



การสำรวจพฤติกรรมและรสนิยมการรับชม
รายการโทรทัศน์ของกลุ่มผู้ชมกรุงเทพมหานคร
และปริมณฑล

Exposure Behavior and Taste from
Watching TV Program of Urban Audience
in Bangkok Metropolitan Region

กานต์ เขาวนน์นิตติสัย
Karn Chaonirattisai



การสำรวจพฤติกรรมและรสนิยมการรับชมรายการโทรทัศน์ของกลุ่มผู้ชมกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

Exposure Behavior and Taste from Watching TV Program of
Urban Audience in Bangkok Metropolitan Region

กานต์ เชาว์นิรัตติศัย¹
Karn Chaonirattisai

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ของกลุ่มผู้ชมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และรสนิยมการรับชมรายการโทรทัศน์ของกลุ่มผู้ชมกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อันจะเป็นข้อมูลพื้นฐานที่ช่วยให้ทราบถึงพฤติกรรมและรสนิยมการรับชมรายการโทรทัศน์ในปัจจุบันของกลุ่มผู้ชมกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 905 คน

ผลการวิจัยด้านพฤติกรรมผู้ชมรายการโทรทัศน์ของกลุ่มผู้ชมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ชมรายการโทรทัศน์ จำนวน 905 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างรับชมโทรทัศน์ผ่านช่องทางทางกล่องดิจิทัล ร้อยละ 45.3 รับชมผ่านเคเบิลทีวี ร้อยละ 30.5 และรับชมผ่านจานดาวเทียม ร้อยละ 28.7 โดยที่ในที่พักอาศัยของกลุ่มตัวอย่างมีโทรทัศน์จำนวน 1 เครื่อง ร้อยละ 38.2 และภายในที่พักอาศัยมีโทรทัศน์จำนวน 2 เครื่อง ร้อยละ 34.9 โดยกลุ่มตัวอย่างใช้เวลาเฉลี่ยในการรับชมรายการโทรทัศน์โดยประมาณ 1-3 ชั่วโมงต่อวัน ร้อยละ 60.1 และรับชมรายการโทรทัศน์ประมาณ 4-6 ชั่วโมงต่อวัน ร้อยละ 20.4 สำหรับกิจกรรมที่ผู้ชมทำร่วมระหว่างรับชมรายการ

¹ อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

โทรทัศน์ พบว่า ผู้ชมใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ควบคู่กับการรับชมโทรทัศน์ ร้อยละ 45.6 และรับประทานอาหารควบคู่การรับชมโทรทัศน์ ร้อยละ 42.1 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ตั้งใจชมโทรทัศน์เพียงอย่างเดียว มีเพียงร้อยละ 29.1 จากการวิจัยแสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้ชมรายการโทรทัศน์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลส่วนใหญ่ไม่ได้มีสมาธิจดจ่ออยู่กับรายการโทรทัศน์เพียงอย่างเดียว สำหรับผลวิจัยด้านรสนิยมของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้ทำการวิจัยได้แบ่งประเภทของรายการโทรทัศน์ ดังนี้ รายการข่าว รายการสารคดี ละคร ซีรีส์ เกมโชว์ ทอล์คโชว์/วาไรตี้ รายการกีฬา และการถ่ายทอดสดกีฬา พบว่า กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบรายการข่าวประเภทข่าวสังคม วัฒนธรรมและบันเทิง ร้อยละ 67.6 กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบสารคดีประเภทสัตว์โลก ร้อยละ 53.3 กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบละครสมัยใหม่ ร้อยละ 47.4 กลุ่มตัวอย่างไม่สนใจรับชมซีรีส์ใดเลย ร้อยละ 52.1 กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบรายการเกมโชว์ประเภทตลก ร้อยละ 65.1 กลุ่มตัวอย่างไม่สนใจรับชมทอล์คโชว์ / วาไรตี้ ร้อยละ 43.4 กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบรายการกีฬาประเภทสปรูบข่าวกีฬา ร้อยละ 53.0 และกลุ่มตัวอย่างชื่นชอบการถ่ายทอดสดกีฬาภายในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 48.8

คำสำคัญ : พฤติกรรม; รสนิยม

Abstract

The purposes of the study were to examine the exposure behavior and taste of the respondents to the television programs. The samples used in this study were urban audience in Bangkok Metropolitan Region: Bangkok, Nonthaburi, Samut Prakan, Pathum Thani, Samut Sakhon, and Nakhon Pathom. This research was a quantitative one using questionnaire as an instrument. The questionnaires were delivered to 905 respondents.

The results found that :

1. The majority of the respondents watched television programs via Set-Top Box. The respondents had 1 television set per household, the average time for the majority of the respondents to watch the television program was 1-3 hours and they used smart phone to access the social network while watching television. The data showed that the majority of the respondents did not concentrate on watching.



2. The majority of the respondents liked watching social, culture, and entertainment news (67.6%), animal planet documentary (53.3%), modern TV drama (47.4%), the respondents did not enjoy watching TV series (52.1%); the majority of the respondents liked to watch comedy game shows (65.1%), 43.4% of these respondents did not watch talk shows / variety, They preferred watching short sport news (53.0%) and local sport live broadcast (48.8%).

