความนิยมของผู้ชมที่มีต่อสื่อโทรทัศน์ จึงทำให้เกิดรายการหลากหลายประเภท ซึ่งรายการที่พบเห็นโดยทั่วไป ได้แก่ รายการข่าว รายการสารคดี รายการเพลง รายการปกิณกะบันเทิง ละคร โทรทัศน์ เป็นต้น และในรายการต่าง ๆ นี้ “รายการเกมโชว์” ก็เป็นอีกรายการหนึ่งที่มีการจัดอยู่ในประเภทของรายการเพื่อเสนอความบันเทิง สามารถแบ่งรูปแบบออกเป็นลักษณะกว้าง ๆ ได้ 3 รูปแบบ คือ รายการเกมโชว์ (Game Show) ที่เน้นความบันเทิง เน้นสาระ และให้สาระควบคู่กับบันเทิง (สมควร เจริญสุข, 2539 : 2)

รายการเกมโชว์ มีรูปแบบการนำเสนอรายการที่แตกต่างจากรายการอื่น ๆ คือ

1. เป็นรายการที่นำเสนอการแข่งขันเกมต่าง ๆ ซึ่งมีความแปลกใหม่ทั้งในรูปแบบของเกมและองค์ประกอบต่าง ๆ ของรายการ ไม่ว่าจะเป็น ฉาก เพลง หรือ กลยุทธ์ ในการนำเสนอ .
2. เป็นรายการที่มีของรางวัล ซึ่งรางวัลต่าง ๆ นี้เป็นจุดที่ดึงดูดความสนใจประการหนึ่งของผู้รับสารหรือผู้ชมเป็นอย่างมาก
3. เป็นรายการที่สร้างผลกำไรให้กับผู้ผลิตได้อย่างมาก ถึงแม้ว่าจะมีการลงทุนสูงก็ตาม แต่ก็จะได้กำไรจากการโฆษณาเป็นจำนวนมากเช่นกัน
4. รายการเกมโชว์เปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้ามามีส่วนร่วมในรายการด้วย ซึ่งการมีส่วนร่วมก็คือ การร่วมสนุกแข่งขันในรายการ การมีส่วนร่วมในการชมในห้องส่ง และการส่งชิ้นส่วนไปร่วมรายการของผู้ชมที่บ้าน ในประเด็นนี้จะทำให้ผู้ชมที่บ้านคอยเอาใจช่วย และไม่พลาดการจับรางวัลในแต่ละครั้ง

เนื่องจากชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยในปัจจุบัน ค่อนข้างเครียดเพราะสภาพเศรษฐกิจที่ยังคงอยู่ในช่วงขาลง จึงมักจะให้ความสนใจเลือกชมรายการเกมโชว์และมี

ความต้องการที่จะเข้าร่วมในการแข่งขันด้วย นอกจากนี้รายการเกมโชว์ก็ยังมีรูปแบบที่หลากหลาย และนำเสนอในรูปแบบที่ต่างกันจึงยังทำให้ผู้ชมสามารถเลือกสรร รายการ และสื่อที่จะสนองความพึงพอใจของตนเองได้ ในขณะที่เดียวกันรายการเกมโชว์บางรายการก็มีความรู้ต่าง ๆ สอดแทรกในรายการ ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผู้ชมนำความรู้ที่ได้รับนั้นมาเป็นประโยชน์ ยิ่งกว่านั้นในรายการเหล่านี้ยังสามารถสร้างอารมณ์ จูงความรู้สึกผู้ชมให้คล้อยตาม รู้สึก ตีใจ-สงสาร ไปตามลีลาของการแข่งขันนั้น ๆ ฉะนั้นรายการเกมโชว์จึงมีอิทธิพลทางจิตใจต่อผู้ชมเป็นอย่างมาก

ดังนั้น การผลิตรายการโทรทัศน์ให้ตรงตามความคาดหวังของผู้ผลิตนั้นจึงต้องผ่านกระบวนการในการผลิตอยู่หลายขั้นตอน นอกจากนี้ยังประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ที่เอื้อต่อการผลิตรายการให้ประสบความสำเร็จที่กำหนดไว้และรวมถึงผลกระทบที่ก่อให้เกิดปัญหาต่อการผลิตด้วยเช่นกัน ซึ่งอาจกำหนดโดยผู้เชี่ยวชาญในการผลิตที่จะต้องเอาใจใส่ในเรื่องขององค์ประกอบพื้นฐานทางศิลปะและการแสวงหาความคิดสร้างสรรค์ที่ทำงานพื้นฐานของความสามารถทางวิชาชีพและการคาดคะเน ลักษณะในการผลิตรายการอาจมีผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาที่สื่อความเป็นจริง ผู้รับสารและแม้แต่ผู้ผลิตเอง (วีระ สุภะ, 2536 : 2)

เมื่อผู้ผลิตรายการต้องทุ่มเทอย่างมาก ทั้งกำลังกาย กำลังความคิด และ กำลังทรัพย์ ก็ย่อมต้องการให้รายการของตนได้มีผู้ชมมากอย่างต่อเนื่อง (rating) จึงจะประสบความสำเร็จ คือ มีส่วนแบ่งตลาดสูง อาจขายลิขสิทธิ์ได้อีก และหาผู้อุปถัมภ์รายการได้ง่าย และได้เงินจำนวนมาก ความสำเร็จดังกล่าวมิได้เกิดจากความพยายามผลิตรายการให้มีคุณภาพอย่างเดียว แต่ต้องหาช่วงเวลาออกรายการโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับผู้ชม ผู้ผลิตรายการเกมโชว์นั้น ๆ จะต้องทราบว่า คนประเภทใดสนใจเกมโชว์ประเภทไหน เช่น เด็ก หรือ ผู้ใหญ่ ผู้ชาย หรือ ผู้หญิง ผู้สูงอายุ หรือ หนุ่มสาว ฯลฯ และ ต้องทราบว่าบุคคลในกลุ่มเป้าหมายมักชมโทรทัศน์ในช่วงเวลาใด จะต้องออกอากาศให้ตรงเวลาที่บุคคลเป้าหมายกำลังชมรายการโทรทัศน์อยู่ รายการของตนจึงประสบความสำเร็จ เช่น รายการเกมเศรษฐี

รายการเกมเศรษฐีเป็นรายการเกมโชว์ที่เปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้ามีส่วนร่วมในรายการด้วยการสมัครเข้าร่วมแข่งขันตอบปัญหาในรายการ ทั้งในห้องส่งและทางโทรศัพท์ แพร่ภาพออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3 ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 18.45 – 19.30 น. ดำเนินรายการโดย ไตรภพ ลิมปพันธ์

เสน่ห์ของรายการ “เกมเศรษฐี” นั้นอยู่ที่คนทุกคนชั้นมีสิทธิเข้าแข่งขันได้อย่างเท่าเทียมกัน ผู้ร่วมรายการไม่จำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถพิเศษแต่อย่างใด เพราะคำถามทุกคำถามเป็นเรื่องเราเคยรู้มาก่อนแล้วเกือบทั้งนั้น การที่รายการเกมเศรษฐีได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องตั้งแต่วันแรกที่เริ่มออกอากาศ จนทำให้กลายเป็นรายการเกมโชว์ที่มีเรตติ้งสูงที่สุดในประเทศไทยนับตั้งแต่มีการทำรายการเกมโชว์นั้น ซึ่งเหตุผลหนึ่งก็คือ “ไครภพ” เป็นพิธีกรรายการทีวีที่มีไหวพริบปฏิภาณในการใช้คำพูด และการตั้งคำถามเก่งที่สุดในประเทศไทยคนหนึ่ง เพราะตลอดชีวิตการทำรายการที่วิมาเกือบ 20 ปี เขาไม่เคยเลยแม้แต่ครั้งเดียวที่จะทำให้ผู้ร่วมรายการต้องเสียหน้า โดยการพูดคักคอหรืออวดฉลาดเหนือแขกร่วมรายการ ตรงกันข้ามเขากลับให้เกิดริและเป็นกำลังใจให้กับผู้ร่วมรายการก้าวไปถึงจุดที่พวกเขาเหล่านั้นใฝ่ฝัน

อีกเหตุผลหนึ่งก็คือ การสมัครเข้าร่วมแข่งขันก็ทำเพียงง่าย ๆ โดยการเขียนเล่าประวัติส่วนตัวพร้อมแนบรูปถ่ายและที่สำคัญท่านต้องบอกว่า ถ้าได้เงิน 1 ล้านบาทท่านจะนำเงินไปทำอะไร โดยคำถามเริ่มต้นจากคำถามหลักพัน หลักหมื่น หลักแสน และคำถามสุดท้ายข้อที่ 16 มูลค่า 1,000,000 บาท ในการตอบคำถามผู้เล่นต้องยืนยันคำตอบโดยพูดว่า “เป็นคำตอบสุดท้าย” เมื่อพูดว่า “เป็นคำตอบสุดท้าย” แล้วพิธีกรจึงจะเฉลย (สุคยอดคัมภีร์พิชิตรางวัล, 2544)

จากที่กล่าวแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการวิจัยเพื่อทราบว่า ผู้ชมมีความรู้สึกตอบสนองอย่างไรต่อรายการเกมเศรษฐี ความเหมาะสมของช่วงเวลาที่ผู้ชมตามเป้าหมายสามารถชมได้ และลักษณะของผู้ชมเป็นบุคคลประเภทใด เพื่อจะได้นำไปปรับปรุงรายการและเวลาออกอากาศให้เหมาะสมกับผู้ชมตามเป้าหมาย

ปัญหาวิจัย

1. พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐีทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร
2. ประชาชนต้องการมีส่วนร่วมและมีความนิยมรายการเกมเศรษฐีมากน้อยอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐีของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อทราบถึงความนิยมรายการเกมเศรษฐีทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อทราบถึงความสนใจที่จะมีส่วนร่วมในรายการเกมเศรษฐีของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัยฉบับนี้จะทำการศึกษาเฉพาะรายการเกมเศรษฐีที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ ช่อง 3 ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 18.30 – 19.45 น.
2. ระยะเวลาที่ทำการศึกษา ระหว่าง ตุลาคม 2544 – มกราคม 2545

สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะของประชากรที่ต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐีต่างกัน
2. พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐีมีความสัมพันธ์กับความนิยมรายการเกมเศรษฐี
3. พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐีมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในรายการเกมเศรษฐี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐีของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อทราบถึงความนิยมรายการเกมเศรษฐีของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อทราบถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการเกมเศรษฐี
4. เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ที่จะทำการวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวข้องได้นำไปประกอบการศึกษาวิจัย

นิยามศัพท์

1. รายการเกมเศรษฐี หมายถึง รายการแข่งขันตอบปัญหา (Quiz Show) ที่นำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3 มีลักษณะรายการเป็นการเล่นเกม และมีกติกาการเล่นเป็นกฎที่ตายตัว รวมทั้งมีผู้เล่นทั้งสองฝ่าย ซึ่งผู้ที่เชื่อมและดำเนินการเล่นเกมนี้ คือ พิธีกร โดยจะทำหน้าที่ดำเนินการให้เกมดำเนินไปตามเงื่อนไข แพร่ภาพออกอากาศทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 18.45 – 19.30 น.
2. ลักษณะของประชากร หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน
3. พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐี หมายถึง พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐี ได้แก่ วันที่เปิดรับ ความถี่ในการเปิดรับ ระยะเวลาในการเปิดรับ ลักษณะการเปิดรับ และช่วงเวลาที่ติดตาม
4. ความนิยมรายการเกมเศรษฐี หมายถึง ความรู้สึกที่ประชาชนในกรุงเทพมหานครให้ความสนใจต่อรายการเกมเศรษฐีทั้งในด้านบวกและลบ
5. การมีส่วนร่วม หมายถึง ความต้องการที่จะมีส่วนร่วมในรายการเกมเศรษฐีของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การมีส่วนร่วมและความนิยมรายการเกมเศรษฐีทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” จะทำการศึกษาโดยนำแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ มาเป็นแนวทางในการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดทฤษฎีการเปิดรับสื่อ
2. แนวคิดทฤษฎีการมีส่วนร่วม
3. แนวคิดลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร
4. แนวคิดองค์ประกอบด้านประเภทและเนื้อหาของรายการแข่งขันชิงรางวัล
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีการเปิดรับสื่อ

Atkin (1973 อ้างใน อรนุช สுகประเสริฐ) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากยิ่งมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัย ทันทต่อเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

Cherry (1978 อ้างใน อรนุช สுகประเสริฐ) ชี้ให้เห็นว่า การสื่อสารของมนุษย์กระทำเพื่อแบ่งปันข่าวสารกัน และการแบ่งปันข่าวสารระหว่างกันนี้จะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจและกระทำกิจกรรมประสานสอดคล้องกัน

Lerner (1958 อ้างใน อรนุช สுகประเสริฐ) เป็นคนแรกที่ศึกษาอิทธิพลที่เกิดจากการเปิดรับสื่อมวลชนในประเทศตะวันตกกลาง ในปี ค.ศ. 1958 พบว่า เมื่อมีการขยายตัวของชุมชนจนกลายเป็นเมืองจะช่วยให้เกิดการพัฒนาด้านความรู้หนังสือ และระดับการเรียหนังสือที่สูงขึ้นจะทำให้การเปิดรับสื่อมวลชนแพร่หลายมากขึ้น ในทำนองเดียวกันเมื่อชุมชนมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจากการพัฒนาอุตสาหกรรมมากขึ้น สังคมจะขยายขอบข่ายของสื่อมวลชนและการขยายตัวของสื่อมวลชนนี้เองจะช่วยยกระดับการรู้หนังสือมากขึ้นด้วย

โรเจอร์ส และ สเวนนิ่ง (Rogers and Sevenning, 1969 : 3) ให้คำนิยามว่า สื่อมวลชนนั้นคลุมถึงสื่อ 5 ประเภท คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และภาพยนตร์ ด้วยเหตุนี้ ดัชนีในการวัดการเปิดรับสื่อมวลชนในความหมายของเขาจึงประกอบด้วย จำนวนรายการวิทยุที่รับฟังต่อสัปดาห์ การอ่านหนังสือพิมพ์ต่อสัปดาห์ ภาพยนตร์ที่ดูต่อปี และอื่น ๆ

เบคเกอร์ (Becker, 1971 : 76) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับสื่อ โดยจำแนกได้ดังนี้คือ

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเพื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่วไป
 2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับสื่อเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้ เช่น เปิดดูโทรทัศน์เฉพาะเรื่องหรือรายการที่สนใจ หรือมีผู้แนะนำมา หรือขณะอ่านหนังสือพิมพ์หรือดูโทรทัศน์ หากมีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวข้องกับเรื่องที่ตนเองจะให้ความสนใจให้อ่านหรือดูเป็นพิเศษ
 3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์
- จึงสรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อ คือความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ระยะเวลา รวมถึงจำนวนสื่อในการเปิดรับอีกด้วย

เนื่องจากความแตกต่างกันของผู้รับสาร จึงทำให้ความสนใจที่จะเลือกเปิดรับสารแตกต่างกัน ดังที่ De Fleur (1966) ได้เสนอพื้นฐานความแตกต่างกันไว้ 4 ประการ

1. บุคคลมีความแตกต่างกันในด้านบุคลิกภาพและสถานภาพทางจิตวิทยาที่แตกต่างกันจึงมีผลให้เลือกรับสารแตกต่างกัน
2. ความแตกต่างกันดังกล่าวนี้ เป็นเพราะบุคคลมีการเรียนรู้ทางสภาพแวดล้อมที่มีความแตกต่างกัน
3. บุคคลที่อยู่ต่างสภาพแวดล้อมกัน ก็จะได้รับการเรียนรู้สภาพแวดล้อมที่ต่างกันไปด้วย

4. การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันนี้ ทำให้บุคคลมีทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อและบุคลิกภาพแตกต่างกัน

นอกจากนี้ Schramm (1973) ยังได้กล่าวถึงองค์ประกอบในด้านต่าง ๆ ของการเลือกเปิดรับสารของผู้รับสารไว้ดังนี้

1. ประสบการณ์ จะทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
2. การประเมินประโยชน์ของข่าวสาร จะทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่งที่แตกต่างกัน
3. ภูมิหลังที่แตกต่างกัน จะทำให้ผู้รับสารมีความสนใจในสื่อที่แตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม จะทำให้ผู้รับสารมีความแตกต่างกันในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาของข่าวสารที่ต่างกัน
5. ความสามารถในการรับสาร ทั้งสภาพร่างกายและจิตใจ จะมีส่วนสัมพันธ์กับความสามารถในการรับข่าวสารของบุคคล
6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมการเปิดรับสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจจะเป็นอุปสรรคของความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็ได้
8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือข่าวสารที่พบ

ผู้รับข่าวสารแต่ละคนต่างก็มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนตามแบบเฉพาะของตนเองซึ่งแตกต่างกันไป ซึ่งจากการศึกษาวิจัยของ เมอร์ริลล์ และ โลเวนสแตน์ (Merrill and Lowenstein, 1971) ได้สรุปถึงแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งเลือกรับสื่อว่า เกิดจากพื้นฐาน 4 ประการ คือ

1. ความเหงา เมื่อบุคคลจะต้องอยู่ตามลำพัง ไม่สามารถที่จะติดต่อสงสรรค์กับบุคคลอื่น ๆ ในสังคมได้ สิ่งที่ดีที่สุดก็คือ การอยู่กับสื่อ สื่อมวลชนจึงเป็นเพื่อนแก้เหงาได้ และบางทีบางคนก็พอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าอยู่กับบุคคลด้วยซ้ำ เพราะสื่อมวลชนไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนา หรือแรงกดดันทางสังคมให้แก่ตนเอง

2. ความอยากรู้ อยากเห็น มนุษย์มีความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ อยู่แล้ว ตามธรรมชาติ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงถือเอาจุดนี้เป็นหลักสำคัญในการเสนอข่าวสาร โดยเริ่มจากสิ่งใกล้ตัวก่อนไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองออกไป

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์แสวงหาข่าวสารและใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุ เพื่อใช้ข่าวสารที่ได้มาเสริมบารมีให้ความบันเทิงแก่ตนเอง โดยจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้ผลประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด (Promise of Reward)

4. ลักษณะเฉพาะ ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่าง มีส่วนทำให้ผู้รับสารแสวงหาและได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ผู้รับสารแต่ละคนย่อมจะเข้าใจในลักษณะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

กล่าวโดยสรุปจากแนวคิดทฤษฎีการเปิดรับสื่อดังกล่าวข้างต้น จะพบว่ามนุษย์มีความจำเป็นที่จะต้องติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกัน และจะเปิดรับสารก็ต่อเมื่อต้องการข่าวสาร ข้อมูลต่าง ๆ ที่ตนเองสนใจและเพื่อตอบสนองความต้องการของตน เช่น การเปิดรับรายการเกมเศรษฐีก็เพื่อสนองความต้องการในลักษณะต่าง ๆ ของผู้เปิดรับแต่ละบุคคลนั้น ๆ

แนวคิดทฤษฎีการมีส่วนร่วม

Rousseau (อ้างใน บุญชัย เกิดปัญญาวัฒน์, 2535) ได้เขียนทฤษฎีการมีส่วนร่วม (A participation Theory of Democracy) ไว้ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมต้องอยู่บนพื้นฐานของเสรีภาพในการตัดสินใจว่าจะเลือกในการมีส่วนร่วมหรือไม่ ที่สำคัญคือจะต้องไม่มีใครเป็นนายใคร หรือเป็นนายแห่งชีวิตใคร
2. กระบวนการมีส่วนร่วมนั้น ต้องอยู่บนพื้นฐานของความเสมอภาค และความสามารถพึ่งพาตนเอง ซึ่งจะทำให้เกิดความรับรู้ในความสำคัญของการมีส่วนร่วมของตนเอง

