

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “Mega Clever ฉลาดสุดสุด” ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ทีวี” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มุ่งศึกษาเฉพาะผู้ชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ทีวี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน จาก 6 เขต ได้แก่ เขตพระนคร เขตลาดพร้าว เขตลาดกระบัง เขตสาทร เขตบางแค และเขตบางกอกน้อย โดยใช้แบบสอบถามประเภทให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบเอง (Self-Administered Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถามประกอบด้วย คำถามปลายปิด และคำถามปลายเปิด แบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
- ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด
- ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ว่ามีการใช้ประโยชน์จากรายการมากน้อยเพียงใด ทั้งในด้านสารสนเทศ ด้านความบันเทิง และด้านการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์สังคม
- ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจจากการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ทั้งในด้านเนื้อหาของรายการและด้านการนำเสนอรายการ
- ส่วนที่ 5 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษา ผู้ศึกษาดำเนินการแจกแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ในช่วงวันที่ 15-31 มีนาคม 2550

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำเสนอเป็นตารางความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการบรรยายข้อมูลคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด การใช้ประโยชน์จากการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ความพึงพอใจจากการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด รวมทั้งข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ สถิติการทดสอบความแตกต่างระหว่างประชากรสองกลุ่ม (t-test) การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้การทดสอบชนิด LSD (Least Significant Difference) ในการทดสอบสมมติฐาน ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients) ในการทดสอบสมมติฐาน ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การวิเคราะห์ครั้งนี้ได้ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS for Windows ในการประมวลผลข้อมูล ซึ่งสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ทั้งหมด 400 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีเพศหญิง จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 เพศชาย จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.5 และมีระดับการศึกษา คือปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.3 นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 36.3 และมีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.0 (ตารางที่ 4.1-4.5)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุด

จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุดสุด ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความถี่ในการเปิดรับชมคือ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 43.8 ส่วนระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุดสุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเปิดรับชมรายการครั้งละ 1 ชั่วโมง (ตั้งแต่ต้นจนจบ) คิดเป็นร้อยละ 32.00 จึงสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุดสุด ในระดับปานกลาง เนื่องจากมีกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมรายการในระดับปานกลาง (วัดจากความถี่ในการเปิดรับชมรายการและระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการ) ถึง 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 (ตารางที่ 4.6-4.8)

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาการติดตามชมรายการมาเป็นเวลาน้อยกว่า 6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 43.5 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลักษณะในการรับชมคือเปลี่ยนช่องสลับไปมากับช่องอื่น คิดเป็นร้อยละ 42.50 ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุดสุด ในวันพฤหัสบดี เวลา 20.30-21.30 น. คือมีจำนวน 357 คน คิดเป็นร้อยละ 60.6 ในขณะที่บางส่วนมีการรับชมในวันอาทิตย์ เวลา 12.00-13.00 น. มีจำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 39.4 (ตารางที่ 4.9-4.11)

ส่วนที่ 3 การใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุด

ผลการศึกษาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุดสุดพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์ในด้านสารสนเทศในระดับสูงจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ได้รับการตอบสนองของความสนใจของตน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.75 ได้รับความรู้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.11 ทำให้ได้ฝึกการวิเคราะห์ตามหลักวิทยาศาสตร์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.59 สามารถกระตุ้นให้เกิดจินตนาการที่แปลกใหม่ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.55 และทำให้ตระหนักถึงความสำคัญของการใช้หลักวิทยาศาสตร์ในการดำรงชีวิต คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.53 และมีการใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ สามารถนำความรู้ที่ได้รับจากรายการมาปรับใช้ในชีวิตรประจำวัน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.27 และเป็นแรงจูงใจให้เกิดการประดิษฐ์สิ่งต่างๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.04 จึงสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุดสุด ในด้านสารสนเทศอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.55

ในด้านความบันเทิง กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุดสุด ในระดับสูงทุกข้อ กล่าวคือ สามารถใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.53

สามารถให้รายการเป็นเพื่อนช่วยคลายเหงา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.50 และทำให้รู้สึกสนุกสนาน เพลิดเพลิน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.74 จึงสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุด ในด้านความบันเทิงอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.59

