

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง "พฤติกรรมการรับชม และความพึงพอใจรายการค้ำข่าวครบประเด็นของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี ของผู้รับชมในเขตกรุงเทพมหานคร" มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ชมรายการค้ำข่าวครบประเด็นในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมรายการค้ำข่าวครบประเด็นในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการรับชมรายการแตกต่างกัน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับชมรายการค้ำข่าวครบประเด็นของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครกับความพึงพอใจในการรับชมรายการของผู้ชมในเขต

สมมติฐานการวิจัย ได้แก่

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการค้ำข่าวครบประเด็นในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันพฤติกรรมการรับชมรายการแตกต่างกัน
2. ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการค้ำข่าวครบประเด็นในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันความพึงพอใจในการรับชมรายการแตกต่างกัน
3. พฤติกรรมการรับชมรายการค้ำข่าวครบประเด็นของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการรับชมรายการ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้รับชมรายการค้ำข่าวครบประเด็นในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้รับชมรายการค้ำข่าวครบประเด็น อายุ 18-60 ปี ที่เคยชมรายการค้ำข่าวครบประเด็น จำนวน 385 ตัวอย่าง ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลระหว่าง 1 มีนาคม - 30 เมษายน 2559 รวมระยะเวลา 2 เดือน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) แบ่งคำถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการ ค้ำข่าวครบประเด็น และส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อรายการค้ำข่าวครบประเด็น

ระเบียบวิธีวิจัยในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล และอธิบายการศึกษา ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency), ร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ และความพึงพอใจที่กลุ่มตัวอย่างได้รับจากการรับชมรายการค้ำข่าวครบประเด็น รวมทั้งส่วนของความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการ

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานการหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจในการรับชมรายการ โดยใช้สหสัมพันธ์ (Correlation) หาค่า t-test และค่า f-test และทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการรับชมรายการและความพึงพอใจของผู้ชมรายการ โดยใช้ Oneway Anova วิเคราะห์ความแปรปรวน และเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย โดยวิธีเจฟเฟอ (Scheffé) และ LSD

5.1 สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับชม และความพึงพอใจรายการค้ำข่าวครบประเด็นของสถานีโทรทัศน์ โมเดิร์นไนน์ทีวี ของผู้รับชมในเขตกรุงเทพมหานคร" สามารถสรุปได้ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

5.1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มประชากร

กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 59 เพศชาย จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3

อายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 20 - 29 ปี มากที่สุด จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 รองลงมา มีอายุระหว่าง 30 - 39 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ด้านสถานภาพ ส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด มากที่สุด จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 และอันดับสุดท้ายคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหย่า จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ตามลำดับ

ด้านการศึกษา ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 รองลงมาคือ อาชีวศึกษา / อนุปริญญา จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 และต่ำกว่าประถมศึกษา จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 ตามลำดับ และ

ด้านรายได้ ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-30,000 บาท จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคือ รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 24.1 และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,001 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 ตามลำดับ

5.1.2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการค้ำข่าวครบประเด็นของกลุ่มประชากร

จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการมีความถี่ในการรับชมรายการค้ำข่าวครบประเด็น สัปดาห์ละ 3-4 วัน มากที่สุด จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 36.1 รองลงมา รับชมสัปดาห์ละ 1-2 วัน จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 และ รับชมทุกวัน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ตามลำดับ

โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมรายการมานาน 9-12 เดือน มากที่สุด จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 รองลงมาคือ รับชมมานาน 5-8 เดือน จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และ รับชมมาไม่เกิน 1 เดือน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 ตามลำดับ

สำหรับระยะเวลาในการรับชมรายการค้ำข่าว ครบประเด็นในแต่ละครั้งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมมากกว่า 30 นาทีแต่ไม่จบรายการ จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมา คือ รับชม 15-30 นาที จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 และรับชมน้อยกว่า 15 นาที จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 ตามลำดับ

ด้านช่องทางการรับชมรายการค้ำข่าว ครบประเด็น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมรายการทางโทรทัศน์ มากที่สุด จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมา รับชมรายการทางเว็บไซต์ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.9 และรับชมรายการทาง YouTube จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 ตามลำดับ

ลักษณะการรับชมรายการค้ำข่าว ครบประเด็น ส่วนใหญ่รับชมรายการเปลี่ยนสลับไปสลับมากับรายการอื่นในช่อง จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 รองลงมา คือ รับชมรายการพร้อม ๆ กับทำกิจกรรมอื่น ๆ จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 และรับชมรายการโดยที่ผู้อื่นเปิดรายการให้ชม จิ๊งนั่งชมไปเรื่อย ๆ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 ตามลำดับ

สำหรับบุคคลที่ร่วมรับชมรายการค้ำข่าว ครบประเด็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมรายการคนเดียว จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 รองลงมาคือ รับชมรายการร่วมกับครอบครัว / ญาติ จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 และรับชมรายการร่วมกับคู่ครอง / สมรส จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 ตามลำดับ

สถานที่รับชมรายการค้ำข่าว ครบประเด็น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมรายการที่บ้าน จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 59.7 รองลงมาคือ รับชมรายการที่ทำงาน จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6 และรับชมรายการที่อื่น ๆ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

การมีส่วนร่วมในการรับชมรายการค้ำข้าว ครบประเด็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่มีส่วนร่วมกับรายการ จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 และมีส่วนร่วมในรายการ จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 ตามลำดับ

5.1.3 ความพึงพอใจต่อการรับชมรายการค้ำข้าวครบประเด็นของกลุ่มประชากร

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 385 คน มีความพึงพอใจต่อการรับชมรายการค้ำข้าว ครบประเด็น ด้านรูปแบบรายการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.84 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจในการนำเสนอข่าวอย่างเป็นกลางอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3.92 รายการนำเสนอข่าวที่น่าสนใจและเป็นประเด็นมาเจาะลึกเพิ่มเติมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.87 และรายการมีความแปลกใหม่ น่าสนใจ ชวนติดตาม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.72

