

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมรายการ SF Victory Challenge ทาง True Vision 60 ในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมรายการ
2. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการของผู้ชมรายการ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการ

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลครั้งเดียว (One-Shot Case Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ควบคู่ไปกับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงเจาะลึก (In-Depth Interview) เพื่อนำผลการศึกษาทั้ง 2 ส่วนมาวิเคราะห์ถึงการ ใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการ SF Victory Challenge

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaire) ซึ่งแบบสอบถามประกอบไปด้วยคำถามปลายปิด (Close-Ended Questionnaire) แบบมีตัวเลือกคำตอบ (Multiple Choice Question) และคำถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) รวมถึงคำถามปลายเปิด (Open-Ended Questionnaire) กลุ่มตัวอย่างเป็นประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่ จำนวน 280 คน

โดยสามารถแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามเป็น 4 ส่วน ต่อไปนี้ ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมรายการ SF Victory Challenge ได้แก่ ความถี่ในการรับชมรายการต่อสัปดาห์ ระยะเวลาในการรับชมรายการในแต่ละวัน ระยะเวลาที่ติดตามรับชม

รายการ ลักษณะในการเปิดรับชมรายการ สถานที่รับชมรายการ ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากการเปิดรับชมรายการ SF Victory Challenge โดยมีข้อความเป็นคำตอบแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะต่อรายการ SF Victory Challenge

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ในการศึกษาครั้งนี้ มี 2 ประเภท ได้แก่

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอในรูปตารางประกอบการแปลความหมายเชิงบรรยายเพื่ออธิบายข้อมูลในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับชม การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการ SF Victory Challenge

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามในสมมติฐานต่างๆ โดยใช้การวิเคราะห์ ดังนี้คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย (T-test) และ (F-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) และ Least Significant Difference: LSD

ในส่วนของกรวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ศึกษาใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) เพื่อเสริมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณและเป็นการขยายความหรือสร้างความชัดเจนให้กับการศึกษาในเรื่องนี้มากขึ้น ซึ่งการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจะทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกของผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีต่อประเด็นที่ผู้ศึกษาต้องการโดยใช้การสัมภาษณ์เจาะลึกเป็นเครื่องมือในการวิจัย สุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่เคยเข้าร่วมการแข่งขันกับทางรายการ SF Victory Challenge เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แนวคำถาม ซึ่งผู้ศึกษาใช้เป็นแนวทางการสัมภาษณ์ โดยมีประเด็นคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา แนวคำถามดังกล่าวสร้างจากกรอบแนวคิดและทฤษฎีซึ่งเกี่ยวข้องกับการศึกษา มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) แบบเจาะลึก เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายตอบได้อย่างละเอียด และตรงตามความเป็นจริง โดยมีแนวคำถาม ออกเป็น 4 ส่วนคือ ตอนที่ 1 ข้อมูลภูมิหลังของผู้ให้สัมภาษณ์ ตอนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับชมรายการ ตอนที่ 3 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการรับชมรายการ SF Victory Challenge ตอนที่ 4 ข้อคิดเห็นและคำติชมรายการ SF Victory Challenge

จึงสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษาจากวิธีวิจัยเชิงปริมาณ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผู้ชมรายการ SF Victory Challenge ทางช่องทรูวิชั่น 60 ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นผู้ชายมากกว่าผู้หญิง โดยผู้ชมรายการ กลุ่มใหญ่ที่สุด มีอายุระหว่าง 16 - 21 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับมัธยมศึกษา ผู้ชมรายการ ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ต่ำกว่า 5,000 ต่อเดือน

พฤติกรรมในการเปิดรับรายการ SF Victory Challenge

ผู้ชมรายการ SF Victory Challenge ทางช่องทรูวิชั่น 60 ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มใหญ่ที่สุดติดตามชมรายการ SF victory Challenge มาแล้ว 2-3 เดือน โดยเปิดรับชมรายการ SF victory Challenge บ้าง เฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน ซึ่งจะชมรายการเฉพาะช่วงที่สนใจ ในภาพรวมแล้ว ผู้ชมรายการมีพฤติกรรมในการเปิดรับรายการ SF Victory Challenge ในระดับน้อย

