

A

Study on Channels, Types of Programs and Factors Influencing Television Watching thru Digital TV of Gen M in Bangkok Metropolitan

Wisanu Launglaor^{1,*} Acharapan Lealaphan²

Abstract

This study focuses on channels, types of program and factors influencing television watching thru digital TV of Gen M in Bangkok Metropolitan. Findings include that the majority of sample, which was male, aged between 18-21 years with income between 5,001-10,000 baht and are undergraduate and post graduated level, watch Channel 3 the most. This is followed by Channel 7 and Channel one. The types of program with the highest watching score are Thai dramas, variety shows and music shows, respectively. Those viewed the most are at Channel 3, Channel one, and Channel 7. Factors influencing TV watch include having TV programs as friend, not lonely or isolated, and they help to release tension from studying and working. The satisfaction they get from watching Thai dramas depends mainly on the script and content, actors/ actresses, and professionalism of actors/actresses.

Keywords: digital tv, factors, satisfaction

¹ Department of Marketing, School of Business, University of the Thai Chamber of Commerce

² Department of International Business Management, School of Business,
University of the Thai Chamber of Commerce E-mail: al_lean@yahoo.com

* Corresponding author. E-mail: wisanu_l@yahoo.com



การศึกษาถึงช่องสถานี ประเภทของรายการ และปัจจัยในการรับชมโทรทัศน์ผ่าน Digital TV ของ Gen M ในเขตกรุงเทพมหานคร

วิษณุ เหลืองล่อ^{1*} อัจฉราพรรณ ลิ้มพันธ์²

บทคัดย่อ

การศึกษาถึงช่องสถานี ประเภทของรายการและปัจจัยในการรับชมโทรทัศน์ผ่าน Digital TV ของ Gen M ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 18-21 ปี มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท และกำลังศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปพบว่า ช่องสถานีโทรทัศน์ที่กลุ่มตัวอย่างชมบ่อย คือ ช่อง 3 รองลงมา คือ ช่อง 7 และช่อง one ประเภทรายการที่กลุ่มตัวอย่างรับชมบ่อยที่มีคะแนนสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ละครไทย รองลงมา คือ รายการวาไรตี้และรายการเพลงตามลำดับ โดยที่รายการละครไทยจะรับชมจากช่อง 3 ช่อง one และช่อง 7 รายการวาไรตี้จะรับชมจากช่อง 3 ช่อง one และ ช่อง 7 รายการเพลงจะรับชมจากช่อง 3 ช่อง one และช่อง 7 ปัจจัยในการรับชมโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง คือ ทำให้รู้สึกเหมือนมีเพื่อน จะรู้สึกไม่เหงา หรือโดดเดี่ยว คลายเครียดจากการเรียน การทำงาน ความพึงพอใจที่ได้รับจากการรับชมละครโทรทัศน์ คือ บทละคร เนื้อเรื่อง รองลงมา คือ นักแสดงนำ พระเอก นางเอก และลำดับสาม คือ ความสามารถของนักแสดงมีความเป็นมืออาชีพ

คำสำคัญ: ทีวีดิจิทัล ปัจจัย ความพึงพอใจ

¹ สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

² สาขาวิชาการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

E-mail: al_lean@yahoo.com

* Corresponding author. E-mail: wisanu_l@yahoo.com

บทนำ

คนไทยส่วนใหญ่ดูทีวีเฉลี่ยวันละ 1-2 ชั่วโมง และกลุ่มคนที่ใช้เวลาอยู่หน้าจอทีวีถึงวันละ 3-5 ชั่วโมงนั้น ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี และกลุ่มผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (In depth behavior of watching TV of Thai, 2015). ซึ่งก็คือ กลุ่มมิลเลนเนียล เจนเนอเรชั่น (Millennial Generation) หรือ Gen M ที่หมายถึงผู้บริโภครุ่นที่เกิดระหว่างปี 2532-2538 มีอายุระหว่าง 18-24 ปี มีทั้งกำลังศึกษาระดับปริญญาตรีหรือโท และกลุ่มคนเริ่มทำงาน หรือ First Jobber ที่มีอายุงานไม่เกิน 4 ปี สำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า คนกลุ่มนี้มีจำนวนมากขึ้นถึง 14% ของประชากรไทย หรือประมาณ 8.96 ล้านคน กลุ่ม Gen M กำลังกลายเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มาแรงและท้าทายความสามารถของนักการตลาดยุคนี้ เนื่องจากพฤติกรรมและไลฟ์สไตล์ที่มีลักษณะเฉพาะของ Gen M (Jitprapai, n.d.) ทำให้นักการตลาดต้องศึกษา เข้าใจและเข้าถึง คนกลุ่มนี้ ลักษณะของ Gen M คือ แฉดตลอดเวลา ขาดเครือข่าย ไม่ได้อยู่กับโลกออนไลน์เกือบ 24 ชั่วโมง ทั้งการรับข่าวสาร สนุกการใช้แอปพลิเคชัน ชี้อื้อ ชอบอะไรใหม่ ๆ ประเภทมาไวไปไว ไม่รักดีกับแบรนด์ ชอบแสดงตัวตน ติดเพื่อน เหนือแบรนด์ และอยากรวดเร็ว ๆ ขณะเดียวกันผู้ใหญ่มองว่า กลุ่ม “Gen M” กล้าคิดกล้าทำ แหวกแนว ล้ำสมัย อินเทอร์เน็ต ดูดีมีสไตล์ ใส่ใจแต่จุดอ่อน คือ ใช้เงินเก่ง บ้าเซต ชอบตามกระแส เอาแต่ใจไร้เหตุผล ไม่เคารพผู้ใหญ่ ไม่อดทน ใช้ภาษาผิดเพี้ยน ในขณะที่หนุ่มสาว Gen M มองตนเองว่าเป็นคนมุ่งมั่นตั้งใจ จริงใจ ทันสมัย เป็นตัวของตัวเอง ชอบป๊อป เก๋ เท่ ชอบแฟชั่น เล่นเกม เก็บออม อยากรวย แต่มักจะติดเพื่อนและชี้อื้อ “สื่อ” ที่มีอิทธิพลกับ Gen M มากที่สุด คือ โทรศัพท์

