

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในสภาวะการณ์ปัจจุบัน รูปแบบรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์นั้นเป็นที่นิยม และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น¹ เนื่องจากรูปแบบรายการประเภทนี้สามารถนำเสนอความหลากหลายของรูปแบบ เช่น มีรูปแบบทั้งการแสดงบนเวทีของผู้เข้าร่วมรายการ การสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมรายการ หรือนำเสนอความสามารถของบุคคล เป็นต้น ทั้งในการผลิตรายการโทรทัศน์รูปแบบวาไรตี้ทอล์คโชว์นั้น จะคำนึงถึงรสนิยมของคนในสังคมเป็นส่วนใหญ่

รายการวาไรตี้ หรือรายการปิกนิกะบันเทิง มาจากคำว่า Variety ซึ่งหมายถึง รายการบันเทิงประเภทเบ็ดเตล็ดต่าง ๆ สำหรับประเทศอังกฤษเรียกรายการประเภทนี้ว่า Light Entertainment แต่ในสหรัฐอเมริกาและในประเทศไทยเรียกว่าวาไรตี้โชว์ ซึ่งได้รับความนิยมสูงมาก รายการประเภทนี้ประกอบด้วยรูปแบบความบันเทิงหลายรูปแบบ ได้แก่ รูปแบบการสัมภาษณ์บุคคล หรือรายการรูปแบบพูด (Talk Show) รูปแบบดนตรี รูปแบบแสดงตลก รูปแบบเกมการแข่งขัน (Game Show) และรูปแบบการแสดงโชว์พิเศษต่าง ๆ สาเหตุที่มีรูปแบบหลากหลายเช่นนี้เพราะการจัดรายการวาไรตี้โชว์นั้นได้รับการพัฒนาจากการแสดงบนเวที (Stage Show) ซึ่งเริ่มแรกนั้นเป็นการแสดงบนเวทีในโรงละคร โรงภาพยนตร์ ห้องโถงเต้นรำ หรือห้องบอลรูม มีผู้ชมเข้าไปนั่งชมการแสดงตั้งแต่การแสดงละครเพลง การแสดงดนตรีและการร้องเพลงสดหน้าวงดนตรีขนาดใหญ่ จนกระทั่งต่อมาได้มีการใช้กล้องโทรทัศน์ถ่ายทอดจากเวที

¹ปาริชาติ สอนสมบูรณ์, “การรับรู้ ความรู้สึก และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ชมสตรีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีต่อผู้บุปถัมภ์รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์,” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548), น. 5.

การแสดงจริงๆ และพัฒนามาถึงการนำรูปแบบการแสดงนั้นมาจัดขึ้นในห้องส่งโทรทัศน์และบันทึกเทปไว้เพื่อนำออกอากาศ²

ประเภทรายการวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย สามารถแบ่งประเภทโดยพิจารณาจากรูปแบบการนำเสนอรายการได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. วาไรตี้เกมโชว์ เป็นรายการวาไรตี้โชว์ที่นำเสนอรูปแบบด้านการแข่งขันของผู้ร่วมรายการเป็นหลัก มีการเล่นเกมต่าง ๆ เพื่อชิงรางวัล อาทิ รายการชิงร้อยชิงล้านชะชะช่า รายการปลดหนี้ เป็นต้น

2. วาไรตี้ทอล์คโชว์ เป็นรายการวาไรตี้โชว์ที่นำเสนอรูปแบบการสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมรายการเป็นหลัก อาทิ รายการราตรีสโมสร รายการทีสิบ รายการจันทร์พันดาว รายการที่นี้หมอลีต รายการตลาดสดสนามเป้า ฯลฯ

3. วาไรตี้วาไรตี้โชว์ เป็นรายการวาไรตี้โชว์ที่นำเสนอความหลากหลายของรูปแบบในแนวผสมผสาน เช่น มีรูปแบบทั้งการแสดงบนเวทีของผู้เข้าร่วมรายการ การแสดงแนวตลกขบขันของผู้เข้าร่วมรายการ การเปิดป้ายเพื่อชิงรางวัลของผู้ร่วมรายการ การสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมรายการ เป็นต้น รายการจะไม่เน้นรูปแบบหนึ่งรูปแบบใดโดยเฉพาะ ตัวอย่างรายการประเภทนี้ได้แก่ รายการที่เด็ดจัง เป็นต้น