ในด้านการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์สังคม กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุด ในระดับสูง 1 ข้อ คือ สามารถนำเรื่องราวไปสนทนากับผู้อื่น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.47 ในระดับปานกลาง 2 ข้อ คือ ทำให้สมาชิกในครอบครัวใกล้ชิดกันมากขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.24 และเกิดอารมณ์ร่วม (ลุ้น) ไปกับผู้เข้าแข่งขัน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.33 และในระดับต่ำ 1 ข้อ คือ ได้มีส่วนร่วม เช่น การโทรศัพท์ไปตอบคำถาม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.81 จึงสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุด ในด้านการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์สังคมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.96

จากค่าเฉลี่ยโดยรวมทั้งในด้านสารสนเทศ ด้านความบันเทิง และด้านการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์สังคม จึงสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุด ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.39 (ตารางที่ 4.12)

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุด

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุด ในด้านเนื้อหาของรายการในระดับสูง จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ เป็นรายการที่ให้ความรู้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.24 เป็นรายการที่ให้ความสนุกสนาน บันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.76 และเรื่องราวที่นำมาเสนอมีความน่าสนใจ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.93 และในระดับปานกลาง จำนวน 1 ข้อ คือ ได้รับความรู้เกี่ยวกับงานวิจัยของประเทศไทย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.14 จึงสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุด ในด้านเนื้อหาของรายการอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.77

ในด้านการนำเสนอรายการ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุด ในระดับสูงจำนวน 9 ข้อ ได้แก่ มีการสาธิตการทดลองที่เข้าใจง่าย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.98 การสาธิตการทดลองทำให้จดจำได้ดี คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.78 อุปกรณ์ที่ใช้ทดลองมีความทันสมัย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.93 ผู้ดำเนินรายการแต่งกายเหมาะสม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.63 ผู้ดำเนินรายการมีบุคลิกที่น่าสนใจ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.63 มีการพากย์เสียงภาษาไทยที่ฟังเข้าใจง่าย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.82 มีการใช้ภาษาที่เหมาะสม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.79 ช่วงเวลาในการออกอากาศ

มีความเหมาะสม (วันพฤหัสบดี เวลา 20.30-21.30 น.) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.52 และช่วงเวลาในการออกอากาศซ้ำมีความเหมาะสม (วันอาทิตย์ เวลา 12.00-13.00 น.) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.56 และในระดับปานกลางจำนวน 1 ข้อ คือ ฉากของรายการมีความสวยงาม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.40 จึงสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ในด้านการนำเสนอรายการอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.71

ทั้งนี้ จากการสำรวจความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ผลล่าสุดสุด ต่อภาพรวมทั้งหมดของรายการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับสูง คือมีค่าเฉลี่ย 3.86 (ตารางที่ 4.13)

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ารายการ Mega Clever ผลล่าสุดสุด เป็นรายการที่ให้ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ได้เป็นอย่างดี คิดเป็นร้อยละ 7.8 รองลงมาเห็นว่าเป็นรายการที่ทำให้ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพิ่มเติม คิดเป็นร้อยละ 5.1 เป็นรายการที่ให้ความรู้ที่สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้ คิดเป็นร้อยละ 4.3 เป็นรายการที่สนุกสนาน เพลิดเพลิน คิดเป็นร้อยละ 4.3 สามารถนำมาประกอบการศึกษาวิชาวิทยาศาสตร์ได้ดี คิดเป็นร้อยละ 1.8 ช่วงเวลาออกอากาศมีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 0.9 การอธิบายเกี่ยวกับการทดลองในบางครั้งเข้าใจยาก คิดเป็นร้อยละ 6.0 การแปลและภาษา ทำให้ขาดอรรถรสในการชม คิดเป็นร้อยละ 2.5 เสียงพากย์ไม่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 1.8 และเครื่องแต่งกายของพิธีกรหญิงไม่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 0.9

สำหรับข้อเสนอแนะต่อรายการ Mega Clever ผลล่าสุดสุด ได้แก่ ควรเลื่อนเวลาออกอากาศให้เร็วขึ้น คิดเป็นร้อยละ 13.0 ควรเลื่อนเวลาออกอากาศให้ช้าลง คิดเป็นร้อยละ 9.4 ควรออกอากาศในวันเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 10.3 ควรเพิ่มวันออกอากาศ คิดเป็นร้อยละ 11.2 ควรเพิ่มเวลาออกอากาศ คิดเป็นร้อยละ 7.0 ควรส่งเสริมให้มีรายการประเภทนี้เป็นของคนไทยบ้าง คิดเป็นร้อยละ 7.8 และควรนำเสนอรายการประเภทนี้ให้มากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 6.0 (ตารางที่ 4.14)