(TV) รองลงมา คือ เว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย จะเห็นได้ว่าสื่อที่มีบทบาทสูงสำหรับ Gen M (In depth trend of “new customer” gen M, 2013)

Gen M จะรับรายการต่าง ๆ จากทีวีดิจิทัล (Chuastapanasiri, 2014) จากข้อมูลดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาถึงพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ผ่าน Digital TV ของ Gen M ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบถึงช่องสถานีและประเภทของรายการที่รับชมมากที่สุด ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมรายการโทรทัศน์รวมทั้งความพึงพอใจจากการรับชมรายการประเภทละคร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อทราบถึงช่องสถานีและประเภทของรายการทางโทรทัศน์ผ่าน Digital TV ที่ Gen M ในเขตกรุงเทพมหานครรับชม
2. เพื่อทราบถึงปัจจัยในการรับชมโทรทัศน์ผ่าน TV Digital ของ Gen M ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจจากการรับชมละครไทยผ่าน TV Digital ของ Gen M ในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร ศึกษาเฉพาะประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่เกิดระหว่างปี 2532-2538 อายุระหว่าง 18-24 ปี ที่กำลังศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรีขึ้นไป อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ขอบเขตปัจจัยในการรับชมรายการโทรทัศน์ผ่าน TV Digital ศึกษาเฉพาะปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (รายการโทรทัศน์) และช่องทาง (ช่องสถานีโทรทัศน์)

สมมุติฐานการวิจัย

1. เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ ที่แตกต่างกันของ Gen M มีผลต่อปัจจัยในการรับชมโทรทัศน์ผ่าน TV Digital แตกต่างกัน
2. เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ ที่แตกต่างกันของ Gen M มีผลต่อความพึงพอใจในการรับชมโทรทัศน์ผ่าน TV Digital แตกต่างกัน

นิยามศัพท์

สถานีโทรทัศน์ หมายถึง หน่วยงาน ที่เป็นเจ้าของคลื่นความถี่วิทยุโทรทัศน์ หรือเป็นผู้รับสัมปทานคลื่นความถี่วิทยุโทรทัศน์ รวมถึงเป็นผู้จัดสรรเวลาในการออกอากาศวิทยุโทรทัศน์ ผ่านคลื่นความถี่ดังกล่าว และยังเป็นบริการส่งสัญญาณออกอากาศวิทยุโทรทัศน์ ไปสู่เครื่องรับโทรทัศน์ โดยผ่านคลื่นความถี่ทางอากาศ (Wikimedia Foundation, 2015)

Gen M หมายถึง ผู้ที่เกิดระหว่างปี 2532 ถึง 2538 มีอายุระหว่าง 18-24 ปีที่กำลังศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรีขึ้นไป (In depth behavior of watching TV of Thai, 2015)

รายการโทรทัศน์ หมายถึง ส่วนต่าง ๆ ของการออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ อาจออกอากาศเพียงแค่ครั้งเดียว หรือมีตอนต่อซึ่งส่วนมาก มักเป็นรายการประเภทละครโทรทัศน์ (Wikimedia Foundation, 2016)

ปัจจัยในการรับชมรายการโทรทัศน์ หมายถึง สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการใดรายการหนึ่ง ซึ่งได้แก่ รายการโทรทัศน์ประเภทต่าง ๆ และช่องสถานีที่ให้บริการแพร่ภาพรายการนั้น ๆ

ละคร หมายถึง การแสดงที่ผูกเป็นเรื่อง มีองค์ประกอบ คือ เนื้อเรื่อง เนื้อหา สรूप ผู้แสดง เทคนิคการแสดง บทที่ใช้ รวมทั้งแนวคิด คุณธรรม ที่สอดแทรก สอดคล้องกับเรื่องที่น่ามาแสดง (Dramaturgy, n.d.)

ทีวีดิจิทัล (Digital TV) หมายถึง การส่งสัญญาณรูปแบบภาคพื้นแบบเดิม แต่เปลี่ยนรหัสจากอนาล็อกมาเป็นดิจิทัล ทำให้สัญญาณภาพและเสียงมีคุณภาพดีขึ้น มีช่องทีวีมากขึ้นและใช้คลื่นความถี่ที่มีอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (What is digital TV?, 2015)

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกยินดีเฉพาะบุคคลในการตอบสนองความต้องการที่หายไป พอใจจะกระทำสิ่งใดที่ทำให้มีความสุขและจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำในสิ่งที่เขาจะได้รับความทุกข์หรือความยากลำบาก โดยปัจจัยนั้นต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลทั้งร่างกายและจิตใจเป็นการแสดงออกทางพฤติกรรม (Sangaunngam, 2015)

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ของศาสตราจารย์ ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) ซึ่งให้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นจะต้องใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ **7P's** ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริม (Promotions) ด้านบุคคล (People) ด้านกายภาพ

และการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) ด้านกระบวนการ (Process) (iHotel Marketer, 2012; Kotler, 2009)

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow
Maslow เชื่อว่าพฤติกรรมของมนุษย์เป็นจำนวนมากสามารถอธิบาย โดยใช้แนวโน้มของบุคคล ในการค้นหาเป้าหมายที่จะทำให้ชีวิตของเขา ได้รับความต้องการ ความปรารถนา และได้รับสิ่งที่มีความหมายต่อตนเอง เป็นความจริงที่จะกล่าวว่า กระบวนการของแรงจูงใจเป็นหัวใจของทฤษฎีบุคลิกภาพของ Maslow โดยเขาเชื่อว่ามนุษย์เป็น “สัตว์ที่มีความต้องการ” (Wanting Animal) และเป็นการยากที่มนุษย์จะไปถึงขั้นของความพึงพอใจอย่างสมบูรณ์ ในทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow เมื่อบุคคลปรารถนาที่จะได้รับความพึงพอใจ และเมื่อบุคคลได้รับความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งแล้ว ก็ยังคงเรียกร้องความพึงพอใจสิ่งอื่น ๆ ต่อไป ซึ่งถือเป็นคุณลักษณะของมนุษย์ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความต้องการจะได้รับสิ่งต่าง ๆ อยู่เสมอ (Jung, 2015)

