

## บทที่ 5

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับ การรับรู้ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจจากการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาศึกษาและนำมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์งานวิจัย ได้แก่ แนวคิดด้านประชากรศาสตร์ แนวคิดเกี่ยวกับประเภทและรูปแบบรายการโทรทัศน์ แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการรับรู้ ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ระเบียบวิธีวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ในส่วนแรก ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview) คือ กลุ่มนักเรียน-นักศึกษา กลุ่มแม่บ้าน และกลุ่มวัยทำงานที่รับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ส่วนที่สอง เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลเพียงครั้งเดียว (One -Shot Case Study) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่รับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ในการเก็บ

รวบรวมข้อมูลของกลุ่มประชากรเป็นเวลาประมาณ 3 เดือนในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2556 – เดือนมกราคม 2557

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่ออธิบายข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” การใช้ประโยชน์ของผู้รับสารที่มีต่อการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (T-test Groups) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One –Way ANOVA)

### 5.1 สรุปผลการศึกษาวิจัย

พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” กลุ่มนักเรียน – นักศึกษา ส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมในการรับชมรายการในช่วงปิดเทอม เนื่องจากรายการจะออกอากาศช่วงเช้า เวลา 09.10 – 09.35 ซึ่งเป็นเวลาที่กลุ่มนักเรียน – นักศึกษา จะต้องไปโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย กลุ่มแม่บ้าน ส่วนใหญ่จะรับชมรายการทุกวัน และติดตามชมรายการอย่างต่อเนื่องมากกว่า 1 ปี โดยตั้งใจรับชมตลอดจนจบรายการ เพื่อที่จะได้รับความรู้ และความบันเทิงจากการรับชมรายการ กลุ่มวัยทำงาน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเป็นบางวัน และลักษณะในการรับชมจะรับชมไปด้วยทำกิจกรรมอื่นไปด้วย แต่ก็เลือกที่จะรับชมรายการเพื่อความรู้

การรับรู้เกี่ยวกับการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” กลุ่มนักเรียน – นักศึกษา จะได้รับความรู้ใหม่ๆ จากรายการนี้ และยังได้รับรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารในปัจจุบัน ซึ่งสามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน กลุ่มแม่บ้าน ทำให้ได้ทราบเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นในด้านข่าว หรือด้านบันเทิง เพราะรายการนี้มีความหลากหลายในด้านการนำเสนอ และนำความรู้ที่ได้ไปปฏิบัติ เพื่อพัฒนาตนเองในด้านต่างๆ กลุ่มวัยทำงาน จะรับรู้ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับผู้หญิง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของแฟชั่น สุขภาพ ความสวยความงาม และภัยสำหรับผู้หญิง

การใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” กลุ่มนักเรียน – นักศึกษา ได้ใช้เวลาให้เป็นประโยชน์ ความเพลิดเพลิน สนุกสนาน จากการรับชมรายการ เพราะรายการให้ทั้งความรู้และความบันเทิง กลุ่มแม่บ้าน คือ ได้รับทั้งความรู้และความบันเทิงจากการรับชมรายการ กลุ่มวัยทำงาน จะได้รับความรู้และความบันเทิงจากการรับชมรายการ เพราะรายการเป็นรายการลักษณะ News Talk แบบวาไรตี้ และรายการนี้ยังให้ทั้งความรู้และความบันเทิงจากการรับชม

ราชการ เพราะราชการมีการนำเสนอทั้งข้อมูลข่าวสาร และความบันเทิงในด้านความสวย ความงามของผู้หญิง

ความพึงพอใจจากการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” กลุ่มนักเรียน – นักศึกษา จะเห็นได้ว่ากลุ่มนักเรียน – นักศึกษามีความพึงพอใจในด้านพิธีกรรายการ ด้วยบุคลิกที่แตกต่างของพิธีกร ทำให้รายการมีสีสันและความหลากหลายมากยิ่งขึ้น กลุ่มแม่บ้าน มีความพึงพอใจการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้ รูปแบบรายการที่เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น การนำเสนอมุมมองที่หลากหลายเกี่ยวกับผู้หญิง และพึงพอใจ ดีลา ท่าทาง การเล่าข่าวสารของพิธีกรรายการ กลุ่มวัยทำงานมีความพึงพอใจในทุกด้านของรายการ ไม่ว่าจะเป็นในด้านเนื้อหารายการ รูปแบบรายการ หรือพิธีกรรายการ ซึ่งการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีความชัดเจน และทันสมัยต่อเหตุการณ์

### ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 และเป็นเพศชายจำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0

โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด คือ 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 อายุ 20-30 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 อายุ 51-60 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 อายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 และมีอายุต่ำกว่า 20 ปี น้อยที่สุด คือ 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2

ด้านระดับการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด คือ 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมามีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 การศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 การศึกษาระดับอนุปริญญา จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 และการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีน้อยที่สุด คือ 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5

ด้านอาชีพพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพแม่บ้านมากที่สุด คือ 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมาประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ธนาคาร จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.2 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ประกอบอาชีพอื่นๆ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 และประกอบธุรกิจส่วนตัวน้อยที่สุด คือ 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0

ด้านรายได้ต่อเดือนพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 5,000 - 15,000 บาทต่อเดือนมากที่สุด คือ 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมามีรายได้ 15,001 - 25,000 บาทต่อเดือน จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5

รายได้ 25,001 – 35,000 บาทต่อเดือน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 และรายได้ 35,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน น้อยที่สุด คือ 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2

### **ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง”**

จากการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการมีความถี่ในการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” โดยรับชม 1 วันต่อสัปดาห์มากที่สุด จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 รองลงมา คือ ทุกวัน จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 รับชม 2-3 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 และรับชม 3-4 วันต่อสัปดาห์น้อยที่สุด คือ 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 ระยะเวลาในการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” โดยระยะเวลาที่ติดตามชมมากที่สุด คือ มากกว่า 1 ปี จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมา คือ ประมาณ 8 – 11 เดือน จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 น้อยกว่า 3 เดือน จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 และประมาณ 4 – 7 เดือนน้อยที่สุด คือ 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0

ลักษณะในการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” โดยการชมไปด้วยกิจกรรมอื่นไปด้วยมากที่สุด จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมา คือ เปลี่ยนช่องเมื่อมีการโฆษณา จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2 ตั้งใจชมตลอดจนจบรายการ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และเปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อนน้อยที่สุด คือ 76 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2

สาเหตุในการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” เพื่อความรู้มากที่สุด คือ 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมา คือ เพื่อความบันเทิง จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 เพื่อทันโลกทันเหตุการณ์ จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 และเพื่อคลายเหงาจำนวนน้อยที่สุด คือ 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8

### **ตอนที่ 3 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง”**

จากการศึกษา การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของทางรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.66 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านข้อมูลข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความรู้ใหม่ๆ ที่น่าสนใจจากรายการ มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.74 ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เพื่อนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.49 ด้านการดำเนินรายการ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ระยะเวลาวันออกอากาศในช่วงวันจันทร์-ศุกร์มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.66

### **ตอนที่ 4 การใช้ประโยชน์ของผู้รับสารที่มีต่อการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง”**

จากการศึกษา การใช้ประโยชน์ของผู้รับสารที่มีต่อรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.56 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้าน

เนื้อหารายการ กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์ เพื่อทราบเรื่องราวใหม่ๆ ที่เกี่ยวกับผู้หญิงมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.55 ด้านข้อมูลข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์ เพื่อนำความรู้ที่ได้มาเพิ่มพูนความรู้ของตนเองมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.47 ด้านความบันเทิง กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์ เพื่อผ่อนคลายความเครียดมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.94

