

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในประเทศไทย และเพื่อศึกษาปัจจัยของผลิตภัณฑ์ (ข่าว) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในประเทศไทย ใช้วิธีสำรวจกลุ่มตัวอย่าง คือผู้ชมที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป โดยผู้ชมทำงานหรืออาศัยอยู่ในภาคกลาง (กรุงเทพฯ) ภาคเหนือ (เชียงราย) ภาคใต้ (ภูเก็ต) และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (นครราชสีมา) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนในการสรุปผลไม่เกิน 5% จำนวน 400 ตัวอย่าง ในการวิเคราะห์ข้อมูลนี้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อประเมินผลข้อมูลสำหรับสถิติที่ใช้คือสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อใช้อธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการทดสอบสมมติฐานใช้ Chi-square, Mann-Whitney U-test และ Kruskal Wallis และค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ Spearman

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลตามลักษณะประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 มีอายุระหว่าง 26-35 ปีมากที่สุด จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาและแม่บ้าน/พ่อบ้าน/เกษียณ/ไม่ทำงานมากที่สุด จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 มีรายได้เฉลี่ยส่วนตัวต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทมากที่สุด จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 และมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้ในอัตราส่วนเท่ากัน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0

5.1.2 ระดับความสำคัญที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (ข่าว)

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (ข่าว) ซึ่งตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ข่าว) โดยภาพรวมให้ความสำคัญต่อคุณสมบัติของรายการข่าวโทรทัศน์ อยู่ในระดับมาก โดยแยกพิจารณาในแต่ละด้าน ปรากฏผลดังนี้

1. ผู้ชมให้ความสำคัญต่อคุณสมบัติของรายการข่าวโทรทัศน์ด้านเนื้อหารายการ อยู่ในระดับมาก
2. ผู้ชมให้ความสำคัญต่อคุณสมบัติของรายการข่าวโทรทัศน์ด้านพิธีกรข่าว/ผู้ประกาศ อยู่ในระดับมาก
3. ผู้ชมให้ความสำคัญต่อคุณสมบัติของรายการข่าวโทรทัศน์ด้านรูปแบบ/กลวิธีการนำเสนอและเทคโนโลยีต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก
4. ผู้ชมให้ความสำคัญต่อคุณสมบัติของรายการข่าวโทรทัศน์ด้านเวลาออกอากาศ อยู่ในระดับมาก
5. ผู้ชมให้ความสำคัญต่อคุณสมบัติของรายการข่าวโทรทัศน์ด้านแฮกรับเชิญ/แหล่งข่าว อยู่ในระดับมาก
6. ผู้ชมให้ความสำคัญต่อคุณสมบัติของรายการข่าวโทรทัศน์ด้านการจัดรายการ อยู่ในระดับปานกลาง

5.1.3 พฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์

กลุ่มตัวอย่างชมข่าวการเมืองมากที่สุด เหตุผลที่ชมมากที่สุดเพราะอยากทราบข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น โดยตนเองเป็นผู้มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลต่อการชมรายการข่าวมากที่สุด ช่วงเวลา 18.01-21.00 น. เป็นช่วงเวลาที่ผู้ชมชมรายการข่าวมากที่สุด ช่องที่ชมรายการข่าวมากที่สุดคือ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เหตุผลที่เลือกช่องนี้เพราะข่าวทันเหตุการณ์มากที่สุด ผู้ชมชมข่าวที่บ้านมากที่สุด โดยมีความถี่มากกว่า 1 ครั้ง/วัน

5.1.4 ข้อเสนอแนะรายการข่าวโทรทัศน์ (จากคำถามปลายเปิด)

กลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อเสนอแนะมีข้อเสนอแนะในเรื่องควรนำเสนอข่าวให้เป็นกลางและนำเสนอทุกด้านไม่บิดเบือนมากที่สุด จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 53.66 รองลงมาคือควรนำเสนอข่าวให้กระชับ ทันเหตุการณ์และถูกต้องตรงกับความเป็นจริง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 34.14

5.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ

สมมติฐานที่ 1 ผู้ชมรายการข่าวโทรทัศน์มีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน

ผู้ชมมีพฤติกรรมการเลือกชมประเภทรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน คือ ข่าวที่ชม “มาก” ประกอบด้วย ข่าวในพระราชสำนัก ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวสังคม ข่าวบันเทิง

และข่าววิเคราะห์ ส่วนข่าวที่ชม “ปานกลาง” ประกอบด้วย ข่าวเกษตร ข่าวกีฬา ข่าวอาชญากรรม และข่าวพยากรณ์อากาศ