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคของ Philip Kotler
ที่ว่าพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาแล้วซึ่งการใช้สินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจ และการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า การตัดสินใจของผู้ซื้อมักได้รับอิทธิพลจากคุณสมบัติส่วนบุคคลต่าง ๆ เช่น อายุ วงจรชีวิตครอบครัว อาชีพ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ รูปแบบการดำเนินชีวิต บุคลิกภาพ และกระบวนการตัดสินใจส่วนตัว (Kotler & Armstrong, 2014)

ทฤษฎีการแสวงหาความพึงพอใจ คือ บุคคลพอใจจะกระทำสิ่งใด ๆ ที่ทำให้มีความสุขและจะ

หลีกเลี่ยงไม่กระทำในสิ่งที่เขาจะได้รับความทุกข์หรือความยากลำบาก โดยอาจแบ่งประเภทความพอใจได้ 3 ประเภท คือ ความพอใจด้านจิตวิทยา (Psychological Hedonism) ความพึงพอใจว่ามนุษย์โดยธรรมชาติจะมีความแสวงหาความสุขส่วนตัวหรือหลีกเลี่ยงจากความทุกข์ใด ๆ ความพอใจไม่จำเป็นว่าการแสวงหาความสุขต้องเป็นธรรมชาติของมนุษย์เสมอไป ความพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม (Ethical Hedonism) มนุษย์แสวงหาความสุขเพื่อผลประโยชน์สังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่และเป็นผู้ได้รู้เกี่ยวกับตนเอง (Egoistic Hedonism) ความพอใจว่ามนุษย์จะพยายามแสวงหาความสุขส่วนตัว (Detchjinda, 1992)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Lealaphan and Launglaor (2015) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมกรรมการชมและการมีส่วนร่วมกับรายการโทรทัศน์ผ่านจานรับสัญญาณดาวเทียม กลุ่มตัวอย่างอายุระหว่าง 15-25 ปี ที่เป็นนักเรียน นักศึกษารายได้ระหว่าง 5,001-15,000 บาท ครึ่งเรือนส่วนใหญ่มีการติดตั้งกล่องรับสัญญาณจำนวน 1 กล่อง เหตุผลหลักที่ทำให้ตัดสินใจเลือกซื้อกล่องรับสัญญาณยี่ห้อที่ใช้อยู่คือมีช่องหลากหลาย คุณภาพของสัญญาณ ราคาถูก ต้องการดูรายการโปรดและไม่มีค่าบริการรายเดือน ประเภทรายการที่ชื่นชอบมากที่สุด 5 ลำดับ คือ รายการประเภทภาพยนตร์ รายการประเภทดนตรี รายการประเภทละคร รายการประเภทรายการข่าว รายการประเภทกีฬา

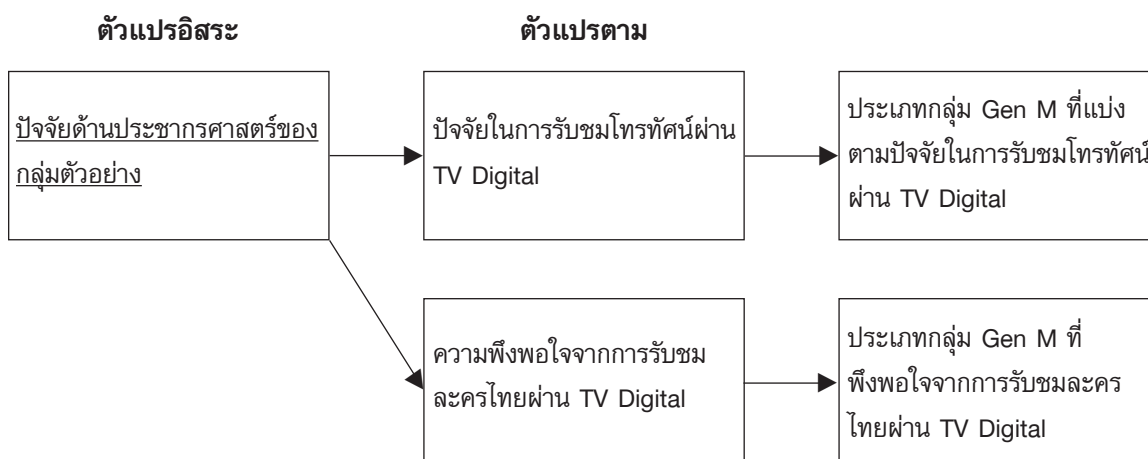
Pittayaboon (2014) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเปิดรับชมรายการละครวิทยุโทรทัศน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ รับชมรายการ

ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ ช่อง 3 (TV 3) วันละ 3-5 ชั่วโมง ในช่วงเวลา 20.30-22.30 น. โดยชมรายการเพียงคนเดียวและชมรายการทุกวัน โดยชอบรายการประเภทตลกขบขัน และได้นำความรู้พร้อมการจดจำเนื้อหาจากรายการละครวิทยุโทรทัศน์มาวิเคราะห์วิจารณ์ ซึ่งมีผลต่อการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่า องค์ประกอบสำคัญที่ทำให้รับชมรายการวิทยุโทรทัศน์ เนื่องมาจากชื่นชอบดารานักแสดง ความบันเทิง และผ่อนคลายความตึงเครียด ในขณะที่ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ด้านสภาพแวดล้อมมีความสำคัญในระดับปานกลาง เพศ ขณะที่ศึกษาและภูมิฐานะของนักศึกษา มีผลต่อการตัดสินใจเปิดรับชมละครวิทยุโทรทัศน์ ส่วนอายุของนักศึกษาไม่มีผลต่อการตัดสินใจเปิดรับชมละครวิทยุโทรทัศน์แต่อย่างใด

Phocharoen (2008) ได้ศึกษาวิจัย เรื่องความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อละครโทรทัศน์ทางสถานีไทยทีวีสีช่อง 3 เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ผู้รับชมส่วนใหญ่ เป็นผู้หญิงที่มีอายุต่ำกว่า 21 ศึกษาอยู่ใน