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุดสุด แตกต่างกัน

จากตารางที่ 4.15-4.22 ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

สมมติฐานย่อย 1.1 ประชากรที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุดสุด ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.2 ประชากรที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุดสุด แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.3 ประชากรที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุดสุด แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.4 ประชากรที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุดสุด ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.5 ประชากรที่มีรายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุดสุด แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุดสุด

จากตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

พฤติกรรมการเปิดรับชมของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุดสุด ในทางบวก สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.318

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับชมของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุดสุด

จากตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

พฤติกรรมการเปิดรับชมของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุดสุด ในทางบวก สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.285

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “Mega Clever ฉลาดที่สุดสุด” ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี” สามารถนำมาอภิปรายผลได้ตามลำดับสมมติฐาน ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศและอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุดสุด ส่วนตัวแปรทางด้านอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุดสุด

เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุดสุด กล่าวคือ ประชากรที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุดสุด ไม่แตกต่างกัน ซึ่งตรงกันข้ามกับที่ ปรมะ สตะเวทิน¹ กล่าวว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันทางความคิด ค่านิยม และทัศนคติ รวมถึงพฤติกรรมความต้องการ ตลอดจนการตัดสินใจยอมรับสิ่งต่างๆ เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน อีกทั้งมีงานวิจัยที่พบว่าผู้หญิงใช้เวลาดูโทรทัศน์มากกว่าผู้ชาย แต่เหตุผลที่ผู้ชมทั้งเพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุดสุด ไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุดสุด มีเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ และมีความบันเทิงสนุกสนาน ถึงแม้ว่าจะมีเนื้อหาเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์และการทดลอง แต่สิ่งที่รายการนำเสนอนั้นก็มีความหลากหลาย และส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวและสามารถเกิดขึ้นได้ในชีวิตประจำวัน จึงสนองความต้องการของผู้ชมได้ทุกเพศ ดังนั้นตัวแปรจึงไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมควร เจริญสุข² ที่พบว่า ไม่มีความแตกต่าง

¹ ปรมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์ (กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนการพิมพ์, 2538), น. 106.

² สมควร เจริญสุข, “พฤติกรรมการเปิดรับสารและความพึงพอใจจากรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539), น. บทคัดย่อ.

ระหว่างเพศหญิงและเพศชายในการเปิดรับรายการเกมโชว์ งานวิจัยของ อนุชิต มุรธาทิพย์³ พบว่า ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการชมรายการ “ดีลิป” ไม่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับ สมฤทัย กล่อมน้อย⁴ ที่ศึกษาพบว่า การเปิดรับชมละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำช่อง 7 สี ของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความถี่ในการเปิดรับชมไม่แตกต่างกัน

อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด กล่าวคือ ประชากรที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด มากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 25-34 ปี มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด น้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิณา วัฒนาศิริพานิช ที่พบว่า อายุที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Academy Fantasia 2 ทางช่อง UBC และ ITV แตกต่างกัน⁵

สำหรับสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด มากที่สุดนั้น อาจเป็นเพราะรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด มีเนื้อหาที่เป็นความรู้ และมีองค์ประกอบต่างๆ ที่แปลกใหม่สามารถกระตุ้นความสนใจของเด็กๆ ได้ ทั้งภาพเคลื่อนไหว เสียงประกอบ อุปกรณ์ต่างๆ ฉาก แสง สี รวมทั้งบุคลิกภาพของผู้ดำเนินรายการ ทำให้เด็กรู้สึกสนุกสนานและผ่อนคลาย ซึ่งอธิบายได้ตามแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการ

³ อนุชิต มุรธาทิพย์, “ทัศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการ “ดีลิป” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 อ.ส.ม.ท.,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542), น. บทคัดย่อ.

⁴ สมฤทัย กล่อมน้อย, “พฤติกรรมการเปิดรับและการเลียนแบบสื่อละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำช่อง 7 สี ของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร,” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544), น. บทคัดย่อ.

⁵ วิณา วัฒนาศิริพานิช, “พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการโทรทัศน์ประเภทเรียลลิตีโชว์: กรณีศึกษารายการ UBC Academy Fantasia 2 ประเทศไทย,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549), น. บทคัดย่อ.