ผู้ชมมีเหตุผลการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน คือ เหตุผลในการชมระดับ “มากที่สุด” คือ อยากทราบข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เหตุผลในการชมระดับ “มาก” ประกอบด้วย ต้องการใช้อ้างอิงข่าวสารเพื่อตัดสินใจ มีผลต่อการดำรงชีวิตประจำวัน ช่วยให้มีความรู้รอบตัวมากขึ้นและเป็นความรู้ที่ทันสมัยทันเหตุการณ์ เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา รายการข่าวโทรทัศน์เป็นข่าวที่สดและใหม่กว่าสื่ออื่น ๆ มีทั้งภาพและเสียง ได้รับข่าวสารที่ละเอียดของภาพมากกว่าสื่ออื่น ๆ เหตุผลในการชมระดับ “ปานกลาง” คือ เป็นช่วงเวลาที่ทุกช่องเสนอข่าวเพียงอย่างเดียว เหตุผลในการชมระดับ “น้อย” คือ ไม่รู้จะทำอะไร

ผู้ชมมีผู้มีส่วนร่วมหรือผู้มีอิทธิพลต่อการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน คือ เป็นตนเองมากที่สุด รองลงมาคือสามีหรือภรรยาและญาติพี่น้อง

ผู้ชมมีช่วงเวลาการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน คือ ช่วงเวลา 18.01–21.00 น. มากที่สุด รองลงมาคือช่วงเวลา 21.01 น.ขึ้นไปและช่วงเวลา 05.00 – 09.00 น.

ผู้ชมมีสถานที่ชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน คือ ที่บ้านมากที่สุด รองลงมาคือ ที่ทำงานและร้านค้า

ผู้ชมมีความถี่ในการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน คือ ชมมากกว่า 1 ครั้ง/วัน มากที่สุด รองลงมาคือ 5 – 6 ครั้ง/สัปดาห์และ 1 ครั้ง/วัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้ชมที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน

ผู้ชมที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน ได้แก่ ประเภทรายการข่าวที่ชมและเหตุผลที่ชมรายการข่าว

ผู้ชมที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน ได้แก่ ประเภทรายการข่าวที่ชม เหตุผลที่ชม ผู้มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลในการชมและช่วงเวลาที่จะชม

ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน ได้แก่ ประเภทรายการข่าวที่ชม เหตุผลที่ชม ผู้มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลในการชม ช่วงเวลาที่ชมและความถี่ในการชม

ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน ได้แก่ ประเภทรายการข่าวที่ชม เหตุผลที่ชมและผู้มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลในการชม

ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน ได้แก่ ประเภทรายการข่าวที่ชม เหตุผลที่ชมและผู้มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลในการชม

ผู้ชมที่มีภูมิลำเนาต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์ แตกต่างกัน ได้แก่ ประเภทรายการข่าวที่ชม เหตุผลที่ชม ผู้มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลในการชม ช่วงเวลาที่ชม สถานที่ชมและความถี่ในการชม

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (ข่าว) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกชมประเภทรายการข่าวโทรทัศน์

ผลการทดสอบพบว่าพฤติกรรมการเลือกชมประเภทรายการข่าวโทรทัศน์ในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับปัจจัยของผลิตภัณฑ์ (ข่าว) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า พฤติกรรมการเลือกชมประเภทรายการข่าวโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับปัจจัยของผลิตภัณฑ์ (ข่าว) ด้านเนื้อหารายการ รูปแบบ/กลวิธีการนำเสนอและเทคโนโลยีต่าง ๆ เวลาออกอากาศและแขกรับเชิญ/แหล่งข่าว

5.3 อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยในด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (ข่าว) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกชมประเภทรายการข่าวโทรทัศน์ พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกชมประเภทรายการข่าวโทรทัศน์ คือ ปัจจัยด้านเนื้อหารายการ ด้านรูปแบบ/กลวิธีการนำเสนอและเทคโนโลยีต่าง ๆ ด้านเวลาออกอากาศและด้านแขกรับเชิญ/แหล่งข่าว และเมื่อพิจารณาถึงความสำคัญของคุณสมบัติรายการข่าวในแต่ละด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านเนื้อหารายการ ด้านพิธีกรข่าว/ผู้ประกาศ ด้านรูปแบบ/กลวิธีการนำเสนอและเทคโนโลยีต่าง ๆ ด้านเวลาออกอากาศและด้านแขกรับเชิญ/แหล่งข่าว ในส่วนของพฤติกรรมการชมรายการข่าว พบว่า ผู้ชมส่วนมากชมรายการข่าวการเมือง และเหตุผลที่ชมรายการข่าวเพราะอยากทราบข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ชมช่วงเวลา 18.01-21.00 น. ช่องที่ชมคือ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 โดยเหตุผลที่เลือกช่องนี้เพราะข่าวทันเหตุการณ์ ผู้ชมชมรายการข่าวที่บ้านโดยมีความถี่ในการชมมากกว่า 1 ครั้ง/วัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุวลักษณ์ วงศ์เทศ (2535) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมของประชาชนในเขตปทุมวันและเขตพระโขนงกรุงเทพมหานครในการดูข่าวโทรทัศน์ พบว่า ผู้ชมชมข่าวประจำวันในช่วงเวลา 19.30-21.00 น. โดยมีหลักเกณฑ์ในการเลือกชมข่าวจากสถานีโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอข่าวที่รวดเร็ว ทันใจ และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลของการดูข่าวโทรทัศน์ คือ ทำให้ทราบความคิดเห็นทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม เป็นคนที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์และได้รับความรู้ทางวิชาการด้านต่าง ๆ และสอดคล้องกับผลงานวิจัย