ระดับปริญญาตรี ชมละคร 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ ใช้เวลาชม 60 นาทีขึ้นไป ทุกเสาร์อาทิตย์เวลา 20.30-22.30 น. โดยชมกับสมาชิกครอบครัวอย่างตั้งใจ ไม่เปลี่ยนไปชมช่องอื่น เนื้อหาละครส่วนใหญ่ที่ชื่นชอบเป็นละครประเภทโรแมนติก นำเสนอเนื้อหาของละครมีความแปลกใหม่ตามกระแสสังคมในปัจจุบัน ซึ่งผู้รับชมส่วนใหญ่ชอบนักแสดงวัยรุ่นที่มีรูปร่างหน้าตาดี และแสดงได้อย่างเป็นธรรมชาติ รวมถึงในส่วนของเพลงประกอบละครที่สอดคล้องตามเนื้อเรื่อง เครื่องแต่งกายที่เหมาะสมกับบุคลิกของตัวละคร ฉากของละครมีความสวยงาม เพราะสถานที่ถ่ายทำ คือ ประเทศไทย ผ่านการกำกับโดยผู้กำกับละครที่มีชื่อเสียง และตั้งชื่อละครได้น่าติดตาม ส่วนของความพึงพอใจที่มีต่อละครโทรทัศน์ทางสถานีไทยทีวีสีช่อง 3 ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร จะเป็นประเด็น บทละคร เนื้อหาแก่นของเรื่อง นักแสดง เวลาที่ออกอากาศ เพลงประกอบละคร ฉากสถานที่ในการถ่ายทำ แนวคิดคุณธรรมที่สอดแทรกในเนื้อหาละคร

กรอบแนวคิดในงานวิจัย



วิธีการวิจัย

ประชากร คือ Gen M ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ Gen M ที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี

จำนวนตัวอย่าง

ประชากร Gen M ที่มีอายุ 18-24 ปี ในกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 558,382 คน (Department of Provincial Administration, 2015) เมื่อนำไปเทียบกับตารางสำเร็จ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน 5% จะได้จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง แต่เก็บเพิ่ม เป็นจำนวน 600 ตัวอย่าง เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบกลุ่มย่อยเพื่อการวิเคราะห์ภายหลังได้

การรวบรวมข้อมูล

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายครั้ง (Multi Stage Sampling) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีจุดมุ่งหมาย (Purposive Sampling) ด้วยการกำหนดสถานที่เก็บข้อมูลตามแหล่งที่จะพบกลุ่ม Gen M คือ ศูนย์การค้า ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพระราม9 ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์บางแค, ห้างสรรพสินค้าเมกะบางนา, ห้างสรรพสินค้าแฟชั่นไอซ์แลนด์, ห้างสรรพสินค้าอิมพีเรียลลำโรง, ห้างสรรพสินค้าสยามสแควร์วัน, ห้างสรรพสินค้าฟิวเจอร์ปาร์ครังสิต, ห้างสรรพสินค้าซีคอนบางแค, ห้างสรรพสินค้าเทอร์มินอล 21, ห้างสรรพสินค้าเซนทรัลปิ่นเกล้า

ขั้นตอนที่ 2 สุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) ณ สถานที่กำหนดไว้ในขั้นตอนที่ 1 สถานที่ละ 60 ตัวอย่าง เป็นจำนวน 600 ตัวอย่าง แต่แบบสอบถามบางส่วนไม่สมบูรณ์จึงคัดออกเหลือนำมาใช้ในงานวิจัย 587 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างจะนำมาประมวลผลและวิเคราะห์ด้วย สถิติ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรกใช้พรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อสรุป อธิบาย เกี่ยวกับ ช่องและประเภทของรายการ ปัจจัย และประเด็นที่พึงพอใจ ในละครโทรทัศน์ และกลุ่มที่สองใช้ สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) คือ Two Independent Samples t-test และ One Way ANOVA ในการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย และ แบ่งกลุ่ม Gen M ออกเป็นกลุ่ม ๆ โดยใช้ Cluster Analysis ด้วย ครั้งแรกใช้เทคนิค Hierarchical Cluster Analysis และใช้เทคนิค K-Means Cluster Analysis (เนื่องจากข้อมูลมีมากกว่า 200 ตัวอย่าง) เพื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็นกลุ่มย่อย (Cluster)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ช่องสถานีและผู้ผลิตรายการนำผลวิจัยนี้ไปพัฒนาปรับปรุงรายการต่าง ๆ โดยเฉพาะรายการละครให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมเป้าหมายได้อย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพ
2. ผลการวิจัยนี้จะเป็นข้อมูลพื้นฐานและแนวทางสำหรับผู้สนใจ นักเรียน นักศึกษา นำไปประยุกต์ใช้ศึกษาในเชิงลึกต่อไป

ผลการวิจัย

ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศชายคิดเป็น ร้อยละ 56.39 เพศหญิงร้อยละ 43.61 มีอายุระหว่าง 18-21 ปี ร้อยละ 56.39 อายุระหว่าง 22-24 ปี ร้อยละ 43.61 มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 38.33 มีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 36.46 และกลุ่มตัวอย่างกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ขึ้นไป ร้อยละ 88.59

ช่องสถานีโทรทัศน์ที่กลุ่มตัวอย่างชมบ่อย คือ ช่อง 3 ร้อยละ 52.81 รองลงมา คือ ช่อง 7 ร้อยละ 16.52 และช่อง one ร้อยละ 15.16

ประเภทรายการที่กลุ่มตัวอย่างรับชมบ่อยที่มี คะแนนสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ละครไทย 817

คะแนน รองลงมา คือ รายการวาไรตี้ 358 คะแนน และรายการเพลง 344 คะแนน ตามลำดับ

ประเภทของรายการโทรทัศน์และช่องที่กลุ่มตัวอย่างชอบชมเป็นดังนี้

1. รายการละครไทยจะรับชมจากช่อง 3 มากสุด 451 คะแนน รองลงมาเป็นช่อง one 148 คะแนน ช่อง 7 มี 126 คะแนน

2. รายการวาไรตี้จะรับชมจากช่อง 3 มากสุด 175 คะแนน ช่อง one 78 คะแนน ช่อง 7 มี 50 คะแนน

3. รายการเพลงจะรับชมจากช่อง 3 มากสุด 175 คะแนน ช่อง one 64 คะแนน ช่อง 7 มี 47 คะแนน

ปัจจัยในการรับชมโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง คือ ประเด็นทำให้รู้สึกเหมือนมีเพื่อน จะรู้สึกไม่เหงา หรือโดดเดี่ยว คลายเครียดจากการเรียน การทำงาน