ซึ่งในการจัดรายการวาไรตี้โชว์ทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นรายการวาไรตี้เกมโชว์ วาไรตี้ทอล์คโชว์ หรือวาไรตี้โชว์โดยตรง มักจะมีการนำเสนอรายการเป็น 2 ส่วนหลัก ๆ ดังนี้ คือ

1. เนื้อหา (Content)
2. วิธีการนำเสนอ (Presentation Technique)
 - 2.1 พิธีกร (Host)
 - 2.2 แขกรับเชิญและผู้ร่วมรายการ (Guest/Talent)
 - 2.3 บรรยากาศในรายการ (Atmosphere)
 - 2.4 สไตส์และรูปแบบการนำเสนอ (Style : Form of Presentation)

รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์นั้นมีการแข่งขันกันสูงมาก เหตุผลด้านกำไรทางธุรกิจ รายการประเภทนี้จึงกลายเป็นเพียงสื่อที่พยายามตอบสนองความต้องการของผู้ชมทางด้านบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ ทั้งรายการเหล่านี้เติบโตอย่างรวดเร็วจนในบางครั้งทำให้ละเลยผลกระทบต่อที่มีด้านสังคม

²ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และนิคม ทาแดง, “ประเภทและรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุโทรทัศน์, หน่วยที่ 8-15 (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2530), น. 41.

เช่น การรับวัฒนธรรมจากซีกโลกตะวันตกเข้ามามาก จนทำให้วัฒนธรรมประจำชาติกำลังจะเลือนหายไป เป็นต้น การแพร่กระจายของรายการโทรทัศน์นั้นสามารถก่อให้เกิดการขยายวัฒนธรรมสู่วัฒนธรรมได้อย่างรวดเร็ว ดังเช่นรูปแบบชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชนบทในสมัยนี้ที่มีลักษณะคล้ายกับคนในเมืองหลวงมากขึ้นทุกวัน

สำหรับในยุคใหม่ บริษัท โพลีพลัส เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด เป็นผู้ผลิตรายการวาไรตี้ประเภททอล์คโชว์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งรายการโทรทัศน์ล่าสุดของบริษัท โพลีพลัส เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ที่กำลังออกอากาศอยู่ในขณะนี้ ได้แก่ รายการราตรีสโมสร รายการศึก 12 ราศี ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. รายการตลาดสดสนามเป้า ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 รายการวันวานยังหวานอยู่ ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 รายการ VIP ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี (ช่อง 9) ซึ่งจะพบว่าโทรทัศน์แทบทุกช่องมีรายการโทรทัศน์ประเภทวาไรตี้ทอล์คโชว์ที่ผลิตโดยบริษัท โพลีพลัส เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด อยู่ในผังรายการแทบทั้งสิ้น

บริษัท โพลีพลัส เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ถือกำเนิดจากความคิดของ คุณอรพวรรณ วัชรพล กรรมการผู้จัดการ ที่ว่าเมื่อจุดเล็ก ๆ แต่หลากสีสันมารวมกัน ก่อเกิดเป็นผืนภาพขนาดใหญ่และสวยงาม แนวความคิดดังกล่าว สะท้อนถึงความต้องการจะเป็นส่วนหนึ่ง ในการสร้างสรรค์ความหลากหลาย ให้กับวงการโทรทัศน์ไทย โดยเน้นในเรื่องของคุณภาพ ควบคู่ไปกับสารประโยชน์ตลอดจนความรู้ ความบันเทิง ที่ผู้ชมจะได้รับ บริษัท โพลีพลัส เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด จึงเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 3 มกราคม พ.ศ. 2537 นับจากวันแรกที่เปิดดำเนินการจนถึงปัจจุบันบริษัทฯ ได้ผลิตรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ออกสู่สายตาผู้ชมมาจำนวนหลายรายการ นับแต่รายการ 7-4-28 รายการที่นี้...มีเพื่อน รายการบันทึก...ห้วงกะทิ รายการเพื่อนกันวันเสาร์ รายการสมาคมชมดาว รายการวันว่าง รายการหุ่นน้อยคอยแนะ รายการ A-GUIDE รายการสี่ขาทำตะลุยก รายการ ZOOM รายการสรรหามาฝาก รายการเกมนานาชาติ รายการหลังคาเดียวกัน รายการห้าอภินิหาร รายการโหด หวิด สยอง รายการเรื่องเล่าจากความมืด รายการแอน-นัท ไม่จำกัด รายการกระบวนกรแก่นกะโหลก รายการหัวใจเสริมใยเหล็ก รายการบ้านตัวไอหัวใจร่วมแนว รายการสมาคมชมดาวเดอะวิลลี่ รายการรักเอ๋ย และรายการ Oops! On air เป็นต้น³