ใช้สื่อโทรทัศน์ของเด็ก ที่ สปาร์คส์ (Sparks)⁶ ได้สรุปว่า เหตุผลที่เด็กดูโทรทัศน์นั้นอาจเป็นไปเพื่อการเรียนรู้ (Learning) เป็นรูปแบบหนึ่งของนิสัยหรือดูเป็นนิสัย (Habit) การดูโทรทัศน์ให้ความรู้สึกของความเป็นมิตร (Companionship) เด็กดูโทรทัศน์เพราะโทรทัศน์กระตุ้นให้เขาดู (Arousal) ทำให้เขารู้สึกตื่นเต้น เด็กดูโทรทัศน์เพื่อการผ่อนคลาย (Relaxation) เด็กดูโทรทัศน์เพื่อหลีกเลี่ยง (Escape) เช่น หลีกหนีจากความไม่สนุกในหน้าที่หรืองาน และเด็กดูโทรทัศน์เพื่อใช้เวลาให้หมดไป (Passing time)

อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 25-34 ปี มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุด น้อยที่สุด และจะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมมากขึ้นตามลำดับในกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากขึ้น ทั้งนี้ ประมะ สตะเวทิน⁷ กล่าวว่า คนที่มีวัยต่างกัน มักจะมีความต้องการในสิ่งต่างๆ แตกต่างกันไปด้วย สำหรับคนที่มีอายุ 25-34 ปี ซึ่งจัดว่าอยู่ในช่วงวัยกลางคนมักจะคิดถึงเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การรักษาพยาบาล การมีบ้านและที่ดินเป็นของตนเอง และสอดคล้องกับที่ ยุกล เบญจรงค์กิจ⁸ ได้กล่าวไว้ว่า ในด้านการใช้สื่อมวลชน ผู้ที่มีอายุต่างกันมีการเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกัน ผู้รับสารวัยผู้ใหญ่จะมีการเปิดรับสื่อมวลชนมากพอๆ กัน แต่เมื่ออายุ 40 ปีขึ้นไป ปริมาณการอ่านหนังสือพิมพ์จะลดลง แต่ดูโทรทัศน์มากขึ้น เนื่องจากมีเวลารว่างมากขึ้น

ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุด กล่าวคือ ประชากรที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุด แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุด มากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุด มิได้ให้แต่ความบันเทิงในรูปแบบที่เป็นรายการควิซโชว์เท่านั้น แต่ยังนำเสนอความรู้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ที่เป็นประโยชน์ โดยมีการสาธิตและทดลองให้เห็นจริงๆ

⁶ Sparks, Media Effect Research: A Basic Overview (Ontario: Hadsworth, 2002), pp. 59-62, อ้างถึงใน น้ำฝน วัฒนการุณวงศ์, “พฤติกรรมการเปิดรับและความคิดเห็นของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อละครโทรทัศน์เรื่องวัยชนคนมหัศจรรย์ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี,” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548), น. 69.

⁷ ประมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์, น.105.

⁸ ยุกล เบญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534), น. 67.

ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถเพิ่มพูนความรู้แบบใหม่ให้แก่ได้ๆ นอกเหนือจากการศึกษาในห้องเรียนได้ หรือเรียกว่าเป็น เอดูเทนเมนต์ (Edutainment)⁹ ซึ่งอาจแปลเป็นภาษาไทยว่า “สาระบันเทิง” อันเป็นเครื่องมือที่เชื่อมประสานโลกบันเทิงและโลกสาระความรู้เข้าด้วยกัน โดยดึงเอกลักษณ์ด้านความสนุกสนาน ความมีชีวิตชีวา อันเป็นเอกลักษณ์ของความบันเทิง เพื่อใช้ในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปสู่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับที่ แฮโรลด์ ลาสเวลล์ (Harold Lasswell)¹⁰ ได้กล่าวถึงหน้าที่ของสื่อสารมวลชนในการถ่ายทอดมรดกทางสังคม ซึ่งหมายถึงหน้าที่ในการเผยแพร่ถ่ายทอดหรือสืบทอดความรู้ ค่านิยม ทศนคติ และบรรทัดฐานของสังคมจากยุคสมัยหนึ่งไปสู่อีกยุคสมัยหนึ่ง เพื่อให้วิทยาการ ศิลปวัฒนธรรม และประเพณีของสังคมนั้นๆ คงอยู่ตลอดไป และหน้าที่ในการให้ความบันเทิง ตามที่ วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm) และ ชาลส์ อาร์ ไวท์ (Charles R. Write)¹¹ ได้เพิ่มเติมไว้อีกประการหนึ่งอีกด้วย