Keywords : Exposure Behavior; Taste

บทนำ

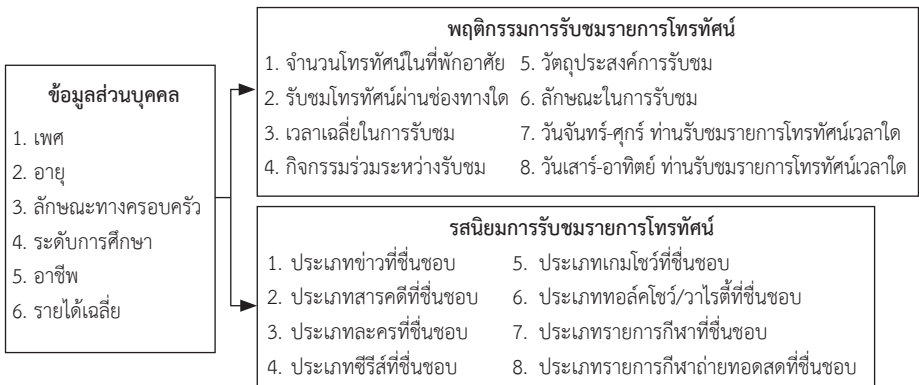
แม้ว่าในปัจจุบันโลกจะมีวิวัฒนาการความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีและช่องทางการสื่อสารมากเพียงใด แต่สื่อที่ยังได้รับความนิยม และครอบคลุมในการกระจายข่าวสารทั้งอดีตและปัจจุบันเป็นอันดับต้นๆ ยังคงเป็นสื่อโทรทัศน์ ซึ่งสามารถสร้างกระแสสังคม รวมถึงความนิยมได้สูง หากเปรียบเทียบกับสื่อประเภทอื่นๆ โดยการรับชมโทรทัศน์ของผู้ชมต่างมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป เช่น เพื่อรับข้อมูลข่าวสารในชีวิตประจำวัน และนำไปพูดคุยกับครอบครัว เพื่อความบันเทิงและผ่อนคลาย เพื่ออ้างอิงและเป็นข้อมูลในการดำเนินชีวิต หรือแม้กระทั่งเป็นเพื่อนในขณะที่อยู่บ้าน และอื่นๆ อีกมากมาย สำหรับโทรทัศน์ในประเทศไทย ได้ผ่านยุคการเปลี่ยนแปลงมากมาย การปรับตัวทางธุรกิจจากผลกระทบในหลายด้าน เช่น การมีทั้งรายการโทรทัศน์ที่บอกรับสมาชิก และการมีรายการโทรทัศน์ที่ไม่บอกรับสมาชิก การเข้ามากำกับดูแลกิจการโทรทัศน์จากภาครัฐ การปรับเปลี่ยนรูปแบบการจดทะเบียน รวมถึงการปรับตัวทางเทคโนโลยี เช่น การปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอจากจอขาวดำ เป็นจอสี การเข้ามาของระบบต่างๆ ในการรับชม เช่น ดาวเทียม ดิจิทัลทีวี หรือแม้กระทั่งการที่สื่อสังคมออนไลน์ เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของประชาชนที่ทำให้พฤติกรรมในการรับข้อมูลข่าวสารเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนส่งผลให้กิจการโทรทัศน์ต้องปรับตัวทั้งด้านธุรกิจ ด้านบุคลากร และด้านความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้สื่อโทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อหลักของกลุ่มผู้ชมต่อไป ท่ามกลางการแข่งขันของช่องรายการโทรทัศน์ต่างๆ องค์กรจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่เราต้องศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้รับชมรายการโทรทัศน์ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของธุรกิจเพื่อให้องค์กรธุรกิจสามารถเข้าใจความต้องการที่แท้จริงของผู้รับชม และมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมดังกล่าว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ของกลุ่มผู้ชมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษารสนิยมในการรับชมรายการโทรทัศน์ของกลุ่มผู้ชมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาพฤติกรรมการและรสนิยมการรับชมรายการโทรทัศน์ของกลุ่มผู้ชมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ นันทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี สมุทรสาคร และนครปฐม โดยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีในการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การสำรวจพฤติกรรมการและรสนิยมในการรับชม รายการโทรทัศน์ของกลุ่มผู้ชมผู้ชมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” มีกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังนี้

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure)

มนุษย์เรามีรสนิยม มีความชอบในเนื้อหาของข่าวสารหรือรายการที่แตกต่างกันออกไป การเลือกรับข่าวสารหรือรายการของบุคคลย่อมสะท้อนถึงพฤติกรรมการสื่อสารของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันไปทั้งด้านบุคคลและด้านจิตวิทยา ที่มีผลต่อกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ที่แตกต่างกันในการรับข่าวสารต่างๆ ผู้รับสารย่อมมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) ด้วยสาเหตุต่างๆ ซึ่งแต่ละบุคคลก็จะมี



พฤติกรรมในการเปิดรับสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกัน ดังนั้นบุคคลจะมีพฤติกรรมในการเปิดรับสารด้วยสาเหตุต่างๆ อันได้แก่ (พีระ จีโรโสภณ, 2529 อ้างอิงใน สถาพร สิงหะ, 2556)