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการ

ในภาพรวมแล้ว ผู้ชมรายการ SF Victory Challenge ทางช่องทรูวิชั่น 60 ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพอใจต่อรายการ ในระดับมาก เมื่อศึกษาในรายละเอียดแล้วจะพบว่า ผู้ชมรายการ SF Victory Challenge ทางช่องทรูวิชั่น 60 พอใจในรูปแบบรายการมีความแปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร และ รูปแบบรายการมีความทันสมัย มากที่สุด โดยพอใจในระดับมาก รองลงมาจะพอใจในการแข่งขันที่มีความตื่นเต้นเร้าใจ โดยพอใจในระดับมาก ในขณะที่ผู้ชมรายการมีความพอใจในระยะเวลาในการออกอากาศ (30 นาที) น้อยที่สุด แต่ยังพอใจในระดับมาก

ในภาพรวมแล้ว ผู้ชมรายการ SF Victory Challenge ทางช่องทรูวิชั่น 60 ในเขตกรุงเทพมหานคร มีการใช้ประโยชน์จากรายการ ในระดับมาก เมื่อศึกษาในรายละเอียดแล้วจะพบว่า ผู้ชมรายการ SF Victory Challenge ทางช่องทรูวิชั่น 60 จะรู้จักผู้ที่เข้าแข่งขันมากขึ้น โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก รองลงมา การชมรายการทำให้ มีความสนใจที่จะเล่นเกม SF มากขึ้น โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก ในขณะที่ผู้ชมรายการได้รับประโยชน์น้อยที่สุด คือ การใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชม อันได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการ SF Victory Challenge แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ชมรายการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการ SF Victory Challenge แตกต่างกัน เมื่อศึกษาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ผู้ชม

รายการที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง จะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ SF Victory Challenge มากกว่าผู้ที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และอาชีพอื่นๆ สำหรับผู้ที่เป็น นักเรียน/นักศึกษา จะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ SF Victory Challenge มากกว่าผู้ที่มีอาชีพอื่นๆ และไม่พบความแตกต่างในคู่อายุกลุ่มอื่นๆ ในขณะที่ ผู้ชมรายการที่มี เพศ อายุ การศึกษา รายได้ แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ SF Victory Challenge ไม่แตกต่างกัน

2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชม อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากรายการ SF Victory Challenge แตกต่างกัน

2.1 ผู้ชมรายการผู้ชายและผู้หญิง จะมีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากรายการ SF Victory Challenge แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ผู้ชมรายการผู้ชายและผู้หญิง จะมีการใช้ประโยชน์ และ ความพึงพอใจจากรายการ SF Victory Challenge แตกต่างกัน

2.2 ผู้ชมรายการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากรายการ SF Victory Challenge แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ผู้ชมรายการที่มีอายุต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์ และ ความพึงพอใจจากรายการ SF Victory Challenge แตกต่างกัน เมื่อศึกษาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี จะมีการใช้ประโยชน์จากรายการ SF Victory Challenge มากกว่าผู้ที่มีอายุ 16-33 ปี สำหรับผู้ที่มีอายุ 16 - 21 ปี จะมีการใช้ประโยชน์จากรายการ SF Victory Challenge มากกว่าผู้ที่มีอายุ 22 - 27 ปี สำหรับผู้ที่มีอายุ 28 -33 ปี จะมีการใช้ประโยชน์จากรายการ SF Victory Challenge มากกว่าผู้ที่มีอายุ 34 ปีขึ้นไป สำหรับผู้ที่มีอายุ 34 ปีขึ้นไป จะมี การใช้ประโยชน์จากรายการ SF Victory Challenge มากกว่าผู้ที่มีอายุ 22-27 ปี และไม่พบความแตกต่างในคู่อายุกลุ่มอื่น สำหรับความพึงพอใจ พบว่า ผู้ที่มีอายุ ต่ำกว่า 15 ปี จะมีความพึงพอใจจากการชมรายการ SF Victory Challenge มากกว่าผู้ที่มีอายุ 16 - 27 ปี และไม่พบความแตกต่างในคู่อายุกลุ่มอื่น