ด้านเนื้อหารายการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.96 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจเนื้อหาที่มีความเข้มข้นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.02 ให้แง่คิดผู้ชม เพื่อนำไปใช้ปรับใช้ในชีวิตประจำวันอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 เนื้อหาจรรโลงสังคม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.98 เนื้อหารายการมีความแปลกใหม่ และมีความคิดสร้างสรรค์ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.90 และเนื้อหารายการมีความกระชับ ฉับไว ไม่ยืดเยื้อจนน่ารำคาญ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.88

ด้านการนำเสนอรายการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจในการถ่ายทำและการตัดต่อมีความสวยงาม น่าสนใจ และน่าตื่นเต้น อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3.99 ชื่อรายการ "ค้ำข้าวครบประเด็น" บ่งบอกถึงจุดเด่นในเรื่องของเอกลักษณ์รายการ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.91 มีการแบ่งช่วงรายการอย่างชัดเจน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.89 ภาพประกอบ/เพลง/ดนตรี/เสียงบรรยายประกอบรายการเหมาะสมและสอดคล้องกับการนำเสนอของรายการ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.82 ระยะเวลาในการออกอากาศ มีความเหมาะสม (รวมเวลาออกอากาศ 50 นาที) อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.81 การนำเสนอผู้สนับสนุนรายการ (สปอนเซอร์) มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.80 และช่วงเวลาในการออกอากาศมีความเหมาะสม (ออกอากาศวันอาทิตย์ เวลา 22.10-23.00 น.) อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.75

ด้านคุณสมบัติของผู้นำเสนอรายการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจที่ผู้ดำเนินรายการใช้คำพูดและภาษาอย่างเหมาะสม และผู้ดำเนินรายการมีความสามารถในการนำเสนอข่าวได้อย่างน่าสนใจ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.06 ผู้ดำเนินรายการมีความเชี่ยวชาญในการเล่าข่าว และผู้ดำเนินรายการสามารถแก้ไขสถานการณ์ให้ดำเนินไปอย่างราบรื่น อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.02

5.1.4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการค้ำข้าวครบประเด็นในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันพฤติกรรมการรับชมรายการแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1 ประกอบด้วยผลการทดสอบสมมติฐานย่อย 20 ข้อ คือ

สมมติฐานที่ 1.1 – 1.5 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกันทำให้ความถี่ในการรับชมรายการค้ำข้าว ครบประเด็น แตกต่างกัน

จากการศึกษา พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย อายุ สถานภาพ การศึกษา และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ความถี่ในการรับชมรายการค้ำข้าว ครบประเด็น แตกต่างกัน สำหรับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการรับชมรายการค้ำข้าว ครบประเด็น ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6 – 1.10 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกันทำให้ระยะเวลาในการรับชมรายการค้ำข้าวครบประเด็นในแต่ละครั้ง ที่แตกต่างกัน

จากการศึกษา พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย อายุ สถานภาพ การศึกษา และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน ระยะเวลาในการรับชมรายการค้ำข้าว ครบประเด็นในแต่ละครั้ง แตกต่างกัน ส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ จะมีระยะเวลาในการรับชมรายการค้ำข้าวครบประเด็นในแต่ละครั้งไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.11 – 1.15 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกัน ลักษณะการรับชมรายการค้ำข้าวครบประเด็นแตกต่างกัน

จากการศึกษา พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย อายุ การศึกษา และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน ลักษณะการรับชมรายการค้ำข้าวครบประเด็น แตกต่างกัน ส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ และสถานภาพ มีลักษณะการรับชมรายการค้ำข้าวครบประเด็นไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.16 – 1.20 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน มีส่วนร่วมในรายการค้ำข้าวครบประเด็นที่แตกต่างกัน

จากการศึกษา พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ และการศึกษา แตกต่างกัน มีส่วนร่วมในรายการค้ำข้าวครบประเด็น แตกต่างกัน ส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ รายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน การมีส่วนร่วมในรายการค้ำข้าวครบประเด็นไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการค้ำข่าวครบประเด็นในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับชมรายการ

สมมติฐานข้อที่ 2 ประกอบด้วยผลการทดสอบสมมติฐานย่อย 20 ข้อ คือ

สมมติฐานที่ 2.1 – 2.5 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกันความพึงพอใจด้านรูปแบบรายการ แตกต่างกัน

จากการศึกษา พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย เพศ สถานภาพ และ การศึกษา แตกต่างกัน ความพึงพอใจด้านรูปแบบรายการแตกต่างกัน ส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อายุและรายได้ต่อเดือนแตกต่างความพึงพอใจด้านรูปแบบรายการไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.6 – 2.10 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกันความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ แตกต่างกัน

จากการศึกษา พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย เพศ สถานภาพ และ การศึกษา แตกต่างกัน ความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการแตกต่างกัน ส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อายุและรายได้ต่อเดือน แตกต่างกันความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.11 – 2.15 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกันความพึงพอใจด้านการนำเสนอรายการ แตกต่างกัน

จากการศึกษา พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย เพศ การศึกษา และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน ความพึงพอใจด้านการนำเสนอรายการแตกต่างกัน ส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อายุ และสถานภาพ แตกต่างกัน ความพึงพอใจด้านการนำเสนอรายการไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.16 – 2.20 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกันความพึงพอใจด้านคุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการแตกต่างกัน

จากการศึกษา พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย เพศ สถานภาพ และการศึกษาแตกต่างกัน ความพึงพอใจด้านคุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการแตกต่างกัน ส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อายุ และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน ความพึงพอใจด้านคุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการรับชมรายการค้ำข่าวครบประเด็นของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับชมรายการค้ำข่าว ครบประเด็น