1. ความเหงา เพราะมนุษย์ต้องการมีเพื่อน จึงไม่สามารถอยู่ได้เพียงลำพังต้องหาทางสื่อสารกับบุคคลอื่น หรือหาเพื่อนเพื่อคลายเหงา
2. ประโยชน์ใช้สอย (Self-Aggrandizement) มนุษย์ต้องการรับรู้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง เช่น ได้รับความรู้ ความสนุกสนาน ความสุขกายสบายใจ
3. สาเหตุจากตัวสื่อซึ่งมีลักษณะกระตุ้น ชื่นนำ ทำให้ผู้รับข่าวสารต้องการได้รับข่าวสารนั้นๆ

กระบวนการของพฤติกรรมที่ทำให้เกิดการเปิดรับสารซึ่งมีอยู่ 4 กระบวนการที่มีความต่อเนื่องและเกี่ยวข้องกัน โดยเรียงตามลำดับ ดังนี้ (ประม ๑ สดเวทิน อ้างอิงใน ภัททิรา กลิ่นเลขา, 2557)

1. การเลือกเปิดรับหรือการเลือกใช้ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อหรือข่าวสารจากแหล่งต่างๆ ตามความสนใจและความต้องการ เพื่อนำมาใช้แก้ไขปัญหหรือสนองความต้องการของตน โดยปกติบุคคลจะเลือกใช้สื่อที่เสนอข่าวสารและความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิดและทัศนคติของตน เพราะธรรมชาติบุคคลมีความต้องการอย่างยิ่งที่จะปกป้องรักษาและส่งเสริมความคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self-Concept)
2. การเลือกสนใจ (Selective Attention) ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใด โดยมักเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็น ความสนใจของตนเพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่ และขณะเดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ
3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Processes and Selective Interpretation) การรับรู้ (Perception) และการตีความหมาย (Interpretation) มีความเกี่ยวข้องกันจนเกือบเป็นสิ่งเดียวกัน
4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เมื่อบุคคลได้เลือกให้ความสนใจเลือกรับรู้ และตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังมีแนวโน้มในการเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ หรือเรื่องที่ขัดแย้ง เรื่องที่ค้านกับความคิดหรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารให้มันคงยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น ทำให้ผู้รับสารมีความสนใจที่จะเปิดรับสารต่างกัน Adam Defleur (1966) ได้อธิบายถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการจดจำ แบ่งได้ดังนี้

- บุคคลมีความแตกต่างกันในด้านบุคลิกภาพ และสถานภาพทางจิตวิทยาที่แตกต่างกัน มีผลทำให้การเลือกรับสารแตกต่างกัน
- บุคคลที่อยู่ในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ก็จะได้รับ การเรียนรู้สภาพแวดล้อมที่ต่างกันไปด้วย
- การเรียนรู้สภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันนี้ ทำให้บุคคลมีทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ และบุคลิกภาพแตกต่างกัน

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการสื่อสาร (Uses and Gratification Approach)

เวนเนอร์ (Wenner, 1985 : 171-193) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) โดยได้รวบรวมผลงานวิจัยที่มีผู้ทำไว้มากมาย แล้วสร้างออกมาเป็นแผนที่แสดงความพึงพอใจในการบริโภคสื่อข่าวสาร (Media News Gratifications Map) เวนเนอร์ (Wenner, 1985) แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1. Orientational Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง และเพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) หรือการได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility)
2. Social Gratifications เป็นการใชข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคมซึ่งรับรู้จากข่าวสารเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น ใช้เป็นข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ
3. Para-social Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อหรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือหรือความชื่นชมผู้อ่านข่าวเป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม
4. Para-orientational Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนานเพื่อหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น

บลัมเลอร์ (Blumler, 1985) ได้จำแนกความพึงพอใจออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้

1. ความเพลิดเพลิน (Diversion) ซึ่งจะออกมาในรูปแบบของการใช้สื่อเพื่อหลบหนีปัญหา เพื่อหลีกเลี่ยงจากงานประจำ และเพื่อผ่อนคลายอารมณ์ เป็นต้น



2. มนุษย์สัมพันธ์ (Personal Relations) เช่น ใช้สื่อเพื่อให้มีเรื่องราวไปพูดคุยกับผู้อื่น หรือเพื่อให้มีโอกาสได้ใช้เวลาอยู่ร่วมกับคนในครอบครัว เป็นต้น

3. เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Personal Identity) ได้แก่ การอ้างอิงบุคคล (Personal Reference) การค้นหาความจริง (Reality Exploration) และเพื่อให้ได้ข้อมูลมาเป็นแรงเสริมย้ำความเชื่อของตน เป็นต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุตารักษ์ เนื่องชมภู (2553) ได้วิจัยเรื่อง ความต้องการและความพึงใจต่อรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์สาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้รับชมโทรทัศน์ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ชมโทรทัศน์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 21-30 ปี ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท โดยใช้เวลารับชมโดยประมาณ 30 นาที – 1 ชั่วโมง ในช่วงเวลา 18.01 -22.00 น. การรับชมส่วนใหญ่จะเปลี่ยนช่องไปมา โดยศึกษาถึงเหตุผลที่เลือกรับชมรายการประเภทข่าว รายการสารบันเทิง รายการสารประโยชน์ รายการสารคดี และรายการประเภทเด็กและเยาวชน ปรากฏว่ารายการประเภทข่าว ที่มีผู้ชมมากที่สุดคือ รายการเปิดปม รายการประเภทสารบันเทิง ได้แก่ รายการดนตรีวิถีศิลป์ รายการประเภทสารประโยชน์คือ รายการไทยมุง รายการประเภทสารคดี ได้แก่ รายการท่องเที่ยวโลกกว้าง รายการประเภทเด็กและเยาวชน ได้แก่ รายการ English breakfast ส่วนความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อ วันเวลา และระยะเวลาที่ออกอากาศของรายการ ปรากฏว่ารายการข่าวผู้ชมมีความพึงพอใจต่อวัน เวลา และระยะเวลาที่ออกอากาศมากที่สุด ส่วนความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรูปแบบการนำเสนอรายการ สูงที่สุดคือ รายการข่าว ทางด้านความต้องการคุณค่าที่ได้รับจากการรับชมรายการทางทีวีไทย ผู้ชมมีความต้องการที่สูงที่สุดคือ การเข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้ทุกกลุ่ม ส่วนคุณค่าที่ผู้ชมต้องการให้รายการนำเสนอมากที่สุดคือ รูปแบบสารคดีไทยและต่างประเทศ