2.3 ผู้ชมรายการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากรายการ SF Victory Challenge แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ผู้ชมรายการที่มีการศึกษาต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์ และ ความพึงพอใจจากรายการ SF Victory Challenge แตกต่างกัน เมื่อศึกษาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา อาชีวศึกษา/อนุปริญญา จะมีการใช้ประโยชน์ จากรายการ SF Victory

Challenge มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สำหรับผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จะมีการใช้ประโยชน์ จากรายการ SF Victory Challenge มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และไม่พบความแตกต่างในคู่การศึกษากลุ่มอื่นๆ สำหรับ ความพึงพอใจ พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา และ มัธยมศึกษา จะมีความพึงพอใจจากการชมรายการ SF Victory Challenge มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป และไม่พบความแตกต่างในคู่การศึกษากลุ่มอื่น ๆ

2.4 ผู้ชมรายการที่มีระดับอาชีพแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากรายการ SF Victory Challenge ต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ผู้ชมรายการที่มีอาชีพต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากรายการ SF Victory Challenge ต่างกัน เมื่อศึกษาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ผู้ที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง จะมีการใช้ประโยชน์จากรายการ SF Victory Challenge มากกว่าผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และอาชีพอื่น ๆ และไม่พบความแตกต่างในคู่อาชีพกลุ่มอื่น สำหรับความพึงพอใจ พบว่าผู้ที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาและเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้างจะมีความพึงพอใจจากการชมรายการ SF Victory Challenge มากกว่าผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และอาชีพอื่น ๆ สำหรับผู้ที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จะมีความพึงพอใจจากการชมรายการ SF Victory Challenge มากกว่าผู้ที่มีอาชีพอื่น ๆ และไม่พบความแตกต่างในคู่อาชีพกลุ่มอื่น

2.5 ผู้ชมรายการที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการ SF Victory Challenge ต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่าผู้ชมรายการที่มีรายได้ต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์จากรายการ SF Victory Challenge ต่างกัน เมื่อศึกษาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน จะมีการใช้ประโยชน์จากรายการ SF Victory Challenge มากกว่าผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาทต่อเดือน และผู้ที่มีรายได้ 25,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป สำหรับผู้ที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาทต่อเดือนจะมีการใช้ประโยชน์จากรายการ SF Victory Challenge มากกว่าผู้ที่มีรายได้ 25,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป และไม่พบความแตกต่างในคู่รายได้กลุ่มอื่น ในขณะที่ไม่พบความแตกต่างความพึงพอใจจากการชมรายการของผู้ชมรายการที่มีรายได้ต่างกัน

3. พฤติกรรมการเปิดรับชมของผู้ชมรายการ SF Victory Challenge มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับผู้ชมรายการ SF Victory Challenge ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมของผู้ชมรายการ SF

Victory Challenge มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับผู้ชมรายการ SF Victory Challenge ในทิศทางเดียวกัน นั้นหมายถึง ถ้าผู้รับชมรายการมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ SF Victory Challenge มากเท่าไร จะทำให้มีการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการ และ มีความพึงพอใจจากการรับชมรายการมากขึ้นตามไปด้วย

สรุปผลการศึกษาจากวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับชมรายการและเข้าร่วมแข่งขันกับทางรายการ