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ (อ้างใน ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์, 2527) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมว่าหมายถึง การเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจ และอารมณ์ของบุคคลหนึ่งในสถานการณ์กลุ่ม ซึ่งผลของการเกี่ยวข้องดังกล่าวเป็นเหตุเร้าใจให้กระทำการบรรลุจุดมุ่ง

หมายของกลุ่มนั้น ทั้งทำให้เกิดความรู้สึกร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มดังกล่าวด้วย ซึ่งการมีส่วนร่วมเกิดจากแนวคิด 3 ประการคือ

1. ความสนใจ และความห่วงกังวลร่วมกัน ซึ่งเกิดจากความสนใจ และความห่วงกังวลของบุคคล ที่บังเอิญพ้องต้องกัน กลายเป็นความสนใจ และความห่วงกังวลร่วมกันของส่วนรวม

2. ความเดือดร้อน และความไม่พึงพอใจร่วมกันที่มีต่อสถานการณ์ที่เป็นอยู่นั้น ลงมือกระทำร่วมกัน

3. การตกลงใจร่วมกันที่จะเปลี่ยนแปลงกลุ่ม หรือชุมชนไปในทิศทางที่ปรารถนา การตัดสินใจร่วมกันนี้จะต้องรุนแรงมากพอที่จะทำให้เกิดความคิดริเริ่มกระทำ การที่สนองตอบความเห็นชอบของคนส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนั้น

ดังนั้นการที่จะให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเล่นเกมนั้น ไม่ว่าจะโดยทางโทรศัพท์หรือด้วยตนเอง ในทางจิตวิทยามีคำอธิบายว่า การที่ประชาชนจะเข้าร่วมหรือไม่ขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญคือ *ความรู้สึกว่าเขาจะไปด้วยกันได้ดีกับผู้อื่นหรือไม่* (how well an individual "get along" with other) (Tom Raymon, 1996) หมายความว่า บุคคลที่จะพิจารณาว่า เขาจะสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นในกลุ่มนั้นได้ดีเพียงใด ซึ่งการสร้างความสัมพันธ์ได้ดี ก็คือ การทำอะไรร่วมกับเขาได้ดี ทำได้เช่นเดียวกับผู้อื่นทำ

ในทฤษฎีการมีส่วนร่วม มีคำว่า sanity คำนี้โดยทั่วไปแปลว่า "บ้า" แต่ในทฤษฎีการมีส่วนร่วม หมายถึง ความสำเร็จในการเข้าไปร่วมกับผู้อื่น เช่น การทำงาน การเล่น และการคบค้าสมาคม

ความรู้สึกว่าจะความสำเร็จในการเข้าไปร่วม เกิดจากความรู้สึกว่าเขาจะมีความสำเร็จในการเข้าไปร่วม เช่น ถ้ามีการประกาศให้เข้าร่วมแข่งขันว่ายน้ำ ผู้ที่ไม่มีความสามารถพอในการว่ายน้ำ หรือไม่เคยสนใจมาก่อน ก็จะไม่เข้าร่วม แต่ถ้ามีผู้มาบอกว่า "ไม่ใช่มีแต่การแข่งขัน แต่มีการแนะนำคนว่ายน้ำไม่เก่งด้วย เขาสามารถร่วมได้ เพราะชมรมว่ายน้ำต้องการแนะนำคนว่ายน้ำไม่เก่งให้ว่ายน้ำได้ดี " ดังนั้นผู้ที่คิดว่าจะไม่เข้าร่วม ก็อาจเปลี่ยนใจเข้าร่วม ในเรื่องของการเล่นเกมเศรษฐกิจก็เช่นกัน ถ้าผู้ชมคิดว่าเขาคงร่วมด้วยไม่ถูก ทำไม่ถูก เขาก็ไม่เข้าร่วม แต่ถ้าเขาคิดว่า "อย่างนี้ก็พอทำได้ และ อาจทำได้ดีด้วย" เขาก็เข้าร่วมด้วย

นอกจาก ความมั่นใจว่าตนจะมีความสำเร็จในการเข้าร่วมแล้ว ยังต้องมีปัจจัยที่สองที่จะทำให้เขาร่วมด้วยยาวนาน ประกอบด้วยอย่างขาดมิได้ ปัจจัยนั้นคือ เขาจะต้องได้รับการต้อนรับอย่างอบอุ่นเป็นกันเอง (intimacy) ความอบอุ่นในการร่วมกับผู้อื่นเป็นสื่อ นำผู้เข้าร่วมกับคนในสังคมนั้นให้อยู่ด้วยกันอย่างเหนียวแน่น ในการเข้าร่วมเล่นเกม เศรษฐี ถ้าผู้เข้าร่วมรู้สึกอบอุ่นเป็นกันเอง ก็ยินดีเข้าร่วม แต่ถ้าพิธีกรรมทำที่ดูถูกผู้เข้าร่วม ก็ไม่มีใครอยากมีส่วนร่วมเข้าเล่นเกมด้วย

ฉะนั้นเมื่อนำทฤษฎีการมีส่วนร่วมมาอธิบายการมีส่วนร่วมในการเล่นเกมนิเทศทางโทรทัศน์ จึงอาจสรุปได้ว่า

1. หากผู้ชมคิดว่า เขาจะมีความสามารถในการเล่นเกม เขาก็จะเข้าร่วม ถ้าเขาคิดว่า เขาจะไม่มีความสามารถ เขาก็จะไม่ร่วม การที่จะให้เขาเข้าร่วมก็ต้องชักจูงให้เห็นว่าเขามีโอกาสและความสามารถร่วมได้คือ

2. เมื่อเข้าไปร่วมแล้ว เขารู้สึกว่าอบอุ่นเป็นกันเอง เขาก็จะเล่นและชักจูงผู้อื่นเข้ามีส่วนร่วมด้วย หากเขารู้สึกว่า ไม่ได้ได้รับความเป็นกันเอง หรือ ถูกดูถูก เขาก็จะเลิกไม่ร่วมด้วย

แนวคิดลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร

ผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลาย ๆ ด้าน โดยเฉพาะลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics) ซึ่งได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา และสถานะทางเศรษฐกิจและสังคม

1. อายุ อายุหรือวัยเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างในเรื่องความคิด และพฤติกรรม บุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย และบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไป เมื่อตนเองมีอายุมากขึ้น (Myer Myer, 1982 : 5)

ประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จะเลือกใช้สื่อเพราะคำนึงถึงความสำคัญของเนื้อหามากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อย คือ ตั้งแต่ 9-11 ปี และกลุ่มที่มีอายุน้อย จะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง แต่กลุ่มที่มีอายุมากจะใช้สื่อเพราะสนใจที่จะรับรู้เรื่องเกี่ยวกับสังคมและความต้องการของตนเอง

2. เพศ ความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับข่าวสารนั้นด้วย (Wilo, Goldhabors and Yates, 1980 : 114)

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน เพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชายโดยนิยมนิชมูรายการละคร ในขณะที่เพศชายนิชมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า พฤติกรรมชมภาพยนตร์โทรทัศน์ของเด็กวัยรุ่นพบว่า วัยรุ่นชายจะสนใจภาพยนตร์สงครามและจารกรรมในขณะที่วัยรุ่นหญิงนิชมภาพยนตร์ทางด้านวิทยาศาสตร์

3. การศึกษา เป็นลักษณะสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ยุคสมัยที่ต่างกัน ระบบการศึกษาแตกต่างกัน สาขาวิชาที่แตกต่างกัน จึงมีความรู้สึกรู้จักคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไปอีกด้วย คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบในการเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เนื่องจากคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลาย ๆ เรื่องและสามารถเข้าใจสารได้ดี (ปรมะ สตะเวทิน, 2533 : 116) จึงเป็นผลให้คนที่มีการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย

4. สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม หมายถึง อาชีพ (Occupation) รายได้ (Income) เชื้อชาติและชาติพันธุ์ (Race and Ethnic Group) ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว (Family Background) ทำให้คนมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีประสบการณ์ที่แตกต่างกัน มีความคิด ค่านิยม และความสนใจที่แตกต่างกัน (ปรมะ สตะเวทิน, 2533 : 115)

จากแนวคิดนี้จะแสดงให้เห็นว่า ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันจะเป็นตัวกำหนดให้มีพฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน ไปตามลักษณะทางกายภาพ การศึกษาและสภาพสังคมในขณะนั้น ๆ ของบุคคล

แนวคิดการดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์

การดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์มีลักษณะคล้ายการผลิตแบบอุตสาหกรรมชนิดหนึ่ง โดยอาจจัดอยู่ในรูปของ “อุตสาหกรรมบันเทิง” (Entertainment Industry)

มีเป้าหมายในการผลิตเพื่อเป็นธุรกิจการค้าและบริการให้ได้มาซึ่งกำไรสูงสุด ดังนั้นจึงก่อให้เกิดสภาพของการแข่งขันทางการตลาดค่อนข้างสูง มีบริษัทผู้ดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์เกิดขึ้นตลอดเวลา โดยอาศัยปัจจัยสำคัญในการประกอบธุรกิจ ได้แก่ ทุน ทรัพยากร แรงงาน และผู้ประกอบการ เป็นตัวช่วยเกื้อกูลส่งเสริม

ในปัจจุบัน โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลสูงและเป็นสื่อที่มีแนวโน้มว่าจะทรงอิทธิพลอยู่ต่อไปตามสภาพของเศรษฐกิจและสังคมที่พัฒนาก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง และเนื่องจากการสื่อสารมวลชนไม่ได้เป็นเรื่องของปัจเจกบุคคลใด ๆ โดยเฉพาะ แต่เป็นการสื่อสารที่จำเป็นต้องอาศัยความสัมพันธ์ขององค์ประกอบย่อยต่าง ๆ เพื่อก่อตัวขึ้นเป็นระบบการสื่อสารมวลชนอีกทีหนึ่ง ซึ่งการสื่อสารมวลชนประเภทสื่อโทรทัศน์จะมีองค์ประกอบทางการสื่อสารดังนี้

ผู้ผลิตหรือผู้ส่งสาร คือ ผู้ที่ทำหน้าที่ในการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อส่งผ่านไปยังผู้รับสารอีกทอดหนึ่ง ซึ่งอาจมองผู้ผลิตอย่างองค์รวมในรูปขององค์กรการผลิต ได้แก่ สถานีโทรทัศน์เอง หรือบริษัทผู้จัดทำรายการ ซึ่งจะประกอบด้วยหน่วยย่อยของการผลิตอีก เช่น ผู้กำกับ ผู้เขียนบท ช่างเทคนิค ผู้แสดง ฯลฯ และผู้ผลิตดังกล่าวยังจะต้องมีบทบาทเกี่ยวข้องกับนายทุน หรือผู้อุปถัมภ์รายการอีกทอดหนึ่ง

รายการโทรทัศน์ คือ เนื้อหาของสารที่ถูกผลิตขึ้นโดยผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งจะมีรูปแบบและเนื้อหาของรายการที่แตกต่างกัน ตามแต่วัตถุประสงค์ของการผลิตที่ถูกกำหนดขึ้นโดยผู้ผลิตรายการโทรทัศน์โดยตรง หรือโดยอ้อมจากความต้องการของผู้บริโภค

ผู้รับสาร คือ ผู้ชมรายการโทรทัศน์ทั่วไป

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า การดำเนินงานธุรกิจโทรทัศน์ถือเป็นการผลิตสินค้าเพื่อนำสินค้านั้น ๆ จำหน่ายแก่ผู้บริโภคซึ่งอาจเป็นผู้บริโภคที่อยู่ในรูปของผู้รับสารโดยตรง หรือผู้อุปถัมภ์รายการ หรือสถานีผู้เป็นเจ้าของเวลา การผลิตสินค้านี้ดังกล่าวจะมีลักษณะพิเศษคือ เป็นการผลิตเพื่อมวลชน (Mass production) โดยผลิตออกมาในรูปของเนื้อหาสาร (Message) เพื่อส่งไปยังมวลชนเป้าหมาย เพื่อตอบสนองความต้องการของมวลชนเหล่านั้นในด้านต่าง ๆ กัน เช่น เพื่อความบันเทิง เพื่อการพักผ่อน เพื่อความรู้ ฯลฯ

บทบาทและอิทธิพลการเปิดรับทางโทรทัศน์

ในการเปิดรับทางโทรทัศน์ของประชาชนในปัจจุบันอาจกล่าวได้ว่า โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีความสำคัญอย่างมากประเภทหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและวิถีชีวิตของประชาชน ซึ่ง วิจิตร อวระกุล (2522 : 167) ได้กล่าวถึงความสำคัญของโทรทัศน์ไว้ว่า โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีความเร็วสูง สามารถถ่ายทอดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นสด ๆ ไปยังประชาชนได้ทันที จึงเสนอข่าวสารได้รวดเร็วและยังเป็นสื่อที่มีแรงจูงใจสูง อีกทั้งสามารถส่งไปได้ไกลทุกหนทุกแห่ง

ปัญญา ศิริโรจน์ (2527 : 1) กล่าวถึงความสำคัญของโทรทัศน์ว่า โทรทัศน์นับว่าเป็นสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตของประชาชนเป็นอย่างมาก โทรทัศน์เป็นผลมาจากความเจริญก้าวหน้าของเครื่องมือสื่อสารมวลชน หากจะเปรียบเทียบในบรรดาสื่อมวลชนทั้งหลายที่ใช้อยู่ในทุกวันนี้แล้ว นับว่าโทรทัศน์เป็นสื่อที่สามารถส่งข่าวสาร ความรู้และความบันเทิงไปได้ในขอบเขตที่กว้างเป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้ทุกระดับชั้น เพราะโทรทัศน์มีลักษณะพิเศษคือ เห็นได้ทั้งภาพและได้ยินเสียงไปด้วยในเวลาเดียวกัน

โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่ได้รับการกล่าวขวัญถึงทั้งในด้านบวกและลบ แต่ที่เราเห็นและติดตามมานั้นหลาย ๆ ฝ่ายต่างก็ระมัดระวังถึงภัยอันแฝงตัวมากับโทรทัศน์เสมอๆ สำหรับ ประมะ สตะเวทิน (2528 : 50) กล่าวถึงอิทธิพลของโทรทัศน์ โดยสรุปดังนี้

1. โทรทัศน์สามารถกระตุ้นหรือส่งเสริมให้ประชาชนกระทำการบางอย่างใดอย่างหนึ่งเมื่อประชาชนมีความโน้มเอียงที่จะทำเช่นนั้นอยู่แล้ว
2. โทรทัศน์สร้างทัศนคติ และค่านิยมใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นกับบุคคลที่ยังไม่เคยมีความรู้และประสบการณ์กับสิ่งนั้นมาก่อน ทัศนคติและค่านิยมใหม่ที่จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบุคคลนั้น ๆ ได้ดูรายการโทรทัศน์ที่เสนอเรื่องราวแนวเดียวกัน ซ้ำ ๆ ซาก ๆ เท่านั้น จะมีลักษณะของอิทธิพลสะสม ไม่ใช่อิทธิพลที่เห็นผลทันทีหรือในระยะเวลาอันสั้น
3. โทรทัศน์ทำให้บุคคลจิตใจตายด้าน ขาดความเห็นอกเห็นใจ ในออสเตรเลียพบว่า บุคคลที่ดูรายการทีวีประเภทอาชญากรรมมากเกินไปจะไม่มีความรู้สึกตื่นเต้นอีก เมื่อดูซ้ำ ๆ การดูมาก ๆ ทำให้ผ่านการตื่นเต้นมามากจนจิตใจตายด้าน ดังนั้นจึงไม่เกิดอารมณ์ใด ๆ และเกิดอาการเฉื่อยชาเมื่อดูรายการเช่นนั้น และกลายเป็นคนไม่สนใจใฝ่ดี ไม่เห็นอกเห็นใจคนที่ประสบเคราะห์กรรมจากอาชญากรรมต่าง ๆ

ทำนอง สิงคาลวณิช (2528 : 10) กล่าวว่า โทรทัศน์เป็นสื่อที่คล้ายภาพยนตร์ ซึ่งนับว่ามีอิทธิพลต่อผู้รับมากขึ้นเพราะให้ได้ทั้งภาพที่เคลื่อนไหวและเสียงในขณะเดียวกัน จึงก่อให้เกิดแรงกระตุ้นและความสนใจสูง หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้ดีที่สุด

ณรงค์ สมพงษ์ (2530 : 3) ให้ความเห็นว่า โทรทัศน์มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านทัศนคติ ความคิดเห็น ช่วยรักษามาตรฐานทางวัฒนธรรมและสร้างความคิดให้เกิดกับมวลชนให้การศึกษา ให้ข่าวสารและการบันเทิง

ขวัญใจ จินะปรีวัคอาภรณ์ (2533 : 1) ให้ความเห็นว่า โทรทัศน์มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของประชาชนในการรับบริการข่าวสาร ความรู้และความบันเทิง เป็นสื่อที่รวมเอาคุณลักษณะของสื่อมวลชน 3 ประเภทเข้าไว้ด้วยกันคือ ภาพยนตร์ วิทยุกระจายเสียง และหนังสือพิมพ์ ดังนั้นทุกครั้งที่ออกอากาศจึงได้รับความนิยมจากประชาชนอย่างมาก

จุไรพร จินตกานนท์ และปราณี นนทมาศ (2534 : 12) ให้ความเห็นว่า โทรทัศน์เป็นสื่อที่คนนิยมสูงสุด และมีอิทธิพลต่อผู้ชมมากที่สุดเช่นกัน ลักษณะเด่นของโทรทัศน์ได้แก่ ความสามารถในการนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร ทั้งภาพและเสียงได้รวดเร็วทันเหตุการณ์ เพราะเหตุนี้เองจึงทำให้โทรทัศน์มีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงค่านิยมและวัฒนธรรมของผู้ชม

โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่นับวันก็ยิ่งจะมีบทบาทต่อประชาชนมากยิ่งขึ้น เพราะโทรทัศน์สามารถส่งข่าวสารได้รวดเร็วทันเหตุการณ์ อีกทั้งยังเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้ทุกระดับชั้น แม้แต่ผู้ที่มีทักษะในการอ่านออกเขียนได้ต่ำก็สามารถเข้าใจเนื้อหาจากโทรทัศน์ได้ง่าย เพราะได้เห็นทั้งภาพและได้ยินเสียงไปพร้อม ๆ กันด้วย โทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ เกิดการศึกษา และยังได้รับความนิยมจากรายการต่างๆ ทางโทรทัศน์อีกด้วย นอกจากนี้โทรทัศน์ยังมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและค่านิยมของประชาชน อีกทั้งโทรทัศน์ยังช่วยรักษามาตรฐานทางวัฒนธรรมและสร้างความคิดให้เกิดแก่ประชาชนอย่างกว้างขวาง แต่โทรทัศน์จะมีคุณค่ามากน้อยแค่ไหนนั้นย่อมขึ้นอยู่กับเนื้อหาและการนำเสนอของรายการเกมโชว์นั้น ๆ

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533 : 214 – 217) กล่าวถึง การจำแนกการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ตามช่วงเวลาที่นิยม โดยวัดจากจำนวนผู้ชมรายการ อันมีผลต่อการจองเวลาโฆษณาและอัตราค่าโฆษณา ดังนี้

1. ช่วงเวลาที่นิยม (prime time) เป็นช่วงของการแพร่ภาพออกอากาศที่ผู้รับชมโทรทัศน์ในปริมาณมากที่สุด ช่วงเวลานี้จึงเป็นช่วงเวลาที่มียอดอัตราค่าโฆษณาสูงสุดด้วย ซึ่งอยู่ในระหว่างช่วงหลังข่าว (21:00 – 22:00 น.) ส่วนใหญ่เป็นรายการละคร

2. ช่วงเกี่ยวหนูน (fringe time) เป็นระยะเวลาก่อนและหลังช่วงเวลาที่นิยม เป็นช่วงที่ผู้ชมเปิดดูรายการหรือเปิดค้างต่อจากช่วงเวลาที่นิยมอยู่แล้ว ระหว่าง 19:30 – 21:00 น. ซึ่งตรงกับรายการข่าว และช่วงเวลา 22:00 – 23:00 น.