นวรรตน์ ไชยฤกษ์ (2557) ได้วิจัยเรื่อง การเปิดรับ ความพึงพอใจ และความคาดหวังของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อละครโทรทัศน์ของช่องโทรทัศน์ดิจิทัล ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ของช่องโทรทัศน์ดิจิทัล ดังนี้ ส่วนใหญ่เปิดรับชม สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 โดยรับชมละครโดยเฉลี่ย 1 - 3 ชั่วโมง/วัน ในช่วงเวลา 20.01 - 00.00 น โดยมีพฤติกรรมการรับชมในลักษณะ ตั้งใจชมตลอดรายการ และมีเป้าหมายในการรับชมเพื่อความบันเทิงผ่อนคลาย ด้านความพึงพอใจ พบว่า

โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ใน ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ชมให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านเนื้อหาของละคร รองลงมาพึงพอใจเพลงประกอบละคร และ การทำให้ผ່อนคลายความตึงเครียด

วิธีการดำเนินการวิจัย

การสำรวจครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่ม (Random Sampling) ในช่วงเดือนสิงหาคม ถึงช่วงเดือนกันยายน 2559 โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 905 คน ผู้วิจัยเลือกสถานที่การเก็บข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเป็นจังหวัดที่เป็นพื้นที่กลุ่มเป้าหมายของศูนย์ข่าวของกรมประชาสัมพันธ์ เนื่องจากงานวิจัยนี้สามารถนำไปวางแผนพัฒนารูปแบบการวางผังรายการให้แก่ศูนย์ข่าวของกรมประชาสัมพันธ์ โดยลงพื้นที่ในจังหวัด กรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี สมุทรสาคร และนครปฐม

การสำรวจครั้งนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้
ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ จำนวน 6 ข้อ
ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมในการรับชมรายการโทรทัศน์ จำนวน 8 ข้อ
ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านรสนิยมในการรับชมรายการโทรทัศน์ จำนวน 8 ข้อ

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่รับชมรายการโทรทัศน์ของกลุ่มผู้ชมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 905 คน เป็นเพศชายจำนวน 339 คน คิดเป็นร้อยละ 44.1 และเพศหญิง 506 คน คิดเป็นร้อยละ 55.9 โดยส่วนใหญ่อยู่อายุ 41-50 ปี จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 กลุ่มอายุ 31-40 ปี จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 มีลักษณะครอบครัวส่วนใหญ่เป็นแบบครอบครัวเดี่ยว จำนวน 556 คน คิดเป็นร้อยละ 61.4 และครอบครัวผสม จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 และไม่ได้อาศัยอยู่กับครอบครัว จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 330 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาจำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นนักเรียนนักศึกษาจำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 และประกอบอาชีพค้าขาย จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 454 คน คิดเป็นร้อยละ 50.1 รองลงมาคือ 10,001-15,000 บาท จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4



