

[เติชิต , ณ์ฐพงษ์ หน้า 343-354]



พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรูปแบบรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) ในเขตกรุงเทพมหานคร

The Audiences' Exposure Behavior and Satisfaction on
"The Mask Singer" Television Program in Bangkok Area.

เติชิต หอมจันทร์* คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

ณ์ฐพงษ์ แยมเจริญ** คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

Taechit Homchan. Faculty of Communication Arts.. Kasem Bundit University

Nattapong Yamcharern. Faculty of Communication Arts.. Kasem Bundit University

Email : krithep.jit@kbu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรูปแบบรายการหน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรูปแบบรายการหน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างด้วยค่าที การทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว การทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่าเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายมีอายุระหว่าง 20-29ปี การศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา ในส่วนของพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ ส่วนใหญ่รับชมผ่านช่องทางโทรทัศน์ ขึ้นชอบในซีซั่นที่ 4 ความถี่ในการรับชม 4 ครั้งต่อเดือน ระยะเวลาชม 2 ชั่วโมงตั้งแต่ต้นจนจบ ลักษณะการชมตั้งใจชมตลอดทั้งรายการ ขึ้นชอบช่วงรอบชั้กถาม รู้จักรายการจากสื่อโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการนำเสนอรูปแบบรายการ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 จากคะแนนเต็ม 5.00 โดยมีความพึงพอใจเทคนิคการผลิตมากที่สุด และระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด คือการนำเสนอรูปแบบรายการ 4.10 จากคะแนนเต็ม 5.00 นอกจากนี้ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ในด้าน อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการแตกต่างกัน ในส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ในด้าน เพศ อายุ รายได้ อาชีพ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อรูปแบบรายการแตกต่างกันด้วย ด้านความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจต่อรูปแบบรายการ ไม่สัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

คำสำคัญ : การเปิดรับ , ความพึงพอใจ

* เติชิต หอมจันทร์ : นักศึกษาลัทธิสุตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

** ณ์ฐพงษ์ แยมเจริญ (ผศ.ดร.) : อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

Abstract

The study on audiences' exposure behavior and satisfaction on "The Mask Singer" television program in Bangkok area aims to study on audiences' exposure behavior and satisfaction on "The Mask Singer" television program. The data was collected by using questionnaires with 400 people of sample population. The statistics were used in data analysis including frequent, percentage, average, standard deviation, T-test, one-way ANOVA, and relation test by using Pearson product-moment correlation coefficient.

The study found that audiences were female more than male, age was 20 – 29 years old, education was between upper high school or equivalent to vocational certificate, monthly income was 10,001 – 30,000 Thai Baht, and most occupation was student. For watching behavior on "The Mask Singer", most of sample population watched it through televisions and Season 4 was the most favorite. The watching frequency was 4 episodes a month and watched each episode for 2 hours from beginning until end and always concentrate on whole episode. The most favorite part of each episode was Q&A part. Most of audiences known this program from television advertising. Most of sample population had a satisfaction on "The Mask Singer" in the highest level, an average satisfaction score was 4.29 from 5.00. The program production was the most satisfaction and the least was the show presentation that had an average score at 4.1 from 5.0. The hypothesis test found that the differences of demographic characteristics of audiences on age, education, income, and occupation had affected on watching behaviors and the differences of demographic characteristics on gender, age, income, and occupation also had affected on satisfactions on "The Mask Singer". The relation between watching behavior and satisfaction on "The Mask Singer" was not significantly correlated at 0.01.

keywords : Exposure , Satisfaction

บทนำ

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่มีพลังสามารถรวบรวมสังคมโลกให้ไร้พรมแดน รวมผืนโลกทั้งโลกให้เป็นหนึ่งเดียว ในยุค "ดิจิทัล" ทำให้โลกไม่ได้ถูกแบ่งแยกออกจากกันและยังนับวันเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวขับเคลื่อนสังคมให้พัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง

สื่อโทรทัศน์ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนเข้าสู่ระบบดิจิทัลอย่างสมบูรณ์เมื่อ พ.ศ.2559 สร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับวงการโทรทัศน์มากมาย รายการโทรทัศน์จึงต้องปรับตัวให้เข้ากับระบบดิจิทัลเพื่อให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร เกิดการแข่งขันกันอย่างเข้มข้นในรายการโทรทัศน์ด้วยกัน รวมถึงแข่งขันกับเนื้อหาผ่านสื่อใหม่ที่นับวันจะได้รับความนิยมสูงขึ้น ผู้ผลิตรายการจึงต้องหากกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้รายการพัฒนารูปแบบให้มีความน่าสนใจมากขึ้น