สมมติฐานข้อที่ 3 ประกอบด้วยผลการทดสอบสมมติฐานย่อย 16 ข้อ คือ

สมมติฐานที่ 3.1 – 3.4 ความถี่ในการรับชมรายการค้ำข่าวครบประเด็นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการรับชมรายการค้ำข่าว ครบประเด็น

จากการศึกษา พบว่า ความถี่ในการรับชมรายการค้ำข่าวครบประเด็นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการรับชมรายการค้ำข่าว ครบประเด็นทั้งด้านรูปแบบรายการ ด้านเนื้อหา รายการ ด้านการนำเสนอรายการ และด้านคุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการ

สมมติฐานที่ 3.5 – 3.8 ระยะเวลาในการรับชมรายการค้ำข่าวครบประเด็นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการรับชมรายการค้ำข่าว ครบประเด็น

จากการศึกษา พบว่า ระยะเวลาในการรับชมรายการค้ำข่าวครบประเด็นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการรับชมรายการค้ำข่าว ครบประเด็น ด้านเนื้อหา รายการ และด้านการนำเสนอรายการ ส่วน ด้านรูปแบบรายการ และด้านคุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 3.9 – 3.12 ลักษณะการรับชมรายการค้ำข่าวครบประเด็นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจกับการรับชมรายการค้ำข่าว ครบประเด็น

จากการศึกษา พบว่า ลักษณะการรับชมรายการค้ำข่าวครบประเด็นมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับชมรายการค้ำข่าว ครบประเด็น ด้านเนื้อหา รายการ ด้านการนำเสนอ รายการ และด้านคุณสมบัติผู้ดำเนินรายการ ส่วน ด้านรูปแบบรายการ และด้านเนื้อหา รายการ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 3.13 – 3.16 การมีส่วนร่วมในการรับชมรายการค้ำข่าวครบประเด็นมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับชมรายการค้ำข่าว ครบประเด็น

จากการศึกษา พบว่า การมีส่วนร่วมในการรับชมรายการค้ำข่าวครบประเด็นมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับชมรายการค้ำข่าว ครบประเด็น ทั้งด้านรูปแบบรายการ ด้านเนื้อหา รายการ ด้านการนำเสนอรายการ และด้านคุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการ

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการวิจัยเรื่อง "พฤติกรรมกรรมการรับชม และความพึงพอใจรายการค้ำข้าวครบประเด็นของ สถานีโทรทัศน์ โมเดิร์นไนน์ทีวี ของผู้รับชมในเขตกรุงเทพมหานคร" สามารถอภิปรายผลการวิจัย โดยเชื่อมโยงตามแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้ ดังนี้

5.2.1 พฤติกรรมการเปิดรับรายการค้ำข้าวครบประเด็นของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนใหญ่รับชมรายการค้ำข้าวครบประเด็น สัปดาห์ละ 3-4 วัน และรับชมมานาน 9-12 เดือน รับชมทางโทรทัศน์ ที่บ้านมากที่สุด โดยใช้เวลาในการรับชมรายการในแต่ละครั้ง มากกว่า 30 นาทีแต่ไม่จบรายการ ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีส่วนร่วมกับรายการ และการรับชมรายการ มักเปลี่ยนสลับไปสลับมากรายการอื่นในช่องต่างๆ โดยรับชมรายการคนเดียว ซึ่งสอดคล้องกับ ครอนบาค (Cronbach, 1963, น.68-70) ได้อธิบายว่าพฤติกรรมของบุคคลจะเกิดขึ้นจาก องค์ประกอบ 7 ข้อ โดยงานวิจัยนี้ ได้เห็นพฤติกรรมกรรมการเปิดรับรายการค้ำข้าว ครบประเด็นที่ สอดคล้องกับครอนบาค คือ

1.1 ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม คนเรามีพฤติกรรมเกิดขึ้นก็เพราะต้องการตอบสนองความต้องการของตนเอง หรือต้องการทำตาม วัตถุประสงค์ที่ตนได้ตั้งไว้ คนเรายังมีความต้องการหลาย ๆ อย่างในเวลาเดียวกัน และมักจะเลือก สนองตอบความต้องการที่รีบด่วนก่อนความต้องการอื่นๆ จากผลวิจัยพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง ในการรับรายการพบว่า กลุ่มตัวอย่างเปลี่ยนสลับไปสลับมากรายการอื่นในช่องต่างๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ความมุ่งหมายในการรับชมมีความต้องการหลาย ๆ อย่างในเวลาเดียวกัน

1.2 ความพร้อม (Readiness) ระดับวุฒิภาวะ หรือความสามารถที่จำเป็นในการ ประกอบพฤติกรรมเพื่อสนองตอบความต้องการ คนเราจะมีความพร้อมในแต่ละด้านที่ไม่ เหมือนกัน ดังนั้นพฤติกรรมของทุกคนจึงไม่จำเป็นต้องเหมือนกัน และไม่สามารถจะประกอบ พฤติกรรมได้ทุกรูปแบบ จากผลวิจัยพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง ในการรับรายการพบว่า กลุ่ม ตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมรายการค้ำข้าวครบประเด็น สัปดาห์ละ 3-4 วัน และรับชมมานาน 9-12 เดือน รวมถึงกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีส่วนร่วมกับรายการ

1.3 สถานการณ์ (Situation) คนเรายังจะประกอบพฤติกรรมที่ตนเองต้องการ เมื่อมี โอกาสหรือสถานการณ์นั้น ๆ เหมาะสมสำหรับการประกอบพฤติกรรมจากผลวิจัยพฤติกรรมของ กลุ่มตัวอย่าง ในการรับชมรายการพบว่า ใช้เวลาในการรับชมรายการในแต่ละครั้ง มากกว่า 30 นาที แต่ไม่จบรายการ รวมถึงไม่มีส่วนร่วมกับรายการ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า พฤติกรรมการรับชมของ กลุ่มตัวอย่างขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ไม่ว่าจะเป็นการรับชมรายการมากกว่า 30 นาทีแต่ไม่จบรายการ และการไม่มีส่วนร่วมกับรายการ