3. ช่วงปกติ (day time) เป็นช่วงอยู่นอกเหนือจากเวลาในข้อ 1 และ 2 สามารถเรียงลำดับความสำคัญตามจำนวนผู้ชมรายการได้ดังนี้

3.1 ช่วงเวลาเย็น ระหว่าง 16:00 – 19:00 น.

3.2 ช่วงเวลาบ่าย ในกรณีที่ในวันหยุดสุดสัปดาห์

3.3 ช่วงเวลาเช้า ในกรณีที่ในวันหยุดสุดสัปดาห์

3.4 ช่วงดึก ระหว่าง 23:00 – 24:00 น. มีบ่อยครั้งที่เรียกว่า ช่วงอับ (deadzone) เพราะมีผู้ชมน้อยมาก เนื่องจากส่วนใหญ่เข้านอนแล้ว

แนวคิดองค์ประกอบด้านประเภทและเนื้อหาของรายการเกมโชว์

โดยทั่วไปรายการเกมโชว์ สามารถแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบใหญ่ ๆ ดังต่อไปนี้ คือ (อ้างถึงในสมควร เจริญสุข, 2539 : 22)

1. รายการเกม (Game) หรือ เกมโชว์ ที่จัดในประเทศไทยเราใช้ทับศัพท์ภาษาอังกฤษคือ Game Show ถ้าดูความหมายจากพจนานุกรมของเว็บสเตอร์ (Webster, 1986) รายการเกมโชว์จะมีความหมายถึง “รายการที่มีกิจกรรม หรือกระบวนการหรือกลยุทธ์ที่กลุ่มคนใช้ทักษะทางร่างกาย หรือความสามารถทางสติปัญญา เพื่อแสดงความสามารถให้ปรากฏออกมา ซึ่งเป็นการแข่งขันกันระหว่าง 2 ฝ่ายขึ้นไป ภายใต้กฎ หรือกติกาตามที่ตกลงกันไว้”

พจนานุกรมของ The World Book Dictionary (1978) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “เกม” ไว้ดังต่อไปนี้ “A contest with certain rules, which one side or person tries to win”

ดังนั้นรายการเกม หรือเกมโชว์ จึงเป็นการแข่งขันระหว่างกลุ่มคน หรือบุคคลที่ใช้ทักษะทางร่างกาย สติปัญญา ความว่องไว ปฏิภาณ ไหวพริบ ความรู้รอบตัว ตลอดจนการเล็งโชคต่าง ๆ สำหรับรายการเกมโชว์ในบ้านเรานั้น มักจะนำแนวคิด หรือต้นแบบรายการมาจากรายการเกมโชว์จากต่างประเทศ ซึ่งประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่ได้ชื่อว่าเป็นต้นแบบหลักของรายการเกมโชว์ในบ้านเรา ซึ่งรายการเกมโชว์ของสหรัฐอเมริกา สามารถแบ่งกลุ่ม เกมการแข่งขันได้ 4 ประเภท คือ (Stasheff Edward, 1975)

ก. Panel of Experts เป็นเกมการแข่งขัน เช่น การทายภาพปริศนา ซึ่งผู้ทนายปริศนาหรือ ผู้เข้าแข่งขันนั้นมักจะเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านอาชีพสาขาวิชาชีพต่าง ๆ อาทิ เช่น นักธุรกิจ นักหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

ข. Audience-Contestants เป็นรายการเกมโชว์ที่ผู้เข้าแข่งขันนั้นเป็นผู้ตอบ ที่มาจากทางบ้านโดยผู้แข่งขันอาจเขียนจดหมายสมัครเข้ามาแข่งขัน ซึ่งผู้ที่สมัครเหล่านี้จะถูกคัดเลือกเพื่อให้ได้บุคคลที่กล้าและแสดงออกรวมทั้งมีความเชื่อมั่นในตัวเอง ตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว และมีความสามารถทางด้านการพูด ผู้แข่งขันจะได้เข้าร่วมเล่นเกมต่าง ๆ เช่น การทายราคาสินค้า การทายปริศนาต่าง ๆ การเลือกแผ่นป้าย เป็นต้น สำหรับการทายปริศนาต่าง ๆ การเลือกแผ่นป้าย เป็นต้น

ค. Audience-Participation เป็นเกมโชว์ที่พิธีกรของรายการได้คัดเลือก และติดต่อผู้ชมทางบ้านไว้ล่วงหน้า เพื่อให้มาออกรายการในฐานะที่เป็นบุคคลที่ทำความดี เสียสละ และช่วยเหลือผู้อื่น พิธีกรจะมอบของรางวัลเพื่อเป็นการตอบแทนคุณงามความดีของบุคคลนั้น

ง. Quiz รายการเกมโชว์ประเภทนี้ ผู้แข่งขันจะต้องตอบคำถามเรื่องราวต่าง ๆ เพื่อค้นหาผู้ชนะ และได้รับรางวัลไปในที่สุด

นอกเหนือจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่เป็นต้นแบบแห่งเกมโชว์แล้ว ก็ยังมีประเทศอังกฤษอีกประเทศหนึ่งที่เป็นต้นแบบแห่งการทำเกมโชว์เช่นกัน สำหรับเกมโชว์ในบ้านเรานั้นต่างก็มีรูปแบบการนำเสนอเกมการแข่งขันที่ไม่มีลักษณะตายตัว เพราะแต่

ละรายการจะพยายามที่จะสร้างกลยุทธ์ในการนำเสนอสิ่งที่แปลกใหม่ เพื่อครองความนิยมจากผู้รับสารและอีกอย่างหนึ่งก็คือ เพื่อการแข่งขันกันในเรื่องของการตลาดและธุรกิจ จึงทำให้เกมโชว์ในบ้านเราได้รับความนิยมมาโดยตลอด กระบวนการผลิตและการแข่งขันในเรื่องของเกมโชว์มีอัตราที่สูงขึ้น

2. รายการแข่งขันตอบปัญหา (Quiz) เป็นกิจกรรมที่มาจากรายการประเภท Quiz Program ซึ่งคำว่า Quiz นั้น หมายถึง “A short oral or written answer” คือ การตอบคำถามสั้น ๆ ด้วยวาจา หรือการเขียน ส่วนรายการ Quiz Show นั้น ตามพจนานุกรมของ Webster (1986) ได้ให้ความหมายไว้ดังนี้ “A radio or television program in which a group of people compete in answering question”

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ทำให้เราสามารถสรุปได้ว่า รายการเกมโชว์ และการแข่งขันตอบปัญหานั้นมีความแตกต่างกันดังนี้

รายการเกมโชว์ (Game Show) เป็นรายการแข่งขันที่มีความหลากหลาย เพราะการแข่งขันในรายการเหล่านี้จะมีอยู่หลายวิธี เช่น การแข่งขันการทายปริศนาต่างๆ การแข่งขันเสียงโชค การแข่งขันทักษะต่างๆ ทางด้านร่างกาย ความคิด และการแข่งขันตอบคำถามจากเนื้อหา จากภาพเรื่องราว หรือสถานการณ์ที่กำหนดให้ ซึ่งผู้ตอบ หรือผู้แข่งขันจะต้องใช้ไหวพริบปฏิภาณ เขาวนปัญญา และการคาดเดาในการแข่งขัน ตลอดจนการใช้ในสิ่งนี้เป็นเครื่องตัดสินหาผู้แพ้ หรือผู้ชนะในรายการด้วย

รายการแข่งขันตอบปัญหา (Quiz Show) เป็นรายการที่ผู้แข่งขันจะต้องแข่งขันตอบปัญหาทางวิชาการ ความรู้ที่ปรากฏในตำราเรียน หรือความรู้รอบตัว ซึ่งผู้แข่งขันในรายการส่วนใหญ่จะเป็นเด็ก เยาวชน นักศึกษา ส่วนเครื่องมือในการตัดสินว่าใครคือผู้แพ้ หรือผู้ชนะก็คือ การแข่งขันทางสติปัญญานั้นเอง

องค์ประกอบต่าง ๆ ของรายการเกมโชว์นั้นมีเกณฑ์ในการพิจารณาองค์ประกอบแต่ละรายการไว้ดังนี้ (อรนุช สุกประเสริฐ, 2538)

1. องค์ประกอบด้านวัตถุประสงค์เบื้องต้นในการผลิตรายการ เป็นองค์ประกอบด้านวัตถุประสงค์ของรายการที่ทางผู้ผลิตรายการได้มีการกำหนดไว้ล่วงหน้า และวัตถุประสงค์ของรายการนั้นมีเกณฑ์ในการพิจารณา ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 3 แบบ คือ

1.1 วัตถุประสงค์ที่เน้นสาระความรู้เป็นหลัก รายการเกมโชว์ประเภทนี้ผู้ผลิตรายการจะกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอสาระประโยชน์ ตลอดจนความรู้ให้กับผู้ชมและผู้แข่งขัน ซึ่งอาจจะมี ความสนุกสนานสอดแทรกบ้างในการแข่งขัน แต่การแข่งขัน และเนื้อหาของรายการจะมุ่งไปเพื่อการแข่งขันทางสติปัญญา การทดสอบความรู้และส่วนใหญ่มักจะเป็นความรู้ทางวิชาการ

1.2 วัตถุประสงค์ที่เน้นความบันเทิงเป็นหลัก รายการเกมโชว์ประเภทนี้ส่วนใหญ่มักมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสนุกสนานให้กับผู้ชมเป็นหลัก ดังนั้นเนื้อหา และรูปแบบของรายการจึงดำเนินไปโดยนำเสนอความบันเทิงในรูปแบบต่าง ๆ ที่หลากหลายกันไป

1.3 วัตถุประสงค์ที่เน้นทั้งสาระความรู้ และความบันเทิง รายการเกมโชว์รูปแบบนี้จะมีสัดส่วนของความบันเทิง และความรู้ควบคู่กันไป ซึ่งการนำเสนออาจจะเน้นไปทางใดทางหนึ่งเป็นพิเศษ กล่าวคือ รายการอาจจะให้ความสำคัญกับความบันเทิงมากกว่า โดยที่สัดส่วนของความรู้และสาระอาจอยู่ในอันดับรอง แต่ภาพรวมของรายการจะต้องเป็นรายการที่ให้ความบันเทิงและสาระประโยชน์และสัดส่วนใดจะมากกว่ากันนั้นขึ้นอยู่กับผู้ผลิตรายการเองที่จะเป็นผู้พิจารณาตามความเหมาะสม

2. องค์ประกอบด้านสัดส่วนการนำเสนอระหว่างสาระ ความรู้ และบันเทิง เป็นการพิจารณาสัดส่วนการนำเสนอระหว่างสาระ ความรู้ และบันเทิงที่ทางรายการนำเสนอจริง ซึ่งอาจจะตรงหรือไม่ตรงตามวัตถุประสงค์เบื้องต้นที่ถูกกำหนดไว้ก่อนหน้าก็ได้ สำหรับเกณฑ์การพิจารณาองค์ประกอบด้านนี้นั้น สามารถแบ่งได้ดังนี้

2.1 รายการเกมโชว์ที่เน้น หรือนำเสนอสาระความรู้เป็นหลักซึ่งรูปแบบรายการที่นำเสนอจะเป็นไปในเรื่องของ การให้ความรู้ซึ่งความรู้ที่นั้นอาจเป็นความรู้ทางวิชาการหรือความรู้รอบตัวก็ได้

2.2 รายการเกมโชว์ที่เน้น หรือนำเสนอความบันเทิงเป็นหลัก จะมีรูปแบบที่ให้ความสนุกสนานทั้งในด้านการนำเสนอเรื่องของเกมการแข่งขัน จาก พิธีกร ผู้เล่น ซึ่งมีความหลากหลายและแตกต่างกันไปในแต่ละครั้ง

2.3 รายการเกมโชว์ที่เน้นหรือมีสัดส่วนระหว่าง สาระ ความรู้ และความบันเทิงใกล้เคียงกัน

3. องค์ประกอบด้านลักษณะวิธีการเล่น การใช้ความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งสามารถแบ่งเกณฑ์ในการพิจารณาไว้ดังนี้

3.1 รายการเกมโชว์ที่ผู้แข่งขันจะต้องใช้การวิเคราะห์หาคำตอบด้วยการ ไตร่ตรองการคำนวณอย่างมีเหตุผล และหลักการในขณะเดียวกันผู้แข่งขันอาจจะต้องใช้ พื้นฐานความรู้ทางวิชาการ ความรู้รอบตัวของตนเองมาประกอบในการแข่งขันด้วย

3.2 รายการเกมโชว์ที่ผู้แข่งขันจะต้องใช้การคาดเดา การทาย ตลอดจน การใช้ชวามปัญญาและไหวพริบในการตอบคำถาม หรือทายปริศนาต่าง ๆ ซึ่งผู้แข่งขัน อาจจะไม่จำเป็นต้องใช้การวิเคราะห์ ไตร่ตรอง หรือคำนวณ อย่างมีเหตุผล และหลักการ ทางวิชาการแต่อย่างใดเลย

3.3 รายการเกมโชว์ที่ผู้แข่งขันจะต้องใช้ทักษะทางร่างกาย ความ สามารถเฉพาะตัว ความสามารถพิเศษในการแข่งขัน เช่น ความว่องไว ความรวดเร็ว ความแม่นยำ เป็นต้น

3.4 รายการเกมโชว์ที่ผู้แข่งขันจะต้องใช้การเสี่ยงโชครูปแบบต่าง ๆ ใน การแข่งขัน ซึ่งรายการประเภทนี้ผู้เข้าแข่งขันอาจไม่จำเป็นต้องใช้ความสามารถใด ๆ เลย ทั้งทาง สติปัญญา หรือทางร่างกาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการตัดสินใจผู้แพ้ หรือผู้ชนะของราย การ ซึ่งรายการประเภทนี้จะใช้การตัดสินใจจากการเสี่ยงโชคเป็นหลัก เช่น การเปิดแผ่น ป้ายคะแนน การกดปุ่มคะแนน หรือ จับฉลากคะแนน เป็นต้น

4. องค์ประกอบด้านจุดขาย หรือจุดดึงดูดความสนใจของรายการ ในการ ศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบในด้านจุดขายหรือจุดดึงดูดความสนใจของรายการเกมโชว์นั้น ได้กำหนดเกณฑ์ไว้ดังต่อไปนี้

4.1 รายการเกมโชว์ที่มีพิธีกรเป็นจุดดึงดูดความสนใจของรายการ ไม่ว่าจะ เป็นพิธีกรชาย พิธีกรหญิง หรือผู้ช่วยพิธีกร ซึ่งส่วนมากจะเป็นบุคคลที่อยู่ในความสนใจ และเป็นที่ยอมรับของผู้ชม

4.2 รายการเกมโชว์ที่มีผู้ร่วมรายการ หรือผู้แข่งขันเป็นจุดดึงดูดความ สนใจของรายการ ซึ่งผู้ร่วมรายการส่วนใหญ่ก็จะเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง และมักจะเป็น บุคคลที่อยู่ในวงการบันเทิงที่เป็นที่ยอมรับของผู้ชม เช่น ดารา นักแสดง นักร้อง ดาว ตก เป็นต้น

4.3 รายการเกมโชว์ที่มีการแข่งขันหรือการนำเสนอที่แปลก ใ้ใจมากกว่าเกมทั่วไป การแข่งขันมักจะมีธีมแนวและต่างจากรายการอื่น และสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมให้ติดตามชมได้ตลอด เช่น รายการเกมโชว์ที่ใช้เทพสารคดีแปลก ๆ ในการดำเนินการ หรือรายการเกมโชว์ที่มีการพูดคุยเป็นจุดขาย รวมทั้งการกำหนดการเล่นเกมที่แปลกไปจากที่รายการอื่นมี

4.4 รายการเกมโชว์ที่ใช้เนื้อหาของรายการเป็นจุดขาย รายการประเภทนี้จะมีเนื้อหาข้อมูลต่าง ๆ ที่น่าสนใจ เช่น คำถามที่มีข้อมูลที่ที่น่าสนใจ หรือเรื่องราวที่แปลก ๆ และน่าสนใจในวิดีโอ ซึ่งเรื่องราวพวกนี้จะน่าสนใจ และเป็นจุดขายที่สำคัญ

4.5 รายการเกมโชว์ที่ใช้รางวัลที่มีมูลค่ามาก ๆ เป็นสิ่งดึงดูดใจ ซึ่งอาจจะเป็นเงินเป็นทอง สิ่งของ รถยนต์ โทรทัศน์ หรือบางรายการแจกบ้าน ซึ่งนอกจากจะแจกให้แก่ผู้เข้าร่วมการแข่งขันแล้ว แต่ยังแจกให้แก่ผู้ชมจากทางบ้านที่ส่งไปรษณียบัตรมาเข้าร่วมรายการอีกด้วย

การพิจารณาเนื้อหาของรายการเกมโชว์นี้ เราสามารถแบ่งเนื้อหาของรายการออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ ดังนี้ คือ

1. เนื้อหาของรายการเกมโชว์ที่อาศัยความรู้ (Knowledge) โดยทั่วไปแล้ว เนื้อหาของรายการประเภทที่ต้องอาศัยความรู้นี้ อาจจะเป็นเรื่องราวของข้อมูลที่แท้จริงสามารถอ้างได้ในตำราเรียนต่าง ๆ เช่น หนังสืออ้างอิง พจนานุกรม และ Encyclopedias เป็นต้น หรืออาจจะเป็นความรู้ทั่วไปในชีวิตประจำวันก็ได้ สำหรับเนื้อหารายการเกมโชว์ที่ต้องอาศัยความรู้ (Knowledge) สามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ ได้ดังนี้

1.1 เนื้อหาความรู้ทางวิชาการ (Academic knowledge) เนื้อหาส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับวิชาการ ความรู้ที่มีอยู่ในตำรา

1.2 เนื้อหาความรู้ทั่วไป (General knowledge) เนื้อหาส่วนใหญ่ของการแข่งขันในรายการจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับความรู้รอบตัว ความรู้นอกเหนือจากหนังสือวิชาการ

2. เนื้อหาของรายการเกมโชว์ที่อาศัยความรู้เกี่ยวกับมนุษย์ (Human Knowledge) เนื้อหาของรายการเกมโชว์ประเภทนี้เป็นความรู้เกี่ยวกับมนุษย์หรือความรู้ที่เกี่ยวกับสังคม ดังนี้จึงไม่มีการตอบผิดตอบถูกอย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความ

สามารถของผู้แข่งขันว่าจะสามารถเข้าใจคนได้มากน้อยแค่ไหน รายการนี้แบ่งย่อยเป็น 2 ประเภท คือ