นอกจากนี้ ผลการศึกษาครั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีศรินทร์ อาภากุล¹² ที่พบว่าระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการ “ถอดรหัส” และ งานวิจัยของ อนุชิต มุรธาพิพย์¹³ ที่พบว่าผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมในการชมรายการ “ดีลิบ” แตกต่างกัน

⁹ กาญจนา แก้วเทพ, ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล และ กิตติ กันภัย, มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่ (กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ็ดดิสัน เพรส โปรดักส์ จำกัด, 2543), น. 274-281.

¹⁰ Harold D, Lasswell, “The Structure and Function of Communication, in Society,” The Communication of Ideals, ed. Lyman p. 63, อ้างถึงใน กิตติมา สุรสนธิ, ความรู้ทางการสื่อสาร (กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์), น. 98.

¹¹ Charles R. Write, Mass Communication: A Sociological Perspective, p. 37-42, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 98.

¹² ศรีศรินทร์ อาภากุล, “การเปิดรับสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ รายการ “ถอดรหัส” ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543), น. บทคัดย่อ.

¹³ อนุชิต มุรธาพิพย์, “ทัศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการ “ดีลิบ” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 อ.ส.ม.ท.,” น. บทคัดย่อ.

อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุด
 สุด กล่าวคือ ประชากรที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมกาเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาด
 สุดสุด ไม่แตกต่างกัน ซึ่งขัดแย้งกับ ปรมะ สตะเวทิน¹⁴ ที่กล่าวว่า คนที่มีอาชีพต่างกัน ย่อมมองโลก
 มีแนวความคิด มีอุดมการณ์ และมีค่านิยมต่อสิ่งต่างๆ แตกต่างกันไป ซึ่งทำให้มีพฤติกรรมในการ
 เปิดรับสารแตกต่างกันไปด้วย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเนื้อหาของรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด
 เน้นในการให้ความรู้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ในชีวิตประจำวัน โดยไม่ได้เจาะจงว่าผู้ชมจะต้องเป็นผู้ที่
 ทำงานอยู่ในสาขาอาชีพใดโดยเฉพาะ จึงไม่มีการแบ่งแยกในเรื่องของอาชีพ โดยผลของการศึกษา
 ในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยทางการสื่อสารหลายชิ้น เช่น งานวิจัยของ สุภาวรรณ จรูญเมธา¹⁵
 พบว่า คุณลักษณะทางด้านอาชีพของกลุ่มตัวอย่างไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาและความถี่ใน
 การเปิดรับฟังรายการวิทยุเนชั่นนิวส์ทอล์ค งานวิจัยของ สุภาภรณ์ พรหมดีราช¹⁶ พบว่า อาชีพไม่มี
 ความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับชมรายการสุขภาพทางโทรทัศน์ งานวิจัยของ รัตนพร ไม้ตรา
 วัฒนา¹⁷ พบว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการับชมรายการ “ซูรัก ซูรส” รวมทั้ง
 งานวิจัยของ ดารณี ทั้งไพศาล¹⁸ ที่พบว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารด้าน
 เทคโนโลยีนิวเคลียร์

¹⁴ ปรมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์, น. 107.

¹⁵ สุภาวรรณ จรูญเมธา, “ปัจจัยที่ทำให้ประชาชนสนใจรับฟังรายการข่าววิทยุใน
 ลักษณะสนทนาข่าว ศึกษาเฉพาะกรณี: รายการวิทยุเนชั่นนิวส์ทอล์ค,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต
 คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538), น. บทคัดย่อ.

¹⁶ สุภาภรณ์ พรหมดีราช, “ความพึงพอใจของผู้ชมรายการสุขภาพกับการดูแลตนเอง,”
 (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
 2541), น. บทคัดย่อ.

¹⁷ รัตนพร ไม้ตราวัฒนา, “พฤติกรรมการับชมรายการ ซูรัก ซูรส ทางสถานีโทรทัศน์
 ช่อง 3 เพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์
 และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544), น. บทคัดย่อ.