1. เหตุผลในการรับชมรายการ SF Victory Challenge

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 9 คนรับชมเพราะได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเกม SF และได้รับรู้จักรายการ SF Victory Challenge จากหน้าเว็บไซต์เกม SF <http://www.sf.in.th> ซึ่งเป็นเว็บไซต์หลักของเกม นอกจากนี้ทั้งหมดยังรับชมเพื่อความสนุกสนานและเป็นรายการที่เกี่ยวข้องกับเกมที่ตนเองชื่นชอบและจัดตั้งทีมเพื่อเข้าแข่งขันอยู่และเห็นว่ารายการเป็นรายการแปลกใหม่ เป็นรายการที่น่าเอาเกมออนไลน์มาแข่งขันกันทางโทรทัศน์ ซึ่งในเมืองไทยนั้นยังไม่เคยมีรายการประเภทนี้มาก่อน โดยที่กลุ่มเป้าหมาย 4 ใน 9 คน รู้จักเกม SF และรายการ SF Victory challenge ตั้งแต่เริ่มเปิดให้บริการเกมและเปิดรายการในเดือน ตุลาคม 2549 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เหลืออีก 5 คน รับชมรายการ SF Victory Challenge ในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2549 ถึง มกราคม 2550

จากการวิเคราะห์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างซึ่งเกือบทั้งหมดเป็นคนที่อยู่ในช่วงอายุ 19 – 28 ปีเพื่อความสนุกสนาน และเป็นรายการที่สอดคล้องกับกิจกรรมที่กระทำอยู่เป็นประจำนอกจากการเรียนและการทำงานอยู่แล้วอีกด้วย โดยสอดคล้องกับทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชนโดยใช้แบบจำลองการสื่อสารมวลชนของวิลเบอร์ แชมมส์ ดังนี้

สื่อมวลชนจะตีความและเรียบเรียงข้อมูลออกมาเป็นภาพที่ปรากฏในรายการ และส่งต่อไปยังผู้รับสารจำนวนมากทุกเพศ ทุกวัย โดยในกลุ่มผู้ชมนั้นจะมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน จึงมีการตีความที่แตกต่างกันไปตามอิทธิพลของแต่ละกลุ่ม ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดเป็นวัยรุ่น เป็นวัยที่อยากรู้อยากลอง มีความเป็นตัวของตัวเอง ต้องการสิ่งที่สนับสนุนความเชื่อและสิ่งที่ตนเองชื่นชอบ

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการรับชมรายการ SF Victory Challenge

1. การรับชมรายการ SF Victory Challenge เพื่อใช้ประโยชน์ได้นอกจากความบันเทิง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ 8 ใน 9 คน ชมเพื่อประโยชน์ในการศึกษาเทคนิคการเล่น เกมเพื่อการแข่งขันเกม SF ที่มีการจัดการแข่งขันขึ้นมา โดยศึกษาเทคนิคการเล่นของผู้คนที่เข้าร่วมแข่งขัน นอกจากนี้ยังศึกษาข้อดี ข้อด้อยของแผนการเล่นของทีมตนเอง เพื่อนำมาศึกษาข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นและนำมาปรับปรุงให้ดีขึ้นในการแข่งขันในรายการต่าง ๆ ที่มีการจัดแข่งขันขึ้นไป นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่าง 1 ใน 8 คนนี้ยังมีมีความต้องการเข้าร่วมแข่งขันกับทางรายการ เนื่องจากต้องการความมีชื่อเสียงจากเข้าร่วมแข่งขันผ่านทางสื่ออีกด้วย แต่กลุ่มตัวอย่างอีก 1 ท่านไม่ได้ใช้ประโยชน์อื่น ๆ เลยจากการรับชมรายการนอกจากความสนุกสนาน และคลายเครียดจากการทำงานเท่านั้น

วิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีนั้น จะมีความต้องการที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อประโยชน์ในการดำรงชีวิตของตนเอง แต่ในกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในช่วงวัยทำงานนั้น ต้องการแค่ความสนุกสนาน และคลายเครียดจากการทำงานที่มีความเครียดและความรับผิดชอบสูง