ของ พัชรินทร์ เสวตสุทธิพันธ์ (2537) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข่าวสารจากรายงานข่าวเป็นประจำทุกวัน โดยข่าวสารที่จำเป็นต้องใช้ 3 อันดับแรก คือ ข่าวการเมือง ข่าวสังคม ข่าวเศรษฐกิจ โดยสาเหตุการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ เพราะเพื่อต้องการติดตามข่าวสาร และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ประเมษฐ์ เศรษฐสุวรรณ (2551) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องเจตคติของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง (3,5,7,9 และ TITV) พบว่า ผู้ชมส่วนใหญ่ชมรายการข่าวที่บ้าน เหตุผลที่ชมเพื่อต้องการรับทราบข่าวสาร และเหตุผลสำคัญที่ติดตามคือ มีการนำเสนอข่าวที่รวดเร็วและทันเหตุการณ์ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ศิริพร วุฒิทวี (2542) ที่ได้วิจัยเรื่องการสำรวจพฤติกรรมการรับชมและความพึงพอใจของผู้ชมในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการข่าวช่วงแรกมีความพึงพอใจผู้ประกาศข่าว ใต้เต็ลข่าวและเนื้อหารายการในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการข่าวช่วงที่สองมีความพึงพอใจผู้ประกาศข่าว การรายงานข่าวสดนอกสถานที่และเนื้อหาในระดับมาก และกลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการข่าวทั้ง 2 ช่วงมีความพึงพอใจผู้ประกาศข่าว เนื้อหา และการจัดลำดับความสำคัญในระดับมาก และยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ฌัญชัย หลวงพรหม (2541) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจของผู้ชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชมรายการข่าวกีฬาจากข่าวกีฬาเด่นประจำวันทั้งในและต่างประเทศ โดยเปิดชมช่วงเวลา 20.00-20.20 น. และมีความพึงพอใจในระดับมากถึงมากที่สุดในลักษณะของข่าวกีฬา โดยเฉพาะรูปแบบการนำเสนอ เนื้อหา ช่วงเวลา ระยะเวลาการออกอากาศตลอดจนผู้อ่านข่าวชายและหญิง

5.3.1 สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ชมรายการข่าวโทรทัศน์มีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน จากสมมติฐานดังกล่าวพบว่าผู้ชมรายการข่าวโทรทัศน์มีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับบทความของทออดด์ ฮันท์ และเบรนท์ ดี รูเบน (Todd Hunt and Brent d.Ruben, 1993, p 65 อ้างใน ประมว สตะเวทิน, 2541, หน้า 122-124) กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคล คือ ความต้องการทัศนคติและค่านิยม เป้าหมาย ความสามารถ การใช้ประโยชน์ ลีลาในการสื่อสาร สถานะ ประสบการณ์และนิสัย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความแตกต่างทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ส่งผลให้ผู้ชมมีทัศนคติ และค่านิยมต่างกันทำให้พฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน

5.3.2 สมมติฐานข้อที่ 2 ผู้ชมที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีพฤติกรรมชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน จากสมมติฐานดังกล่าวพบว่า ผู้ชมที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและภูมิลำเนาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สามารถอธิบายได้ดังนี้

ปัจจัยด้านเพศของผู้ชม ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้หญิงจะยังให้ความสนใจประเภทรายการข่าวบันเทิง ในขณะที่ผู้ชายจะให้ความสนใจประเภทรายการข่าวกีฬา