($\bar{x}=3.86$, $SD=0.79$) รองลงมา คือ ความทันสมัยของรายการบันเทิงที่น่าสนใจ ($\bar{x}=3.84$, $SD=0.77$) ส่วนปัจจัยด้าน เห็นโฆษณาทางรายการโทรทัศน์ให้ติดตามกระแสที่เป็นประเด็นทอล์คออฟเดอะทาวน์ เพื่อนหรือคนใกล้ชิดชอบชมรายการโทรทัศน์ และชักชวนให้ชมรายการและพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการที่ทำให้รายการดำเนินไปด้วยความราบรื่น เป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้น้อยกว่าปัจจัยอื่น ($\bar{x}=3.58$)

ความพึงพอใจจากการรับชมละครโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจที่ได้รับจากการรับชมละครโทรทัศน์ คือ บทละคร เนื้อเรื่องมากที่สุด ($\bar{x}=4.1$, $SD=0.69$) รองลงมา คือ นักแสดงนำ พระเอก-นางเอก ($\bar{x}=4.06$, $SD=0.78$) และลำดับสาม คือ ความสามารถของนักแสดงมีความเป็นมืออาชีพ

ความพึงใจด้านต่าง ๆ ของละครไทยกับช่องสถานี ที่กลุ่มตัวอย่างเลือก เรียงตามลำดับ ดังนี้

ลำดับที่ 1 ช่อง 3 กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจนักแสดงนำ พระเอก-นางเอก เป็นลำดับแรก ($\bar{x}=4.13$) รองลงมาเป็นบทละคร เนื้อเรื่อง ($\bar{x}=4.10$) ความสามารถของนักแสดงมีความเป็นมืออาชีพ ($\bar{x}=4.03$)

ลำดับที่ 2 ช่อง 7 กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจความสามารถของนักแสดงมีความเป็นมืออาชีพเป็นลำดับแรก ($\bar{x}=3.98$) รองลงมาเป็นบทละคร เนื้อเรื่อง ($\bar{x}=3.95$) ความคิดหรือแก่นของเรื่อง ($\bar{x}=3.92$)

ลำดับที่ 3 ช่อง one กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจบทละคร เนื้อเรื่องเป็นลำดับแรก ($\bar{x}=4.29$) รองลงมาเป็นนักแสดงนำ พระเอก-นางเอก และความสามารถของนักแสดงมีความเป็นมืออาชีพ ($\bar{x}=4.07$)

ผลการทดสอบสมมติฐาน ที่ $\infty = 0.05$

เพศกับปัจจัยการรับชมโทรทัศน์ พบว่า เพศที่แตกต่างกันจะมีความแตกต่างกันในปัจจัยด้าน ทำให้รู้สึกเหมือนมีเพื่อน จะรู้สึกไม่เหงา หรือโดดเดี่ยว คลายเครียดจากการเรียน และปัจจัยด้านรายการที่รับชม กำลังเป็นประเด็นหรือหัวข้อสนทนาในสังคม ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ไม่มีความแตกต่าง

อายุกับปัจจัยในการรับชมโทรทัศน์ พบว่า อายุที่แตกต่างกันจะมีความแตกต่างกันในปัจจัยด้าน แยกรับเชิญในรายการโทรทัศน์ หรือผู้ที่มาร่วมรายการ อยู่ในกระแสความสนใจ

การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการรับชมโทรทัศน์ พบว่า การศึกษาที่แตกต่างกันจะมีความแตกต่างกันในปัจจัยด้าน พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการที่ทำให้รายการดำเนินไปด้วยความราบรื่น

รายได้กับปัจจัยในการรับชมโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 บาทขึ้นไปมีความแตกต่างกันในปัจจัยด้าน เห็นโฆษณาทางรายการโทรทัศน์ให้ติดตามกระแสที่เป็นประเด็นทอล์คออฟเดอะทาวน์กับ ปัจจัยด้านพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการที่ทำให้รายการดำเนินไปด้วยความราบรื่นและกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท มีความแตกต่างกันในปัจจัยด้าน พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการที่ทำให้รายการดำเนินไปด้วยความราบรื่น

เพศกับความพึงพอใจ พบว่า เพศที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน ในประเด็นด้านเทคนิคต่าง ๆ ดุสมจริง ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

อายุกับความพึงพอใจ พบว่า อายุที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน ในประเด็นด้านความ

มีชื่อเสียงของผู้กำกับและประเด็นแนวคิดคุณธรรมที่สอดแทรกในเนื้อหาละคร

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจ พบว่า การศึกษาที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน ในประเด็นด้านความสามารถของนักแสดงมีความเป็นมืออาชีพ

รายได้กับความพึงพอใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทและกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 บาทขึ้นไปมีความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านความสามารถของนักแสดงมีความเป็นมืออาชีพและด้านฉากสถานที่ในการถ่ายทำละคร และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาทและกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาทพึงพอใจแตกต่างกันในด้านเทคนิคพิเศษต่างๆดูสมจริง

การแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มย่อย (Cluster) โดยใช้ปัจจัยในการรับชมโทรทัศน์ ได้กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 ชื่อ กลุ่ม “Capture” เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับทุกปัจจัย เป็น กลุ่ม Gen M ที่ติดตามโทรทัศน์เพราะโทรทัศน์เป็นทั้งเพื่อนและสิ่งที่ให้ความบันเทิงและความเป็นไปต่าง ๆ ในสังคม จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีคำตอบใกล้เคียงกันที่จะจัดเป็นกลุ่มย่อยเดียวกันได้ 239 คน คิดเป็นร้อยละ 40.72

กลุ่มที่ 2 ชื่อ กลุ่ม “Chill” เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยน้อยกว่ากลุ่มอื่นคือไม่ให้ความสำคัญกับปัจจัย เป็นกลุ่ม Gen M ที่เห็นว่าโทรทัศน์เหมือนกับของใช้ชิ้นหนึ่งในบ้านรับชมก็ได้ ไม่รับชมก็ได้ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีคำตอบใกล้เคียงกันที่จะจัดเป็นกลุ่มย่อยเดียวกันได้ 163 คน คิดเป็นร้อยละ 27.77