#### **ตอนที่ 5 ความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง”**

จากการศึกษา ความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.72 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจ ด้านเนื้อหารายการที่มีความทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ในปัจจุบันมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.67 ด้านรูปแบบรายการ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในรูปแบบรายการมีความทันสมัย น่าสนใจ และเข้าใจง่ายมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.65 ด้านพิธีกร กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในลีลา ท่าทาง การเล่าข่าวของคุณพัชรรี เบญจมาสมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.20

#### **ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน**

**สมมติฐานที่ 1** ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง”

สมมติฐานข้อที่ 1 ประกอบด้วยผลการทดสอบสมมติฐานย่อย 20 ข้อ คือ สมมติฐานข้อที่ 1.1-1.5 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง”

จากการศึกษา พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง”

สมมติฐานข้อที่ 1.6-1.10 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับลักษณะในการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง”

จากการศึกษา พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ส่วนลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง”

สมมติฐานข้อที่ 1.11–1.15 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับลักษณะในการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง”

จากการศึกษา พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับลักษณะในการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะในการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง”

สมมติฐานข้อที่ 1.16–1.20 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับสาเหตุในการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง”

จากการศึกษา พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับสาเหตุในการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับสาเหตุในการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง”

**สมมติฐานข้อที่ 2** พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ประกอบด้วยผลการทดสอบสมมติฐานย่อย 12 ข้อ คือ

สมมติฐานข้อที่ 2.1-2.4 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” แตกต่างกัน

จากการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ซึ่งประกอบด้วย ความถี่ในการรับชม ลักษณะในการรับชม และสาเหตุในการรับชม ที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” แตกต่างกัน ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ด้านระยะเวลาในการรับชม จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.5- 2.8 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ด้านปฏิสัมพันธ์ของรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” แตกต่างกัน

จากการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ซึ่งประกอบด้วย ความถี่ในการรับชม ลักษณะในการรับชม และสาเหตุในการรับชม ที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ด้านปฏิสัมพันธ์ของรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” แตกต่างกัน ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ด้านระยะเวลาในการรับชม จะมีการรับรู้ด้านปฏิสัมพันธ์ของรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ไม่แตกต่างกัน



สมมติฐานข้อที่ 4.1-4.5 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” แตกต่างกัน

จากการศึกษา พบว่า ผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบด้วย อายุ ที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” แตกต่างกัน ส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 4.6-4.10 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจด้านรูปแบบรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” แตกต่างกัน

จากการศึกษา พบว่า ผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบด้วย อายุ อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจด้านรูปแบบรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” แตกต่างกัน ส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจด้านรูปแบบรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 4.11-4.15 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจด้านพิธีกรรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” แตกต่างกัน

จากการศึกษา พบว่า ผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจด้านพิธีกรรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ไม่แตกต่างกัน

## 5.2 อภิปรายผลการศึกษา

ผลจากการศึกษาวิจัย เรื่อง “การเปิดรับ การรับรู้ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” พบว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพแม่บ้าน และมีรายได้ 5,000 -15,000 บาทต่อเดือน ถือเป็นช่วงอายุช่วงต้นของวัยทำงาน ดังที่ คุณชวรัตน์ ประเสริฐวรรณกิจ ผู้ผลิตรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 กล่าวถึง รายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ว่ารายการนี้มุ่งให้เนื้อหาสาระเรื่องราวเกี่ยวกับผู้หญิง รวมถึงนำเสนอเรื่องราวที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน โดยการใช้ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ นิตยสารและการสัมภาษณ์บุคคลต่างๆ ที่ตกเป็นข่าว จะถูกบรรจุอยู่ในรายการที่นำเสนอเป็นแบบรายการสด เพื่อให้มีการปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมได้ และยังเป็นรายการที่ทันต่อเหตุการณ์ ตอบสนองกลุ่มผู้ชมที่เป็นผู้หญิงเป็นหลัก

ผลการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างกับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีระยะเวลาในการติดตามชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การที่ผลการศึกษาเป็นเช่นนี้อาจอธิบายได้ตามแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ว่า บุคคลที่มีคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีแบบแผนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2541, น. 302)

ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ (Sex) ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์เช่นกัน เนื่องจากความแตกต่างทางด้านเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมในการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน วิลเลียม ดี บรูค (Brooks, 1971, pp. 211-212) กล่าวว่า ผู้หญิงและผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ เนื่องจากวัฒนธรรมและสังคม ได้กำหนดบทบาทและกิจกรรมของหญิงชายไว้ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัย ที่พบว่า ผู้ชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและประกอบอาชีพแม่บ้าน จึงทำให้เพศหญิงมีระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” มากกว่าเพศชาย นอกจากนี้ยังพบว่า เพศหญิงมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยใช้เวลาในการดูโทรทัศน์ และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรับข่าวสาร ความบันเทิงจากการรับชมรายการนั้นๆ

พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการนั้น กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่จะติดตามรับชมเพียง 1 วันต่อสัปดาห์ มากที่สุด โดยส่วนใหญ่ติดตามรับชมมาเป็นระยะเวลามากกว่า 1 ปี ซึ่งถือเป็นกลุ่มผู้ชมที่รับชมมาเป็นระยะเวลาหนึ่งแล้ว และมีลักษณะในการรับชม คือ ชมไปด้วยทำกิจกรรมอื่นไปด้วย ซึ่งมีสาเหตุในการรับชมรายการ เพื่อความรู้ จากระยะเวลาของรายการเริ่มตั้งแต่ 09.10 – 09.35 เป็นช่วงสาย ทำให้ผู้ชมส่วนใหญ่ไม่สามารถรับชมได้ทุกวัน ทำให้ผู้ชมที่สามารถรับชมรายการได้ตลอดนั้นต้องเป็นผู้ที่มีอาชีพแม่บ้าน มากกว่ากลุ่มผู้ชมที่อยู่ในวัยเรียนหรือวัยทำงาน ถึงแม้ในที่ทำงานจะมีการเปิดให้รับชมรายการ แต่ก็ไม่สามารถรับชมได้ตลอดรายการ เพราะต้องทำงานควบคู่ไปด้วย

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีการรับรู้ความรู้ใหม่ๆ ที่น่าสนใจจากรายการ มากที่สุด จะเห็นได้ว่า รายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” จัดอยู่ในรายการโทรทัศน์ประเภท รายการผู้หญิง (Lady program) ที่มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารทางรายการในรูปแบบเล่าข่าวที่เน้นการนำเสนอเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร การให้ความรู้ในแง่มุมที่เกี่ยวกับสุขภาพ และเรื่องทั่วไปที่เกี่ยวกับผู้หญิง

ผลการศึกษาข้างต้นยังสอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกและเปิดรับสาร พฤติกรรม การสื่อสารของบุคคลจะมีความแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคลหรือสภาพจิตวิทยา โดยบุคคลจะมีกระบวนการเลือกสรร (Selectivity Process) กล่าวคือ บุคคลจะเลือกเปิดรับสาร (Selective

Exposure) ที่ตรงกับความคิดเห็นของเขา รวมทั้งเลือกที่จะรับรู้ (Selective Perception) เฉพาะข่าวสารที่มีความหมายที่มีความหมายสอดคล้องกันกับความคิดเห็นของเขา และเลือกที่จะเก็บรักษา (Selective Retention) ที่สอดคล้องกับความคิดมากกว่าสิ่งที่ไม่เห็นด้วย ซึ่งการเลือกเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ที่มีลักษณะเนื้อหาและการนำเสนอที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว กล่าวคือเป็นรายการผู้หญิงที่ประกอบด้วยเนื้อหาที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับผู้หญิง ข่าวสารแวดวงผู้หญิงจากทุกมุมโลก การทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับสุขภาพ มุมมองการใช้ชีวิตในรูปแบบต่างๆ ให้แก่ผู้รับสาร ซึ่งผู้รับสารสามารถนำความรู้ที่ได้จากการรับชมรายการไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ (การจำแนกรูปแบบรายการโทรทัศน์, 2551)