2.1 เนื้อหาเกี่ยวกับคนทั่วไป (Knowledge of people in general)

2.2 เนื้อหาเกี่ยวกับบุคคลที่เฉพาะเจาะจง (Knowledge of specific individual)

นอกจากนั้น ยังมีรายการประเภท “The Dating Game” ที่แข่งรับเชิญซึ่งเป็นบุคคลเดียวจะต้องเลือกผู้เข้าแข่งขันซึ่งเป็นเพศตรงข้าม และไม่เคย์รู้จักหรือเห็นหน้ามาก่อน ด้วยการถามคำถามต่าง ๆ มากมาย และผู้เข้าแข่งขันต้องพยายามตอบให้ถูกใจแขกรับเชิญ ซึ่งผู้ชนะในการแข่งขันก็คือ คนที่แขกรับเชิญเป็นผู้เลือกนั่นเอง

จากแนวความคิดนี้จะทำให้เราทราบถึงที่มาและประวัติของรายการเกมโชว์ว่าเป็นมาอย่างไร รวมไปถึงลักษณะของการแบ่งประเภทของรายการเกมโชว์ว่า แบ่งตามปัจจัยอย่างไรบ้าง เพื่อให้เข้าใจลึกซึ้ง และสอดคล้องกับการวิจัยในครั้งนี้ ในมุมมองของประชาชนผู้รับสารนั้น รายการเกมโชว์ที่นำเสนอออกมาในรูปแบบใด ดีแล้วหรือยัง หรือต้องปรับปรุงอย่างไร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อนุชิต มุรธาทิพย์ (2542) ศึกษาเรื่อง ทักษะคิด ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการ ดิสิบ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 อ.ส.ม.ท. ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เข้าชมรายการ ดิสิบ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18 – 23 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียนและนักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท สำหรับพฤติกรรมในการชมรายการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชมบ่อย ๆ (3 ครั้งต่อเดือน) และชมเป็นเวลานานมากกว่า 8 เดือนขึ้นไป โดยตั้งใจชมมากแต่เปลี่ยนช่องเมื่อมีโฆษณา และชอบชมช่วงเรียลทีวี่มากที่สุดและชอบเป็นอันดับ 1 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติทั่วไปต่อรายการ และทัศนคติต่อรายการในแต่ละช่วงดีมาก โดยช่วงเปิดรายการกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติดีมากที่สุด รองลงมาคือช่วงเรียลทีวี่ ส่วนความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากรายการ ดิสิบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการชมรายการอยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจและใช้ประโยชน์จากการชมเพื่อให้ได้

รับความเพลิดเพลินและความบันเทิงมากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อให้ได้รับข่าวสารที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ ทันโลก

สุภาภรณ์ พรหมศิริราช (2541) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ชมรายการสุขภาพกับการดูแลตนเอง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26-35 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 5,001-10,000 บาท และจบการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะนำความรู้ที่ได้ไปเป็นประโยชน์ต่อการทำงานและชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะความรู้ในด้านการป้องกันและควบคุมโรคต่าง ๆ การดูแลสุขภาพตนเอง พฤติกรรมในการดูแลสุขภาพตนเองที่พบมากที่สุด คือ การหมั่นตรวจสุขภาพประจำปีกับแพทย์อย่างน้อยปีละครั้ง ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยฉบับนี้คือ กลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีจำนวนของรายการสุขภาพทางโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้น โดยอยากให้นำเสนอในวันเสาร์ อาทิตย์ หรือวันหยุด ในช่วงเวลา 18.00-21.00 น. มีความยาว 10-20 นาที โดยเนื้อหาที่ต้องการมากที่สุดก็คือเนื้อหาในด้านการป้องกันและควบคุมโรค โดยเปิดโอกาสให้ผู้ชมร่วมแสดงความคิดเห็นขณะที่ออกอากาศด้วย

สมควร เจริญสุข (2539) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสารและความพึงพอใจจากรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เปิดรับชมรายการเกมโชว์ในช่วงเวลา 19.01 จนถึงปิดสถานี มีการเปิดรับชมรายการ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยใช้เวลาในการชมรายการมากกว่า 1 ชั่วโมงต่อครั้ง เหตุผลที่ชมก็เพื่อความบันเทิง และการพักผ่อนหย่อนใจ ส่วนรายการที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ “รายการเกมโชว์” ทางไทยทีวีสี ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. นอกจากนี้นักศึกษาที่มีเพศ อายุ สาขาวิชาที่เรียน อาชีพของบิดา และมารดาต่างกัน มีการเปิดรับชมรายการและความพึงพอใจไม่ต่างกัน แต่นักศึกษาที่ศึกษาในชั้นปีที่ต่างกัน มีการเปิดรับชมรายการเกมโชว์ต่างกัน รวมทั้งการเปิดรับชมรายการเกมโชว์มีความสัมพันธ์ทางลบกับความพึงพอใจจากรายการเกมโชว์

กฤษณ์ ทองเลิศ (2539) ศึกษาเรื่อง รายการเกมโชว์ ในหนังสือ “สื่อมวลชน การเมืองและวัฒนธรรม” พบว่า รายการเกมโชว์เป็นรายการที่มีบทบาทมากในสังคม โดยเฉพาะในเรื่องของการให้ความบันเทิง ช่วยผ่อนคลายความเครียดและความขุ่นเคืองในชีวิตประจำวัน แต่ในมุมกลับ รายการเกมโชว์เป็นรายการที่ไร้สาระมาก โดยจะเน้นการโฆษณาเป็นสำคัญ

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การมีส่วนร่วมและความนิยมรายการเกมเศรษฐกิจทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัย ดังต่อไปนี้ คือ

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลแบบครั้งเดียว (One-Shot Case Study) จากการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนโดยทั่วไปที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีเปิดตารางสำเร็จของ Taro Yamane ซึ่งคำนวณจากประชากร 100,000 คนขึ้นไป (จากประชากรที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปเท่ากับ 3,200,308 คนเมื่อ 31 ธันวาคม 2543, กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย) มีระดับความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดความผิดพลาดที่ยอมรับให้เกิดได้ไม่เกิน 5% (วิเชียร เกตุสิงห์, 2537 : 27) ได้จำนวนตัวอย่าง 400 คนจากตาราง โดยกำหนดสถานที่ในการสัมภาษณ์ ได้แก่ สถานที่ราชการ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ หน่วยงานเอกชน สถาบันการศึกษา ห้างสรรพสินค้า และที่อยู่อาศัย ตามสัดส่วนการคำนวณโดยกำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยเรียงลำดับ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้การสุ่มตัวอย่างตามสัดส่วน (Proportional Allocation) โดยแบ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานครออกเป็น 3 กลุ่มเขต ตามเกณฑ์การแบ่งของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ได้แก่ กลุ่มเขตเมือง กลุ่มเขตต่อเมือง และกลุ่มเขตชานเมือง ได้ดังนี้

1. กลุ่มเขตเมือง มีทั้งหมด 14 เขต คือ เขตพระนคร เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตปทุมวัน เขตสัมพันธวงศ์ เขตบางรัก เขตบางซื่อ เขตดุสิต เขตพญาไท เขตราชเทวี เขตห้วยขวาง เขตธนบุรี เขตคลองสาน และเขตดินแดง

2. กลุ่มเขตต่อเมือง มีทั้งหมด 26 เขต คือ เขตยานนาวา เขตประเวศ เขตสาทร เขตบางกะปิ เขตพระโขนง เขตบางนา เขตวัฒนา เขตคลองเตย เขตบางเขน เขตสายไหม เขตดอนเมือง เขตบางคอแหลม เขตลาดพร้าว เขตบึงกุ่ม เขตคันนายาว เขตสะพานสูง เขตจตุจักร เขตหลักสี่ เขตบางกอกน้อย เขตบางพลัด เขตบางกอกใหญ่ เขตภาษีเจริญ เขตบางแค เขตทุ่งครุ เขตราษฎร์บูรณะ และเขตสวนหลวง

3. กลุ่มเขตชานเมือง มีทั้งหมด 10 เขต คือ เขตหนองจอก เขตมีนบุรี เขตคลองสามวา เขตลาดกระบัง เขตบางขุนเทียน เขตบางบอน เขตจอมทอง เขตตลิ่งชัน เขตทวีวัฒนา และเขตหนองแขม

ผู้วิจัยได้สุ่มกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาวิจัย โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเขต โดยใช้เกณฑ์ ถ้าจำนวนประชากรทั้งหมดหลักร้อย ใช้กลุ่มตัวอย่าง 15-30% (บุญชม ศรีสะอาด, 2535 : 38) ได้ 12 เขต จากทั้งหมด 50 เขต คิดเป็นร้อยละ 24 ของเขตทั้งหมด จะได้สัดส่วนของเขตแต่ละกลุ่มเขตโดยวิธีคำนวณ ดังนี้

1. สัดส่วนจากกลุ่มเขตเมือง มีค่า $(12 \times 14) \div 50$ เท่ากับ 3.36 หมายความว่า วิจัยกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มนี้ จำนวน 3 เขต

2. สัดส่วนจากกลุ่มเขตต่อเมือง มีค่า $(12 \times 26) \div 50$ เท่ากับ 6.24 หมายความว่า วิจัยกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มนี้ จำนวน 6 เขต

3. สัดส่วนจากกลุ่มเขตชานเมือง มีค่า $(12 \times 10) \div 50$ เท่ากับ 2.4 หมายความว่า วิจัยกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มนี้ จำนวน 3 เขต

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีจับฉลากเพื่อเลือกตัวแทนในแต่ละกลุ่มเขต โดยใช้สัดส่วนจากวิธีขั้นตอนที่ 1 ผลการจับฉลากได้ผลดังนี้

1. กลุ่มเขตเมือง ได้เขตตัวแทนคือ เขตบางรัก เขตปทุมวัน และเขตพญาไท
2. กลุ่มเขตต่อเมือง ได้เขตตัวแทนคือ เขตสาทร เขตบางกะปิ เขตลาดพร้าว เขตดอนเมือง เขตพระโขนง และเขตคลองเตย

3. กลุ่มเขตชานเมือง ได้เขตตัวแทนคือ เขตคลองชัน เขตหนองแขม และ เขตมีนบุรี

ขั้นตอนที่ 3 จะทำการสุ่มแบบเจาะจง (Specific Sampling) เฉพาะผู้ที่เปิดรับ รายการเกมเศรษฐกิจทางโทรทัศน์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เมื่อผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากแนวทางการสร้างแบบสอบถาม แล้วจึงทำการ จัดทำร่างแบบสอบถามขึ้นเพื่อให้มีความสอดคล้องกับการวิจัยในครั้งนี้ โดยมีรายละเอียด ของแบบสอบถามดังนี้คือ

- ก. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง 5 ข้อ
- ข. พฤติกรรมการเปิดรับของกลุ่มตัวอย่าง 5 ข้อ
- ค. ความนิยมรายการเกมเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง 15 ข้อ
- ง. การมีส่วนร่วมในรายการเกมเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง 15 ข้อ

2. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และ กรรมการได้ให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแบบสอบถาม

3. หลังจากปรับปรุงตามคำแนะนำแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการ สัมภาษณ์กลุ่มประชากรตัวอย่างตามจำนวนที่ต้องการ

4. นำแบบสอบถามที่ได้จากการสัมภาษณ์มาทำการเก็บข้อมูลและวิจัยดังที่จะ กล่าวต่อไป

กรอบแนวคิดทางการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การมีส่วนร่วมและความนิยมรายการเกมเศรษฐกิจทางโทรทัศน์ ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” นั้น กำหนดสมมติฐานไว้ดังนี้

1. ลักษณะของประชากรที่ต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐกิจ ต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะของประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐี

2. พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐีมีความสัมพันธ์กับความนิยมรายการเกมเศรษฐี

ตัวแปรอิสระ คือ พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐี

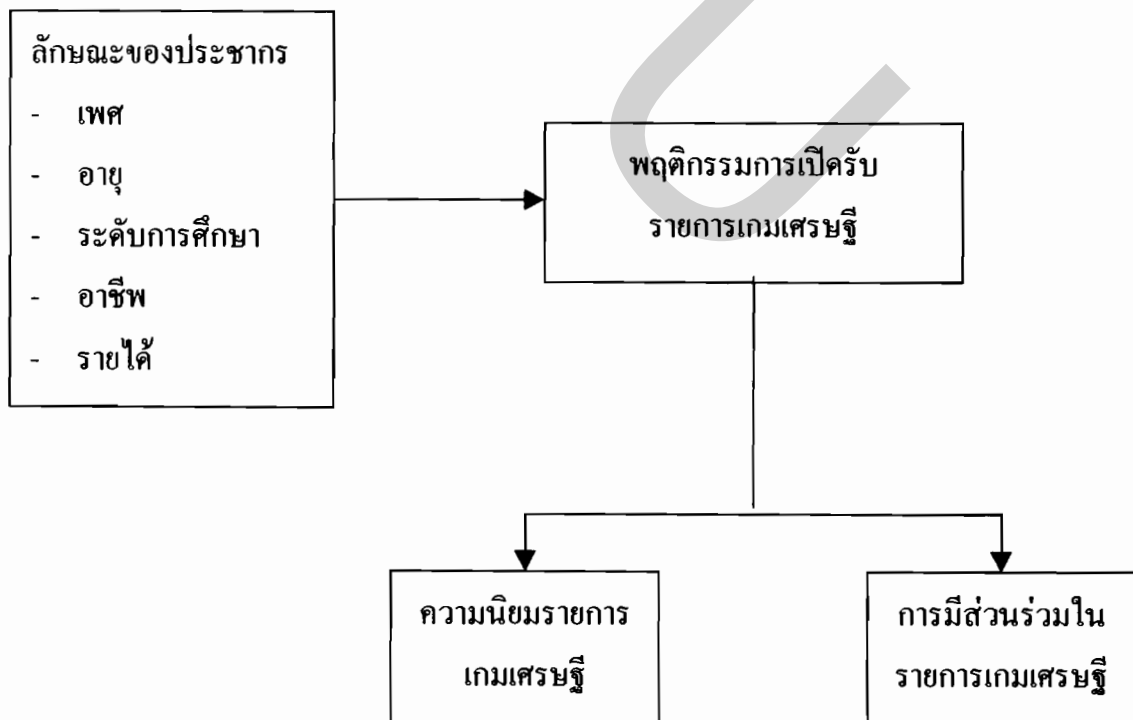
ตัวแปรตาม คือ ความนิยมรายการเกมเศรษฐี

3. พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐีมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในรายการเกมเศรษฐี

ตัวแปรอิสระ คือ พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐี

ตัวแปรตาม คือ การมีส่วนร่วมในรายการเกมเศรษฐี

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม



การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจะมีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปทดสอบก่อน (Pre-test) กับกลุ่มทดสอบ ซึ่งมีวิธีการดังนี้

การทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity)

โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาตรวจสอบถึงความครอบคลุมของเนื้อหา การใช้ภาษา และโครงสร้างของแบบสอบถามเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ก่อนนำไปใช้กับกลุ่มทดสอบ

การทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่เป็นมาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งในแต่ละข้อจะมีช่องให้ตอบ 5 ช่อง จำนวน 25 ชุด ไปสัมภาษณ์ประชาชนโดยทั่วไปที่อาศัยอยู่ในเขตหลักสี่ เขตราชเทวี และเขตคลองสามวา เพื่อเป็นกลุ่มตัวอย่างคนละกลุ่มและมีความแตกต่างกัน ซึ่งเป็นกลุ่มที่เปิดรับรายการเกมเศรษฐี และมีลักษณะของประชากรตรงตามกลุ่มตัวอย่างที่ใช้จริงในการวิจัย ทั้งนี้เพื่อนำผลการสัมภาษณ์มาทำการปรับปรุงเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ตรงกับวัตถุประสงค์มากที่สุด โดยการคำนวณหาค่า Reliability Coefficient Alpha ด้วยวิธีของ Cronbach Alpha Formula ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.8607 ในส่วนของความนิยมและสำหรับการมีส่วนร่วมได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.7652 จากสูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right\}$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่น
	k	แทน	จำนวนข้อของเครื่องมือวัด
	$\sum S_i^2$	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	S^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนรวม

แสดงว่าคำถามในแบบสอบถามสามารถวัดตัวแปรหลักในการวิจัย และค่าที่ได้อยู่ในระดับที่มีความเชื่อมั่นสูง จึงสามารถนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริงได้

การรวบรวมข้อมูล

1. ตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา
2. ให้คะแนนและลงรหัส (coding) เพื่อให้ข้อมูลอยู่ในรูปตัวเลข (รหัส) ที่เครื่องคอมพิวเตอร์สามารถอ่านได้
3. การใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows ในการประมวลผลข้อมูล และจัดทำตาราง วิเคราะห์ทางสถิติต่างๆ ที่ต้องการ
4. แปลความหมายข้อมูลที่ประมวลผลแล้ว เพื่อจัดทำรายงานผลวิจัยต่อไป

การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนน

ตอนที่ 1 ข้อความที่ใช้วัดค่าตัวแปร ลักษณะของประชากร

1. เพศ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ
 - ชาย
 - หญิง
2. อายุ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มคือ
 - ต่ำกว่า 20 ปี
 - 21 – 30 ปี
 - 31 – 40 ปี
 - 41 – 50 ปี
 - 51 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มคือ

- ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
- ธุรกิจเอกชน/ลูกจ้าง
- ธุรกิจส่วนตัว/อิสระ
- นักศึกษา/นักเรียน
- แม่บ้าน/ทำงานบ้าน

4. ระดับการศึกษา แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มคือ

- ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ปริญญาตรี
- ปริญญาโท
- สูงกว่าปริญญาโท

5. รายได้ต่อเดือน แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มคือ

- ต่ำกว่า 10,000 บาท
- 10,001 – 15,000 บาท
- 15,001 – 20,000 บาท
- 20,001 – 25,000 บาท
- 25,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อความที่ใช้วัดค่าตัวแปร พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐี ดังนี้

1. ลักษณะการเปิดรับ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มคือ

- ทุกวันเสาร์-อาทิตย์
- เฉพาะวันเสาร์
- เฉพาะวันอาทิตย์
- เสาร์บ้างอาทิตย์บ้าง

2. ความถี่ในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐี แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มคือ

- ทุกครั้งที่ออกอากาศ
- เดือนละ 3 – 4 ครั้ง
- เดือนละครั้งสองครั้ง
- ไม่แน่นอน

3. ระยะเวลาในการเปิดรับชมแต่ละครั้งนานประมาณ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มคือ

- ตลอดรายการที่แพร่ภาพ
- เป็นช่วง ๆ ประมาณ 30 นาที
- เฉพาะช่วงแรกของรายการ
- เฉพาะช่วงหลังของรายการ

4. ลักษณะในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐี แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มคือ

- ตั้งใจดู พร้อมกันหลายคน
- ตั้งใจดูคนเดียว โดยไม่เปลี่ยนช่องเลย
- ตั้งใจดู แต่เปลี่ยนช่องบ้าง
- เปิดทิ้งไว้ดูบ้าง ไม่ดูบ้าง

5. ช่วงเวลาที่ท่านติดตามรายการเกมเศรษฐี

- เปิดดูตั้งแต่มีรายการจนถึงปัจจุบันนี้
- ดูในระยะเริ่ม แต่ปัจจุบันดูบ้าง ไม่ดูบ้าง
- เพิ่งเริ่มดูในระยะหลังนี้ ไม่เกิน 6 เดือน
- ดูบ้าง ไม่ดูบ้างในระยะแรก ปัจจุบันดูตลอด