กลุ่มที่ 3 ชื่อ กลุ่ม “Cool” เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญในบางปัจจัยต่อไปนี้ เรื่องแซ่กับเชิณในรายการ ความหลากหลายของรายการ และความทันสมัยของข้อมูล เป็นกลุ่ม Gen M ที่รับชมโทรทัศน์เพื่อให้ทราบและติดตามความเคลื่อนไหวของบุคคลในสังคม ตามกระแส (in trend) จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีคำตอบใกล้เคียงกันที่จะจัดเป็นกลุ่มย่อยเดียวกันได้ 185 คน คิดเป็นร้อยละ 31.52

การแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มย่อย (Cluster) โดยใช้ความพึงพอใจ ได้กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ชื่อ Content Focus หมายถึงกลุ่ม Gen M ที่ชื่นชอบการชมละครไทย จึงมีความพึงพอใจเกือบทุกอย่างของละคร ทั้ง บทละคร เนื้อเรื่อง ความคิดหรือแก่นของเรื่องและแนวคิดคุณธรรมที่สอดแทรกในเนื้อหาละครมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีคำตอบใกล้เคียงกันที่จะจัดเป็นกลุ่มย่อยเดียวกันได้ 153 คน คิดเป็นร้อยละ 26.06

กลุ่มที่ 2 ชื่อ กลุ่ม “Disregard” หมายถึงกลุ่ม Gen M ที่ เฉย ๆ ต่อละครไทย จะมีความพึงพอใจ น้อยกว่าทุกกลุ่ม มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีคำตอบใกล้เคียงกันที่จะจัดเป็นกลุ่มย่อยเดียวกันได้ 148 คน คิดเป็นร้อยละ 25.21

กลุ่มที่ 3 ชื่อ Actors/Actresses Focus หมายถึง กลุ่มผู้รับชมละครที่พึงพอใจนักแสดงนำ พระเอก-นางเอกและความสามารถของนักแสดง มีความเป็นมืออาชีพ มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีคำตอบใกล้เคียงกันที่จะจัดเป็นกลุ่มย่อยเดียวกันได้ 286 คน คิดเป็นร้อยละ 48.72

สรุปผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 18-21 ปี มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท และกำลังศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปมากที่สุด

2. ช่องสถานีโทรทัศน์ที่กลุ่มตัวอย่างชมบ่อยคือ ช่อง 3 รองลงมาคือช่อง 7 และช่อง one ตามลำดับ

3. ประเภทรายการที่กลุ่มตัวอย่างรับชมบ่อยที่มีคะแนนสูงสุดเป็นลำดับแรก คือ ละครไทย รองลงมาคือ รายการวาไรตี้ รายการเพลง และอื่น ๆ ตามลำดับ

4. ปัจจัยในการรับชมโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างคือ ทำให้รู้สึกเหมือนมีเพื่อน จะรู้สึกไม่เหงา หรือโดดเดี่ยว คลายเครียดจากการเรียน การทำงาน รองลงมา คือ ความทันสมัยของรายการบันเทิงที่น่าสนใจและความหลากหลายของรายการโทรทัศน์ที่น่าสนใจ

5. ความพึงพอใจที่กลุ่มตัวอย่างได้รับจากการรับชมละครไทยมากที่สุด คือ บทละคร เนื้อเรื่อง รองลงมา คือ นักแสดงนำ พระเอก-นางเอกและลำดับสามคือ ความสามารถของนักแสดงมีความเป็นมืออาชีพ

6. ประเภทของรายการโทรทัศน์และช่องสถานีที่กลุ่มตัวอย่างชอบชมเรียงตามคะแนนสูงสุด ดังนี้

6.1 รายการละครไทย รับชมจากช่อง 3 ช่อง one ช่อง 7 ช่อง mono และช่อง 8 ตามลำดับ

6.2 รายการทอล์คโชว์ รับชมจากช่อง 3 ช่อง ช่อง 7 ช่อง one ช่อง GMM (25) และช่อง Work Point ตามลำดับ

6.3 รายการวาไรตี้ รับชมจากช่อง 3 ช่อง one ช่อง 7 ช่อง mono และช่อง GMM(25) ตามลำดับ

7. ปัจจัยในการรับชมรายการประเภทละครไทย รายการทอล์คโชว์และรายการวาไรตี้ที่กลุ่มตัวอย่าง เลือกตอบมากที่สุด คือ ทำให้รู้สึกเหมือนมีเพื่อน จะรู้สึก ไม่เหงา หรือโดดเดี่ยว คลายเครียดจากการเรียน การทำงาน แกร็บเซียวในรายการโทรทัศน์หรือผู้ที่มาร่วม รายการรวมทั้งรายการอยู่ในกระแสความสนใจ ความ ทันสมัยและความหลากหลายของรายการบันเทิงที่ นำเสนอและใช้เวลาให้เป็นประโยชน์ ตรงตามความ สนใจของตนเอง

8. ความพึงใจด้านต่าง ๆ ของละครไทยของ ช่องสถานี 3 ช่องที่กลุ่มตัวอย่างเลือก เรียงตาม ลำดับ ดังนี้

ลำดับที่ 1 ช่อง 3 กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจ นัก แสดงนำ พระเอก-นางเอก เป็นลำดับแรก รองลงมา เป็นบทละคร เนื้อเรื่องความสามารถของนักแสดงมี ความเป็นมืออาชีพ การดำเนินเรื่องราวของละครและ ความคิดหรือแก่นของเรื่องตามลำดับ

ลำดับที่ 2 ช่อง one กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจ บทละคร เนื้อเรื่องเป็นลำดับแรก รองลงมาเป็น นักแสดงนำ พระเอก-นางเอก ความสามารถของ นักแสดงมีความเป็นมืออาชีพ เวลาที่เหมาะสมในการ ออกอากาศ ความคิดหรือแก่นของเรื่อง และภาษาที่ ใช้ บทสนทนา

ลำดับที่ 3 ช่อง 7 กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจ ความสามารถของนักแสดงมีความเป็นมืออาชีพเป็น ลำดับแรก รองลงมาเป็นบทละคร เนื้อเรื่อง ความคิด หรือแก่นของเรื่อง การดำเนินเรื่องราวของละครและ นักแสดงนำ พระเอก-นางเอก