¹⁸ ดารณี ทั้งไพศาล, “กาเปิดรับข่าวสาร และการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี
 นิวเคลียร์ในชีวิตประจำวันของประชาชนในกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะ
 วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547), น. บทคัดย่อ.

รายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุด กล่าวคือ ประชากรที่มีรายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุด แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ประมะ สตะเวทิน¹⁹ ที่กล่าวว่า รายได้ของคนย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการ ตลอดจนกำหนดความคิดเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ และพฤติกรรมต่างๆ อีกทั้ง ยุบล เบญจรงค์กิจ²⁰ ยังได้กล่าวสรุปจากงานวิจัยของนักวิชาการหลายท่าน ในด้านที่เกี่ยวกับ รายได้กับการเปิดรับสารว่า ผู้ที่มีรายได้สูงมักเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์และนิยายข่าวสารที่มีเนื้อหาค่อนข้างหนัก ไม่สนใจเนื้อหาตื้นตื้น ในขณะที่ยุคที่มีรายได้ต่ำ มักมีการศึกษาน้อย มีทักษะในการอ่านน้อย จึงมักเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากกว่า นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รวีวรรณ สีนะสาร²¹ ที่พบว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการรณรงค์ “ไทยช่วยไทย ร่วมใจประหยัดพลังงาน” ทั้งจากบุคคลในครอบครัวและจากบุคคลในที่ทำงาน รวมทั้งงานวิจัยของ ศรีศรีรินทร์ อาภากุล²² ที่พบว่ารายได้มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการ “ถอดรหัส”

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุด ในทางบวก หมายถึง ยิ่งผู้ชมมีการเปิดรับรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุด มากเท่าใด ก็จะทำให้ผู้ชมมีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุด มากขึ้นเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับ แอตคิน (Atkin)²³ ที่กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทนที่จะได้รับกับการลงทุนลงแรง และพันธะผูกพันที่จะตามมา

¹⁹ ประมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์, น. 110.

²⁰ ยุบล เบญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร, น. 71.

²¹ รวีวรรณ สีนะสาร, “ความพึงพอใจและทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับข่าวสารโครงการรณรงค์ “ไทยช่วยไทย ร่วมใจประหยัดพลังงาน” ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542), น. บทคัดย่อ.

²² ศรีศรีรินทร์ อาภากุล, “การเปิดรับสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ รายการ “ถอดรหัส” ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร,” น. บทคัดย่อ.

²³ Charles K Atkin, “Instrumental Utilities and Information Seeking,” in New Model for Mass Communication Research (Beverly Hill: Sage Publication, 1973), อ้างถึงใน พิระ จิโรธ, “พฤติกรรมสื่อมวลชน,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาทฤษฎีและพฤติกรรมสื่อสาร, หน่วยที่ 11 (นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2547), น. 254.

ถ้าผลประโยชน์ที่จะได้รับสูงกว่าการลงทุนลงแรงแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น การแสวงหาข่าวสารหรือการเลือกรับข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติหรือความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่นๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งตอบสนองของความสนใจส่วนบุคคลและเพื่อความบันเทิงเร้าใจด้วย และสอดคล้องกับ เมอร์ริลล์และโลเวนสไตน์ (Merrill and Lowenstein)²⁴ ที่กล่าวว่าเหตุผลหรือแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งได้มีการใช้สื่อเกิดจากปัจจัยพื้นฐาน 4 ประการ คือ 1. ความเหงา 2. ความอยากรู้อยากเห็น 3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง 4. ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนทั่วไปที่มี “ลักษณะเฉพาะ” ที่ผู้รับสารแต่ละคนแสวงหาและที่ได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่างจึงทำให้ผู้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนมีจำนวนและองค์ประกอบแตกต่างกันไป เพราะผู้รับสารแต่ละคนย่อมเลือกลักษณะเฉพาะของสื่อที่สามารถสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิติมา ปิยะศิริศิลป์²⁵ ที่ศึกษาพฤติกรรม การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมรายการ “สายตรงไอทีวี” พบว่าความถี่ในการรับชมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ

นอกจากนี้ พฤติกรรมการเปิดรับชมของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด ในทางบวก หมายถึง ยิ่งผู้ชมมีการเปิดรับรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด มากเท่าใด ก็จะทำให้ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด มากขึ้นเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่แสวงหา ความพึงพอใจที่ได้รับ ความเชื่อ และการประเมินค่า ของ เรย์เบิร์นและปาล์มกรีน (Rayburn and Palmgreen)²⁶ ซึ่งได้ข้อสรุปว่าความพึงพอใจที่แต่ละบุคคล

²⁴ John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein, Media Messages and Men: New Perspectives in Communication (New York: David McKay Company Inc., 1971), pp. 134-135, อ้างถึงใน ขวรัตน์ เชิดชัย, ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน (กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527), น. 159-160.