ปัจจัยด้านอายุของผู้ชม ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ที่มีอายุน้อยก็มักจะนิยมชมรายการข่าวเพื่อความบันเทิง ไม่นิยมข่าวสารที่เน้นหนักในด้านเนื้อหา แต่ผู้ชมที่มีอายุมากขึ้นก็จะเกิดการพัฒนาการรับรู้และประสบการณ์ในการรับรู้ ทำให้นิยมข่าวสารที่ให้เนื้อหาสาระมากขึ้น

ปัจจัยด้านอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ชม ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ชมจะเลือกชมหรือให้ความสำคัญกับการชมรายการข่าวที่ส่งผลกระทบหรือเกี่ยวข้องกับการอาชีพของตนเป็นหลักเพื่อจะได้ทราบข้อมูลและนำข้อมูลไปใช้ในการประกอบอาชีพของตน เช่น ผู้ชมที่ประกอบอาชีพเกษตรจะให้ความสนใจในข่าวเกษตรและข่าวพยากรณ์อากาศมากกว่าผู้ชมที่ประกอบอาชีพอื่นๆ

ปัจจัยด้านการศึกษาของผู้ชม ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ชมที่มีการศึกษาสูงกว่าจะสามารถรับรู้ข้อมูลหรือเข้าใจข่าวได้มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อยกว่า และสาขาหรือสายอาชีพที่จบก็ทำให้เกิดความแตกต่างในการชมรายการข่าวด้วย เช่น ผู้ชมที่จบนิติศาสตร์ก็จะให้ความสนใจข่าวการเมืองมากกว่าผู้ชมที่จบเกษตรหรือประมง

ปัจจัยด้านภูมิลำเนาของผู้ชม ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ชมที่อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน วิถีชีวิตหรือการดำรงชีวิตต่างกันก็จะส่งผลให้มีพฤติกรรมการชมประเภทรายการข่าวต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับบทความของ ขวัญเรือน กิตติวัฒน์ (2531) ที่พบว่าปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน คือ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคลมีแนวคิดว่าคนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมากในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งอาจเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบถึงระดับสติปัญญา ความคิด ทักษะคิดตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การสนใจ และยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ประเมษฐ์ เศรษฐสุวรรณ (2551) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “เจตคติของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการนำเสนอรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง (3,5,7,9 และ TITV) พบว่า ผู้ชมที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวภาคค่ำแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ศิริพร วุฒิทวี (2542) ซึ่งได้ทำการวิจัยเรื่องการสำรวจพฤติกรรม

การรับชมและความพึงพอใจของผู้ชมในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 พบว่า ผู้ชมที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้าน อายุ การศึกษารายได้ต่างกันมีพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวภาคค่ำต่างกัน โดยพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวภาคค่ำ ได้แก่ ความถี่ในการรับชม ช่วงเวลาในการรับชมและระยะเวลาในการรับชมข่าว และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อนุรักษ์ หลวงพรหม (2542) ได้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจของผู้ชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ พบว่า ตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ โดยพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ ได้แก่ ความถี่ในการเปิดรับชม ช่วงเวลาในการเปิดรับชมและปริมาณเวลาในการเปิดรับชม และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อติสรณ์ อุประเสริฐ (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกอ่านหนังสือพิมพ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ลักษณะทางประชากรในด้านอายุและระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเลือกประเภทหนังสือพิมพ์ของประชาชน

5.4 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

5.4.1. จากผลการวิจัยทำให้ทราบถึงสิ่งที่ผู้ชมให้ความสำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ (ข่าว) พบว่า

5.4.1.1 ด้านเนื้อหารายการ เป็นคุณสมบัติของรายการข่าวโทรทัศน์ที่ผู้ชมให้ความสำคัญมากที่สุด และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ความรวดเร็วทันเหตุการณ์เป็นคุณสมบัติที่สำคัญที่สุด รองลงมาคือ ความถูกต้อง ดังนั้นผู้ผลิตควรให้ความสำคัญกับคุณสมบัติของรายการข่าวโทรทัศน์ด้านเนื้อหาให้มากที่สุดซึ่งจะต้องมีความรวดเร็วทันเหตุการณ์และเป็นข้อมูลที่ถูกต้องเพราะจะได้ตอบสนองความต้องการข่าวสารหรือข้อมูลของผู้ชมได้อย่างทันทั่วถึง

5.4.1.2 ด้านเวลาออกอากาศ เป็นคุณสมบัติของรายการข่าวโทรทัศน์ที่ผู้ชมให้ความสำคัญอันดับสอง และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ช่วงเวลาออกอากาศสำคัญที่สุด รองลงมาคือ ระยะเวลาการออกอากาศ ดังนั้นผู้ผลิตควรให้ความสำคัญกับช่วงเวลาออกอากาศ ควรเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมเพราะจะเป็นช่วงเวลาที่ผู้ชมส่วนมากมีโอกาสดูชมมากที่สุด