ในด้านพฤติกรรมในการรับชมรายการโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีโทรทัศน์ภายในที่พักอาศัยจำนวน 1 เครื่อง จำนวน 346 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 และมีโทรทัศน์ภายในที่พักอาศัยจำนวน 2 เครื่อง จำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 34.9 ส่วนใหญ่รับชมโทรทัศน์ผ่านช่องทางทางกล่องดิจิตอล จำนวน 410 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 รับชมผ่านเคเบิลทีวี จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 และรับชมผ่านจานดาวเทียม จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 กลุ่มตัวอย่างรับชมโทรทัศน์เฉลี่ย 1-3 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 513 คน คิดเป็นร้อยละ 60.1 รับชมรายการโทรทัศน์ประมาณ 4-6 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 และรับชมรายการโทรทัศน์น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6 สำหรับกิจกรรมที่ผู้ชมทำระหว่างรับชมรายการโทรทัศน์พบว่า ผู้ชมใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ควบคุมการรับชมโทรทัศน์ จำนวน 413 คน คิดเป็นร้อยละ 45.6 รับประทานอาหารควบคุมการรับชมโทรทัศน์ จำนวน 381 คน คิดเป็นร้อยละ 42.1 ทำงานบ้านควบคู่กับการรับชมโทรทัศน์ จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ตั้งใจชมโทรทัศน์เพียงอย่างเดียว จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1 โดยกลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ประสงค์ในการรับชมโทรทัศน์เพื่อความบันเทิงและผ่อนคลาย จำนวน 614 คน คิดเป็นร้อยละ 67.8 และรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อทราบข่าวสารในชีวิตประจำวัน จำนวน 597 คน คิดเป็นร้อยละ 65.9 สำหรับลักษณะในการรับชมโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างนั้น จะมีลักษณะที่เปิดเฉพาะรายการที่ตนเองชอบ จำนวน 437 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 เปลี่ยนช่องไปเรื่อยๆ จนกว่าจะเจอรายการที่น่าสนใจ จำนวน 338 คน คิดเป็น 37.3 เปลี่ยนช่องเมื่อมีโฆษณา จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 และมีกลุ่มผู้ชมที่ชมรายการโทรทัศน์ช่องเดียวไม่เปลี่ยนไปช่องอื่น จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1 ส่วนช่วงเวลาในการรับชมรายการโทรทัศน์ พบว่า ในวันจันทร์-ศุกร์ กลุ่มตัวอย่างรับชมโทรทัศน์ในช่วงค่ำ เวลาประมาณ 19.01 – 23.00 น. จำนวน 561 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 รับชมโทรทัศน์ในช่วงเช้า เวลาประมาณ 04.00 – 08.00 น. จำนวน 414 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 และรับชมโทรทัศน์ในช่วงเย็น เวลาประมาณ 16.01 – 19.00 น. จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 และกลุ่มตัวอย่างรับชมรายการโทรทัศน์ในวันเสาร์-อาทิตย์ในช่วงค่ำ เวลาประมาณ 19.01 – 23.00 น. จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 รับชมรายการโทรทัศน์ช่วงสาย เวลาประมาณ 08.01 – 10.00 น. จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 28.9 และรับชมโทรทัศน์ในช่วงเย็น เวลาประมาณ 16.01 – 19.00 น. จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3

สำหรับด้านรสนิยมในการรับชมรายการโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างภูมิภาค ซึ่งข้อมูลในส่วนนี้สามารถนำไปออกแบบพัฒนาเนื้อหาหารายการโทรทัศน์ได้ในอนาคต พบว่ากลุ่มตัวอย่างชื่นชอบข่าวประเภทสังคม วัฒนธรรม และบันเทิง จำนวน 612 คน คิดเป็นร้อยละ 67.6 ข่าวประเภทอาชญากรรม จำนวน 437 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 และข่าวการเมือง จำนวน 423 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 สำหรับสารคดีนั้นพบว่ากลุ่มตัวอย่างชื่นชอบรายการสารคดีสัตว์โลก จำนวน 483 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 และสารคดีประเภทท่องเที่ยว จำนวน 371 คน คิดเป็นร้อยละ 40.9 และไม่สนใจรับชมสารคดี จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 สำหรับละครนั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบละครสมัยใหม่ จำนวน 429 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4 และละครจบในตอนหรือซีทคอม จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 และไม่สนใจรับชมละคร จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 27.4 เมื่อผู้วิจัยสอบถามถึงประเภทซีรีส์ต่างประเทศที่ชื่นชอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างไม่สนใจรับชมซีรีส์ต่างประเทศ จำนวน 472 คน คิดเป็นร้อยละ 52.2 และชื่นชอบซีรีส์จากประเทศเกาหลี จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 24.4 สำหรับรายการเกมโชว์ พบว่าชื่นชอบเกมโชว์ประเภทตลก จำนวน 589 คน คิดเป็นร้อยละ 65.1 เกมโชว์ประเภททำสมอง จำนวน 433 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 และ เกมโชว์ประเภทร้องเพลง จำนวน 357 คน คิดเป็นร้อยละ 39.4 สำหรับรายการทอล์คโชว์และวาไรตี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่สนใจรับชมรายการประเภททอล์คโชว์และวาไรตี้ จำนวน 393 คน คิดเป็นร้อยละ 43.4 ชอบชมรายการทอล์คโชว์และวาไรตี้ประเภทนำบุคคลทั่วไปที่ประสบความสำเร็จในชีวิตมาถ่ายทอดเรื่องราว จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบรายการกีฬา ประเภทสรุปข่าวกีฬา จำนวน 480 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 โดยอีกส่วนไม่สนใจรับชมรายการประเภทกีฬา จำนวน 362 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และกลุ่มตัวอย่างชื่นชอบการถ่ายทอดสดกีฬา ประเภทถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬาภายในประเทศ จำนวน 442 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 และไม่สนใจรับชมการถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬา จำนวน 382 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2

การอภิปรายผลการวิจัย

ผลการสำรวจพบว่า กลุ่มผู้รับชมรายการโทรทัศน์ส่วนภูมิภาค จำนวน 905 คน มีเครื่องโทรทัศน์อยู่ที่บ้านจำนวน 1 เครื่อง จำนวน 346 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 และมีเครื่องโทรทัศน์อยู่ที่บ้านจำนวน 2 เครื่อง จำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 34.9



ซึ่งจากตัวเลขในข้างต้นจะเห็นว่ามีความแตกต่างกันที่น้อยมาก โดยในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ภายในที่พักอาศัยมีโทรทัศน์จำนวน 2 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 37.4 ในส่วน ปริมาณหลายส่วนใหญ่มิโทรทัศน์ภายในที่พักอาศัยจำนวน 1 เครื่อง คิดเป็นร้อยละ 41.5