2. แนวคิดที่ได้จากการรับชมรายการ SF Victory Challenge

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 9 คน ได้ให้ความเห็นและแนวคิดโดยสรุปไปในทางเดียวกันว่า แนวคิดที่ได้นั้นจะได้ในด้านการทำงานเป็นทีม ความสามัคคี ความร่วมมือ ร่วมใจกันในการทำงานเป็นทีม การมีน้ำใจเป็นนักกีฬา รู้แพ้ รู้ชนะ รู้ถอย เนื่องจาก เกม SF มีลักษณะการแข่งขันที่ทีมเพื่อมาต่อสู้กันกลางสนามรบที่กำหนดขึ้นภายในเกม ฉะนั้นจึงต้องมีการวางแผนที่ดี ความร่วมมือกันภายในทีมเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดที่จะกำหนดผลแพ้ชนะได้ นอกเหนือจากความสามารถในการเล่นของแต่ละบุคคลและยอมรับในความพ่ายแพ้ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่าง 1 คน ยังได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า อยากให้สังคมเปิดกว้างในการยอมรับของผู้ที่เล่นเกมต่าง ๆ เนื่องจากประชากรในสังคมไทยส่วนมากยังมีแนวคิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อเกมอยู่มาก โดยมองเห็นว่าเป็นเรื่องไร้สาระ แต่หากได้มองผ่านทางสื่อมวลชนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกมที่มีมากขึ้นในปัจจุบัน ก็อาจจะทำให้สังคมยอมรับผู้ที่เล่นเกม หรือเข้าแข่งขันเกมมากขึ้นได้

3. การมีสังคมเพิ่มหลังการชมรายการหรือหลังจากการเข้าร่วมแข่งขันกับทางรายการ SF Victory Challenge

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 9 คน มีสังคมที่เพิ่มขึ้นหลังจากรับชมรายการหรือหลังจากเข้าร่วมกับทางรายการแข่งขันทั้งทางตรงและทางอ้อม กล่าวคือ ในทางตรงนั้นได้รู้จักกับทาง

ผู้แข่งขันด้วยกัน นอกเหนือจากกลุ่มเพื่อนของตนเอง หรือจากการรับชมของการแข่งขันของผู้อื่น ๆ เนื่องจากทางรายการจะมีช่วงแนะนำตัว ทั้งชื่อจริง และชื่อที่ใช้ภายในเกม ทำให้ทราบว่า บุคคลที่เล่นและเจอภายในเกม คือบุคคลใด ทำให้มีการติดต่อกันในภายหลัง ทั้งช่องทาง การสื่อสารภายในเกม หรือช่องทางการสื่อสารอื่น ๆ เช่น ทางโทรศัพท์ ทางโปรแกรมสนทนา MSN หรือทางอ้อม กล่าวคือ ผู้ที่รับชมรายการแต่ไม่ได้เข้าร่วมแข่งขันก็ได้เข้ามาคุยเพื่อทำความรู้จักหรือติดต่อเพื่อขอแข่งขันด้วย ทั้งที่มาติดต่อดังร้านเกมที่ทีมนั้นประจำอยู่ หรือนัดเพื่อแข่งขันกันในเกมทางออนไลน์ โดยช่องทางการสื่อสารภายในเกม นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่าง 2 ท่าน ได้ทำการเปิดกระดานสนทนาบนเว็บไซต์ของทีมตนเองเพื่อให้ผู้ที่สนใจเข้ามาพูดคุยหรือแลกเปลี่ยนเทคนิคการเล่น สาระความรู้ต่าง ๆ หรือเรื่องต่าง ๆ เข้ามาอีกด้วย

4. ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับเกม SF หลังจากรับชมรายการ SF Victory Challenge

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 9 ท่านได้ให้ความเห็นว่า รายการ SF Victory Challenge ไม่ได้มีส่วนทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเกม SF เพิ่มขึ้น เนื่องจากเกม SF เป็นเกมที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายรายเดือนในการเล่น แต่จะเสียค่าใช้จ่าย ในการซื้อสิ่งของภายในเกม เพื่อเพิ่มความสามารถของตัวละครของผู้เล่น ซึ่งในส่วนสิ่งของภายในเกมนี้ ทางกลุ่มตัวอย่างนั้น จะศึกษาด้วยตนเองมากกว่า ว่าสิ่งใดที่จะเหมาะสมกับการเล่นมากกว่า แม้ทางรายการอาจจะมีการแนะนำบ้าง แต่ก็ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแต่อย่างใด