5.4.1.3 ด้านแขกรับเชิญ/แหล่งข่าว เป็นคุณสมบัติของรายการข่าวโทรทัศน์ที่ผู้ชมให้ความสำคัญอันดับสาม และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า บุคคลที่อยู่ในความสนใจสำคัญที่สุด รองลงมาคือ บุคคลสำคัญ ดังนั้นผู้ผลิตควรให้ความสำคัญกับแขกรับเชิญ/แหล่งข่าว ซึ่งจะต้องเป็นบุคคลที่อยู่ในความสนใจหรือเกี่ยวข้องกับข่าวดังกล่าวโดยตรงเพื่อจะได้ดึงดูดความสนใจของผู้ชม

5.4.1.4 ด้านพิธีกรข่าว/ผู้ประกาศ เป็นคุณสมบัติของรายการข่าวโทรทัศน์ที่ผู้ชมให้ความสำคัญอันดับสี่ และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า พิธีกรข่าว/ผู้ประกาศควรมีความรู้ในข่าวที่อ่านเป็นอย่างดีสำคัญที่สุด รองลงมาคือ ออกเสียงอักขระ ชัดเจน ดังนั้นผู้ผลิตควรให้พิธีกรข่าว/ผู้ประกาศเตรียมข้อมูลของข่าวหรือหาข้อมูลและทำความเข้าใจข่าวให้มากที่สุดพร้อมทั้งเสนอข่าวด้วยการออกเสียงอักขระให้ชัดเจน

5.4.1.5 ด้านรูปแบบ/กลวิธีการนำเสนอและเทคโนโลยีต่าง ๆ เป็นคุณสมบัติของรายการข่าวโทรทัศน์ที่ผู้ชมให้ความสำคัญอันดับที่ห้า และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ภาพเหตุการณ์ประกอบการรายงานข่าวสำคัญที่สุด รองลงมาคือ ความคมชัดของภาพข่าว ดังนั้นผู้ผลิตควรให้ความสำคัญกับภาพเหตุการณ์ประกอบการรายงานและความคมชัดของภาพข่าว เพื่อให้ผู้ชมจะได้มีความเข้าใจและทราบรายละเอียดของข่าวมากขึ้น

5.4.1.6 ด้านการจัดฉากรายการ เป็นคุณสมบัติของรายการข่าวโทรทัศน์ที่ผู้ชมให้ความสำคัญน้อยสุด และเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ความสวยงามในการจัดฉากหลังสำคัญที่สุด รองลงมาคือ การจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น โต๊ะและเก้าอี้ ดังนั้นผู้ผลิตควรให้ความสำคัญกับการจัดฉากหลังให้มีลักษณะโดดเด่นและน่าสนใจแก่ผู้ชม

5.4.2. จากการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ชม พบว่า มีข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ผลิตที่จะนำไปใช้ประโยชน์ได้คือ ผู้ชมชมรายการข่าวประเภทข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวสังคมและข่าววิเคราะห์ (วิเคราะห์ข่าว) อยู่ในระดับที่มาก ดังนั้นผู้ผลิตควรเน้นรายการข่าวประเภทนี้เป็นหลัก และควรเพิ่มจำนวนข่าวหรือรายละเอียดของข่าวให้มากขึ้นเนื่องจากผู้ชมส่วนใหญ่ชมรายการข่าวเหตุผลเพราะอยากทราบข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เนื้อหาข่าวควรเป็นข่าวที่ส่งผลกระทบต่อผู้ชมโดยตรงเพราะผู้ชมตัดสินใจชมประเภทรายการข่าวด้วยตนเอง การนำเสนอข่าวควรเน้นให้ความสำคัญและความน่าสนใจของข่าวในช่วงเวลา 18.01-21.00 น. ให้มากกว่าช่วงอื่น ๆ เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่ผู้ชมชมรายการข่าวมากที่สุด แต่ช่วงเวลาอื่น ๆ ก็ยังต้องให้ความสำคัญต่อการนำเสนอข่าวเพราะผู้ชมส่วนมากชมรายการข่าวมากกว่า 1 ครั้ง/วัน

5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.5.1 ควรศึกษาในเรื่องของพฤติกรรมกรรมการชมหรือฟังรายการข่าวจากสื่อมวลชนอื่น เช่น หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต วิทยุ เพื่อจะได้สำรวจการตลาดหรือแนวโน้มของตลาด

5.5.2 ควรศึกษาในเรื่องรายได้จากการโฆษณาผ่านสื่อมวลชน และทำการเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของการโฆษณาผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