ตอนที่ 3 ข้อความที่ใช้วัดค่าตัวแปร ความนิยมและการมีส่วนร่วม

ในการวัดค่าเฉลี่ยของคะแนนจากการเปิดรับชมรายการเกมโชว์ มีเกณฑ์การวัด ดังนี้

- 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 3 หมายถึง ปานกลาง
- 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

เมื่อศึกษาปริมาณความมากน้อยของแต่ละคำตอบจากผลรวมของกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยได้ใช้ค่าเฉลี่ยมาเป็นเกณฑ์ในการบรรยายลักษณะของค่าตัวแปรตามมาตราของไลเคิร์ต (Likert, 1961 : 97) โดยกำหนดแนวคำตอบเป็น 5 ระดับเพื่อคำนวณหาค่าอันตรภาคชั้น (class interval) ของความกว้างในแต่ละอันตรภาคชั้นตามสูตร ดังนี้

พิสัย	เท่ากับ	$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$
แทนค่า	เท่ากับ	$\frac{5-1}{5}$
	เท่ากับ	$\frac{4}{5}$
	เท่ากับ	0.80

ดังนั้นเกณฑ์ค่าเฉลี่ยของการให้ระดับคะแนนในแต่ละอันตรภาคชั้นจะมีลักษณะ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 คะแนน	หมายถึง ระดับเห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 คะแนน	หมายถึง ระดับเห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 คะแนน	หมายถึง ระดับเห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 คะแนน	หมายถึง ระดับเห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 คะแนน	หมายถึง ระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

จากประเด็นต่าง ๆ ที่สัมภาษณ์จะดำเนินการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมช่วยวิเคราะห์ข้อมูลสถิติทางสังคมศาสตร์ (SPSS for windows) มาช่วยในการคำนวณค่าทางสถิติ ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) โดยแสดงในรูปตารางแจกแจงความถี่ ซึ่งการวิเคราะห์แยกเป็นตารางทางเดียว อธิบายลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐกิจ และค่าเฉลี่ย (Means) โดยแสดงในรูปตารางค่าเฉลี่ย เพื่อใช้อธิบายความนิยมและการมีส่วนร่วม
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ ค่าไคสแควร์ (Chi-Square) และการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (ONE-WAY ANOVA) เพื่อการทดสอบสมมติฐานตามความเหมาะสมของข้อมูล

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมและความนิยมรายการเกมเศรษฐีทางโทรทัศน์ ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษา โดยมุ่งเน้นกลุ่มประชากรที่เปิดรับชมรายการเกมเศรษฐีทางโทรทัศน์ จากการตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 400 ชุด ปรากฏว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามที่สมบูรณ์ 390 ชุด คิดเป็นร้อยละ 97.50 ผลการวิจัยที่ได้แบ่งเป็น 5 ตอนดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
2. พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐี
3. ความนิยมของประชาชน
4. การมีส่วนร่วมของประชาชน
5. การทดสอบสมมติฐาน

ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของเพศของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	152	39.0
หญิง	238	61.0
รวม	390	100.0

จากตารางที่ 1 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมรายการเกมเศรษฐีทั้งหมด 390 คนพบว่า เพศหญิงมีมากกว่าเพศชาย กล่าวคือ เป็นเพศหญิงจำนวน 238 คนคิดเป็นร้อยละ 61.0 ในขณะที่เพศชายมี 152 คนคิดเป็นร้อยละ 39.0

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของอายุของกลุ่มตัวอย่าง

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	74	19.0
21 – 30 ปี	191	49.0
31 – 40 ปี	92	23.6
41 – 50 ปี	24	6.2
51 ปีขึ้นไป	9	2.3
รวม	390	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่นิยมเปิดรับรายการเกมเศรษฐีทางโทรทัศน์ที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 191 คนคิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31 – 40 ปีจำนวน 92 คนคิดเป็นร้อยละ 23.6 และน้อยที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไปเท่ากับ 9 คนคิดเป็นร้อยละ 2.3

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	50	12.8
ธุรกิจเอกชน / ลูกจ้าง	165	42.3
ธุรกิจส่วนตัว / อิสระ	45	11.5
นักเรียน / นักศึกษา	78	20.0
แม่บ้าน / ทำงานบ้าน	52	13.3
รวม	390	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของอาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับรายการเกมเศรษฐีทางโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพธุรกิจเอกชน / ลูกจ้าง จะมีจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 165 คนคิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 78 คนคิดเป็นร้อยละ 20.0 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นแม่บ้าน / ทำงานบ้าน จำนวน 52 คนคิดเป็นร้อยละ 13.3 กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 50 คนคิดเป็นร้อยละ 12.8 และน้อยที่สุดคือผู้ที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว / อิสระ จำนวน 45 คนคิดเป็นร้อยละ 11.5

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	121	31.0
ปริญญาตรี	221	56.7
ปริญญาโท	46	11.8
สูงกว่าปริญญาโท	2	0.5
รวม	390	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับรายการเกมเศรษฐกิจมากที่สุด คือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เท่ากับ 221 คนคิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 121 คนคิดเป็นร้อยละ 31.0 กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทจำนวน 46 คนคิดเป็นร้อยละ 11.8 และน้อยที่สุด คือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาโทจำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	139	35.6
10,001 – 15,000 บาท	99	25.4
15,001 – 20,000 บาท	75	19.2
20,001 – 25,000 บาท	46	11.8
25,001 บาทขึ้นไป	31	7.9
รวม	390	100.0

จากตารางที่ 5 แสดงถึงจำนวน (ร้อยละ) ของรายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 139 คนคิดเป็นร้อยละ 35.6 รองลงมาได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือนจำนวน 99 คนคิดเป็นร้อยละ 25.4 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือนจำนวน 75 คนคิดเป็นร้อยละ 19.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,001 – 25,000 บาทจำนวน 46 คนคิดเป็นร้อยละ 11.8 และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 31 คนคิดเป็นร้อยละ 7.9

พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจทางโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของวันที่ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเปิดรับชม

วันที่นิยมเปิดรับชม	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวันเสาร์ - อาทิตย์	210	53.8
เฉพาะวันเสาร์	21	5.4
เฉพาะวันอาทิตย์	63	16.2
เสาร์บ้างอาทิตย์บ้าง	96	24.6
รวม	390	100.0

จากตารางที่ 6 แสดงถึงจำนวน (ร้อยละ) วันที่ที่กลุ่มตัวอย่างจะเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจทางโทรทัศน์มากที่สุด คือ เปิดรับในวันเสาร์-อาทิตย์ที่แพร่ภาพออกอากาศจำนวน 210 คนคิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมาได้แก่ เปิดรับชมในวันเสาร์บ้างอาทิตย์บ้างจำนวน 96 คนคิดเป็นร้อยละ 24.6 เปิดรับชมเฉพาะวันอาทิตย์จำนวน 63 คนคิดเป็นร้อยละ 16.2 และวันที่ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับชมน้อยที่สุด คือ เฉพาะวันเสาร์จำนวน 21 คนคิดเป็นร้อยละ 5.4

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของความถี่ที่เปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจทางโทรทัศน์

ความถี่ที่เปิดรับชม	จำนวน	ร้อยละ
ทุกครั้งที่แพร่ภาพ	103	26.4
เปิดรับบ่อย ๆ (3-4 ครั้งต่อเดือน)	123	31.5
เปิดรับบ้าง (1-2 ครั้งต่อเดือน)	70	17.9
ไม่แน่นอน	94	24.1
รวม	390	100.0

จากตารางที่ 7 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของความถี่ที่ประชาชนนิยมเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจทางโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างจะเปิดรับชมบ่อย ๆ (3-4 ครั้งต่อเดือน) เป็นจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 123 คนคิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาได้แก่ ทุกครั้งที่แพร่ภาพ จำนวน 103 คนคิดเป็นร้อยละ 26.4 ไม่แน่นอนจำนวน 94 คนคิดเป็นร้อยละ 24.1 และน้อยที่สุดคือ เปิดรับบ้าง (1-2 ครั้งต่อเดือน) จำนวน 70 คนคิดเป็นร้อยละ 17.9

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาที่เปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจ

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
ตลอดรายการที่แพร่ภาพ	208	53.3
เป็นช่วง ๆ ประมาณ 30 นาที	130	33.3
เฉพาะช่วงแรกของรายการ	20	5.1
เฉพาะช่วงหลังของรายการ	32	8.2
รวม	390	100.0

จากตารางที่ 8 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของระยะเวลาที่เปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจทางโทรทัศน์ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ตลอดรายการที่แพร่ภาพจำนวน 208 คนคิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาได้แก่ เป็นช่วง ๆ ประมาณ 30 นาทีจำนวน 130 คนคิดเป็นร้อยละ 33.3 เฉพาะช่วงหลังของรายการจำนวน 32 คนคิดเป็นร้อยละ 8.2 และเฉพาะช่วงแรกของรายการจำนวน 20 คนคิดเป็นร้อยละ 5.1

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของลักษณะการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐี

ลักษณะการเปิดรับชม	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งใจดู พร้อมกันหลายคน	112	28.7
ตั้งใจดู คนเดียว โดยไม่เปลี่ยนช่องเลข	31	7.9
ตั้งใจดู แต่เปลี่ยนช่องบ้าง	185	47.4
เปิดทิ้งไว้ ดูบ้าง ไม่ดูบ้าง	62	15.9
รวม	390	100.0

จากตารางที่ 9 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของลักษณะการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐีที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับชมมากที่สุด คือ ตั้งใจดู แต่เปลี่ยนช่องบ้าง จำนวน 185 คนคิดเป็นร้อยละ 47.4 รองลงมาได้แก่ ตั้งใจดู พร้อมกันหลายคน จำนวน 112 คนคิดเป็นร้อยละ 28.7 เปิดทิ้งไว้ ดูบ้าง ไม่ดูบ้าง จำนวน 62 คนคิดเป็นร้อยละ 15.9 และน้อยที่สุดคือ ตั้งใจดู คนเดียว โดยไม่เปลี่ยนช่องเลข จำนวน 31 คนคิดเป็นร้อยละ 7.9

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาของการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐี

ช่วงเวลา	จำนวน	ร้อยละ
เปิดดูตั้งแต่มีรายการจนถึงปัจจุบัน	124	31.8
ดูในระยะเริ่ม แต่ปัจจุบันดูบ้างไม่ดูบ้าง	166	42.6
เพิ่งเริ่มดูในระยะหลังนี้ ไม่เกิน 6 เดือน	51	13.1
ดูบ้างไม่ดูบ้างในระยะแรก ปัจจุบันดูตลอด	49	12.6
รวม	390	100.0

จากตารางที่ 10 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของช่วงเวลาในกลุ่มตัวอย่างเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐีทางโทรทัศน์ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ ดูในระยะเริ่ม แต่ปัจจุบันดูบ้างไม่ดูบ้าง จำนวน 166 คนคิดเป็นร้อยละ 42.6 รองลงมาได้แก่ เปิดดูตั้งแต่มีรายการจนถึงปัจจุบัน จำนวน 124 คนคิดเป็นร้อยละ 31.8 เพิ่งเริ่มดูในระยะหลังนี้ ไม่เกิน 6 เดือน จำนวน 51 คนคิดเป็นร้อยละ 13.1 และน้อยที่สุดคือ ดูบ้างไม่ดูบ้างในระยะแรก ปัจจุบันดูตลอด จำนวน 49 คนคิดเป็นร้อยละ 12.6

ความนิยมรายการเกมเศรษฐกิจของประชาชน

ตารางที่ 11 จำนวนและค่าเฉลี่ยของความนิยมรายการเกมเศรษฐกิจ

ความนิยม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
รายการนำเบื้อไม่ชวนติดตาม	166	190	31	3	0	4.33	มากที่สุด
เป็นรายการคิมี่สาระ	162	192	35	1	0	4.32	มากที่สุด
เกมการแข่งขันไม่สร้างสรรค์	145	170	68	6	1	4.16	มาก
การแต่งกายของพิธีกรดูดี	121	164	92	12	1	4.01	มาก
วันและเวลาในการแพร่ภาพเหมาะสม	123	161	89	14	3	3.99	มาก
การดำเนินรายการของพิธีกรนำติดตาม	111	165	92	16	6	3.92	มาก
พิธีกรคนเดียวนานมาแล้วนำเบื้อ	87	161	130	10	2	3.82	มาก
ฉาก แสง สี เทคนิค เร้าใจ	71	165	134	15	5	3.72	มาก
บางครั้งความรู้ใกล้ตัวคนไทยมากเกินไป	85	138	129	32	6	3.68	มาก
คำถามเก่าเกินไปไม่มีความเหมาะสม	54	108	189	33	6	3.44	มาก
โอกาสที่จะได้เงินรางวัลน้อยเกินไป	48	74	208	48	12	3.25	ปานกลาง
เนื้อหาให้ความรู้ตรงกับความจริง	36	33	246	59	16	3.04	ปานกลาง
แผ่นป้ายผู้สนับสนุนรายการซ้ำซากจำเจ	42	43	206	62	37	2.98	ปานกลาง
รูปแบบการนำเสนอรายการเร้าใจ	37	33	161	116	43	2.76	ปานกลาง
ชอบพิธีกร	39	24	99	110	118	2.37	น้อย
รวม						3.59	มาก

จากตารางที่ 11 แสดงจำนวน (ค่าเฉลี่ย) ของความนิยมรายการเกมเศรษฐกิจของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด แยกเป็น 2 กลุ่มความเห็นกล่าวคือ กลุ่มหนึ่งมีความเห็นว่ารายการเกมเศรษฐกิจเป็นรายการที่น่าเบื่อ ไม่ชวนติดตาม มีค่าเฉลี่ย 4.33 ในขณะที่อีกกลุ่มหนึ่งมีความเห็นว่า เป็นรายการดีมีสาระ มีค่าเฉลี่ย 4.32

ในขณะที่ประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความเห็นว่ารายการเกมเศรษฐกิจเป็นรายการที่มีเกมการแข่งขันไม่สร้างสรรค์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมาได้แก่ การแต่งกายของพิธีกรคู่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.01 วันและเวลาในการแพร่ภาพเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.99 การดำเนินรายการของพิธีกรน่าติดตาม มีค่าเฉลี่ย 3.92 พิธีกรคนเดียววนมาแล้วน่าเบื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.82 ฉาก แสง สี เทคนิค เร้าใจ มีค่าเฉลี่ย 3.72 บางครั้งความรู้ไกลตัวคนไทยมากเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.68 คำถามเก่าเกินไปไม่มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.44

สำหรับประเด็นความนิยมที่ประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ โอกาสที่จะได้เงินรางวัลน้อยเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.25 เนื้อหาให้ความรู้ตรงกับความจริง มีค่าเฉลี่ย 3.04 แผ่นป้ายผู้สนับสนุนรายการซ้ำซาก จำเจ มีค่าเฉลี่ย 2.98 และรูปแบบการนำเสนอรายการเร้าใจ มีค่าเฉลี่ย 2.76 ตามลำดับ

ส่วนประเด็นความนิยมในเรื่องที่ประชาชนในกรุงเทพมหานครชอบพิธีกรนั้นมีค่าเฉลี่ย 2.37 ซึ่งอยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย

การมีส่วนร่วมของประชาชน

ตารางที่ 12 จำนวนและค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของประชาชน

การมีส่วนร่วม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
ท่านรู้สึกยินดีด้วยเมื่อผู้แข่งขันได้เงินรางวัล	175	129	77	6	3	4.20	มาก
ท่านรู้สึกดีใจเมื่อท่านลงตอบถูก	159	144	72	11	4	4.14	มาก
ควรเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมของกลุ่มต่าง ๆ	126	125	92	24	23	3.87	มาก
ท่านทดลองตอบคำถามเองด้วยทุกครั้ง	109	145	104	27	5	3.84	มาก
ท่านรู้สึกเห็นใจผู้แข่งขันที่พลาดโอกาส	109	132	108	31	10	3.77	มาก
ท่านได้ร่วมแข่งตอบคำถามภายในครอบครัวเวลาดูรายการ	86	161	98	32	13	3.71	มาก
ท่านรู้สึกเสียขายเงินที่ลดจำนวนลงแทนผู้แข่งขันที่ตอบผิด	92	106	122	41	29	3.49	มาก
ท่านต้องการสมัครเข้าแข่งขันเพราะต้องการท้าทายความสามารถ	67	128	102	56	37	3.34	ปานกลาง
ท่านดูรายการเกมเศรษฐีเป็นประจำ	69	77	171	57	16	3.32	ปานกลาง
ท่านต้องการสมัครเข้าแข่งขันเพราะเงินรางวัลเชิญชวน	67	97	133	57	36	3.26	ปานกลาง
ท่านมีความรู้สึกดีถ้าได้ออกโทรทัศน์	81	57	147	59	46	3.17	ปานกลาง
ท่านอยากช่วยเสนอคำถาม	54	62	156	73	45	3.02	ปานกลาง
ท่านเคยคิดที่จะสมัครเข้าแข่งขัน	70	70	104	78	68	2.99	ปานกลาง
ท่านมีความเห็นว่าการจัดการที่นั่นน่าจะไว้	37	23	128	135	67	2.63	ปานกลาง
ท่านเคยลงทะเบียนร่วมตอบคำถามจากที่บ้านเมื่อทางรายการติดต่อมา	47	31	43	57	212	2.09	น้อย
รวม						3.39	ปานกลาง

จากตารางที่ 12 แสดงจำนวน (ค่าเฉลี่ย) ของการมีส่วนร่วมในรายการเกมเศรษฐกิจของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ได้แก่

1. ท่านรู้สึกยินดีด้วยเมื่อผู้แข่งขันได้เงินรางวัล มีค่าเฉลี่ย 4.20
2. ท่านรู้สึกดีใจเมื่อท่านลองตอบถูก มีค่าเฉลี่ย 4.14
3. ควรเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมของกลุ่มต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.87
4. ท่านทดลองตอบคำถามเองด้วยทุกครั้ง มีค่าเฉลี่ย 3.84
5. ท่านรู้สึกเห็นใจผู้เข้าแข่งขันที่พลาดโอกาส มีค่าเฉลี่ย 3.77
6. ท่านได้ร่วมแข่งตอบคำถามภายในกรอบเวลารายการ มีค่าเฉลี่ย 3.71
7. ท่านรู้สึกเสียคายเงินที่ลดจำนวนลงแทนผู้เข้าแข่งขันที่ตอบผิด มีค่าเฉลี่ย

3.49

ในขณะที่ประเด็นการมีส่วนร่วมที่ประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่

1. ท่านต้องการสมัครเข้าแข่งขันเพราะต้องการท้าทายความสามารถ มีค่าเฉลี่ย 3.34
2. ท่านดูรายการเกมเศรษฐกิจเป็นประจำ มีค่าเฉลี่ย 3.32
3. ท่านต้องการสมัครเข้าแข่งขันเพราะเงินรางวัลเชิญชวน มีค่าเฉลี่ย 3.26
4. ท่านมีความรู้สึกดีถ้าได้ออกโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 3.17
5. ท่านอยากช่วยเสนอคำถาม มีค่าเฉลี่ย 3.02
6. ท่านเคยคิดที่จะสมัครเข้าแข่งขัน มีค่าเฉลี่ย 2.99
7. ท่านมีความเห็นว่ารายการเกมเศรษฐกิจเป็นการจัดฉากที่นัดแนะไว้ มีค่าเฉลี่ย