Klapper (1960, pp. 19-25) ได้อธิบายพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารว่า ในการเปิดรับข่าวสารต่างๆ นั้น ผู้รับสารย่อมมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ซึ่งจะแตกต่างกันไป ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความรู้สึกนึกคิดของแต่ละคน กระบวนการเลือกสรรของมนุษย์จึงเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสาร ซึ่งการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ที่มีลักษณะการนำเสนอที่แตกต่างกัน กล่าวคือ การนำเสนอของผู้ดำเนินรายการทั้ง 4 คน มีมุมมองและบุคลิกที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้รับสารสนใจและเลือกรับชมรายการตามความรู้สึกชื่นชอบหรือสนใจตามความต้องการของผู้รับสารนั้นๆ

การใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” โดยมีการใช้ประโยชน์ในด้านใช้การผ่อนคลายความเครียด มากที่สุด รองลงมา คือ ในด้านการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ จากการรับชมรายการ ซึ่งลักษณะของรายการจะเป็นแบบวาไรตี้ สนุกสนาน และการนำเสนอข่าวที่มีสาระหนักๆ มาเล่าให้เข้าใจง่าย ทำให้ผู้ชมมีความเพลิดเพลินในการรับชม ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (The Uses and Gratification Theory) แมคคอมบส์และเบคเคอร์ (McCombs & Becker, 1979) ได้กล่าวว่า บุคคลใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการเพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน รวมทั้งการผ่อนคลายอารมณ์ (Relaxing)

แคทซ์, บลัมเมอร์ และกรูวิทซ์ (Katz, Blumler & Gurevitch, 1974) ได้อธิบายแนวคิดทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจว่า บุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจ และมีความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน เพื่อสนองความพึงพอใจของตนด้วยเหตุผลต่างๆ กัน เช่น การเสนอข่าวสาร การให้ความบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจ กล่าวคือ การเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ทำให้ผู้ชมได้รับทั้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับผู้หญิง และความสนุกสนานเพลิดเพลิน จากการนำเสนอรายการในแต่ละครั้ง รวมถึงได้รับชมผู้ดำเนินรายการทั้ง 4 คนที่มีบุคลิกที่แตกต่างกันออกไป

ความพึงพอใจจากการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านพิธีกรรายการ มากที่สุด คิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ชื่นชอบพิธีกรรายการ ทั้ง 4 คน เพราะแต่ละคนมีบุคลิกที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งถือเป็นจุดเด่นของรายการทำให้มีสีสัน และมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ด้านเนื้อหารายการนั้น กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเนื้อหาที่มีความทันสมัยต่อเหตุการณ์ในปัจจุบัน คิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า พึงพอใจเนื้อหารายการที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ ด้านรูปแบบรายการ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจรูปแบบรายการมีความทันสมัย น่าสนใจ และเข้าใจง่าย ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับผลการวิจัยของโดมินิค (Dominick, 1990) ซึ่งได้วิจัยในเรื่องของการใช้ประโยชน์จากสื่อและความพึงพอใจ มีผลการศึกษาที่สำคัญระบุว่า การใช้ประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) นั้นก็เพื่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และการใช้ประโยชน์จากสื่อ รวมถึงเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของคนในสังคม ตลอดจนเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นในสังคม เช่น ครอบครัว เพื่อน เพื่อนร่วมงาน ฯลฯ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของปาล์มกรีน และเรย์เบิร์น (Palmgreen A., Wenner, Rayburn, J.D. 1981, pp. 451 – 478) ได้วิจัยในเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจที่ได้รับจากรายการข่าวโทรทัศน์ เพื่อแสดงหาข้อมูลข่าวสาร (Information Seeking) เพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจ (Decisional Utility) และเพื่อความบันเทิง (Entertainment) พบว่า การที่บุคคลจะเลือกใช้ประโยชน์จากสื่อ ย่อมต้องมีเหตุผลต่างๆ ขึ้นอยู่กับว่าสื่อต่างๆ สามารถจะตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคคลได้หรือไม่ จะเห็นได้ว่า รายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” นั้น ผู้ผลิตรายการพยายามสร้างสรรค์รายการเพื่อตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจของผู้ชม โดยที่ผู้ชมในแต่ละคนนั้นจะมีกระบวนการในการเลือกรับชมรายการตามความต้องการ และเหตุผลของแต่ละบุคคล ดังนั้น รายการจึงนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