จำนวนโทรทัศน์ต่อบ้าน ข้อมูลรวม



คิดเป็น

38.2% (346)



คิดเป็น

34.9% (316)

ข้อมูลแยกพื้นที่

กรุงเทพมหานคร

= 37.4%

= 34.2%

ปริมณฑล

= 41.5%

= 32.9%

แผนภาพที่ 2 จำนวนโทรทัศน์ในที่พักอาศัยของกลุ่มตัวอย่าง

จากจำนวนโทรทัศน์ภายในบ้านสอดคล้องกับผลการวิจัยในด้านลักษณะทางครอบครัว ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาศัยในครอบครัวเดี่ยว สะท้อนให้เห็นว่าการเข้าถึงโทรทัศน์ในปัจจุบันมีความเป็นปัจเจกค่อนข้างสูงอาจไม่เหมือนสมัยก่อนที่การรับชมรายการโทรทัศน์จะนั่งล้อมวงดูพร้อมกันทั้งครอบครัว โดยกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลในครั้งนี้เป็นกลุ่มผู้ชมกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่ารายการโทรทัศน์ผ่านกล่องดิจิทัล มีจำนวนสูงสุดหากเทียบกับอุปกรณ์การรับชมอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 45.3 ตามมาด้วยการรับชมผ่านเคเบิลทีวี และจานดาวเทียม ซึ่งทั้ง 2 อุปกรณ์หลังมีจุดเด่นที่มีการกระจายสัญญาณในวงกว้าง และมีช่องให้เลือกรับชมจำนวนมากว่า จากข้อมูลพบว่า พฤติกรรมในการรับชมรายการโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แบ่งได้ 2 ประเภท

- ผู้ชมที่มีช่องรายการที่ชื่นชอบ กลุ่มผู้ชมกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่จะเปิดโทรทัศน์ดูเฉพาะรายการที่ตนเองชื่นชอบ ซึ่งการออกแบบเนื้อหาให้โดนใจกลุ่มนี้ ค่อนข้างทำได้ยาก เนื่องจากกลุ่มผู้ชมดังกล่าวค่อนข้างมีพฤติกรรมปิด ไม่ได้เปิดรับเนื้อหารายการจากช่องอื่นๆ

- ผู้ชมที่ไม่มีช่องรายการที่ชื่นชอบ กลุ่มนี้จะไม่มียุทธศาสตร์ที่ชื่นชอบแบบแน่นอนตายตัว แต่จะกระโดดไปมาเปลี่ยนช่องไปเรื่อยๆ จนกว่าจะพบรายการที่น่าสนใจ สำหรับการออกแบบเนื้อหาให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้ชมกลุ่มนี้ ต้องออกแบบเนื้อหาให้มีความน่าสนใจ ทั้งฉากหลัง พิธีกร และการดำเนินรายการ

ข้อมูลข้างต้นสอดคล้องกับทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure) โดยบุคคลจะเลือกเปิดรับหรือเลือกการใช้ (Selective Exposure) ตามความสนใจและความต้องการของผู้รับสาร เพื่อนำมาสนองความต้องการของตนเองโดยสอดคล้องกับความคิดและทัศนคติของผู้รับสาร (ประม ะ สด เว ทิน อ่างอิงใน ภั ท ทิ รา กลิ่น เล ขา, 2557) นอกจากนี้งานวิจัยยังสะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างกรุงเทพมหานครและปริมณฑลส่วนใหญ่ไม่ได้รับชมโทรทัศน์เพียงอย่างเดียว หากแต่เข้าถึงโทรทัศน์ควบคู่กับการทำกิจกรรมอื่น เช่น รับชมโทรทัศน์ในขณะที่รับประทานอาหารหรือทำงานบ้าน หรือในขณะที่รับชมโทรทัศน์ก็จะเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือทั้งเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ โลก อินเทอร์เน็ต ดังนั้นผู้ผลิตรายการควรศึกษาถึงพฤติกรรมเหล่านี้ และเพิ่มช่องทางการสื่อสารของหลายการ เข้าไปในเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อเพิ่มการรับรู้และการเข้าถึงของกลุ่มผู้ชม โดยบลูมเลอร์ (Blumler, 1955) ได้จำแนกความพึงพอใจจากการสื่อสาร เพื่อความเพลิดเพลิน (Diversion) ซึ่งผู้ชมจะเปิดรับข่าวสารเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหา หลีกหนีจากสถานการณ์ตึงเครียด และเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