รายการตลาดสดสนามเป้า ถือเป็นรายการที่มีการผลิตรายการขนาดใหญ่ เนื่องจากมีความยาวของรายการประมาณ 1 ชั่วโมง ผลิตโดยบริษัท โพลีพลัส เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด เป็นรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ที่หยิบยกเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาชีพต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการค้าขาย

³บริษัท โพลีพลัส เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด, “ประวัติและความเป็นมาบริษัท โพลีพลัส เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด,” <<http://www.polyplus.co.th>>, 25 พฤษภาคม 2550.

และเรื่องใกล้ตัว มานำเสนอในรูปแบบเป็นกันเอง โดยเน้นให้คนแต่ละภูมิภาคได้เรียนรู้ซึ่งกันและกันทั้งในด้านการดำเนินชีวิต ความเป็นอยู่ และวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น พร้อมกับรับเอาวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างดี เป็นการรักษาวัฒนธรรมไทยให้คงไว้ ไม่เลือนหายไปจากสังคมไทย โดยออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ทุกวันอาทิตย์ เวลา 20.15-21.15 น. มีพิธีกรหลักคือ สุวิภา กุลตังวัฒนา ปวันรัตน์ นาคสุริยะ หมอลักษณะิ เรขานิเทศ และคะเนิงนิจ จักรสมิทธานนท์

รูปแบบรายการตลาดสดสนามเป้า แบ่งเป็น 4 ช่วง คือ ช่วงที่ 1 เปิดตลาด ช่วงที่ 2 มือใหม่หัดขาย ช่วงที่ 3 ช่วงแหวกตลาดและช่วงภูมิภาคกับใกล้ใจ และช่วงที่ 4 ชมตลาด โดยรายการตลาดสดสนามเป้านั้น เป็นรายการประเภททอล์คโชว์ที่มีความหลากหลายของเนื้อหา และกระตุกความรู้จากผู้อุปถัมภ์รายการเป็นจำนวนมาก เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้ชม อันเป็นการนำเสนอได้แตกต่างจากรายการทอล์คโชว์ทั่วไป ที่มักจะหยิบยกเรื่องส่วนตัวของนักแสดง นักร้อง หรือคนดังมาพูดคุยกัน อีกทั้งในช่วงเวลาที่รายการตลาดสดสนามเป้าออกอากาศนั้น รายการที่เป็นคู่แข่งโดยตรง ทั้งทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 นำเสนอรายการสี่สັນบันเทิง และละครหลังข่าว (เวลา 20.00 – 22.00 น.) ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 นำเสนอข่าวภาคค่ำ และละครหลังข่าว (เวลา 19.40 – 22.25 น.) ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี ช่อง 9 นำเสนอข่าวสำนักข่าวไทย รายการสารคดีปราชญ์เดินดิน และรายการดาวกระจายสุดสัปดาห์ (เวลา 19.30 – 22.00 น.) และทางสถานีโทรทัศน์ TITV นำเสนอข่าวภาคค่ำ รายการสารคดีย้อนรอย และข่าว TITV Hot News Hot Weekend / Hot Sports (เวลา 19.00 – 21.10 น.) จึงเห็นได้ว่า รายการตลาดสดสนามเป้า เป็นรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์รายการเดียวที่ออกอากาศในช่วงเวลานั้น ซึ่งมีรูปแบบที่ต่างออกไปจากสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น