5. ความพึงพอใจที่มีต่อการชมรายการ SF Victory Challenge

กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่พึงพอใจกับรายการที่ได้รับชมทั้งในด้านเนื้อหาสาระ รูปแบบรายการที่ปรากฏ เนื่องจากเป็นรายการแข่งขันเกมที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบอยู่แล้ว และเป็นรายการแรกของประเทศไทยที่จัดให้มีการถ่ายทอดแข่งขันเกมออกทางโทรทัศน์

ข้อคิดเห็นและคำติชมรายการ SF Victory Challenge

กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นที่แตกต่างกันในข้อแนะนำรายการดังนี้ กลุ่มตัวอย่าง 3 คน ต้องการให้เพิ่มระยะเวลาในการออกอากาศ กลุ่มตัวอย่าง 3 คน ต้องการให้เพิ่มเนื้อหาสาระหรือช่วงเวลาของรายการให้มากขึ้นในส่วนของการแข่งขัน เนื่องจากในการแข่งขันอาจจะมีระยะเวลาแข่งขันที่มีระยะเวลาเกิน 30 นาที ทำให้ต้องมีการตัดบางส่วนออกไป ทำให้พลาดในส่วนที่สำคัญไปได้ กลุ่มตัวอย่าง 2 คนเห็นว่าระยะเวลาที่ออกอากาศเหมาะสมแล้ว แต่ควรเพิ่มทีมที่เข้ามาแข่งขันให้มากขึ้น หรือจัดให้มีการแข่งขันระหว่างทีมที่มีฝีมือไม่ต่างกันมากจนเกินไป เพราะอาจจะให้ทำรายการดูน่าเบื่อได้ หรือเปิดโอกาสให้ทีมดาวรุ่งต่าง ๆ มาแสดงฝีมือบ้าง นอกจากนี้

แข่งขันของทีมที่เป็นแชมป์กับผู้ทำชิงเพียงอย่างเดียว กลุ่มตัวอย่าง 1 คน ให้ความเห็นว่า รายการ มีความเหมาะสมดีแล้ว ไม่จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนอะไร

การอภิปรายผล

จากทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ มองว่าพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตาม แรงบังคับภายนอกมากระตุ้น บนความเชื่อที่ว่ามนุษย์ดำเนินชีวิตตามแบบฉบับที่สังคมได้วาง แม่บทไว้จากคำอธิบายดังกล่าว เราสามารถตั้งข้อสังเกตได้ว่า ผู้รับสารที่มีลักษณะทาง ประชากรศาสตร์ที่เหมือนกันหรือคล้ายกัน จะมีความคิดเห็นต่อการนำเสนอของรายการไม่ แตกต่างกัน โดยผลการศึกษาในเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ รายการ SF Victory Challenge ทาง True Vision 60 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นชาย อายุ 12 – 18 ปี โดยเป็นนักเรียน นักศึกษา ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน ซึ่งสนับสนุนความคิดของวิลเบอร์ แชมมร์ ที่ว่า ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารที่ต้องการเพื่อสนอง จุดประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารจึงทำให้ผู้รับสารได้เรียนรู้ นอกจากนี้แชมมร์ ได้กล่าวไว้เกี่ยวกับแนวคิดการเลือกเปิดรับสาร ถึงองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อ การเลือกรับสารที่ว่า การศึกษาและสถานการณ์ทางสังคม นับเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ก่อให้เกิด ประสบการณ์ขึ้นในตัวบุคคลและเป็นตัวชี้พฤติกรรมการสื่อสารของผู้นั้น ทั้งพฤติกรรมในการเลือก รับสื่อและเลือกเนื้อหาของข่าวสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การศึกษาจะมีส่วนช่วยให้บุคคลมี ความสามารถในการอ่านและกระหายที่จะเพิ่มพูนด้วยการแสวงหาความรู้อย่างกว้างขวางมากขึ้น โดยพิจารณาจากความคิดเห็นและพฤติกรรมการเปิดรับบนพื้นฐานของความต้องการของแต่ละ บุคคลเป็นหลัก และการเลือกรับหรือแสวงหาข่าวสารก็ยังตั้งอยู่บนพื้นฐานของคุณลักษณะทาง ประชากรของแต่ละบุคคล