1.4 การแปลความหมาย (Interpretation) แม้จะมีโอกาสในการประกอบพฤติกรรมแล้วคนเราก็มักจะประเมินสถานการณ์หรือคิดพิจารณาก่อนที่จะทำพฤติกรรมนั้น ๆ ลงไป เพื่อให้พฤติกรรมนั้นมีความเสี่ยงน้อยที่สุด และสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของเขาได้มากที่สุด

1.5 การตอบสนอง (Respond) หลังจากได้แปลความหมาย หรือได้ประเมินสถานการณ์แล้วพฤติกรรมก็จะถูกกระทำตามวิธีการที่ได้เลือกในขั้นตอนของการแปลความหมาย

สำหรับผลที่ได้รับ (Consequence) และปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Threat) ยังไม่สอดคล้องอย่างชัดเจนต่อ พฤติกรรมการเปิดรับรายการคืบข่าว ครบประเด็นของกลุ่มตัวอย่าง กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างไม่ได้รับผลใดๆ ในพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป รวมถึงความผิดหวังที่เกิดขึ้นจากการรับชมรายการคืบข่าว ครบประเด็นด้วย รวมถึงยังสอดคล้องกับ งานวิจัยของ มนัสนันท์ อภิรมย์วิจิตร (2554) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิงของประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโดยเปลี่ยนช่องสลับไปมากับรายการช่องอื่น หรือเปลี่ยนเมื่อมีโฆษณา และส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมของรายการที่เปิดรับชม และสอดคล้องกับ วิจัยของ สุภาพันธุ์ บุญนาค (2546) เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการรับชมละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำของเด็กในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการรับชมโดยเปลี่ยนไปชมช่องอื่นเมื่อละครไม่สนุกหรือน่าเบื่อ

นอกจากนี้สุภัททา ปิณฑะแพทย์ (2542น.2-5) ได้แบ่งประเภทของพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในลักษณะต่างๆ ได้ดังนี้

1. พิจารณาจากพฤติกรรมที่ปรากฏด้วยการสังเกต พฤติกรรมภายนอก (Overt) คือ พฤติกรรมที่ปรากฏเห็นได้อย่างชัดเจน และพฤติกรรมภายใน (Covert) คือพฤติกรรมที่ไม่ปรากฏให้สามารถสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน

2. พิจารณาจากแหล่งที่เกิดพฤติกรรม พฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายในร่างกายเมื่อบุคคลมีวุฒิภาวะเป็นพฤติกรรมความพร้อมที่เกิดขึ้นโดยมีธรรมชาติเป็นตัวกำหนดให้เป็นไปตามเผ่าพันธุ์ และวงจรชีวิต และพฤติกรรมที่เกิดขึ้น โดยมีสิ่งแวดล้อมเป็นตัวกระตุ้น เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเนื่องจากประสบการณ์ซึ่งก่อให้เกิดการเรียนรู้ขึ้น

3. พิจารณาจากภาวะทางจิตของบุคคล พฤติกรรมที่กระทำโดยรู้ตัว (Conscious) เป็นพฤติกรรมที่อยู่ในระดับจิตสำนึก และพฤติกรรมที่กระทำโดยไม่รู้ตัว (Unconscious) เป็นพฤติกรรมที่อยู่ในระดับจิตไร้สำนึก หรือจิตใต้สำนึก หรือเรียกอีกอย่างว่า พฤติกรรมที่ขาดสติสัมปชัญญะ

4. พิจารณาจากแหล่งพฤติกรรมการแสดงออกของอินทรีย์ พฤติกรรมทางกายภาพ (Physiological Activities) เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกโดยใช้อวัยวะของร่างกายอย่างเป็นรูปธรรม

เช่น การเคลื่อนไหวร่างกายด้วยแขนหรือขา การปรับเปลี่ยนอริยาบถของร่างกาย การพยักหน้า การโคลงตัว เป็นต้น และพฤติกรรมทางจิตใจ (Psychological Activities) เป็นพฤติกรรมที่อยู่ในระดับความคิดความเข้าใจ หรือเกิดอารมณ์ เป็นต้น

5. พิจารณาจากการทำงานของระบบประสาท พฤติกรรมที่ควบคุมได้ (Voluntary) เป็นพฤติกรรมที่อยู่ในความควบคุม และการสั่งการด้วยสมอง จึงสามารถแสดงพฤติกรรมได้ตามที่ต้องการ และพฤติกรรมที่ควบคุมไม่ได้ (Involuntary) เป็นพฤติกรรมการทำงานของระบบร่างกายที่เป็นไปโดยอัตโนมัติ เช่น กิริยาสะท้อน สัญชาตญาณ และการทำงานของระบบอวัยวะภายใน เป็นต้น