2.63

สำหรับการมีส่วนร่วมในประเด็นของท่านเคยลงทะเบียนร่วมตอบคำถามจากที่บ้านเมื่อทางรายการติดต่อมา มีค่าเฉลี่ย 2.09 ความเห็นด้วยอยู่ในระดับน้อย

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ ที่ต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐีต่างกัน

H_0 : ลักษณะทางประชากรที่ต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐีไม่ต่างกัน

H_1 : ลักษณะทางประชากรที่ต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐีต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.1

H_0 : เพศต่างกันจะเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐีในวันที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันจะเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐีในวันที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 13 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.1 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

เพศ	วันที่ดู (%)				รวม
	เสาร์-อาทิตย์	เสาร์	อาทิตย์	เสาร์บ้างอาทิตย์บ้าง	
ชาย	45.4	9.2	18.4	27.0	100.0
หญิง	59.2	2.9	14.7	23.1	100.0
$\chi^2 = 11.430$	df = 3	Sig = 0.010			

จากตารางที่ 13 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.1 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้คือ 0.010 ซึ่งน้อยกว่าค่า α ที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ เพศต่างกันจะเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐีในวันที่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.2

H_0 : เพศต่างกันจะมีความถี่ในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจไม่ต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันจะมีความถี่ในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 14 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.2 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

เพศ	Chi-Square	D.F.	Sig.
ชาย	0.439	3	0.932
หญิง			

จากตารางที่ 14 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.2 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้คือ 0.932 ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ เพศต่างกันจะมีความถี่ในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.3

H_0 : เพศต่างกันจะมีระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจไม่ต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันจะมีระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 15 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.3 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

เพศ	Chi-Square	D.F.	Sig.
ชาย	0.201	3	0.977
หญิง			

จากตารางที่ 15 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.3 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้คือ 0.977 ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ เพศต่างกันจะมีระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.4

H_0 : เพศต่างกันจะมีลักษณะในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจไม่ต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันจะมีลักษณะในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 16 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.4 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

เพศ	ลักษณะการเปิดรับ (%)				รวม
	ตั้งใจดู หลายคน	ตั้งใจดู คนเดียว	เปลี่ยน ช่องบ้าง	เปิดทิ้งไว้ดู บ้างไม่ดูบ้าง	
ชาย	34.2	7.9	38.8	19.1	100.0
หญิง	25.2	8.0	52.9	13.9	100.0
$\chi^2 = 8.105$	$df = 3$	$Sig = 0.044$			

จากตารางที่ 16 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.4 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้คือ 0.044 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ เพศต่างกันจะมีลักษณะในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.5

H_0 : เพศต่างกันจะมีช่วงเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจไม่ต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันจะมีช่วงเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 17 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.5 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

เพศ	Chi-Square	D.F.	Sig.
ชาย	3.605	3	0.307
หญิง			

จากตารางที่ 17 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.5 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้คือ 0.307 ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ เพศต่างกันจะมีช่วงเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.6

H_0 : อายุต่างกันจะเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจในวันที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุต่างกันจะเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจในวันที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 18 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.6 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

อายุ	วันที่ดู (%)				รวม
	เสาร์-อาทิตย์	เสาร์	อาทิตย์	เสาร์บ้างอาทิตย์บ้าง	
ต่ำกว่า 20 ปี	56.8	5.4	10.8	27.0	100.0
21 – 30 ปี	44.0	6.3	19.4	30.4	100.0
31 – 40 ปี	67.4	4.3	13.0	15.2	100.0
41 – 50 ปี	58.3	4.2	20.8	16.7	100.0
51 ปีขึ้นไป	88.9	0	11.1	0	100.0
$\chi^2 = 22.291$	df = 12	Sig = 0.034			

จากตารางที่ 18 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.6 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้คือ 0.034 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ อายุต่างกันจะเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจในวันที่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.7

H_0 : อายุต่างกันจะมีความถี่ในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจไม่ต่างกัน

H_1 : อายุต่างกันจะมีความถี่ในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 19 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.7 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

อายุ	Chi-Square	D.F.	Sig.
ต่ำกว่า 20 ปี	20.265	12	0.062
21 – 30 ปี			
31 – 40 ปี			
41 – 50 ปี			
51 ปีขึ้นไป			

จากตารางที่ 19 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.7 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้คือ 0.062 ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ อายุต่างกันจะมีความถี่ในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.8

H_0 : อายุต่างกันจะมีระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจไม่ต่างกัน

H_1 : อายุต่างกันจะมีระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 20 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.8 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

อายุ	Chi-Square	D.F.	Sig.
ต่ำกว่า 20 ปี	19.830	12	0.070
21 – 30 ปี			
31 – 40 ปี			
41 – 50 ปี			
51 ปีขึ้นไป			

จากตารางที่ 20 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.8 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้คือ 0.070 ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ อายุต่างกันจะมีระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.9

H_0 : อายุต่างกันจะมีลักษณะในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจไม่ต่างกัน

H_1 : อายุต่างกันจะมีลักษณะในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 21 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.9 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

อายุ	ลักษณะในการเปิดรับ (%)				รวม
	ตั้งใจดู หลายคน	ตั้งใจดู คนเดียว	เปลี่ยน ช่องบ้าง	เปิดทิ้งไว้ดู บ้างไม่ดูบ้าง	
ต่ำกว่า 20 ปี	39.2	12.2	33.8	14.9	100.0
21 – 30 ปี	19.9	6.3	56.5	17.3	100.0
31 – 40 ปี	32.6	6.5	44.6	16.3	100.0
41 – 50 ปี	58.3	0	33.3	8.3	100.0
51 ปีขึ้นไป	11.1	44.4	33.3	11.1	100.0
$\chi^2 = 45.406$	df = 12	Sig = 0.000			

จากตารางที่ 21 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.9 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้คือ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ อายุต่างกันจะมีลักษณะในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.10

H_0 : อายุต่างกันจะมีช่วงเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจไม่ต่างกัน

H_1 : อายุต่างกันจะมีช่วงเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 22 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.10 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

อายุ	ช่วงเวลา (%)				รวม
	ติดตั้งแต่เริ่มจนปัจจุบัน	ติดตั้งแต่เริ่มแต่ปัจจุบันดูบ้างไม่ดูบ้าง	เพิ่งเริ่มดูในระยะหลังไม่เกิน 6 เดือน	ดูบ้างไม่ดูบ้างในระยะแรก ปัจจุบันดูตลอด	
ต่ำกว่า 20 ปี	36.5	36.5	16.2	10.8	100.0
21 – 30 ปี	23.0	46.1	15.2	15.7	100.0
31 – 40 ปี	44.6	43.5	6.5	5.4	100.0
41 – 50 ปี	41.7	33.3	16.7	8.3	100.0
51 ปีขึ้นไป	22.2	33.3	0	44.4	100.0
$\chi^2 = 31.376$	df = 12	Sig = 0.002			

จากตารางที่ 22 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.10 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้คือ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ อายุต่างกันจะมีช่วงเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.11

H_0 : อาชีพต่างกันจะเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจในวันที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพต่างกันจะเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจในวันที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 23 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.11 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

อาชีพ	Chi-Square	D.F.	Sig.
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	11.456	12	0.490
ธุรกิจเอกชน / ลูกจ้าง			
ธุรกิจส่วนตัว / อิสระ			
นักศึกษา / นักเรียน			
แม่บ้าน / ทำงานบ้าน			

จากตารางที่ 23 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.11 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้คือ 0.490 ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ อาชีพต่างกันจะเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจในวันที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.12

H_0 : อาชีพต่างกันจะมีความถี่ในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจไม่ต่างกัน

H_1 : อาชีพต่างกันจะมีความถี่ในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 24 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.12 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

อาชีพ	ความถี่ (%)				รวม
	ทุกครั้งที่ แพร่ภาพ	บ่อย ๆ (3-4 ครั้งต่อเดือน)	เปิดบ้าง (1-2 ครั้งต่อเดือน)	ไม่แน่นอน	
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	20.0	18.0	12.0	50.0	100.0
ธุรกิจเอกชน / ลูกจ้าง	30.3	33.3	19.4	17.0	100.0
ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ	28.9	22.2	15.6	33.3	100.0
นักศึกษา / นักเรียน	26.9	35.9	26.9	10.3	100.0
แม่บ้าน / ทำงานบ้าน	17.3	40.4	7.7	34.6	100.0
$\chi^2 = 44.986$	df = 12	Sig = 0.000			

จากตารางที่ 24 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.12 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้คือ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ อาชีพต่างกันจะมีความถี่ในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.13

H_0 : อาชีพต่างกันจะมีระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจไม่ต่างกัน

H_1 : อาชีพต่างกันจะมีระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 25 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.13 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

อาชีพ	Chi-Square	D.F.	Sig.
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	18.642	12	0.098
ธุรกิจเอกชน / ลูกจ้าง			
ธุรกิจส่วนตัว / อิสระ			
นักศึกษา / นักเรียน			
แม่บ้าน / ทำงานบ้าน			

จากตารางที่ 25 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.13 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้คือ 0.098 ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ อาชีพต่างกันจะมีระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.14

H_0 : อาชีพต่างกันจะมีลักษณะในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจไม่ต่างกัน

H_1 : อาชีพต่างกันจะมีลักษณะในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 26 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.14 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

อาชีพ	ลักษณะในการเปิดรับ (%)				รวม
	ตั้งใจดู หลายคน	ตั้งใจดู คนเดียว	เปลี่ยน ช่องบ้าง	เปิดทิ้งไว้ดู บ้างไม่ดูบ้าง	
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	38.0	4.0	36.0	22.0	100.0
ธุรกิจเอกชน / ลูกจ้าง	23.6	7.9	53.3	15.2	100.0
ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ	24.4	0	66.7	8.9	100.0
นักศึกษา / นักเรียน	38.5	12.8	28.2	20.5	100.0
แม่บ้าน / ทำงานบ้าน	25.0	11.5	51.9	11.5	100.0
$\chi^2 = 30.514$	df = 12	Sig = 0.002			

จากตารางที่ 26 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.14 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้คือ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ อาชีพต่างกันจะมีลักษณะในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.15

H_0 : อาชีพต่างกันจะมีช่วงเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจไม่ต่างกัน

H_1 : อาชีพต่างกันจะมีช่วงเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 27 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.15 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

อาชีพ	Chi-Square	D.F.	Sig.
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	11.788	12	0.463
ธุรกิจเอกชน / ลูกจ้าง			
ธุรกิจส่วนตัว / อิสระ			
นักศึกษา / นักเรียน			
แม่บ้าน / ทำงานบ้าน			

จากตารางที่ 27 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.15 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้คือ 0.463 ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ อาชีพต่างกันจะมีช่วงเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.16

H_0 : การศึกษาคำต่างกันจะเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐีในวันที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : การศึกษาคำต่างกันจะเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐีในวันที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 28 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.16 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

ระดับการศึกษา	วันที่ดู (%)				รวม
	เสาร์-อาทิตย์	เสาร์	อาทิตย์	เสาร์บ้างอาทิตย์บ้าง	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	64.5	5.8	14.9	14.9	100.0
ปริญญาตรี	47.1	5.0	15.8	32.1	100.0
ปริญญาโท	58.7	6.5	19.6	15.2	100.0
สูงกว่าปริญญาโท	50.0	0	50.0	0	100.0
$\chi^2 = 18.709$	df = 9	Sig = 0.028			

จากตารางที่ 28 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.16 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้คือ 0.028 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ การศึกษาคำต่างกันจะเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐีในวันที่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.17

H_0 : การศึกษาต่างกันจะมีความถี่ในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจไม่ต่างกัน

H_1 : การศึกษาต่างกันจะมีความถี่ในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 29 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.17 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

ระดับการศึกษา	Chi-Square	D.F.	Sig.
ต่ำกว่าปริญญาตรี	9.095	9	.429
ปริญญาตรี			
ปริญญาโท			
สูงกว่าปริญญาโท			

จากตารางที่ 29 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.17 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้คือ .429 ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ การศึกษาต่างกันจะมีความถี่ในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.18

H_0 : การศึกษาต่างกันจะมีระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจไม่ต่างกัน

H_1 : การศึกษาต่างกันจะมีระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 30 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.18 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

ระดับการศึกษา	ระยะเวลา (%)				รวม
	ตลอดรายการ	เป็นช่วง ๆ 30 นาที	เฉพาะช่วงแรก	เฉพาะช่วงหลัง	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	44.6	34.7	9.9	10.7	100.0
ปริญญาตรี	56.1	35.7	1.4	6.8	100.0
ปริญญาโท	63.0	17.4	10.9	8.7	100.0
สูงกว่าปริญญาโท	50.0	50.0	0	0	100.0
$\chi^2 = 23.253$	df = 9	Sig = 0.006			

จากตารางที่ 30 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.18 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้คือ 0.006 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ การศึกษาต่างกันจะมีระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.19

H_0 : การศึกษาต่างกันจะมีลักษณะในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจไม่ต่างกัน

H_1 : การศึกษาต่างกันจะมีลักษณะในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 31 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.19 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

ระดับการศึกษา	ลักษณะในการเปิดรับ (%)				รวม
	ตั้งใจดู หลายคน	ตั้งใจดู คนเดียว	เปลี่ยน ช่องบ้าง	เปิดทิ้งไว้ดู บ้างไม่ดูบ้าง	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	27.3	16.5	45.5	10.7	100.0
ปริญญาตรี	26.2	4.1	50.7	19.0	100.0
ปริญญาโท	43.5	4.3	37.0	15.2	100.0
สูงกว่าปริญญาโท	50.0	0	50.0	0	100.0
$\chi^2 = 26.011$	df = 9	Sig = 0.002			

จากตารางที่ 31 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.19 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้คือ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ การศึกษาต่างกันจะมีลักษณะในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.20

H_0 : การศึกษาต่างกันจะมีช่วงเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจไม่ต่างกัน

H_1 : การศึกษาต่างกันจะมีช่วงเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 32 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.20 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

ระดับการศึกษา	Chi-Square	D.F.	Sig.
ต่ำกว่าปริญญาตรี	15.635	9	0.075
ปริญญาตรี			
ปริญญาโท			
สูงกว่าปริญญาโท			

จากตารางที่ 32 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.20 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้คือ 0.075 ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ การศึกษาต่างกันจะมีช่วงเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.21

H_0 : รายได้ต่างกันจะเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจในวันที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ต่างกันจะเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจในวันที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 33 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.21 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

รายได้ต่อเดือน	Chi-Square	D.F.	Sig.
ต่ำกว่า 10,000 บาท	12.016	12	0.444
10,001 – 15,000 บาท			
15,001 – 20,000 บาท			
20,001 – 25,000 บาท			
25,001 บาทขึ้นไป			

จากตารางที่ 33 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.21 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้คือ 0.444 ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ รายได้ต่างกันจะเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจในวันที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.22

H_0 : รายได้ต่างกันจะมีความถี่ในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจไม่ต่างกัน

H_1 : รายได้ต่างกันจะมีความถี่ในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 34 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.22 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

รายได้ต่อเดือน	ความถี่ (%)				รวม
	ทุกครั้งที่ แพร่ภาพ	บ่อย ๆ (3-4 ครั้ง ต่อเดือน)	เปิดบ้าง (1-2 ครั้ง ต่อเดือน)	ไม่แน่ นอน	
ต่ำกว่า 10,000 บาท	27.3	33.8	15.8	23.0	100.0
10,001 – 15,000 บาท	31.3	25.3	18.2	25.3	100.0
15,001 – 20,000 บาท	20.0	32.0	26.7	21.3	100.0
20,001 – 25,000 บาท	30.4	41.3	15.2	13.0	100.0
25,001 บาทขึ้นไป	16.1	25.8	9.7	48.4	100.0
$\chi^2 = 22.003$	df = 12	Sig = 0.037			

จากตารางที่ 34 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.22 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้คือ 0.037 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ รายได้ต่างกันจะมีความถี่ในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.23

H_0 : รายได้ต่างกันจะมีระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจไม่ต่างกัน

H_1 : รายได้ต่างกันจะมีระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจแตกต่างกัน

กัน

ตารางที่ 35 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.23 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

รายได้ต่อเดือน	Chi-Square	D.F.	Sig.
ต่ำกว่า 10,000 บาท	11.793	12	0.462
10,001 – 15,000 บาท			
15,001 – 20,000 บาท			
20,001 – 25,000 บาท			
25,001 บาทขึ้นไป			

จากตารางที่ 35 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.23 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้คือ 0.462 ซึ่งมีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ รายได้ต่างกันจะมีระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.24

H_0 : รายได้ต่างกันจะมีลักษณะในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐีไม่ต่างกัน

H_1 : รายได้ต่างกันจะมีลักษณะในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐีแตกต่างกัน

ตารางที่ 36 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.24 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

รายได้ต่อเดือน	ลักษณะในการเปิดรับ (%)				รวม
	ตั้งใจดู หลายคน	ตั้งใจดู คนเดียว	เปลี่ยน ช่องบ้าง	เปิดทิ้งไว้ ดูบ้าง ไม่ดูบ้าง	
ต่ำกว่า 10,000 บาท	27.3	33.8	15.8	23.0	100.0
10,001 – 15,000 บาท	31.3	25.3	18.2	25.3	100.0
15,001 – 20,000 บาท	20.0	32.0	26.7	21.3	100.0
20,001 – 25,000 บาท	30.4	41.3	15.2	13.0	100.0
25,001 บาทขึ้นไป	16.1	25.8	9.7	48.4	100.0
$\chi^2 = 23.371$	df = 12	Sig = 0.025			

จากตารางที่ 36 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.24 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้คือ 0.025 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ รายได้ต่างกันจะมีลักษณะในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐีแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.25

H_0 : รายได้ต่างกันจะมีช่วงเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจไม่ต่างกัน

H_1 : รายได้ต่างกันจะมีช่วงเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 37 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.25 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

รายได้ต่อเดือน	ช่วงเวลา (%)				รวม
	ดูตั้งแต่เริ่ม จนปัจจุบัน	ดูตั้งแต่เริ่ม แต่ปัจจุบันดู บ้างไม่ดูบ้าง	เพิ่งเริ่มดูใน ระยะหลัง ไม่เกิน 6 เดือน	ดูบ้างไม่ดู บ้างระยะ แรกปัจจุบัน ดูตลอด	
ต่ำกว่า 10,000 บาท	28.1	38.1	14.4	19.4	100.0
10,001 – 15,000 บาท	30.3	45.5	12.1	12.1	100.0
15,001 – 20,000 บาท	44.0	38.7	8.0	9.3	100.0
20,001 – 25,000 บาท	30.4	41.3	21.7	6.5	100.0
25,001 บาทขึ้นไป	25.8	64.5	9.7	0	100.0
$\chi^2 = 24.922$	df = 12	Sig = 0.015			

จากตารางที่ 37 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.25 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้คือ 0.015 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ รายได้ต่างกันจะมีช่วงเวลาในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับความนิยม

H_0 : พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐกิจไม่มีความสัมพันธ์กับความนิยมรายการเกมเศรษฐกิจ

H_1 : พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับความนิยมรายการเกมเศรษฐกิจ

ตารางที่ 38 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับกับความนิยมรายการเกมเศรษฐกิจโดยใช้ ONE-WAY ANOVA