พีระ จิรโสภณ (2529, น. 636 – 640) ได้อธิบายพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารว่าใน การเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ นั้น ผู้รับสารย่อมจะมีกระบวนการการเลือกสรร (Selective Process) ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทศนคติ ความรู้สึกนึกคิดของแต่ละ คน กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสาร ซึ่งการเลือกรับชมรายการ SF Victory Challenge ที่มีลักษณะรายการและเนื้อหาที่มีความแปลกใหม่ ทำให้ผู้ชมสนใจและ เลือกรับชม

ในส่วนของพฤติกรรมกรรมการรับชมนั้น ถือได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการ ในระดับน้อย เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามมาแล้ว 2 – 3 เดือนและรับชมมาแล้ว 1 เดือน ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มที่เริ่มติดตามชมและติดตามรับชมมาเป็นระยะเวลาหนึ่งแล้ว และส่วนใหญ่จะชมบ้าง คือ ชมประมาณ 2 ครั้งต่อเดือน ลักษณะการชมเป็นแบบการชมเฉพาะช่วงที่สนใจ เนื่องจากระยะเวลาของรายการที่ออกอากาศในวันศุกร์ เวลา 18.30 – 19.00 น. ซึ่งถือว่าเป็นเวลาที่มีการแข่งขันสูง ผู้ชมจึงเลือกจะรับชมช่วงที่น่าสนใจและอาจจะรับชมกับรายการอื่น ๆ ด้วย

ในส่วนของความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการนั้น กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างพอใจในรูปแบบรายการมากที่สุด โดยพอใจรายการที่มีความแปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร และมีรูปแบบทันสมัยมากที่สุด โดยรองลงมาพอใจในการแข่งขันที่มีความตื่นเต้นเร้าใจ เนื่องจากเป็นรายการรูปแบบใหม่ที่ไม่เคยเกิดขึ้นในประเทศไทยมาก่อน ที่นำเอาเกมออนไลน์แล้วจัดให้ผู้เล่นที่มีความสามารถสูง หรือเปิดให้ผู้ชมทางบ้านมาแข่งขันทางโทรทัศน์ ดังนั้นผู้ผลิตรายการจึงนำเสนอออกมาง่าย ๆ และนำเสนอเนื้อหาและการแข่งขันที่ง่าย ๆ และตื่นเต้นเร้าใจ เพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

ในส่วนของการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการ กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์ในการรับชมรายการมากที่สุด คือ การได้รู้จักผู้เข้าแข่งขันมากขึ้น เนื่องรายการได้นำเอาผู้เล่นที่มีชื่อเสียงหรือมีความสามารถมาจัดการแข่งขันให้ชม และยังเปิดโอกาสให้ให้ผู้ชมทางบ้านเข้ามาสมัครแข่งขันอีกด้วย รองลงมาคือการได้รับความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ทำให้เกิดความรู้สึกอยากที่จะเล่นเกม SF มากขึ้น รู้จักเกม SF มากขึ้น สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจจากสื่อมวลชน (Uses and Gratifications) แคทซ์, บลูมเมอร์ และ เกอรวิทซ์ (Katz, Blumer and Gurevitch, 1974 อ้างถึงใน ธิติมา ปิยะศิริศิลป์, 2544, น. 34) กล่าวว่า การที่บุคคลใช้สื่อสารมวลชนอาจมาจากต้องการตอบสนองความต้องการของตัวเองในด้านข้อมูลข่าวสาร (Information) และความบันเทิง (Entertainment) กล่าวคือ การเปิดรับรายการ SF Victory Challenge ทำให้ผู้ชมได้รับทั้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเกม SF และความเพลิดเพลิน สนุกสนาน ผ่อนคลายอารมณ์ จากการแข่งขันที่ได้รับชม การดำเนินรายการของพิธีกร การได้รับทราบข่าวสารต่าง ๆ เทคนิคการเล่นเกม SF ใหม่ ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การเลือกบริโภคสื่อสารมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง บุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจ และมีความต้องการในการใช้ประโยชน์ สอดคล้องกับแนวคิดการใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ที่ แคทซ์และคณะ (Katz E. and Other, 1974 อ้างถึงในพีระ จิโรโสภณ, 2529,