จากการทดสอบสมมติฐาน ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ต่างกัน โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนของผู้ชมที่ต่างกัน ใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ต่างกัน จะเห็นได้ว่ามีความสอดคล้องกับแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ของ วิลเลียม ดี บรูค (Brooks, 1971, pp. 211-212) ที่กล่าวไว้ว่า โดยทั่วไปผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ในเรื่องเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจที่ต่างกัน โดยสิ่งเหล่านี้จะเป็นปัจจัยที่ทำให้การใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ต่างกันออกไปด้วย ตัวอย่างเช่น ในเรื่องของอายุ โดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อย มักจะมีความคิดแบบเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ ใจร้อนมากกว่าคนที่มีอายุมาก คนอายุน้อยมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อความบันเทิง ซึ่ง

แตกต่างกับคนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์มากกว่าความบันเทิง เป็นต้น

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

ผู้ผลิตรายการที่มีลักษณะคล้ายกับรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” หรือรายการประเภทผู้หญิง ควรพิจารณาด้านเนื้อหาของรายการที่มีความทันสมัยต่อเหตุการณ์ในปัจจุบัน รูปแบบรายการให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ชมเป้าหมายซึ่งมีลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน โดยคำนึงถึงรูปแบบรายการที่ให้ความรู้ที่นำไปใช้ประโยชน์ได้จริง นอกจากนี้การเลือกพิธีกรที่มีบุคลิกภาพเฉพาะตัวที่โดดเด่นเหมาะสมกับประเภทของรายการก็เป็นสิ่งสำคัญ

### 5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นเพียงการวิจัยเฉพาะประชากรที่รับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเพียงส่วนหนึ่งของผู้ชมรายการทั้งหมด การศึกษาในอนาคตจึงควรมีการศึกษาในลักษณะเดียวกันนี้กับผู้ชมทั้งหมดของรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” เนื่องจากผู้ชมรายการมีอยู่ทั่วประเทศ ซึ่งลักษณะประชากรในแต่ละพื้นที่จะมีความแตกต่างกันในด้านบริบทที่อาจส่งผลให้มีพฤติกรรมเปิดรับ การรับรู้ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ต่อรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” แตกต่างกันได้ ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการพัฒนารายการให้ตรงตามความต้องการของผู้ชมที่อยู่ในพื้นที่หลากหลายได้

2. การศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาวิจัยในด้านกลยุทธ์การดำเนินงานของรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” เพิ่มเติมด้วย เพื่อจะได้ใช้เป็นแนวทางสำหรับการศึกษาของผู้ที่สนใจจะดำเนินธุรกิจรายการโทรทัศน์ในอนาคต

3. เนื่องจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มที่เป็นผู้รับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” เท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปจึงควรศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรในเขตกรุงเทพมหานครทั้งที่เป็นกลุ่มผู้รับชมรายการ และไม่รับชมรายการว่ามีสัดส่วนเท่าไร และศึกษาถึงสาเหตุของผู้ที่ไม่รับชมรายการว่ามาจากสาเหตุใด และกลุ่มเหล่านี้รับชมรายการทางสถานีโทรทัศน์ใดบ้าง โดยเป็นการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างผู้ที่รับชมรายการกับผู้ที่ไม่ได้รับชมรายการ ซึ่งข้อมูลที่ได้นั้นอาจจะมึมุมมองใหม่ๆ และเนื้อหาอื่น ๆ ที่ผู้รับชมรายการเป็นประจําองไม่เห็น ซึ่งผลการศึกษาวิจัยในส่วนนี้จะสามารถนำมาปรับปรุงรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ได้ต่อไป