พฤติกรรมการเปิดรับ	Mean	S.D.	F	Sig.
วันที่เปิดรับ	2.12	1.29	1.633	0.002
ความถี่ในการเปิดรับ	2.40	1.12		
ระยะเวลาที่เปิดรับ	1.68	.90		
ลักษณะการเปิดรับ	2.51	1.07		
ช่วงเวลาที่เปิดรับ	2.06	.97		
รวม	2.15	1.07		

จากตารางที่ 38 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐกิจกับความนิยมรายการเกมเศรษฐกิจของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ค่า Significance level ที่ได้เท่ากับ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า α ที่กำหนดไว้คือ 0.05 นั่นคือ พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐกิจที่ต่างกันจะมีความนิยมรายการเกมเศรษฐกิจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐกิจไม่มีความสัมพันธ์กับความนิยมรายการเกมเศรษฐกิจของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐีมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม

H_0 : พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐีไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม

H_1 : พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐีมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม

ตารางที่ 39 ทดสอบความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐีกับการมีส่วนร่วม โดยใช้ ONE-WAY ANOVA

พฤติกรรมการเปิดรับ	Mean	S.D.	F	Sig.
วันที่เปิดรับ	2.12	1.29	3.671	0.000
ความถี่ในการเปิดรับ	2.40	1.12		
ระยะเวลาที่เปิดรับ	1.68	.90		
ลักษณะการเปิดรับ	2.51	1.07		
ช่วงเวลาที่เปิดรับ	2.06	.97		
รวม	2.15	1.07		

จากตารางที่ 39 เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐีกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ค่า Significance level ที่ได้เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่า α ที่กำหนดไว้คือ 0.05 นั่นคือ พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐีที่ต่างกัน จะส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐีไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในรายการเกมเศรษฐีของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

เนื่องด้วยเทคโนโลยีในปัจจุบันมีความก้าวหน้าและหลากหลาย ส่งผลให้เกิดการแข่งขันกันอย่างสูงในธุรกิจต่าง ๆ รวมทั้งการจัดรายการของสถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ ซึ่งรายการเกมเศรษฐีก็เป็นอีกหนึ่งของการนำเสนอ ในรูปแบบที่เปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้ามามีส่วนร่วมในรายการด้วยการสมัครเข้าร่วมแข่งขันตอบปัญหาในรายการ ทั้งในห้องส่งและทางโทรศัพท์ แพร่ภาพออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3 ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 18.45 – 19.30 น. คำนินรายการโดย ไตรภพ ลิมปพันธ์ โดยผู้ร่วมรายการไม่จำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถพิเศษแต่อย่างใด การสมัครเข้าร่วมแข่งขันก็ทำเพียงง่าย ๆ โดยการเขียนเล่าประวัติส่วนตัวพร้อมแนบรูปถ่ายและที่สำคัญท่านต้องบอกว่า ถ้าได้เงิน 1 ล้านบาทท่านจะนำเงินไปทำอะไร โดยคำถามเริ่มต้นจากคำถามหลักพัน หลักหมื่น หลักแสน และคำถามสุดท้ายข้อที่ 16 มูลค่า 1,000,000 บาท ในการตอบคำถามผู้เล่นต้องยืนยันคำตอบโดยพูดว่า “เป็นคำตอบสุดท้าย” เมื่อพูดว่า “เป็นคำตอบสุดท้าย” แล้วพิธีกรจึงจะเฉลย

การศึกษาการมีส่วนร่วมและความนิยมรายการเกมเศรษฐีทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครนั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐีของประชาชนในกรุงเทพมหานคร และเพื่อทราบถึงความสนใจในการมีส่วนร่วมและความนิยมของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งทำการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างโดยทั่วไป โดยการแจกให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบแล้วส่งกลับในทันที ตามสัดส่วนที่กำหนดทั้งหมด 400 ราย ปรากฏว่ามีแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ 10 ชุด ดังนั้นจำนวนแบบสอบถามที่สามารถนำมาใช้เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล จึงมีทั้งหมด 390 ชุด คิดเป็นร้อยละ 97.50

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยมีรูปแบบการสำรวจ (survey method) ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจข้อมูล และใช้การเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว (one-shot case study) ซึ่งกำหนดวิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายวิธี กล่าวคือ วิธีที่ 1 สุ่มแบบสัดส่วน (proportional allocation) จากเขตการปกครองทั้งหมด 50 เขต ได้ 12 เขตคือ บางรัก ปทุมวัน พญาไท สาทร บางกะปิ ลาดพร้าว คอนเมือง พระโขนง คลองเตย คลิ่งชัน หนองแขม และมีนบุรี วิธีที่ 2 สุ่มแบบเจาะจง (specific sampling) เฉพาะประชาชนที่เปิดรับรายการเกมเศรษฐกิจทางโทรทัศน์ จากการสุ่มตัวอย่างตามสถานที่ต่าง ๆ ใน 12 เขต รวมทั้งสิ้น 400 คน โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบเอง (self-administered questionnaire)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) โดยแสดงในรูปตาราง เพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐกิจ ความนิยม และการมีส่วนร่วมของประชาชนในกรุงเทพมหานคร สำหรับการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติอนุมาน (inferential statistics) ได้แก่ การทดสอบความเป็นอิสระของตัวแปรสองลักษณะ (Chi-square) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกแบบทางเดียว (one-way ANOVA)

การวิเคราะห์ในครั้งนี้ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ 5 ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 3 ความนิยมรายการเกมเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 4 การมีส่วนร่วมของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นประชาชนในกรุงเทพมหานครที่เปิดรับรายการเกมเศรษฐีทางโทรทัศน์ทั้งหมด 390 คน พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับรายการเกมเศรษฐีทางโทรทัศน์ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเกือบเท่าตัว กล่าวคือ เพศหญิงจำนวน 238 คนคิดเป็นร้อยละ 61.0 ในขณะที่เพศชายมีจำนวน 152 คนคิดเป็นร้อยละ 39.0

อายุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับรายการเกมเศรษฐีทางโทรทัศน์มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปีเป็นจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 191 คนคิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปีจำนวน 92 คนคิดเป็นร้อยละ 23.6 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีจำนวน 74 คนคิดเป็นร้อยละ 19.0 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปีจำนวน 24 คนคิดเป็นร้อยละ 6.2 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไปจำนวน 9 คนคิดเป็นร้อยละ 2.3

อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับรายการเกมเศรษฐีประกอบอาชีพในธุรกิจเอกชน / ลูกจ้าง มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 165 คนคิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 78 คนคิดเป็นร้อยละ 20.0 อันดับสามคือ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นแม่บ้าน / ทำงานบ้าน จำนวน 52 คนคิดเป็นร้อยละ 13.3 อันดับสี่คือ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 50 คนคิดเป็นร้อยละ 12.8 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว / อิสระ จำนวน 45 คนคิดเป็นร้อยละ 11.5

ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 221 คนคิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 121 คนคิดเป็นร้อยละ 31.0 อันดับสามคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทจำนวน 46 คนคิดเป็นร้อยละ 11.8 และกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโท เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดเท่ากับ 2 คนคิดเป็นร้อยละ 0.5

รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุดคือ 139 คนคิดเป็นร้อยละ 35.6 รองลงมาได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาทจำนวน 99 คนคิดเป็นร้อยละ 25.4 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทจำนวน 75 คนคิดเป็นร้อยละ 19.2

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาทจำนวน 46 คนคิดเป็นร้อยละ 11.8 และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไปมีจำนวนน้อยที่สุดคือ 31 คนคิดเป็นร้อยละ 7.9

สรุปโดยภาพรวมแล้ว ลักษณะทั่วไปของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่เปิดรับรายการเกมเศรษฐีทางโทรทัศน์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างในธุรกิจเอกชน จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐีของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐีทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับรายการเกมเศรษฐีทางโทรทัศน์ทุกวันเสาร์อาทิตย์ที่แพร่ภาพ เป็นจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 210 คนคิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมาได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับ วันเสาร์บ้างอาทิตย์บ้าง จำนวน 96 คนคิดเป็นร้อยละ 24.6 อันดับสามคือ กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับเฉพาะวันอาทิตย์ จำนวน 63 คนคิดเป็นร้อยละ 16.2 และกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับ เฉพาะวันเสาร์ มีจำนวนน้อยที่สุดเท่ากับ 21 คนคิดเป็นร้อยละ 5.4

ความถี่ที่เปิดรับรายการเกมเศรษฐีทางโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับบ่อย ๆ (3-4 ครั้งต่อเดือน) มีจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 123 คนคิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับทุกครั้งที่แพร่ภาพ จำนวน 103 คนคิดเป็นร้อยละ 26.4 อันดับสามคือ กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับไม่แน่นอน จำนวน 94 คนคิดเป็นร้อยละ 24.1 และน้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับบ้าง (1-2 ครั้งต่อเดือน) จำนวน 70 คนคิดเป็นร้อยละ 17.9

ระยะเวลาที่เปิดรับรายการเกมเศรษฐีของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับตลอดรายการที่แพร่ภาพ มีจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 208 คนคิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับเป็นช่วง ๆ (ประมาณ 30 นาที) จำนวน 130 คนคิดเป็นร้อยละ 33.3 อันดับสามคือ กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับเฉพาะช่วงหลังของรายการ จำนวน 32 คนคิดเป็นร้อยละ 8.2 และน้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับเฉพาะช่วงแรกของรายการ จำนวน 20 คนคิดเป็นร้อยละ 5.1

ลักษณะการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความตั้งใจดู แต่เปลี่ยนช่องบ้าง มีจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 185 คนคิดเป็นร้อยละ 47.4 รองลงมาได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่ตั้งใจดูพร้อมกันหลายคน จำนวน 112 คนคิดเป็นร้อยละ 28.7 อันดับสามคือ กลุ่มตัวอย่างที่เปิดทิ้งไว้ คุบบ้างไม่คุบบ้าง จำนวน 62 คนคิดเป็นร้อยละ 15.9 และน้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่ตั้งใจดูคนเดียว โดยไม่เปลี่ยนช่องเลย จำนวน 31 คนคิดเป็นร้อยละ 7.9

ช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ดูในระยะเริ่ม แต่ปัจจุบันคุบบ้างไม่คุบบ้าง มีจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 166 คนคิดเป็นร้อยละ 42.6 รองลงมาได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่เปิดดูตั้งแต่มีรายการจนถึงปัจจุบัน จำนวน 124 คนคิดเป็นร้อยละ 31.8 อันดับสามคือ กลุ่มตัวอย่างที่เพิ่งเริ่มดูในระยะหลังนี้ ไม่เกิน 6 เดือน จำนวน 51 คนคิดเป็นร้อยละ 13.1 และน้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่คุบบ้างไม่คุบบ้างในระยะแรก ปัจจุบันดูตลอด จำนวน 49 คนคิดเป็นร้อยละ 12.6

สรุปโดยภาพรวมแล้ว ประชาชนในกรุงเทพมหานครจะเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐกิจทุกวันเสาร์และอาทิตย์ที่แพร่ภาพ จะเปิดคุบบ่อย ๆ (3-4 ครั้งต่อเดือน) ตลอดรายการที่แพร่ภาพ โดยมีความตั้งใจดู แต่เปลี่ยนช่องบ้าง ในระยะที่เริ่มมีรายการเกมเศรษฐกิจ แต่ในปัจจุบันจะคุบบ้างไม่คุบบ้าง

ตอนที่ 3 ความนิยมรายการเกมเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับความนิยมรายการเกมเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง จากการสร้างข้อคำถามที่มีทั้งด้านบวกและลบ จึงขอทำการสรุปผลการวิจัยเฉพาะด้านดังนี้

พิจารณาข้อคำถามในด้านบวก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่ารายการเกมเศรษฐกิจเป็นรายการดีมีสาระ มีค่าเฉลี่ย 4.32 อยู่ในระดับมากที่สุด

สำหรับข้อคำถามที่กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การแต่งกายของพิธีกรคู่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.01 วันและเวลาในการแพร่ภาพเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.99 การดำเนินรายการของพิธีกรนำคิดตาม มีค่าเฉลี่ย 3.92 ฉาก แสง สี เทคนิค เร้าใจ มีค่าเฉลี่ย 3.72

ส่วนข้อคำถามที่กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ เนื้อหาให้ความรู้ที่ตรงกับความจริง มีค่าเฉลี่ย 3.04 รูปแบบการนำเสนอรายการเร้าใจ มีค่าเฉลี่ย 2.76

กรณีข้อคำถามที่ว่า ชอบพิธีกร มีค่าเฉลี่ย 2.37 กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับน้อย

เมื่อพิจารณาข้อคำถามในด้านลบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่ารายการเกมเศรษฐีเป็นรายการน่าเบื่อ ไม่ชวนติดตาม มีค่าเฉลี่ย 4.33 อยู่ในระดับมากที่สุด

สำหรับข้อคำถามที่กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เกมการแข่งขันไม่สร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ย 4.16 พิธีกรคนเดียวนานมาแล้วน่าเบื่อ มีค่าเฉลี่ย 3.82 บางครั้งความรู้ไกลตัวคนไทยมากเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.68 คำถามเก่าเกินไปไม่มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.44

ส่วนข้อคำถามที่กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ โอกาสที่จะได้เงินรางวัลน้อยเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.25 ผ่านป้ายผู้สนับสนุนรายการซ้ำซากจำเจ มีค่าเฉลี่ย 2.98

สรุปโดยภาพรวมจะเห็นว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความนิยมรายการเกมเศรษฐีทางโทรทัศน์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.59

ตอนที่ 4 การมีส่วนร่วมในรายการเกมเศรษฐี

จากผลการวิจัยการมีส่วนร่วมในรายการเกมเศรษฐีของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ท่านรู้สึกยินดีด้วยเมื่อผู้แข่งขันได้เงินรางวัล มีค่าเฉลี่ย 4.20 ท่านรู้สึกดีใจเมื่อท่านลองตอบถูก มีค่าเฉลี่ย 4.14 ควรเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมของกลุ่มต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.87 ท่านทดลองตอบคำถามเองด้วยทุกครั้ง มีค่าเฉลี่ย 3.84 ท่านรู้สึกเห็นใจผู้เข้าแข่งขันที่พลาดโอกาส มีค่าเฉลี่ย 3.77 ท่านได้ร่วมแข่งตอบคำถามภายในกรอบคร่าวเวลารายการ มีค่าเฉลี่ย 3.71 และท่านรู้สึกเสียคายนเงินที่ลดจำนวนลงแทนผู้เข้าแข่งขันที่ตอบผิด มีค่าเฉลี่ย 3.49 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ท่านต้องการสมัครเข้าแข่งขันเพราะต้องการท้าทายความสามารถ มีค่าเฉลี่ย 3.34 ท่านดูรายการเกมเศรษฐีเป็น

ประจำ มีค่าเฉลี่ย 3.32 ท่านต้องการสมัครเข้าแข่งขันเพราะเงินรางวัลวัลเชิดชูชน มีค่าเฉลี่ย 3.26 ท่านมีความรู้สึกดีถ้าได้ออกโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 3.17 ท่านอยากช่วยเสนอคำถาม มีค่าเฉลี่ย 3.02 ท่านเคยคิดที่จะสมัครเข้าแข่งขัน มีค่าเฉลี่ย 2.99 และท่านมีความเห็นว่ารายการเกมเศรษฐีเป็นการจัดฉากที่นัดแนะไว้ มีค่าเฉลี่ย 2.63 ตามลำดับ

ท่านเคยลงทะเบียนร่วมตอบคำถามจากทางบ้านเมื่อทางรายการติดต่อมา มีค่าเฉลี่ย 2.09 ความเห็นด้วยของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง

สรุปโดยภาพรวม การมีส่วนร่วมของประชาชนในกรุงเทพมหานครนั้นมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.39

ตอนที่ 5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐีแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

ลักษณะทางประชากรของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่เปิดรับรายการเกมเศรษฐี ได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐีในวันที่เปิดรับแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในขณะที่ลักษณะทางประชากรของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่เปิดรับรายการเกมเศรษฐี ได้แก่ อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐีในวันที่เปิดรับไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ลักษณะทางประชากรของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่เปิดรับรายการเกมเศรษฐี ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ ที่ต่างกัน จะมีลักษณะการเปิดรับรายการเกมเศรษฐีที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ลักษณะทางประชากรของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่เปิดรับรายการเกมเศรษฐี ได้แก่ อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเปิดรับรายการเกมเศรษฐีที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในขณะที่ลักษณะทางประชากรของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่เปิดรับรายการเกมเศรษฐี ได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเปิดรับรายการเกมเศรษฐีไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ลักษณะทางประชากรของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่เปิดรับรายการเกมเศรษฐกิจ ได้แก่ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการเปิดรับรายการเกมเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในขณะที่ลักษณะทางประชากรของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่เปิดรับรายการเกมเศรษฐกิจ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันจะมีระยะเวลาในการเปิดรับรายการเกมเศรษฐกิจไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ลักษณะทางประชากรของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่เปิดรับรายการเกมเศรษฐกิจ ได้แก่ อายุ และรายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีช่วงเวลาในการเปิดรับรายการเกมเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในขณะที่ลักษณะทางประชากรของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่เปิดรับรายการเกมเศรษฐกิจ ได้แก่ เพศ อาชีพ และระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีช่วงเวลาในการเปิดรับรายการเกมเศรษฐกิจไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับความนิยมรายการเกมเศรษฐกิจ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐกิจของประชาชนในกรุงเทพมหานครไม่มีความสัมพันธ์กับความนิยมรายการเกมเศรษฐกิจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในรายการเกมเศรษฐกิจ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐกิจของประชาชนในกรุงเทพมหานครไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในรายการเกมเศรษฐกิจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อภิปรายผล

การศึกษาการมีส่วนร่วมและความนิยมรายการเกมเศรษฐีทางโทรทัศน์ เป็นการศึกษาในแง่ของผู้รับสารหรือผู้เปิดรับโดยตรง จะเห็นได้ว่าผลการวิจัยสมมติฐานข้อที่ 1 ที่ว่า ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐีแตกต่างกัน

มีทั้งส่วนที่เป็นไปตามสมมติฐาน และไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ De Fleur (1966) ที่ว่า บุคคลในสังคมที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน โดยยึดถือ เพศ อายุ รายได้ สถานภาพทางเศรษฐกิจ และสังคม เป็นตัวกำหนด จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและปฏิริยาตอบสนองต่อการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนคล้าย ๆ กัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกันกับ Rogers & Svenning (1969) ที่ได้ทำการศึกษาไว้ว่า การศึกษา อายุ และสถานภาพทางเศรษฐกิจ และสังคมของบุคคลต่าง ๆ นั้นทำให้มีความแตกต่างกันในเรื่องของการเปิดรับสื่อของบุคคลนั้น ๆ ซึ่งผลการวิจัยของ Schramm & White (1972) ได้สรุปเอาไว้ว่า การเปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่แตกต่างกันออกไปตามปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เป็นต้น