ตลอดระยะเวลาในการดำเนินการผลิตรายการมาประมาณเกือบ 2 ปี ทางกลุ่มผู้ผลิตรายการยังไม่เคยทำการสำรวจความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อรายการ ตลาดสดสนามเป้า โดยตรง มีเพียงการวัดเรตติ้ง จากบริษัท เอซี นิวส์เ็น (ประเทศไทย) จำกัด (AC Nielsen (Thailand) limited) ซึ่งเป็นบริษัทวิจัยการตลาด (Market Research Company) เท่านั้น ซึ่งข้อมูลเหล่านี้เป็นข้อมูลหลักในการพิจารณาซื้อขายโฆษณาทางการตลาดของผู้ผลิต และกลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณาหรือสินค้าเท่านั้น แต่ไม่ได้ระบุถึงความต้องการที่แท้จริง และมีได้บอกถึงรายละเอียดของความรู้สึกโดยตรงของกลุ่มผู้ชมที่มีต่อเนื้อหา รายการ รูปแบบรายการ และตัวพิธีกรแต่อย่างใด

จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้ทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษา “พฤติกรรม การเปิดรับชม ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการตลาดสดสนามเป้า” เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงรูปแบบรายการ เนื้อหา

รายการ และพิธีกรในรายการให้เหมาะสมหรือเกิดความพึงพอใจ และมีประโยชน์จากผู้ชม อันเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้ชมรายการ ตลาดสดสนามเป้า ได้อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการตลาดสดสนามเป้า ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจที่มีต่อรายการตลาดสดสนามเป้า ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาถึงการใช้ประโยชน์จากการชมรายการตลาดสดสนามเป้า ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการศึกษา

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการตลาดสดสนามเป้า
 - 1.1 ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการตลาดสดสนามเป้าแตกต่างกัน
 - 1.2 ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการตลาดสดสนามเป้าแตกต่างกัน
 - 1.3 ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการตลาดสดสนามเป้าแตกต่างกัน
 - 1.4 ผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการตลาดสดสนามเป้าแตกต่างกัน
 - 1.5 ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการตลาดสดสนามเป้าแตกต่างกัน
2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรายการตลาดสดสนามเป้า
 - 2.1 ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อรายการตลาดสดสนามเป้าแตกต่างกัน

- 2.2 ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อรายการตลาดสดสนามเป้าแตกต่างกัน
- 2.3 ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อรายการตลาดสดสนามเป้าแตกต่างกัน
- 2.4 ผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อรายการตลาดสดสนามเป้าแตกต่างกัน
- 2.5 ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อรายการตลาดสดสนามเป้าแตกต่างกัน
3. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการตลาดสดสนามเป้า
- 3.1 ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการตลาดสดสนามเป้าแตกต่างกัน
- 3.2 ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการตลาดสดสนามเป้าแตกต่างกัน
- 3.3 ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการตลาดสดสนามเป้าแตกต่างกัน
- 3.4 ผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการตลาดสดสนามเป้าแตกต่างกัน
- 3.5 ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการตลาดสดสนามเป้าแตกต่างกัน

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้ มุ่งศึกษาพฤติกรรม การเปิดรับชม ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ของผู้ชมเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยชมรายการ ตลาดสดสนามเป้า เท่านั้น ทั้งนี้ ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล อยู่ในช่วงระหว่างเดือน กรกฎาคม – สิงหาคม พ.ศ. 2550

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

รายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ (Variety Talk Show) หมายถึง รายการวาไรตี้โชว์ที่นำเสนอ การสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมรายการเป็นหลัก เช่น รายการทไวไลท์โชว์ รายการราตรีสโมสร รายการที่นี้ หมอชิต รายการวันวานยังหวานอยู่ รายการตลาดสดสนามเป้า เป็นต้น

รายการตลาดสดสนามเป้า⁴ เป็นรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ที่หยิบยกเรื่องต่าง ๆ ที่ เกี่ยวข้องกับอาชีพต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการค้าขาย และเรื่องใกล้ตัว มานำเสนอในรูปแบบเป็น กันเอง ซึ่งออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ทุกวันอาทิตย์ เวลา 20.15 – 21.15 น. โดยมีพิธีกรหลักคือ สุวิภา กุลตั้งวัฒนา ปวันรัตน์ นาคสุริยะ หมอลักษณ์ เรขานิเทศ และคะเนิงนิจ จักรสมิทธานนท์ แบ่งออกเป็น 4 ช่วง นั่นก็คือ