ท่ามกลางภาวะที่ซบเซาของโทรทัศน์ดิจิทัล รายการเรียลลิตี้เกมโชว์ทางสถานีโทรทัศน์เวิร์คพอยท์ ที่ได้ชื่อลิขสิทธิ์ (The Mask Singer) จากเกาหลีแล้วมาปรับให้เข้ากับบริบทไทยกลับมีกระแสวิพากษ์วิจารณ์ที่แตกต่างจากรายการอื่นๆ ผลการตอบรับจากข้อมูลนี้ลงเส้นเมื่อปี พ.ศ. 2560 พบว่าช่วงเวลา 18.00-22.30 น. ซึ่งเป็นเวลาที่มีคนดูที่วิวมากที่สุดในพื้นที่กรุงเทพฯ รายการหน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) มีจำนวนผู้ชม

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

มากกว่าช่อง 3 และช่อง 7 ขึ้นมาเป็นรายการยอดนิยมอันดับ 1 หรือถ้าจะมองภาพใหญ่ทั่วประเทศ วิเคราะห์ตัวเลขเรตติ้งคนดูจากการประมวลผลของนีลเส็น พบว่ารายการนี้มีคนดูโดยเฉลี่ยถึง 5.2 ล้านครัวเรือน และช่วงที่ได้รับความนิยมสูงสุดมีคนดูถึง 7.8 ล้านครัวเรือน

จากความเป็นมาและความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้นดิจิทัลคอนเทนต์ในการสร้างรูปแบบรายการที่มีความน่าสนใจ ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาพฤติกรรม การเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรูปแบบรายการหน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อตอบคำถามในประเด็นปัจจัยด้านลักษณะประชากร มีผลต่อพฤติกรรม การเปิดรับและความพึงพอใจโดยผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ อาจเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิต รายการโทรทัศน์ ในการพัฒนาปรับปรุงรายการในยุคดิจิทัลให้เข้าถึงผู้ชมตามความต้องการมากขึ้น

วัตถุประสงค์การศึกษา

- 1 เพื่อศึกษาคูณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการหน้ากากนักร้อง(The Mask Singer) ในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2 เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรม การเปิดรับชมรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer)ของผู้ชมรายการ ในเขตกรุงเทพมหานคร
- 3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer)ในเขตกรุงเทพมหานคร
- 4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรม การเปิดรับชมรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer)ของผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานคร
- 5 เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การเปิดรับชมรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer)กับความพึงพอใจต่อรูปแบบรายการของผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการศึกษา

- 1 ผู้ชมรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer)ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรม การเปิดรับชมรายการ หน้ากากนักร้อง(The Mask Singer)แตกต่างกัน
- 2 ผู้ชมรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer)ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อรูปแบบรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer)แตกต่างกัน
- 3 พฤติกรรม การเปิดรับชมของผู้ชมรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer)มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการชมรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer)

ขอบเขตของการศึกษา

มุ่งศึกษาพฤติกรรม การเปิดรับชมและความพึงพอใจของผู้ชมต่อรูปแบบรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer)ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administration Questionnaire) 400 คน ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ระยะเวลาเก็บข้อมูลระหว่างเดือน มิถุนายน - กันยายน พ.ศ. 2561จากผู้ที่เคยชมรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) ตั้งแต่ซีซั่น 1 - 4 เท่านั้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่รับชมรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

Singer)

2 ได้ทราบถึงความพึงพอใจและความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง หลังจากชมรายการหน้ากากนักร้อง (The Mask Singer)

3 ใช้เป็นแนวทางที่เป็นประโยชน์ สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนหรือกำหนดนโยบายการผลิต ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชมหน้ากากนักร้อง (The Mask Singer)

4 ใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการผลิตรายการประเภทเรียลลิตี้เกมโชว์ให้มีเนื้อหาหรือรูปแบบสอดคล้องกับความพึงพอใจของประชาชนผู้รับสาร