²⁵ ธิติมา ปิยะศิริศิลป์, “ศึกษาพฤติกรรม การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมรายการสายตรงไอทีวี,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544), น. บทคัดย่อ.

²⁶ J.D. Rayburn and Philip Palmgreen, “Merging Uses and Gratifications and Expectancy-Value Theory,” in Communication Research 11 (October 1984): 537-562.

แสวงหาเกิดจากการผสมผสานระหว่างความเชื่อหรือความคาดหวังและการประเมินค่า ไม่ว่าจะ เป็นในทางบวกหรือลบ ซึ่งจะมีอิทธิพลไปถึงการบริโภคสื่อของบุคคลนั้นด้วย โดยการบริโภคสื่อแต่ละครั้งจะเกิดผลเป็นความพึงพอใจที่ได้รับ ที่อาจจะย้อนกลับไปสนับสนุนความเชื่อหรือความคาดหวังที่มีอยู่เดิม หรือเกิดการเปลี่ยนแปลงความเชื่อนั้นๆ ก็ได้ และยังระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อหนึ่งมีมากเท่าใด ก็จะมีการเปิดรับสื่อนั้นมากขึ้นไปด้วย อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิตติมา อุ๋นเมตตาคิจิต²⁷ ที่พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “ฟุด ฟิด ฟอ ไฟ” มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจต่อรายการ กล่าวคือ ยิ่งผู้ชมมีพฤติกรรมการเปิดรับชมมาก ก็มีความพึงพอใจต่อรายการมากขึ้น และเมื่อความพึงพอใจได้รับการตอบสนองมากก็จะมี การเปิดรับชมมาก รวมทั้งงานวิจัยของ ปัณรสี ทิพย์โกศัย²⁸ ที่พบว่า ความถี่และลักษณะการรับชม รายการ “มองรัฐสภา” ของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการรับชมรายการ

ข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “Mega Clever ฉลาดสุดสุด” ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ทีวี” กลุ่มตัวอย่างได้ แสดงความคิดเห็นและมีข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้ใช้เป็นข้อมูลในการ ปรับปรุงและพัฒนาในส่วนต่างๆ ดังนี้

1. ควรปรับเวลาการออกอากาศให้เร็วขึ้น เพื่อไม่ให้ตรงกันกับเวลาการออกอากาศของ รายการละครในช่องอื่นๆ เพื่อให้เป็นช่วงเวลาที่เด็กเล็กสามารถรับชมได้ หรือออกอากาศในวัน เสาร์-อาทิตย์ เพราะคนส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด เพียงแต่มีปัญหาล่วงหน้าในเรื่องของเวลาออกอากาศ จึงทำให้มีการเปิดรับน้อยกว่าที่ควรจะเป็น

²⁷ ธิตติมา อุ๋นเมตตาคิจิต, “การศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ชมในเขต กรุงเทพมหานครที่มีต่อ รายการ ฟุด ฟิด ฟอ ไฟ กับ แสงชัย สุนทรวัฒน์ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ ไทยทีวีสี่ ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541), น. บทคัดย่อ.

²⁸ ปัณรสี ทิพย์โกศัย, “ทัศนคติและพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ประเภท สนทนาทางการเมืองของคนกรุงเทพมหานคร: รายการมองรัฐสภา,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543), น. บทคัดย่อ.