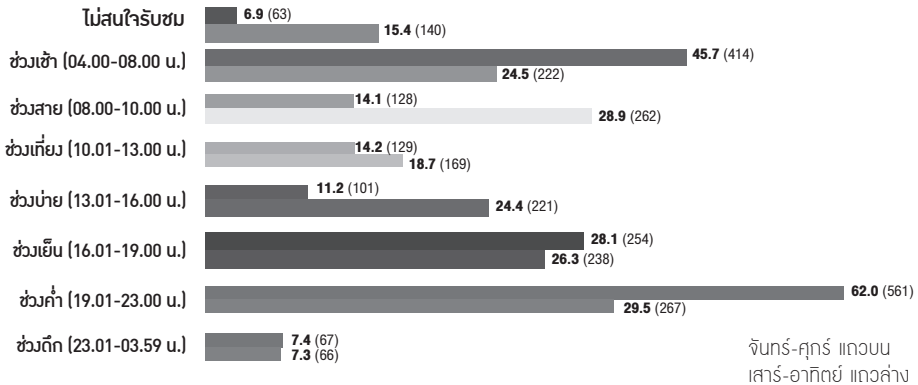
กลุ่มตัวอย่างจำนวน 513 คนจากกลุ่มตัวอย่าง 905 คน คิดเป็นร้อยละ 60.1 ซึ่งเกินกว่าครึ่งของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยทำการศึกษา ใช้เวลารับชมรายการโทรทัศน์เฉลี่ยทั้งวันประมาณ 1-3 ชั่วโมงเท่านั้น ดังนั้นการออกแบบเนื้อหาโทรทัศน์ที่ดีควรมีความกระชับ ไม่ยาวจนเกินไป ซึ่งผู้รับข่าวสารต้องการรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง (พีระ จีระ โสภณ อ่างอิงใน ส ถา พร สิงหะ, 2556) โดยในวันจันทร์-ศุกร์ กลุ่มตัวอย่างจะใช้เวลาในการรับชมในช่วงค่ำ เวลาประมาณ 19.01-23.00 น. จำนวน 561 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 ซึ่งเป็นช่วงหลังเลิกงาน และรับชมในช่วงเช้านอกเดินทางไปทำงานเวลาประมาณ 04.00-08.00 น. จำนวน 414 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 สำหรับการรับชมรายการโทรทัศน์ในวันเสาร์-อาทิตย์ กลุ่มตัวอย่างจะใช้เวลาในการรับชมในช่วงค่ำ เวลาประมาณ 19.01-23.00 น. จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 และรับชมในช่วงสาย เวลาประมาณ 08.01-10.00 น. จำนวน 262 คน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 28.9 จากผลการวิจัยจะเห็นว่าช่วงเวลาในการรับชมมากที่สุดของวันจันทร์ - ศุกร์ และวันเสาร์ - อาทิตย์ เป็นช่วงเวลาเดียวกันคือ 19.01-23.00 น. ในส่วนการรับชมช่วงเวลา



รองลงมาจะแตกต่างกัน โดยวันจันทร์ – ศุกร์ จะเป็นช่วงเวลาประมาณ 04.00-08.00 น. ซึ่งเป็นช่วงที่กลุ่มตัวอย่างตื่นก่อนออกจากบ้านไปทำงาน และวันเสาร์ – อาทิตย์ เป็นช่วงเวลาประมาณ 08.01-10.00 น. ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนวรรตน์ ไชยฤกษ์ (2557) ได้วิจัยเรื่อง การเปิดรับ ความพึงพอใจ และความคาดหวังของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อละครโทรทัศน์ของช่องโทรทัศน์ดิจิทัล พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ของช่องโทรทัศน์ดิจิทัลเฉลี่ย 1 - 3 ชั่วโมง/วัน ในช่วงเวลา 20.01 - 00.00 น

ข้อมูลต้นพฤติกรรมกรรมการรับชม

เปรียบเทียบการรับชมวันจันทร์-ศุกร์ และเสาร์-อาทิตย์



แผนภาพที่ 3 ช่วงเวลาในการรับชมรายการโทรทัศน์วันจันทร์-ศุกร์ และเสาร์-อาทิตย์ ตลอด 24 ชั่วโมง

สำหรับรสนิยมในการรับชมรายการโทรทัศน์ ประเภทต่างๆ ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างชื่นชอบข่าวสังคม วัฒนธรรม และบันเทิง ซึ่งสอดคล้องกับผลในด้านวัตถุประสงค์ในการรับชมเพื่อความบันเทิงและผ่อนคลาย ทั้งนี้ทั้งนั้นการออกแบบเนื้อหารายการข่าวทางโทรทัศน์ พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการต้องมีทักษะในการใช้เสียงที่น่าสนใจ เนื่องจากผู้รับชมจะเชื่อและอ้างอิงตัวบุคคล (Para-social Gratifications) ที่เกี่ยวข้องผ่านสื่อหรือปรากฏในเนื้อหา (Wenner, 1985) เนื่องจากผู้ชมไม่ได้รับชมรายการโทรทัศน์เพียงอย่างเดียว แต่ยังทำกิจกรรมอื่นร่วมกับการรับชม เช่น การรับประทานอาหารเช้า การเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือ ในส่วนสารคดีนั้น เมื่อพูดถึงสารคดีกลุ่มเป้าหมายก็จะสะท้อนหรือนึกถึงสารคดีเกี่ยวกับสัตว์เป็นหลัก เนื่องจากสารคดีประเภทนี้มีค่อนข้างมาก และการเรียบเรียงภาพและการใช้แสงที่สวยงาม และกลุ่มตัวอย่าง