น. 635) อธิบายว่า บุคคลใช้สื่อสารมวลชนเพื่อสนองความต้องการเน้นการดำรงชีวิตในสังคมทั่วไปดังนี้

1. เพื่อความต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์รอบตัวที่จะได้ว่าอะไรกำลังขึ้น เพื่อให้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรเรียนรู้
2. เพื่อต้องการคำแนะนำ (Guidance) ในการปฏิบัติตนให้ถูกต้องและช่วยในการตัดสินใจในแต่ละวัน เพื่อความอยู่รอดในระบบสังคม และการเมืองที่เป็นอยู่
3. เพื่อนำไปใช้การสนทนา (Anticipated Communication)
4. เพื่อตื่นเต้น (Excitement) เพื่อความรู้สึกร่วมอยู่ในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น
5. เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยเสริมความคิดเห็นให้มั่นคงยิ่งขึ้นหรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่กระทำลงไปแล้ว
6. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินรวมทั้งการผ่อนคลายอารมณ์ (Emotional Release)

ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

กลุ่มตัวอย่างบางส่วนได้ให้ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้

1. ทางรายการควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้ เนื่องจากรายการออกอากาศมาได้ประมาณ 6 เดือน แต่ยังมีผู้รับรู้ต่อรายการในจำนวนน้อย ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ชมได้รู้จักรายการมากขึ้น และด้วยเนื้อหาสาระ และการแข่งขันที่สนุก ตื่นเต้นของรายการ จะทำให้เป็นประโยชน์ต่อผู้ชม รวมถึงจำนวนผู้ชมที่มากขึ้น
2. ทางรายการควรนำผู้เล่นหรือทีมแข่งขันที่มีความสามารถหรือมีชื่อเสียงมาถ่ายทอดเทคนิค และประสบการณ์ในการเล่นเกม SF เพื่อประโยชน์ของผู้ชมรายการ
3. ทางรายการควรมีการนำเอาบันทึกการแข่งขันในระดับชิงแชมป์ประเทศไทยมาให้รับชม และมีการวิเคราะห์วิจารณ์ให้ผู้ชมได้รับฟังด้วย
4. ทางรายการควรนำเทคนิคการเล่นจากต่างประเทศ หรือนำทีมจากต่างประเทศเข้ามาแข่งขันด้วยในบางโอกาส
5. ควรจะมีช่วงที่สอดแทรกรายละเอียดสาระความรู้ที่เกี่ยวข้องภายในเกม ในบางครั้ง และควรเน้นย้ำถึงความรุนแรงภายในเกม ที่ไม่ควรจะใช้ภายนอก หรือในสังคมจริง ๆ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ผู้ศึกษาขอเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไปดังนี้

1. ควรมีการศึกษาในลักษณะติดตามผลอย่างเจาะลึก ถึงการนำเอาความรู้ หรือ ประโยชน์ที่ได้รับจากการนำเสนอของรายการไปปฏิบัติ แล้วผู้ชมนำไปใช้เกิดประโยชน์มากน้อย เพียงใด และอย่างไร

2. ควรมีการศึกษาในส่วนของผู้ที่ไม่ชมรายการ เพื่อให้ทราบข้อเท็จจริงกับเหตุผลที่ไม่เลือกรับชมรายการ รวมถึงพฤติกรรมในช่วงที่รายการออกอากาศ รวมทั้งข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่จะช่วยดึงดูดให้มีการเปิดรับชมรายการได้ เพื่อช่วยในการวางแผนผลิตรายการให้ตรงกับความต้องการของผู้ชมมากขึ้น