2. เนื่องจากรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุด เป็นรายการที่ผลิตโดยประเทศเยอรมนี จึงต้องมีการแปลภาษาและพากย์เสียงภาษาไทย ซึ่งในบางครั้งอาจมีการผิดพลาด จนทำให้ไม่เข้าใจ อีกทั้งยังขาดอรรถรสในการชมอีกด้วย เพราะฉะนั้นจึงควรจัดหาทีมงานผู้เชี่ยวชาญในภาษาเยอรมันเพื่อการแปลความหมายที่ถูกต้องมากยิ่งขึ้น

3. หลังจากที่ได้ชมรายการของต่างประเทศแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะว่าน่าจะมีรายการประเภทนี้ที่ผลิตโดยคนไทยบ้าง เพราะภูมิปัญญาของคนไทยก็ไม่ได้ยิ่งหย่อนไปกว่าต่างประเทศเลย จึงควรจะมีการนำผลงานวิจัยของคนไทยมาเสนอให้มากขึ้น อีกทั้งเนื้อหาสาระก็จะเหมาะสมกับสังคมไทยมากกว่า

4. รายการ Mega Clever ฉลาดที่สุด เป็นรายการที่ดี มีประโยชน์สำหรับคนทุกเพศ ทุกวัย กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่จึงหวังว่าทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ทวี จะนำเสนอรายการที่ดีอย่างนี้ตลอดไป

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากการสำรวจและผลการศึกษาค้างนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. กลุ่มตัวอย่างยังไม่ค่อยติดตามรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุด เท่าที่ควร ดังจะเห็นได้จากการที่กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการในระดับปานกลาง และการใช้ประโยชน์จากการชมรายการในระดับปานกลางเท่านั้น ทั้งๆ ที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อรายการในระดับสูง ทางสถานีจึงควรวิเคราะห์หาสาเหตุและแนวทางปฏิบัติเพื่อดึงดูดให้ผู้ชมเปิดรับชมรายการมากขึ้น อันจะนำไปสู่การใช้ประโยชน์จากการชมรายการในระดับที่สูงขึ้น

2. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบว่ามีการออกอากาศรายการ Mega Clever ฉลาดที่สุด เข้าในวันอาทิตย์ จึงทำให้มีผู้ชมน้อย สาเหตุอาจเนื่องมาจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ไม่เพียงพอ จึงควรทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเวลาในการออกอากาศเข้าในวันอาทิตย์ให้มากขึ้น

3. ในส่วนของสถานีโทรทัศน์และบริษัทอื่นๆ ที่ผลิตรายการโทรทัศน์ ควรหันมาให้ความสำคัญกับการผลิตรายการที่ให้ทั้งความรู้ควบคู่ไปกับความบันเทิงมากขึ้น เพราะจะเป็นประโยชน์กับประชาชนและสังคมโดยรวม และเป็นการยกระดับพื้นฐานความรู้รอบตัวของประชาชนให้มากขึ้นกว่าปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

เนื่องจากการศึกษารั้งนี้มีความจำกัดในด้านระยะเวลา ผู้ศึกษาจึงศึกษาได้เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และที่เคยชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุดเท่านั้น ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป จึงควรศึกษาให้ละเอียดมากขึ้นในด้านอื่นๆ คือ

1. ควรทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจำนวนมากขึ้น และทำการศึกษากับประชากรในขอบเขตที่กว้างขึ้น เช่น ปริณทล หรือทั่วประเทศ อย่างครอบคลุม เนื่องจากรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด เป็นรายการที่แพร่ภาพไปทั่วประเทศ เพื่อทราบถึงพฤติกรรม的开รับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อรายการ ของผู้ชมในแต่ละท้องถิ่น
2. ควรมีการศึกษาและวิเคราะห์เกี่ยวกับกระบวนการเลือกรับข่าวสาร ในแง่ของการเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความ และการเลือกจดจำ ของกลุ่มผู้ชมเพิ่มเติม โดยเฉพาะกลุ่มผู้ชมที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี ซึ่งผลการศึกษารั้งนี้พบว่ามีการเปิดรับชมรายการ Mega Clever ฉลาดสุดสุด มากที่สุด
3. ควรมีการศึกษากลุ่มประชากรที่ไม่ชมรายการอย่างต่อเนื่อง เพื่อทราบสาเหตุที่ไม่เลือกชมรายการ รวมทั้งข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่จะช่วยดึงดูดให้มีการเปิดรับชมรายการมากขึ้น เพื่อช่วยในการวางแผนผลิตรายการให้ตรงกับความต้องการของผู้ชมต่อไป
4. ควรมีการศึกษาถึงผลที่ได้รับจากการชมรายการ โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ และควรมีการติดตามผลในระยะยาว เพื่อจะได้ทราบว่าเยาวชนและประชาชนไทยมีความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์มากขึ้นหรือไม่ อย่างไร