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยในการรับชมโทรทัศน์ ผ่านระบบดิจิทัลของ Gen M ได้แก่

- ทำให้รู้สึกเหมือนมีเพื่อน จะรู้สึกไม่เหงา หรือโดดเดี่ยว คลายเครียดจากการเรียน การทำงาน
- ความทันสมัยของรายการบันเทิงที่นำ เสนอ
- โฆษณาทางรายการโทรทัศน์ทำให้ติดตาม กระแสที่เป็นประเด็นทอล์คคอฟเดอะทาวน์
- เพื่อนหรือคนใกล้ชิดชอบชมรายการ โทรทัศน์ และชักชวนให้ชมรายการ
- พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการที่ทำให้รายการ ดำเนินไปด้วยความราบรื่น สอดคล้องกับทฤษฎีลำดับ ขั้นความต้องการของ Maslow (Jung, 2015) ทฤษฎี พฤติกรรมผู้บริโภคของ Phillip Kotler (Kotler & Armstrong, 2014)

2. ความพึงพอใจจากการรับชมละครโทรทัศน์ คือ บทละคร เนื้อเรื่องมากที่สุด รองลงมา คือ นักแสดง นำ พระเอก-นางเอก และลำดับสาม คือ ความสามารถ ของนักแสดงมีความเป็นมืออาชีพสอดคล้องกับทฤษฎี การแสวงหาความพึงพอใจ (Detchjinda, 1992) และ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้ชม ที่มีต่อละครโทรทัศน์ทางสถานีไทยทีวีสีช่อง 3 เขต บางกะปิ กรุงเทพมหานครของ Phocharoen (2008)

3. การรับชมละครโทรทัศน์ช่องสถานีโทรทัศน์ ที่กลุ่ม Gen M ชมบ่อยคือช่อง 3 สอดคล้องกับ งานวิจัย “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเปิดรับชม รายการละครวิทยุโทรทัศน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัย ราชภัฏวชิร” ของ Pittayaboon (2014)

4. ประเภทรายการที่กลุ่ม Gen M รับชมบ่อย ที่มีคะแนนสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ละครไทย รองลงมา

คือ รายการวาไรตี้และรายการเพลงตามลำดับ ซึ่งต่างจากผลของงานวิจัยของ Lealaphan and Launglaor (2015) เรื่อง “พฤติกรรมชมและการมีส่วนร่วมกับรายการโทรทัศน์ผ่านจานรับสัญญาณดาวเทียม” ที่พบว่าประเภทรายการที่ชมผ่านจานรับสัญญาณดาวเทียมที่สุด 5 ลำดับ คือ รายการประเภทภาพยนตร์ รายการประเภทดนตรี รายการประเภทละคร รายการประเภทรายการข่าว รายการประเภทกีฬา ซึ่งทำไว้ในปี 2557 ซึ่งอาจเป็นเพราะว่า ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่เหลื่อมกัน หรืออาจเป็นเพราะพฤติกรรมอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมหรือปัจจัยอื่น ๆ ที่เป็นประเด็นนำทำวิจัยต่อไป

5. การทดสอบสมมติฐาน พบว่า

- ปัจจัยในการรับชมโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างที่มีผลต่อเพศที่ต่างกัน มี 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านทำให้รู้สึกเหมือนมีเพื่อน จะรู้สึกไม่เหงา หรือโดดเดี่ยว คลายเครียดจากการเรียน การทำงาน จะมีผลต่อเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และปัจจัยด้านรายการที่รับชม กำลังเป็นประเด็น หรือหัวข้อสนทนาในสังคม จะมีผลต่อเพศชายมากกว่าเพศหญิง

- ปัจจัยในการรับชมโทรทัศน์ที่มีผลต่ออายุที่ต่างกันของกลุ่มตัวอย่างคือปัจจัยด้านแซกรับเชิญในรายการโทรทัศน์ หรือผู้ที่มาร่วมรายการ อยู่ในกระแสความสนใจโดยจะมีผลต่อกลุ่มอายุระหว่าง 19-21 ปี มากกว่ากลุ่มอายุระหว่าง 22-24 ปีของกลุ่มตัวอย่าง

- ปัจจัยในการรับชมโทรทัศน์ที่มีผลต่อระดับการศึกษาที่ต่างกันของกลุ่มตัวอย่าง คือ ปัจจัยด้านพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการที่ทำให้รายการดำเนินไปด้วยความราบรื่นโดยจะมีผลต่อกลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาระดับต่ำกว่าตรีมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป

- ปัจจัยในการรับชมโทรทัศน์ที่มีผลต่อรายได้ที่ต่างกันของกลุ่มตัวอย่างมี 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านเห็นโฆษณาทางรายการโทรทัศน์ ให้ติดตามกระแสที่เป็นประเด็นทอล์คออฟเดอะทาวน์ และปัจจัยด้านพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการที่ทำให้รายการดำเนินไปด้วยความราบรื่น

- ความพึงพอใจละครไทยระหว่างเพศชายกับเพศหญิงแตกต่างกัน โดยที่เพศหญิงพึงพอใจในประเด็นด้านเทคนิคต่าง ๆ ดูสมจริงมากกว่าเพศชายส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

- กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันพึงพอใจละครไทยแตกต่างกันในด้านความมีชื่อเสียงของผู้กำกับและแนวคิดคุณธรรมที่สอดแทรกในเนื้อหาละคร

- กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันพึงพอใจละครไทยแตกต่างกันในด้านความสามารถของนักแสดงมีความเป็นมืออาชีพ

- กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 บาทขึ้นไปพึงพอใจต่างกันในด้านความสามารถของนักแสดงมีความเป็นมืออาชีพ ด้านฉากสถานที่ในการถ่ายทำละคร

- กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาทพึงพอใจต่างกันในด้านความคิด หรือ แก่นของเรื่อง และด้านเทคนิคพิเศษต่าง ๆ ดูสมจริง

ข้อเสนอแนะ

1. ผลการศึกษาสามารถสะท้อนให้เห็นถึงประเภทรายการ ช่องสถานีและความพึงพอใจจากการรับชมละคร ของ กลุ่ม Gen M ดังนั้น ช่องสถานี