ช่วงที่ 1 เปิดตลาด เป็นช่วงที่พิธีกรหลักทั้ง 3 คือ สุวิภา กุลตั้งวัฒนา ปวันรัตน์ นาคสุริยะ หมอลักษณ์ เรขานิเทศ เปิดรายการ พร้อมกับเปิดตัวแขกรับเชิญที่มาร่วมสัมภาษณ์และ ร่วมทำกิจกรรมกับอาชีพต่าง ๆ ในช่วงมือใหม่หัดขาย และสรุปเรื่องราวแบบย่อ ๆ

ช่วงที่ 2 ช่วงมือใหม่หัดขาย มุ่งหวังให้ผู้ชมเข้าใจในทุกอาชีพโดยเฉพาะอาชีพ คำขาย โดยการสัมภาษณ์และร่วมทำกิจกรรมไปพร้อม ๆ กับดารา นักแสดง นักร้อง หรือบุคคลผู้มี ชื่อเสียง ที่จะไปเรียนรู้ทุกกระบวนการ ไม่ว่าจะเป็นขั้นตอนการเตรียมงาน และการขายจริง ทุก ขั้นตอนสื่อให้เห็นความยากลำบาก กว่าที่ใครสักคนจะทำอาชีพนี้ได้

ช่วงที่ 3 ช่วงแหวกตลาด และช่วงภูมิใจกับโกดังใจ ซึ่งจะสลับกันออกอากาศตาม ความเหมาะสมของเนื้อหาที่นำเสนอ โดยช่วงแหวกตลาด เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับเรื่องราวแปลก แหวกแนว โดยเฉพาะอาชีพต่าง ๆ ที่หาชมได้ยากในประเทศไทย เช่น อาชีพลอนผมชาวที่ จ. เชียงใหม่ อาชีพขายต้นไม้รถเข็น เป็นต้น ส่วนช่วงภูมิใจกับโกดังใจนั้น เป็นการหาคำตอบใน คำถามธรรมดา ๆ ที่คนทั่วไปมองข้าม เช่น อาชีพการหาหอยแครง เป็นต้น นำเสนอโดยสัมภาษณ์ เด็ก ๆ ในท้องถิ่นที่เกี่ยวกับอาชีพนั้น ๆ มาบอกเล่าเรื่องราวที่ภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตน

ช่วงที่ 4 ช่วงชมตลาด ทุก ๆ ตลาดจะมีเสน่ห์ในตัวเองที่มักจะแตกต่างกัน ช่วงนี้มี พิธีกรสาว รถเมล์ คะเนิงนิจ จักรสมิทธานนท์ นำเสนอเกี่ยวกับของดี ของเด่น ของแปลก หรือลีลา การขายของเหล่าแม่ค้าพ่อค้าที่น่าสนใจมาให้ชม เช่น ชมลีลาการขายของ “ตาปู่ด”

⁴บุญธรรม สิริสาพันธ์, “เอกสารรายการ ตลาดสดสนามเป้า,” (กรุงเทพมหานคร: บริษัท โพลีพลัส เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด, 2550).

ซูเปอร์มาร์เก็ตลอยน้ำในคลองมหาสวัสดิ์ หรือไปชมตลาดเกวียนที่ตั้งอยู่ริมฝั่งโขง ซึ่งชาวลาวขนมาขายเป็นคาราวาน เป็นต้น

พฤติกรรมการเปิดรับ หมายถึง ความถี่ในการเปิดรับชมรายการตลาดสดสนามเป้า ระยะเวลาในการรับชมรายการตลาดสดสนามเป้าในแต่ละครั้ง ระยะเวลาในการติดตามชมรายการตลาดสดสนามเป้า ลักษณะการเปิดรับชมรายการตลาดสดสนามเป้าและ การเปิดรับชมช่วงต่าง ๆ ของรายการตลาดสดสนามเป้า

ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความรู้สึกที่ได้รับจากการเปิดรับชมรายการของผู้ชมรายการ ตลาดสดสนามเป้า ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เนื่องมาจากองค์ประกอบต่าง ๆ ของรายการ ตลาดสดสนามเป้า ได้แก่ ด้านรูปแบบรายการ, ด้านองค์ประกอบเนื้อหารายการ, ด้านองค์ประกอบการนำเสนอรายการตลาดสดสนามเป้า และด้านคุณสมบัติของพิธีกรรายการตลาดสดสนามเป้า อธิบายรายละเอียดความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ดังนี้

ด้านรูปแบบรายการ แบ่งออกเป็น

- ช่วงที่ 1 ช่วงเปิดตลาด
- ช่วงที่ 2 ช่วงมือใหม่หัดขาย
- ช่วงที่ 3 ช่วงแหวกตลาด และช่วงภูมิใจกับโกดัง
- ช่วงที่ 4 ช่วงชมตลาด

ด้านองค์ประกอบเนื้อหาของรายการ แบ่งออกเป็น

- ความคิดสร้างสรรค์แปลกใหม่
- มีเนื้อหาที่ทันต่อเหตุการณ์เสมอ
- เนื้อหารายการที่นำเสนอมีความชัดเจน เข้าใจง่าย
- เนื้อหารายการที่นำเสนอมีความน่าเชื่อถือ
- เนื้อหารายการที่นำเสนอมีความถูกต้อง

ด้านองค์ประกอบการนำเสนอรายการ แบ่งออกเป็น

- ชื่อรายการน่าสนใจ
- ชื่อของแต่ละช่วงของรายการน่าสนใจ เช่น ช่วงเปิดตลาด ช่วง มือใหม่หัดขาย

ช่วงแหวกตลาด ช่วงภูมิใจกับโกดัง และ ช่วงชมตลาด

- ช่วงเวลาออกอากาศ 20.15-21.15 น.
- ความยาวของรายการ (45 นาที)
- แกรับเชิญที่เชิญมาสัมภาษณ์ในรายการ
- ภาษาที่ใช้

- กราฟฟิกของรายการ
- เพลง / ดนตรี เสียงบรรยายประกอบรายการ
- ฉากของรายการ
- การตัดต่อและภาพประกอบ

ด้านคุณสมบัติพิธีกรรายการ แบ่งออกเป็น

- พิธีกรเหมาะสมกับเนื้อหา และรูปแบบรายการ
- บุคลิกลักษณะดูจริงใจ และเป็นกันเอง
- ความพร้อมและการเตรียมตัวในการดำเนินรายการ
- ความน่าเชื่อถือของพิธีกร
- สลีลาการพูด และสำเนียงในการออกเสียง

ในการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อรายการ ตลาดสดสนามเป้า นั้น แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

การนำไปใช้ประโยชน์ หมายถึง ความต้องการนำความรู้และข้อมูลที่ได้จากการรับชมรายการ ตลาดสดสนามเป้า ไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน เช่น

- ได้ติดตามข่าวคราวในสังคม และความเป็นไปในโลกกว้าง
- สนองความอยากรู้อยากเห็น และสนองความสนใจ
- เพิ่มพูนความรู้ เป็นการเรียนรู้และศึกษาด้วยตนเอง
- ได้รับข้อมูลมาเป็นแรงเสริมย้ำความเชื่อและความคิดเห็นในการตัดสินใจ
- ได้สัมผัสวัฒนธรรมความเป็นอยู่อย่างไทย
- เพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์
- เป็นประโยชน์ในการสนทนากับบุคคลอื่น
- ได้รับความเพลิดเพลิน
- ผ่อนคลายความเครียด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเพิ่มพูนข้อมูลความรู้ให้กับผู้ที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบรายการ ประเภทวาไรตี้ทอล์คโชว์

2. เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาปรับปรุงพัฒนารูปแบบการผลิตรายการให้สอดคล้องตรงกับความต้องการของผู้ชม

3. เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาเป็นแนวทางในการวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์ในการบริหารงาน เพื่อพัฒนารายการต่อไป
4. เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการผลิตรายการวาไรตี้ทอล์คโชว์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการได้
5. เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปประยุกต์ใช้กับรายการรูปแบบอื่น ๆ ต่อไป