จากการศึกษาพบว่า ประชาชนที่เปิดรับรายการเกมเศรษฐีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 61.0) สอดคล้องกับงานวิจัยของ David Morley (1990) เกี่ยวกับ “โทรทัศน์และเพศสภาพ” ที่กล่าวว่า ลักษณะนิสัยการเปิดรับชมโทรทัศน์ของผู้ชายและผู้หญิงที่แตกต่างกันนั้น เป็นผลมาจากบทบาททางสังคมที่มีลักษณะเฉพาะซึ่งผู้ชายและผู้หญิงปฏิบัติในบ้าน หรือเป็นความแตกต่างพื้นฐานของผู้ชายและผู้หญิงในพื้นที่การทำงานบ้าน (domestic sphere) ซึ่งเป็นรูปแบบสำคัญของความสัมพันธ์ทางเพศในสังคม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ประมะ สตะเวทิน (2533) ที่ว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันมากทั้งในเรื่องของความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้ เพราะวัฒนธรรม และสังคมกำหนดบทบาทของเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงมักจะเป็นคนที่จิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ โอนอ่อน ผ่อนตาม และเป็นแม่บ้านแม่เรือน

จึงอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันของประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐี ฉะนั้นการ

ที่จะใช้สื่อให้สัมฤทธิ์ผลได้นั้นควรจะตั้งคำนึงถึงลักษณะความแตกต่างพื้นฐานทางประชากรของผู้รับสารด้วย

สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ที่ว่า พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับความนิยมรายการเกมเศรษฐกิจ

ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จะเห็นได้ว่าสอดคล้องกับ Katz และคณะ (1973) ที่กล่าวว่า ลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันก็จะแตกต่างกันออกไป สื่อไม่สามารถมีอิทธิพลโดยตรงแต่สามารถมีอิทธิพลได้โดยทางอ้อมเท่านั้น ยังสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีสื่อสารมวลชนของ De Fleur (1966) ที่ว่า สื่อมวลชนสามารถมีอิทธิพลและผลกระทบต่อสังคมรวมทั้งมนุษย์ในสังคมได้ เนื่องจากสื่อมวลชนสามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านความรู้สึก (affective effect) ความคิด (cognitive effect) และจะมีผลต่อพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงของมนุษย์ ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้ ก็ได้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ วรรณมา เจียรตันศิริกุล (2531) ที่ศึกษาเรื่องอิทธิพลของรายการโทรทัศน์ที่มีต่อความตระหนักในการส่งเสริม และรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าการรับชมรายการที่ส่งเสริมความรู้ทางสิ่งแวดล้อม ไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนักในการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแต่อย่างใด ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรายการข่าวและรายการส่งเสริมความรู้ทั่วไปมีอิทธิพลต่อการสร้างความตระหนักให้แก่ผู้ชมเป็นอันมาก ทำให้อิทธิพลของรายการอื่น ๆ ค่อยความสำคัญลงไป

ในขณะที่ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ที่ว่า พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในรายการเกมเศรษฐกิจ

ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ Klapper (อ้างในประมะ สตะเวทิน, 2533) ที่เสนอแนวคิดเกี่ยวกับ อิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ที่มีต่อทัศนคติ และพฤติกรรมต่าง ๆ ของประชาชนผู้รับสารไว้ว่า อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง แต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่าง ๆ ที่กั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (predispositions) การเลือกของผู้รับสาร (selective processes) และอื่น ๆ ฯลฯ ตรงกับคำกล่าวของ เสรี วงศ์มณฑา (2535) ที่ว่า

สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่น ๆ อีกหลายอย่างที่อาจตอบสนองความต้องการรับรู้ของมนุษย์ได้ ซึ่งมนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตัวเองจากความสนใจ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่าง ๆ กัน

จึงอาจสรุปได้ว่า พฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมเศรษฐีไม่มีความสัมพันธ์กับความนิยม และการมีส่วนร่วม เกิดจากการที่ผู้รับสารนั้นมีความสนใจหรือความต้องการของตนเอง ในแต่ละบุคคลนั้นย่อมที่จะแตกต่างกันออกไป ซึ่งจะทำให้เกิดผลก็คือการรับรู้นั้นก็ย่อมแตกต่างกันออกไป ซึ่งสอดคล้องกับความหมายของการมีส่วนร่วมที่นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ (อ้างใน ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์, 2527) ที่ว่า การมีส่วนร่วมของบุคคลจะต้องเกิดจากความสนใจส่วนบุคคล และการตกลงใจที่จะเปลี่ยนแปลงหรือริเริ่มกระทำตลอดจนความเข้าใจที่จะส่งผลให้ประชาชนเกิดความรู้สึกว่า ตนเองมีความสามารถพอที่จะเข้าร่วมการแข่งขันได้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับคำกล่าวของ กฤษณ์ ทองเลิศ (2539) ที่ว่า รายการเกมโชว์เป็นรายการที่มีบทบาทมากในสังคม โดยเฉพาะในเรื่องของการให้ความบันเทิง ช่วยผ่อนคลายความเครียดและความยิ่งหยิ่งในชีวิตประจำวัน แต่ในมุมมองรายการเกมโชว์เป็นรายการที่ไร้สาระมาก โดยจะเน้นการโฆษณาเป็นสำคัญ ซึ่งตรงกับผลการศึกษาในครั้งนี้ กล่าวคือ ประชาชนมีความเห็นว่ารายการเกมเศรษฐีเป็นรายการที่น่าเบื่อ ไม่ชวนติดตาม อยู่ในระดับมากที่สุด (มีค่าเฉลี่ย 4.33) ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สมควร เจริญสุข (2539) ที่ว่า รายการเกมโชว์จะมีเนื้อหา สาระ และประโยชน์ในรายการนั้นน้อยจนเกินไป ยิ่งนานวันขึ้นก็จะยิ่งรู้สึกเบื่อ ไม่ชวนติดตาม

ฉะนั้น การมีส่วนร่วมในการเล่นเกมเศรษฐีทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จึงอาจสรุปได้ว่า หากผู้ชมคิดว่าเขาจะมีความสามารถในการเล่นเกม เขาก็จะเข้าร่วม ถ้าเขาคิดว่า เขาคงไม่มีความสามารถ เขาก็จะไม่ร่วม การที่จะให้เขาเข้าร่วมก็ต้องชักจูงให้เห็นว่าเขามีโอกาสและความสามารถเข้าร่วมได้ดี นอกจากนี้เมื่อเข้าไปร่วมแล้ว เขารู้สึกว่าอบอุ่นเป็นกันเอง เขาก็จะเล่นและชักจูงผู้อื่นเข้ามีส่วนร่วมด้วย หากเขารู้สึกว่า ไม่ได้รับความเป็นกันเอง หรือถูกดูถูก เขาก็จะเลิกไม่ร่วมด้วย

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

1. พิจารณาดำเนินรายการ อาจจะมีการเปลี่ยนตัวหรือบุคคลิก เพื่อไม่ให้เกิดภาพลักษณ์คงที่ทำให้ผู้ชมเกิดความเบื่อหน่ายที่จะติดตาม
2. ควรจะปรับเปลี่ยนวิธีการแข่งขันตอบปัญหา หรือมีการสร้างสิ่งกระตุ้นที่เร้าใจมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ประชาชนเกิดความสนใจต้องการที่จะมีส่วนร่วมในรายการ
3. น่าจะมีการเพิ่มสีสันในการแต่งฉาก แสง สี และเสียง ที่แปลกแตกต่างจากที่ดำเนินมาตั้งแต่เริ่มมีรายการ เพื่อกระตุ้นให้เกิดจินตนาการที่สร้างสรรค์แก่ผู้ชม
4. ควรปรับเปลี่ยนจำนวนเงินรางวัลที่ให้แก่ผู้เข้าร่วมแข่งขันมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นสิ่งกระตุ้นให้ประชาชนอยากมีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยพบว่า รายการน่าเบื่อ ไม่ชวนติดตาม ในขณะที่กลุ่มประชาชนที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีเห็นว่า เป็นรายการดี มีสาระ ดังนั้น จึงควรจะมีการตั้งคำถามและวิจัยต่อไปว่า เหตุผลที่แท้จริงเป็นอย่างไรในการชมรายการนั้น รวมทั้งความคาดหวัง หรือต้องการผลอะไรจากรายการเกมเศรษฐี เพื่อที่จะได้ทราบถึงบทสรุปที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กฤษณ์ ทองเลิศ. **สื่อมวลชน การเมือง และวัฒนธรรม**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ส่วน
ท้องถิ่น, 2539.
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. **คณะนิเทศศาสตร์. วิชาการสื่อสารมวลชนไทย**.
กรุงเทพมหานคร : พุทธบูชาการพิมพ์, 2526.
- ปรมะ สตะเวทิน. **หลักนิเทศศาสตร์. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย**, 2538.
- ปัญญา สิริโรจน์. **การผลิตรายการโทรทัศน์**. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดคุณพิน
อักษรกิจ, 2527.
- มาณวิกา ดันติสุกฤต. **การผลิตรายการโทรทัศน์**. เชียงใหม่ : ภาควิชาการสื่อสารมวลชน
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2528.
- ณรงค์ สมพงษ์. **การใช้สื่อทางไกลในงานส่งเสริมการเกษตร หน่วยที่ 1-7 สาขาส่งเสริม
การเกษตรและสหกรณ์**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัย
ธรรมมาธิราช, 2530.
- ไพฑูรย์ เครือแก้ว. **ลักษณะสังคมไทยและการพัฒนาชุมชน**. กรุงเทพมหานคร : การพิมพ์
เกื้อกูล, 2506, อ่างใน สุพัตรา สุภาพ. **สังคมและวัฒนธรรมไทย : คำนิยม
ครอบครัว ศาสนา ประเพณี**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช,
2520.
- วิเชียร เกตุสิงห์. **การวิจัยเชิงปฏิบัติ. คู่มือการวิจัย**. นนทบุรี, 2537.
- เสรี วงษ์มณฑา. **“หลักและทฤษฎีการสื่อสาร.” เอกสารประกอบการสอน**
กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2535.
- สุโชติ คาวสุโข. **โทรทัศน์กับการส่งเสริมเผยแพร่. เอกสารประกอบการอบรมหลักสูตร
การผลิตเทปโทรทัศน์ทางการเกษตร. รุ่นที่ 4 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
วิทยาเขตกำแพงแสน**, 2525.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. **การสื่อสารกับสังคม**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2523.

บรรณานุกรม (ต่อ)

ศิริชัย ศิริกาษา. สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาในเขตเมืองในชนบท. กรุงเทพมหานคร
สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.

ศิริชัย ศิริกาษา และ กาญจนา แก้วเทพ. ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร :
ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2531.

อรนุช เลิศจรธรรักษ์. “การจัดรายการวิทยุโทรทัศน์.” เอกสารประกอบการสอน.
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. กรุงเทพมหานคร : นำทางการพิมพ์, 2531.

วิทยานิพนธ์

สมควร เจริญสุข. “พฤติกรรมการเปิดรับสารและความพึงพอใจจากรายการเกมโชว์ทาง
โทรทัศน์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์
มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

สุภาภรณ์ พรหมดีราช. “ความพึงพอใจของผู้ชมรายการสุขภาพกับการดูแลตนเอง” วิทยา
นิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) คณะวารสาร
ศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.

อนุชิต มุรธาทิพย์. “ทัศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการ ดีสิบ”
ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 อ.ส.ม.ท.” วิทยานิพนธ์ปริญญาวาร
สารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสาร
มวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.

อรนุช สุกประเสริฐ. “การวิเคราะห์รายการแข่งขันชิงรางวัล.” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์
มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2535.

บรรณานุกรม (ต่อ)

ภาษาอังกฤษ

Books

- De Fleur, Melvin L.; Davenport, Lucinda.; Cronin, Mary and DeFleur, Margaret. Audience Recall of News Stories Presented by Newspaper, Computer, Television and Radio. **Journalism Quarterly**. 69 (winter 1966) : 1010-1022.
- Fiske, J. and Hartley, J. **Reading Television**. Great Britain : Richard Clay (The Chaucer Press Ltd.), 1987.
- Ganta, Walter and Wenner, Lawrence A. Men, women, and sport : Audience experiences and effects. **Journal of Broadcasting & Electronic Media** 35 (Spring 1991) : 223-243.
- Harold, Leavitt Al, et al. **The Organizational World**. New York : Harcourt Brace, 1973.
- Hybels S. and Ulloth D. **Broadcasting and Introduction to Radio and Television**. New York : D. Van Nostrand Company, 1978.
- Klapper, Joseph T. **The Effect of Mass Communication**. 10th ed, New York : The Free Press, 1969.
- McComb, Maxwell E. and Becker, Lee B. **Using mass communication theory**. Englewood Cliffs : N.J.Princtice Hall, 1979.
- McQuail, D., Blumler, J.G., and Brown, J.R. "The Television Audience : a revised perspective." In D. McQuail ed. **Sociology of Mass Communications**. Middlesex, England, 1972.
- Meyrowitz, Joshua. Image of Media : Hidden Ferment – and Harmony – in the Field. **Journalism of Communication** 43 (1993) : 55-65.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Myer, N.D., and E.Boone, M. **The Information Age.** New York : McGraw-Hill Book Company, 1982.

Schramm, Wibur. "Reading and Listening Patterns of American University Students."
Journalism Quarterly 22 (March 1973) : 23-33.

Severin, WI, J. **Communication Theories : Origins, Methods, Uses.** Longman Inc., 1988.

Wright, C., R. **Mass Communication : A Sociological Perspective.** New York : Random House, 1986.

Draft

ภาคผนวก

แบบสอบถาม
การมีส่วนร่วมและความนิยมรายการเกมเศรษฐีทางโทรทัศน์
ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- ต่ำกว่า 20 ปี 21 – 30 ปี
 31 – 40 ปี 41 – 50 ปี
 51 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

- ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจเอกชน / ลูกจ้าง
 ธุรกิจส่วนตัว / อิสระ นักเรียน / นักศึกษา
 แม่บ้าน / ทำงานบ้าน อื่น ๆ

4. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี
 ปริญญาโท สูงกว่าปริญญาโท
 อื่น ๆ.....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001 – 15,000 บาท
 15,001 – 20,000 บาท 20,001 – 25,000 บาท
 25,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐี

1. ลักษณะการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐีทางโทรทัศน์ของท่าน

<input type="checkbox"/> ทุกวันเสาร์-อาทิตย์	<input type="checkbox"/> เฉพาะวันเสาร์
<input type="checkbox"/> เฉพาะวันอาทิตย์	<input type="checkbox"/> เสาร์บ้างอาทิตย์บ้าง
2. ความถี่ในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐี

<input type="checkbox"/> ทุกครั้งที่ออกอากาศ	<input type="checkbox"/> บ่อย ๆ (3 – 4 ครั้งต่อเดือน)
<input type="checkbox"/> บ้าง (1-2 ครั้งต่อเดือน)	<input type="checkbox"/> ไม่นั่นอน
<input type="checkbox"/> อื่น ๆ.....	
3. ระยะเวลาในการเปิดรับชมแต่ละครั้งนานประมาณ

<input type="checkbox"/> ตลอดรายการที่แพร่ภาพ	<input type="checkbox"/> เฉพาะช่วงหลังของรายการ
<input type="checkbox"/> เป็นช่วง ๆ ประมาณ 30 นาที	<input type="checkbox"/> เฉพาะช่วงแรกของรายการ
<input type="checkbox"/> อื่น ๆ.....	
4. ลักษณะในการเปิดรับชมรายการเกมเศรษฐี ท่าน

<input type="checkbox"/> ตั้งใจดู พร้อมกันหลายคน ไม่เปลี่ยนช่องเลย
<input type="checkbox"/> ตั้งใจดูคนเดียว โดยไม่เปลี่ยนช่อง
<input type="checkbox"/> ตั้งใจดู แต่เปลี่ยนช่องบ้าง
<input type="checkbox"/> เปิดทิ้งไว้ดูบ้างไม่ดูบ้าง
5. ช่วงเวลาที่ท่านติดตามรายการเกมเศรษฐี

<input type="checkbox"/> ดูตั้งแต่มีรายการจนถึงปัจจุบัน
<input type="checkbox"/> ดูในระยะเริ่ม แต่ปัจจุบันดูบ้างไม่ดูบ้าง
<input type="checkbox"/> เพิ่งเริ่มดูในระยะหลังนี้ ไม่เกิน 6 เดือน
<input type="checkbox"/> ดูบ้างไม่ดูบ้างในระยะแรก ปัจจุบันดูตลอด

ตอนที่ 3 ความนิยมของประชาชน

(กรุณาทำ/ ในช่องที่ตรงกับความรู้สึกของท่านมากที่สุด)

ข้อ	ประเด็นความนิยม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.	เป็นรายการดี มีสาระ					
2.	รายการน่าเบื่อ ไม่ชวนติดตาม					
3.	คำถามเก่าไปไม่มีความเหมาะสม					
4.	เนื้อหาให้ความรู้ตรงกับความจริง					
5.	บางครั้งความรู้ไกลตัวคนไทยมากเกินไป					
6.	เกมการแข่งขันไม่สร้างสรรค์					
7.	รูปแบบการนำเสนอรายการเร้าใจ					
8.	การแต่งกายของพิธีกรดูดี					
9.	การดำเนินรายการของพิธีกรน่าติดตาม					
10.	พิธีกรคนเดียวนานมาแล้วน่าเบื่อ					
11.	ชอบพิธีกร					
12.	ฉาก แสง สี เทคนิค คนตรี เข้ากับเนื้อเรื่องและบรรยากาศในการแข่งขัน					
13.	โอกาสที่จะได้เงินรางวัลน้อยเกินไป					
14.	วันและเวลาในการแพร่ภาพเหมาะสม					
15.	แผ่นป้ายผู้สนับสนุนรายการซ้ำซาก จำเจ					

ตอนที่ 4 การมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีต่อรายการเกมเศรษฐี
(กรุณาทำ / ในช่องที่ตรงกับความรู้สึกของท่านมากที่สุด)

ข้อ	การมีส่วนร่วม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.	ท่านรู้สึกยินดีด้วยเมื่อผู้แข่งขันได้เงินรางวัล					
2.	ท่านรู้สึกดีใจเมื่อท่านลองตอบถูก					
3.	ควรเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมของกลุ่มต่าง ๆ					
4.	ท่านทดลองตอบคำถามเองด้วยทุกครั้ง					
5.	ท่านรู้สึกเห็นใจผู้เข้าแข่งขันที่พลาดโอกาส					
6.	ท่านได้ร่วมแข่งตอบคำถามภายในครอบครัวเวลาดูรายการ					
7.	ท่านรู้สึกเสียดายเงินที่ลดจำนวนลงแทนผู้เข้าแข่งขันที่ตอบผิด					
8.	ท่านต้องการสมัครเข้าแข่งขันเพราะต้องการท้าทายความสามารถ					
9.	ท่านดูรายการเกมเศรษฐีเป็นประจำ					
10.	ท่านต้องการสมัครเข้าแข่งขันเพราะเงินรางวัลเชิญชวน					
11.	ท่านมีความรู้สึกดีถ้าได้ออกโทรทัศน์					
12.	ท่านอยากช่วยเสนอคำถาม					
13.	ท่านเคยคิดที่จะสมัครเข้าแข่งขัน					
14.	ท่านมีความเห็นว่ารายการเกมเศรษฐีเป็น ธุรกิจที่น่าชื่นชม					
15.	ท่านเคยลงทะเบียนร่วมตอบคำถามจากทาง บ้านเมื่อทางรายการติดต่อมา					

ขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ประวัติผู้เขียน

นางสาว ปาริชาติ อีโซ เกิดวันที่ 8 พฤษภาคม 2514 กรุงเทพมหานคร
สำเร็จการศึกษา นิเทศศาสตรบัณฑิต วิชาเอกประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ เมื่อปีการศึกษา 2535

เข้าศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ เมื่อ
ปีการศึกษา 2541

ปัจจุบันทำงานที่ ธนาคาร Mizuho Financial Group