5.2.2 ความพึงพอใจของผู้ชมรายการลับข่าว ครอบคลุมประเด็นของกลุ่มตัวอย่าง

พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อรายการลับข่าวครอบคลุมประเด็น ด้านรูปแบบรายการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพึงพอใจที่เป็นรายการข่าวที่นำเสนอข่าวอย่างเป็นกลางมากที่สุด ด้านเนื้อหารายการ พบว่า มีความพึงพอใจที่เนื้อหารายการมีความเข้มข้น ให้แง่คิดผู้ชมเพื่อนำไปใช้ปรับใช้ในชีวิตประจำวัน และเนื้อหาจรรยาบรรณสังคม ด้านการนำเสนอรายการ พบว่า มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการถ่ายทำและการตัดต่อที่มีความสวยงาม น่าสนใจ และน่าตื่นเต้น และชื่อรายการ "ลับข่าว ครอบคลุมประเด็น" บ่งบอกถึงจุดเด่นในเรื่องของเอกลักษณ์รายการ และสุดท้าย คือ ด้านคุณสมบัติของผู้นำเสนอรายการในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่ผู้ดำเนินรายการใช้คำพูดและภาษาอย่างเหมาะสม และ ผู้ดำเนินรายการมีความสามารถในการนำเสนอข่าวได้อย่างน่าสนใจ โดยสอดคล้องกับทฤษฎีความพึงพอใจของ Kotler P. and Armstrong G. (2002) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (Motive) หรือแรงขับเคลื่อน (Drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน รวมถึงซิกมันด์ ฟรอยด์ (S. M. Freud) เสนอทฤษฎีการแสวงหาความพึงพอใจไว้ว่า บุคคลพอใจจะกระทำสิ่งใดๆ ที่ให้มีความสุขและจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำในสิ่งที่เขาจะได้รับความทุกข์หรือความยากลำบาก โดยอาจแบ่งประเภทความพอใจกรณีนี้ได้ 3 ประเภท คือ

1. ความพอใจด้านจิตวิทยา (psychological hedonism) เป็นทรศณะของความพึงพอใจว่ามนุษย์โดยธรรมชาติจะมีความสุขแสวงหาความสุขส่วนตัวหรือหลีกเลี่ยงจากความทุกข์ใดๆ
2. ความพอใจเกี่ยวกับตนเอง (egoistic hedonism) เป็นทรศณะของความพอใจว่ามนุษย์จะพยายามแสวงหาความสุขส่วนตัว แต่ไม่จำเป็นว่าการแสวงหาความสุขต้องเป็นธรรมชาติของมนุษย์เสมอไป

3. ความพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม (ethical hedonism) ทรรศนะนี้ถือว่ามนุษย์แสวงหาความสุขเพื่อผลประโยชน์ของมวลมนุษย์หรือสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่และเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ผู้หนึ่งด้วย

นอกจากนี้ สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อและข่าวสาร (Media Selective and Exposure) (Joseph T.Klapper, 1960 น.19 – 25 อ้างถึงใน วิณา วัฒนาศิริพานิช , 2549 น.11-12) ที่ระบุว่า ในชีวิตประจำวันของแต่ละคน มีโอกาสที่จะรับข่าวสารจากแหล่งหรือผู้ส่งสาร (Sources) ต่างๆ จำนวนมากมาย แต่ประชาชนมีเวลาและความสามารถที่จำกัดในการรับสารจากแหล่งต่างๆ รวมทั้งประชาชนมีความพอใจหรือไม่พอใจต่อแหล่งหรือผู้ส่งสารต่างๆแตกต่างกันไป ดังนั้น ในการสื่อสารมวลชนประชาชนจึงเลือกที่จะเปิดรับสารจากผู้ส่งสารที่ตนพอใจเท่านั้น เช่น ในการคู่มือทัศน์มีสถานีให้เลือกชมมากมาย เมื่อถึงเวลาเสนอข่าวเราก็จะเลือกช่องที่เราสนใจ ทั้งนี้ ชูดา จิตพิทักษ์ (2525น.59-66) ได้อธิบายว่าสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมของมนุษย์มี 2 ประเภท คือ

1. ลักษณะนิสัยส่วนตัวของมนุษย์แต่ละคน ประกอบด้วย

1.1 ความเชื่อ หมายถึง การที่บุคคลคิดว่าการกระทำบางอย่างหรือปรากฏการณ์บางอย่าง หรือสิ่งของบางอย่าง หรือคุณสมบัติของสิ่งของ หรือของบุคคลบางอย่างมีอยู่จริง หรือเกิดขึ้นจริงๆ กล่าวโดยสรุปคือ การที่บุคคลหนึ่งคิดถึงอาจจะดีในแง่ข้อเท็จจริงได้ แต่ถ้าเขาคิดว่าความจริงเป็นเช่นนั้นแล้ว นั่นคือความเชื่อของเขา

1.2 ค่านิยม หมายถึง แนวความคิดทั้งที่เห็นได้อย่างชัดเจน และไม่เด่นชัดซึ่งเป็นลักษณะพิเศษของบุคคลหนึ่ง หรือกลุ่มหนึ่งเกี่ยวกับว่าจะอะไรเป็นสิ่งดี ซึ่งเป็นความคิดที่มีอิทธิพลให้บุคคลเลือกกระทำการอันใดอันหนึ่งที่มีอยู่หลายวิธี หรือเลือกเป้าหมายอันใดอันหนึ่งจากหลาย ๆ อันที่มีอยู่

1.3 ทศนคติ หรือ เจตนคติ เป็นแนวโน้มหรือขั้นเตรียมพร้อมของพฤติกรรมนักจิตวิทยาบางท่านเรียกว่าเป็นการตอบสนองสิ่งเร้าทางจิตใจ ซึ่งคล้ายกับการตอบสนองทางร่างกาย ต่างกันแต่ว่ายังไม่ได้ออกก่าลังกายเท่านั้น (ชิตยา สุวรรณษา , 2517น.223) แม้ทศนคติจะเป็นผู้กำหนดทิศทางของพฤติกรรม แต่ทศนคติมิได้กำหนดเวลาที่จะแสดงพฤติกรรม ทั้งยังมีได้กำหนดว่าควรแสดงพฤติกรรมมากน้อยเพียงใด สิ่งที่กำหนดเวลาและปริมาณของพฤติกรรมนั้น เรียกว่า แรงจูงใจ ดังนั้นทศนคติจึงเป็นผู้วางแนวหรือทิศทางให้แรงจูงใจ และแรงจูงใจเป็นผู้กำหนดพฤติกรรมอีกทอดหนึ่ง

