

บทคัดย่อ

T166512

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์และความคาดหวังของผู้ชมที่มีต่อสถานีโทรทัศน์ไอทีวีในด้านตัวองค์กร ผู้บริหาร พนักงานผู้สื่อข่าว และการปรับผังรายการ ผู้ให้ข้อมูลคือ ประชาชนอายุ 15 – 60 ปี จำนวน 650 คน จาก 13 จังหวัดทั่วทุกภาคของประเทศไทย ที่ได้จากการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำไปประมวลผลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (statistical package for the social science, SPSS/PC⁺) ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 650 คน มากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี และส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ในด้านการศึกษาส่วนใหญ่พบว่าอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 10,000 - 20,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเคยรับชมรายการทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีในช่วงเวลาก่อนการปรับผังรายการ (ก่อนเดือนเมษายน 2547) แต่ช่วงเวลาหลังการปรับผังรายการใหม่ (หลังเดือนเมษายน 2547) กลับพบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เคยได้รับชมรายการทางสถานีฯ มีจำนวนลดลงเล็กน้อย สำหรับในด้านความสนใจกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้ให้ความสนใจในระดับปานกลางกับการเปลี่ยนแปลงในด้านกิจกรรมการปรับผังรายการที่มีรายการบันเทิงเพิ่มมากขึ้น และรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมดังกล่าวพอสมควร ส่วนรายการที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับชมมากที่สุดหลังการปรับผังรายการใหม่ ได้แก่ รายการข่าว รองลงมาคือ วาไรตี้และเกมส์โชว์ และสารคดีเชิงข่าว ตามลำดับ

การศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองสถานีโทรทัศน์ไอทีวีก่อนการปรับผังรายการในภาพลักษณ์ที่ดีทั้งสิ้น ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับภาพลักษณ์หลังการปรับผังรายการทุกด้านที่พบว่าภาพลักษณ์ที่ดีในทุกเรื่อง แต่มีเพียง

T166512

ภาพลักษณ์ทางด้านผู้บริหารและผู้ถือหุ้น ในเรื่องการวางแผนการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพของผู้บริหารเพียงเท่านั้นที่มีภาพลักษณ์ปานกลาง

สำหรับผลการวิจัยในเรื่อง ทักษะของผู้ชมที่มีต่อกิจกรรมการปรับผังรายการในเดือนเมษายน 2547 นั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 53.5 เห็นด้วยกับกิจกรรมนี้ ส่วนอีกร้อยละ 46.5 กลับไม่เห็นด้วยกับกิจกรรมดังกล่าว

ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ตัวแปรด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันนั้น มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมในทุกรายการแตกต่างกันในทุกด้าน และเกือบจะทุกเรื่อง ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 1

สำหรับสมมุติฐานที่ว่า ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีก่อนปรับผังรายการใหม่ไม่แตกต่างกันนั้น พบว่า มีความแตกต่างกันในหลายเรื่องเช่นกัน (ไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ 2) ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ 3 ที่พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีหลังปรับผังรายการใหม่แตกต่างกันในทุกเรื่อง ยกเว้นเพียงลักษณะทางเพศเท่านั้นที่พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันในทุกเรื่อง

ผลการทดสอบสมมุติฐานในเรื่อง ความแตกต่างระหว่างทัศนคติของประชาชนที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีก่อนการปรับผังรายการใหม่กับหลังการปรับผังรายการใหม่พบว่า แตกต่างกันเกือบทุกด้านและทุกเรื่อง (ไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ 4) ยกเว้นเพียงด้านความเป็นสถานีที่พึงของประชาชนเพียงเท่านั้นที่พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน

สำหรับในเรื่องความคาดหวังของผู้ชมที่มีต่อสถานีโทรทัศน์ไอทีวีนั้นพบว่า ผู้ชมมีความคาดหวังที่จะเห็น ไอทีวีเป็น สถานีข่าวเช่นเดิม และพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น มีความมั่นคง มีความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อที่จะได้เทียบชั้นและสามารถสร้างเครือข่ายกับสำนักข่าวต่างประเทศ ส่วนในด้านผู้บริหารและผู้ถือหุ้นนั้น ต้องเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกล และยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นโดยเฉพาะจากกลุ่มผู้ชม ในด้านพนักงานผู้สื่อข่าว นั้น ต้องมีการพัฒนาตนเองในด้านการทำงานเชิงรุก เพื่อที่จะได้ช่วยเหลือสังคมอย่างเต็มที่ ทางด้านกิจกรรมการปรับผังรายการ จะเห็นได้ว่าบางกลุ่มเห็นด้วยกับการปรับผังรายการครั้งนี้ โดยเสนอแนะให้มีการพัฒนาในด้านรูปแบบและคุณภาพของรายการบันเทิง แต่สำหรับบางกลุ่มกลับไม่เห็นด้วย และได้เสนอแนะว่าทางไอทีวีไม่ควรลืมนักลงทุนกลุ่มเดิมที่ชอบการบริโภคข่าวสารและสาระ โดยถ้าทางไอทีวีมีการปรับผังรายการให้ช่วงเวลาตรงกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ก็จะสามารถทำให้ไอทีวีรักษากลุ่มผู้ชมทั้งเก่าและใหม่ได้อย่างแน่นอน

ABSTRACT

TE166512

This study aimed to survey the image and expectation of the audience towards the ITV station concerning the organization, administrator, staff, reporters and changing of the program. Six hundred and fifty people, aged 15-60, from 13 provinces around Thailand were randomly asked to fill out the questionnaire. The data were processed and analyzed using the statistical package for the social science, SPSS/PC⁺. It was found that the majority of the respondents were female, aged 20 – 30, being single, working at private companies with average income of 10,000 – 20,000 baht with college education. All of them had watched the ITV program prior to the change. However, the audience number slightly decreased after the program change in April, 2004. The majority of the respondents heard of it and paid moderate attention to the change in which more entertainment was added. The most favorite program after change was the news, followed by variety shows, game shows and documentary, respectively. For the ITV image, the majority of the respondents thought of it in a positive way both before and after the change. However, the image of administrator, stock holders and effectiveness in planning was moderately satisfied. Among the respondents, 53.5% agreed with the change while 46.5% did not.

The result of hypothesis testing showed that all gender, age, status, educational background, occupation and income variables affected respondents preference in watching each program, which did not follow Hypothesis 1. Likewise, the preference of program also differed according to population characteristics, which did not follow Hypothesis 2. However, Hypothesis 3 was supported in that the population characteristic, except for gender, was a preference determinant of all programs. For the ITV image, Hypothesis 4 was rejected for people's attitude toward ITV because it was totally different after the change in all aspect, except for being helpful to the public. For respondents' expectation, they would like the ITV station to present only the news with regular improvement and modern technology added to be able

TE166512

to link with international news network. The administrator and stock holders should be people with open – mindedness and wide vision. Staff and reporters should keep improving themselves in order to be useful and helpful to the society. While some respondents agreed with the program change, some would like the ITV station to keep the audience of the old time who would enjoy news and content consumption. After all, if the ITV station could adjust the programs to meet the preference of each target group, it could keep both new and old audience.