ซึ่งชอบละครสมัยใหม่ ซึ่งละครประเภทนี้ส่วนใหญ่จะเป็นละครหลังข่าว ในช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างรับชมสูงที่สุด ผ่านช่องฟรีทีวีช่องหลักๆ สำหรับเกมโชว์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมรับชมคือ เกมโชว์ประเภทตลก เนื่องจากสามารถให้ความบันเทิงและผ่อนคลายแก่ผู้ชม ทั้งนี้ผู้ผลิตรายการควรระวังเนื้อหาที่ตลกนั้น ไม่ควรเป็นการตลกที่แสดงถึงพฤติกรรมหรือการกระทำรุนแรง รวมถึงการใช้คำที่ไม่สุภาพ เนื่องจากมีเยาวชนจำนวนไม่น้อยที่เข้าถึงรายการเหล่านี้เช่นเดียวกับผู้ใหญ่ ในส่วนรายการกีฬา นั้นกลุ่มตัวอย่างซึ่งชอบสรุปข่าวกีฬาที่ผู้ดำเนินรายการสรุปข่าวความเคลื่อนไหวกีฬาแต่ละประเภท หรือผลการแข่งขันสั้นๆ เท่านั้น ไม่ได้สนใจรายการที่ผู้ดำเนินรายการมานั่งวิเคราะห์ หรือสอนวิธีการเล่นกีฬาแต่อย่างใด สำหรับการถ่ายทอดสดกีฬานั้น กลุ่มตัวอย่างซึ่งชอบการถ่ายทอดสดกีฬาในประเทศ เช่น ฟุตบอล แบดมินตัน วอลเลย์บอล เป็นต้น ในด้านรสนิยมในการรับชมรายการโทรทัศน์ผู้ทำการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่สนใจรับชมซีรีส์จากต่างประเทศ และไม่สนใจรับชมรายการทอล์คโชว์และวาไรตี้

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผู้ชมรายการโทรทัศน์ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์เฉลี่ยต่อวัน 1-3 ชั่วโมง และการรับชมนั้นผู้ชมไม่ได้มีสมาธิจดจ่อกับรายการโทรทัศน์เพียงอย่างเดียว แต่มีกิจกรรมอื่นๆ ประกอบ ผู้ผลิตรายการควรเข้าใจและยึดหลักผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง ออกแบบเนื้อหาให้สอดคล้องกับพฤติกรรม โดยเนื้อหารายการนั้นไม่ว่าเป็นรายการประเภทใดก็ตามควรมีเนื้อหาที่กระชับ ไม่ยืดเยื้อ เหลือนานจนเกินไป
 2. การเลือกใช้ผู้ดำเนินรายการ หรือพิธีกร ไม่จำเป็นต้องมีชื่อเสียงโด่งดัง แต่จำเป็นต้องมีทักษะการเล่าเรื่องที่น่าสนใจ มีการใช้เสียง และการเคลื่อนไหวที่ดึงดูดความสนใจผู้ชม เพราะผู้ชมไม่ได้อยู่ที่หน้าจอโทรทัศน์โดยตลอด
 3. ในส่วนช่วงเวลาในการรับชมวันจันทร์-ศุกร์ ซึ่งเป็นวันทำงาน กลุ่มผู้ชมจะรับชมในช่วงค่ำ ซึ่งเป็นเวลาที่กลุ่มผู้ชมเดินทางกลับถึงบ้าน เวลา 19.01-23.00 น. เป็นส่วนใหญ่ และก่อนออกไปทำงาน เวลา 04.00-08.00 น. สำหรับวันเสาร์-อาทิตย์ กลุ่มผู้ชมจะรับชมในช่วงค่ำ เวลา 19.01-23.00 น. และช่วงสาย 08.01-10.00 น. รองลงมา
- งานวิจัยชิ้นนี้สามารถนำไปเป็นข้อมูลประกอบในการทำแผนพัฒนาการออกแบบเนื้อหารายการที่เหมาะสมแก่ผู้ชมกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้ แต่ทั้งนี้อาจต้องมีการวิจัยเชิงคุณภาพ ในด้านการสัมภาษณ์เพิ่มเติมทั้งผู้ชมในพื้นที่ ผู้ผลิตรายการ และผู้สนับสนุนรายการ เพื่อให้ข้อมูลมีความแม่นยำ และน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น



เอกสารอ้างอิง

- ธีรศักดิ์ อริยะอรชุน. (2556). พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจต่อรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม, กรุงเทพฯ.
- นวรรตน์ ไชยฤกษ์. (2557). การเปิดรับ ความพึงพอใจ และความคาดหวังของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อละครโทรทัศน์ของช่องโทรทัศน์ดิจิทัล. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- ภัททิรา กลิ่นเลขา. (2557). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความต้องการรูปแบบรายการโทรทัศน์ของคนพิการทางสายตา. รายงานวิจัย มหาวิทยาลัยหาดใหญ่, สงขลา.
- สถาพร สิงหะ. (2556). การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจกับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวแบบดำน้ำลึกของนักดำน้ำชาวไทย. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- สุदारักษ์ เนื่องขมภู. (2553). ความต้องการและความพึงพอใจต่อรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์สาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- อุทุมพร สุขวงแก้ว. (2558). พฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจต่อรายการห้องข่าว 7 สี ทางสถานีโทรทัศน์สีทองทัพบกช่อง 7. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม, กรุงเทพฯ.
- Blumler, J. G. (1979). The role of theory in uses and gratifications studies. *SAGE Journals*, 6(1), 9-36.
- Maxwell E. McCombs and Lee B. Becker. (1979). *Using Mass Communication*. United States : Prentice-Hall.
- Palmgreen, P., Wenner, L.A., & Rayburn, J.D. (1981). Gratification discrepancies and news program choice. *SAGE Journals*, 8(4), 451-478.