1.4 บุคลิกภาพ เป็นสิ่งที่บอกว่าคุณคนจะปฏิบัติอย่างไรในสถานการณ์หนึ่ง ๆ การอธิบายว่าบุคลิกภาพได้มาอย่างไรนั้น จะต้องอาศัยทฤษฎีทางจิตวิทยา หรือทฤษฎีการเรียนรู้ การอธิบายว่า

บุคลิกภาพได้มาได้อย่างไรนั้น จะมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมแบบนั้นเมื่อมีโอกาส แต่ถ้าพฤติกรรมใดนำมาซึ่งการลงโทษ สัตว์หรือคนนั้นจะมีแนวโน้มที่จะไม่ทำเช่นนั้นอีก

2. กระบวนการอื่น ๆ ทางสังคมซึ่งไม่เกี่ยวกับลักษณะนิสัยส่วนตัวของมนุษย์ สามารถแบ่งเป็นประเด็นได้ ดังนี้

2.1 สิ่งกระตุ้นพฤติกรรม (Stimulus Object) และความเข้มข้นของสิ่งกระตุ้นพฤติกรรม (Strength of Stimulus Object) พฤติกรรมจะเกิดขึ้นไม่ได้ถ้าไม่มีสิ่งกระตุ้นพฤติกรรม ซึ่งสิ่งกระตุ้นพฤติกรรมนั้นเป็นอะไรก็ได้ เช่น อาหาร เลียงปิ่น คำสบประมาท ฯลฯ

2.2 สถานการณ์ (Situation) หมายถึง สิ่งแวดล้อมทั้งที่เป็นบุคคล และไม่ใช่มนุษย์ ซึ่งอยู่ในสถานะที่บุคคลกำลังจะมีพฤติกรรม

จากแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจนี้ สรุปได้ว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดี หรือทัศนคติที่ดีของบุคคล ซึ่งมักเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามวัตถุประสงค์หรือความต้องการอันก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหากความต้องการของตนไม่ตรงตามวัตถุประสงค์หรือไม่ได้รับการตอบสนองความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น โดยมีปัจจัยหรือองค์ประกอบที่ใช้เป็นเครื่องมือบ่งชี้ถึงปัญหาที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ และมีสิ่งจูงใจที่ใช้เป็นเครื่องมือกระตุ้นให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ทั้งที่เป็นวัตถุ หรือมิใช่วัตถุ โดยบุคคลจะพยายามที่สร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรก ดังนั้นหากบุคคลมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ จะแสดงออกถึงความพึงพอใจ โดยถ้ามีการเปิดรับข่าวสารมากขึ้นจะส่งผลต่อความพึงพอใจมากขึ้นตามมา

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการค้ำข้าว ครอบคลุมประเด็นในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันมีพฤติกรรมการรับชมรายการแตกต่างกัน

จากผลการศึกษา พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย อายุ สถานภาพ การศึกษา และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ความถี่ในการรับชมรายการค้ำข้าว ครอบคลุมประเด็น แตกต่างกัน สำหรับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการรับชมรายการค้ำข้าว ครอบคลุมประเด็น ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริสารผล (2552) เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ชมรายการข่าวกีฬาของสถานีโทรทัศน์ในเขตบางเขน พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจของผู้ชมรายการข่าวกีฬาของสถานีโทรทัศน์ในเขตบางเขนที่แตกต่างกัน

ด้านระยะเวลาในการรับชมรายการ พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย อายุ สถานภาพ การศึกษา และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน ระยะเวลาในการรับชมรายการค้ำข้าวครอบคลุมประเด็นในแต่ละครั้ง แตกต่างกัน ส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์

ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ จะมีระยะเวลาในการรับชมรายการค้ำข่าวครบประเด็นในแต่ละครั้ง ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ศิริพร สิทธิฤทัย (2513) ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจต่อรายการโทรทัศน์ประเภท วารไรดีโชว์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ทัศนศึกษา : รายการทไวไลท์โชว์ ที่สรุปว่าพฤติกรรมการเปิดรับว่า จากกลุ่มตัวอย่างของเพศชาย และเพศหญิง ที่มี อายุ 21-30 ปี จำนวน 400คน ได้กล่าวเกี่ยวกับเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมโดยนานๆ ชมครั้งเป็นส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมในลักษณะไม่ต่างกัน

ด้านลักษณะการรับชมรายการค้ำข่าวครบประเด็นแตกต่างกัน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย อายุ การศึกษา และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน ลักษณะการรับชมรายการค้ำข่าวครบประเด็นแตกต่างกัน ส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ และสถานภาพ มีลักษณะการรับชมรายการค้ำข่าวครบประเด็นไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของนารินทร์ โตสำลี (2553) ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการรับชมรายการค้ำข่าวที่มีการส่งข้อความสั้น (SMS) ผ่านทางสถานีโทรทัศน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครในการรับชมรายการค้ำข่าว

ด้านการมีส่วนร่วมในรายการค้ำข่าวครบประเด็น พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ และการศึกษา แตกต่างกัน มีส่วนร่วมในรายการค้ำข่าวครบประเด็นแตกต่างกัน ส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ รายได้ต่อเดือน แตกต่างกันการมีส่วนร่วมในรายการค้ำข่าวครบประเด็นไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของศิริพร สิทธิฤทัย (2513) ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจต่อรายการโทรทัศน์ประเภท วารไรดีโชว์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ทัศนศึกษา : รายการทไวไลท์โชว์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท ที่กล่าวว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมโดยนานๆ ชมครั้งเป็นส่วนใหญ่ ยกเว้นรายการทไวไลท์โชว์ และ รายการระเบิดเถิดเทิง ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมชมเกือบทุกครั้ง และชมบ่อยครั้ง ซึ่งการที่จะทำให้ผู้รับสารสามารถเลือกรับสาร เลือกรับรู้หรือเลือกที่จะจดจำนั้น รายการโทรทัศน์ประเภทวารไรดีโชว์ที่นำเสนออยู่ในปัจจุบันต้องสร้างความน่าสนใจให้เกิดขึ้นกับผู้รับสาร มีรูปแบบในการนำเสนอที่ชัดเจน หรือเป็นที่โดดเด่นจนสามารถทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความจดจำและติดตามชมรายการได้อย่างสม่ำเสมอ

ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience Analysis) ของ กาญจนา แก้วเทพ (2541 น.302) ที่กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมโดยส่วนใหญ่ของคนเราจะ เป็นไปตามแบบฉบับที่สังคมวางไว้ เช่น คนรุ่นไหนควรทำพฤติกรรมอย่างไร และสังคมทุกๆ ไป มักจะกำหนดให้บุคคลที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีแบบแผนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อและข่าวสาร (Media Selective and Exposure) (Joseph T.Klapper, 1960 น.19 – 25 อ้างถึงใน วิณา วัฒนาศิริพานิช, 2549 น.11-12) ที่กล่าวว่า การเปิดรับข่าวสารที่สำคัญนั้น ประชาชนเลือกที่จะเปิดรับสารจากผู้ส่งสารที่ตนพอใจ เท่านั้น เช่น ในการดูโทรทัศน์มีสถานีให้เลือกชมมากมาย เมื่อถึงเวลาเสนอข่าวเราก็จะเลือกช่องที่ เราสนใจ หรือการฟังวิทยุก็จะฟังช่องที่เราเลือกฟังเป็นประจำ เป็นต้น ซึ่งปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม ในการรับชมรายการับข่าวครบประเด็นกับความพึงพอใจต่อการรับชมรายการับข่าวครบประเด็น ด้านรูปแบบรายการมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการรับชมรายการับข่าวครบประเด็น ด้าน รูปแบบรายการ

นอกจากพฤติกรรมเลือกเปิดรับข่าวสารดังกล่าวแล้ว ยังมีองค์ประกอบอื่นๆ ดังที่ วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wiburschramm, 1973 น.125-130) กล่าวไว้ว่า การศึกษาและสถานภาพทางสังคม นับเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ขึ้นในตัวบุคคลและเป็นตัวชี้พฤติกรรม สื่อสารของผู้รับนั้น ทั้งพฤติกรรมในการเลือกรับสื่อ และเลือกเนื้อหาของข่าวสาร และสอดคล้องกับ ที่วิลเบอร์ ชแรมม์ และแอสกิน (Wilbur Schramm and Askin) ยังได้กล่าวถึงการเลือกเปิดรับสื่อของผู้รับสารไว้ในลักษณะเดียวกันว่า ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกเปิดรับสื่อที่สามารถจัดหามาได้ และสะดวกในการเปิดรับมากที่สุด รวมทั้งเป็นสื่อที่ผู้รับสารเปิดรับเป็นประจำ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับการศึกษาวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการรับชม ละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำของเด็กในจังหวัดเชียงใหม่ ของ สุภาพันธุ์ บุนนาค (2546) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับชม และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการชมละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำของเด็กในจังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการเปิดรับชม และลักษณะทาง ประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับชม กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการชมละคร โทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำ โดยการวิจัยครั้งนี้ได้กล่าวเกี่ยวกับเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับว่า พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เปลี่ยนไปชมช่องอื่นเมื่อละครไม่สนุกหรือนำเบื่อ

จากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น เห็นได้ว่าพฤติกรรมการเปิดรับชมจะมี พื้นฐานมาจากความรู้และทัศนคติที่คอยผลักดันให้เกิดพฤติกรรม ซึ่งในแต่ละบุคคลจะมีพฤติกรรม แตกต่างกันไปโดยจะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และความต้องการของผู้รับชม ซึ่งขึ้นอยู่กับ

องค์ประกอบทั้ง เป้าหมายความพร้อม สถานการณ์ การแปลความหมาย การตอบสนอง ผลลัพธ์ที่ตามมา และปฏิกริยาต่อความผิดหวัง ซึ่งให้เห็นว่าการสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ มีส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการรับชม อันจะส่งต่อความพึงพอใจและเกิดประโยชน์ ทำให้บุคคลมีความรู้ นำความรู้ที่ได้มาสร้างทัศนคติ และเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลมากขึ้น

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการข่าวครบประเด็นในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการรับชมรายการแตกต่างกัน

โดยผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการรับชมรายการแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริ สารผล (2552) เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ชมรายการข่าวกีฬาของสถานีโทรทัศน์ในเขตบางเขน พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา มีความพึงพอใจของผู้ชมรายการข่าวกีฬาของสถานีโทรทัศน์ในเขตบางเขนแตกต่างกัน ซึ่งในด้านรูปแบบรายการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจที่เป็นรายการข่าวที่นำเสนอข่าวอย่างเป็นกลาง ด้านเนื้อหารายการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจที่รายการมีเนื้อหาที่มีความเข้มข้น โดยสอดคล้องกับที่ชยพล สุทธิโยธิน (2528 น.7) ที่ระบุว่า การสร้างคุณค่าให้กับเนื้อหา (Add Value) การนำเสนอข้อมูลที่เป็นเรื่องราวไป ผ่านการออกแบบสร้างสรรค์ ย่อมทำให้เกิดความน่าสนใจ มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ทั้งมูลค่าเพิ่มทางวิชาการ และทางด้านเศรษฐกิจ ด้านการนำเสนอรายการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจที่มีการถ่ายทำและการตัดต่อมีความสวยงาม น่าสนใจ และน่าตื่นตื้น ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความน่าสนใจให้กับรายการ สอดคล้องกับ ชยพล สุทธิโยธิน (2528 น.7) ที่ระบุว่า การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์เป็นสิ่งสำคัญในการผลิตรายการโทรทัศน์ ที่จะทำให้รายการตอบสนองความพึงพอใจและให้ความสุขแก่ผู้ชมได้ และด้านคุณสมบัติของผู้นำเสนอรายการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจที่ผู้ดำเนินรายการใช้คำพูดและภาษาอย่างเหมาะสม และ ผู้ดำเนินรายการมีความสามารถในการนำเสนอข่าวได้อย่างน่าสนใจ โดยสอดคล้องกับองค์ประกอบการสร้างสรรครายการโทรทัศน์ (ชยพล สุทธิโยธิน, 2548, น. 140) ว่าต้องมีประเภทหรือแนวเรื่อง เรื่องราว รูปแบบและวิธีนำเสนอรายการ ตลอดจนผู้นำเสนอ สถานที่ เวลา และการสื่อความหมายทางอารมณ์และความรู้สึก เพื่อให้สามารถดำเนินรายการ และการเชื่อมโยงเรื่องราวต่างๆ ของรายการแต่ละช่วงให้กลมกลืน ต่อเนื่องกันให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการนำเสนอ

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการรับชมรายการค้ำข่าวครบประเด็นของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการรับชมรายการค้ำข่าวครบประเด็น

โดยผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า ความถี่และการมีส่วนร่วมในการรับชมรายการค้ำข่าวครบประเด็น มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการรับชมรายการค้ำข่าว ครบประเด็น ด้านรูปแบบรายการ ด้านเนื้อหารายการ ด้านการนำเสนอรายการ และ ด้านคุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการ

ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการรับชมรายการค้ำข่าว ครบประเด็น ต่อความพึงพอใจในการรับชมรายการ พบว่า ระยะเวลาในการรับชมรายการไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับชมรายการค้ำข่าว ครบประเด็น ด้านรูปแบบรายการ ด้านคุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการ แต่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับชมรายการค้ำข่าว ครบประเด็น ด้านเนื้อหารายการ ด้านการนำเสนอรายการ

ด้านลักษณะการรับชมรายการค้ำข่าว ครบประเด็น พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อการรับชมรายการค้ำข่าวครบประเด็น ด้านรูปแบบรายการ และด้านเนื้อหารายการ แต่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจด้านการนำเสนอรายการ และด้านคุณสมบัติผู้ดำเนินรายการ

สอดคล้องกับงานวิจัยของ มนัสนันท์ อภิกรมย์วิจิตร(2554) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิงของประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร ผลวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิงที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อรายการข่าวบันเทิงที่แตกต่างกัน เช่น พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิง ด้านระยะเวลาในการรับชมพฤติกรรมชมและมีส่วนร่วมในกิจกรรมรายการที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจ ด้านเนื้อหารายการและรูปแบบรายการข่าวบันเทิงที่แตกต่างกัน ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิงด้านระยะเวลาในการรับชมที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านพิธีกร ผู้ดำเนินรายการ ที่แตกต่างกัน ขณะที่พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิง ด้านพฤติกรรมการชมรับชม และด้านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมรายการข่าวบันเทิงที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านพิธีกร ผู้ดำเนินรายการ ที่ไม่แตกต่างกัน เป็นต้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าพฤติกรรมการรับชมรายการของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับชมรายการนั้น ๆ แต่ไม่ใช่ทั้งหมด เช่นเดียวกัน สะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยด้านพฤติกรรมที่ส่งผลต่อความพึงพอใจนั้นประกอบด้วยหลายปัจจัย และส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับชมรายการที่แตกต่างกัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผลการวิจัย

5.3.1.1 ผลการวิจัย "พฤติกรรมกรรมการรับชม และความพึงพอใจรายการค้ำข้าวครบประเด็นของสถานีโทรทัศน์ โมเดิร์นไนน์ทีวี ของผู้รับชมในเขตกรุงเทพมหานคร" ที่เห็นชัดเจนคือการที่ผู้ชมรายการค้ำข้าว ครบประเด็นยังเข้ามามีส่วนร่วมกับทางรายการน้อยมาก สะท้อนให้ถึงการสื่อสารของรายการค้ำข้าว ครบประเด็นมีลักษณะสื่อสารทางเดียว ดังนั้น ผู้ผลิตรายการควรตระหนักถึงการสร้างแรงจูงใจให้ผู้ชมเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้นเช่น จัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชม ส่งเสริมให้มีช่องทางที่ทำให้ผู้ชมสามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้ง่ายและมากขึ้น

5.3.1.2 ลักษณะประชากรมีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ชมรายการค้ำข้าว ดังนั้น หากผู้ผลิตรายการต้องการพัฒนา ปรับปรุงรายการค้ำข้าว ครบประเด็น ให้เป็นที่ต้องการและเพิ่มการเข้ามาชมรายการมากขึ้น ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการจะเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจในการดำเนินการเกี่ยวกับรายการให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเฉพาะประชากรที่รับชมรายการค้ำข้าว ครบประเด็น ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเพียงส่วนหนึ่งของผู้ชมรายการทั้งหมด การศึกษาในอนาคตควรผู้ชมทั้งหมดของรายการค้ำข้าว ครบประเด็น เนื่องจากรายการดังกล่าวมีผู้ชมรายการอยู่ทั่วประเทศ ซึ่งลักษณะประชากรในแต่ละพื้นที่จะมีความแตกต่างกันในบริบทที่อาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม การเปิดรับชมรายการ และความพึงพอใจที่มีต่อรายการที่แตกต่างกัน ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการพัฒนารายการให้ตรงกับความต้องการของผู้ชมที่อยู่ในพื้นที่หลากหลายได้

5.3.2.2 การวิจัยนอกจากศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการรับชม รายการค้ำข้าว ครบประเด็นของสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวีแล้ว ควรวิจัยรายการข่าวในรูปแบบอื่นที่ออกอากาศทางช่องต่างๆ แล้วนำมาเปรียบเทียบกับรายการค้ำข้าว ครบประเด็น