และผู้ผลิตรายการควรพัฒนาและปรับปรุงละคร โดยเน้นเนื้อหา บทและภาษาที่ใช้ ความเหมาะสมของนักแสดง รวมถึงการแต่งกายของตัวละครที่พอเหมาะพอควรสอดคล้องกับวัฒนธรรมอันดีของชาติ ลดทอนการมุ่งเน้นที่พระเอก นางเอก เนื่องจากละครมีอิทธิพลทั้งการชี้นำความคิดและการเป็นแบบอย่างของคนในสังคม

2. จากการแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มย่อย (Cluster) โดยใช้ความพึงพอใจออกเป็น 3 กลุ่ม พบว่า **กลุ่มที่ 3 Actors/Actresses Focus** ซึ่งหมายถึงกลุ่มผู้รับชมละครที่พึงพอใจนักแสดงนำ พระเอก-นางเอกและความสามารถของนักแสดงมีความเป็นมืออาชีพ มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 48.72 จัดว่าเป็นจำนวนสูง ดังนั้น นักแสดงนำ พระเอก นางเอก ต้องเป็นตัวแบบที่ดีของสังคม โดยเฉพาะเยาวชน ช่างศานีและผู้ผลิตรายการควรให้ความสำคัญและโอกาสแก่นักแสดงที่ดีมากกว่าที่จะให้ความสำคัญนักแสดงที่เป็นที่ชื่นชอบของผู้ชมแต่มีประเด็นเรื่องพฤติกรรม

3. ปัจจัยประการหนึ่งในการรับชมโทรทัศน์ผ่านทีวีดิจิทัลของ Gen M คือ รายการโทรทัศน์ทำให้ติดตามกระแสที่เป็นประเด็นทอล์คคอพเดอะทาวน์ นอกจากนี้ ปัจจัยนี้มีผลต่อกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ รายได้ และการศึกษาต่างกัณดั่งนั้นช่างศานี ผู้ผลิตรายการควรปรับทัศนคติ ที่ว่านักแสดง แกรับเชิญ ซึ่งกำลังเป็นข่าวโดยเฉพาะด้านลบ ยิ่งลบ ยิ่งดั่ง ยิ่งต้องนำมารวมนาน

4. การแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มย่อย (Cluster) โดยใช้ปัจจัยในการรับชมโทรทัศน์หรือแบ่งตามความพึงพอใจ พบว่า กลุ่มเป้าหมายของช่างศานีโทรทัศน์และผู้ผลิตรายการมีหลายกลุ่มดั่งนั้นผู้ผลิตรายการ จะ

ต้องพัฒนารายการให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ได้รับความนิยมมากขึ้นและสามารถตอบสนองตามลักษณะและความต้องการของผู้ชมเป้าหมายที่เป็นกลุ่ม ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและคุณภาพ ในช่างศานีควรให้การสนับสนุนรายการที่สร้างสรรค์สิ่งดี ๆ ให้แก่สังคมนอกเหนือจากรายการทำเงินด้วยเช่นกัน

บรรณานุกรม

- Chuastapanasiri, T. (2014). Thais and digital TV. Retrieved March 20, 2016, from <https://th-th.facebook.com/time.chuastapanasiri/posts/10152410722973732> (in Thai).
- Department of Provincial Administration. (2015). Official statistics registration systems. Retrieved April 8, 2016, from http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php (in Thai).
- Detchjinda, C. (1992). *The entrepreneur's satisfaction toward Industrial Waste Eliminating Center, Samaedam BangKhunThian Bangkok*. (Unpublished master's thesis). Mahidol University, Nakhon Pathom. (in Thai).
- Dramaturgy. (n.d.) Retrieved March 3, 2016, from http://www.stjohn.ac.th/Department/internet_rally/rally5_47/IT_cul/lakhon.html (in Thai).
- iHotel Marketer. (2012). 7P's marketing mix for service business. Retrieved April 1, 2016, from http://www.ihotelmarketer.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=301:7ps-service-marketing-mix (in Thai).

- In depth behavior of watching TV of Thai. (2015). Retrieved April 22, 2016, from <http://mcot-web.mcot.net/9ent/viewphp?id=5562852f6e0470f69f8b4645> (in Thai).
- In depth trend of “new customer” gen M. (2013). Retrieved April 24, 2016, from <http://positioningmag.com/55983> (in Thai).
- Jitprapai, N. (n.d.). Gen-M lifestyle. Retrieved March 2, 2016, from http://utcc2.utcc.ac.th/brandthaicenter/doc/Gen_M_Lifestyle.doc (in Thai).
- Jung, W. (2015). Hierarchy of needs theory. Retrieved March 15, 2016, from <http://www.bloggang.com/mainblog.php?id=wbj&month=07-12-2007&group=29&gblog=3> (in Thai).
- Kotler, P. (2009). Marketing management. Retrieved April 7, 2016, from <http://www.slideshare.net/bharmalzulfikar/philipkotlermarketing>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of marketing*. (15th ed). Essex: Pearson Education.
- Lealaphan, A., & Launglaor, W. (2015). A study on watching behavior and participation in satellite television programs. *University of the Thai Chamber of Commerce Journal*, 34(2), 75-93. (in Thai).
- Phocharoen, F. (2008). *Satisfaction of the TV audience toward Thailand TV channel 3 in Bang Kapi Districts, Bangkok*. (Unpublished master's thesis). Ramkhamhaeng University, Bangkok. (in Thai).
- Pittayaboon, C. (2014). Factors affecting the decision to watch drama on television of Ramkhamhaeng University Student. *Ramkhamhaeng University Journal, Humanities*, 33(1), 109-121. (in Thai).
- Sangaunngam, S. (2015). Factors effect the behavior of watching news on the television of audiences in Bangkok. Retrieved April 25, 2016, from <http://it.nation.ac.th/studentresearch/files/5509133f.pdf> (in Thai).
- What is digital TV?. (2015). Retrieved March 29, 2016, from <http://tv.mthai.com/digital-tv/news/328.html> (in Thai).
- Wikimedia Foundation. (2015). elevision station. Retrieved March 28, 2016, from <https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%B5%E0%B9%82%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B8%A8%E0%B8%99%E0%B9%8C> (in Thai).
- Wikimedia Foundation. (2016). Television station. Retrieved March 28, 2016, from <https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%B5%E0%B9%82%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B8%A8%E0%B8%99%E0%B9%8C> (in Thai).