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้

ผู้ศึกษาได้ใช้แนวคิดและทฤษฎีเพื่อทำการศึกษาดังนี้

- 1 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์
- 2 แนวคิดรูปแบบรายการเรียลลิตี้รายการหน้ากากนักร้อง (The Mask Singer)
- 3 แนวคิดด้านประชากรศาสตร์
- 4 ทฤษฎีการเปิดรับสื่อ
- 5 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ศึกษาได้กำหนดระเบียบการศึกษาค้างนี้ ใช้รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research Method) ด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administration Questionnaire) ซึ่งในการรวบรวมข้อมูลผู้ศึกษาใช้วิธีการเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว (One – shot Descriptive Study) ใช้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน เป็นชายและหญิงที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ผู้ศึกษาใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม(Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ จำนวน 5 ข้อคำถาม

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับรายการ โทรทัศน์ (The Mask Singer) ได้แก่ ช่องทางการเปิดรับชม ชีตั้นที่ชอบมากที่สุด ความถี่ในการเปิดรับ ระยะเวลาในการติดตามชมรายการ ลักษณะการเปิดชม ช่วงของรายการในการเปิดรับชมรวม 6 ข้อคำถาม

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการชมรายการ หน้ากากนักร้อง(The Mask Singer)โดยให้กลุ่มตัวอย่างเลือกระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับใด คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด 7 ข้อคำถามในแต่ละข้อ มีคำถามย่อยเพื่อให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับสมมติฐานในการวิจัย

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและเสนอแนะที่มีต่อรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer)

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มี 2 ประเภทได้แก่

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระตัวแปรตามในสมมติฐานต่างๆ โดยการวิเคราะห์ที่ใช้นี้คือ การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย (T-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการศึกษา

1. ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างประชาชนที่ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 66 และ เพศชาย จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 34 ส่วนใหญ่มีอายุ 20-29 ปี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 การศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ปวช. โดยมีสัดส่วนถึง 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 เป็นนักศึกษา จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer)

กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) ส่วนใหญ่รับชมผ่านช่องทางโทรทัศน์จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50 มีความชอบในซีซั่นที่ 4 มากที่สุด จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 มีความถี่ในการรับชม 4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 ระยะเวลาในการติดตามส่วนใหญ่ชม 2 ชั่วโมง ตั้งแต่ต้นจนจบ จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 และยังมีลักษณะการชมแบบ ตั้งใจชมตลอดทั้งรายการ จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 และในช่วงของรายการ ส่วนใหญ่ชื่นชอบช่วง รอบชกถาม จำนวน 168 คนคิดเป็นร้อยละ 42.0 ส่วนใหญ่รู้จักรายการจาก สื่อโทรทัศน์ จำนวน 203 คน คิดเป็น ร้อยละ 50.8

3. ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อรูปแบบรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการนำเสนอรูปแบบรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 จากคะแนนเต็ม 5.00) เมื่อพิจารณารายประเด็นพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อการนำเสนอรูปแบบรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) สูงสุด 3 ลำดับคือ รูปแบบรายการมีความแปลกใหม่ น่าสนใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมาคือกติกาการแข่งขัน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และรายการนำเสนอและบ่งบอกถึงรูปแบบรายการ เรียกลีลา อย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ตามลำดับ ด้านเทคนิคการผลิตรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) ในระดับชอบมากมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 จากคะแนนเต็ม 5.00) เมื่อพิจารณารายประเด็นพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อด้านเทคนิคการผลิตรายการรูปแบบรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) สูงสุด 3 ลำดับคือ ความสวยงามของฉากประกอบรายการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 รองลงมาคือค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3 อันดับ คือความน่าสนใจของมุกกลิ้ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 การใช้แสงในรายการมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 และเสียงมีความชัดเจนและเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ตามลำดับ

ด้านพิธีกรผู้ดำเนินรายการรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) อยู่ในระดับชอบมาก (ค่าเฉลี่ย

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

เท่ากับ 4.34 จากคะแนนเต็ม 5.00) เมื่อพิจารณารายประเด็นพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อพิธีกรผู้ดำเนินรายการหน้ากานักร้อง (The Mask Singer) สูงสุด 3 ลำดับคือ พิธีกร กันต์ กันตถาวร มีความเหมาะสมค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 รองลงมาคือผู้ดำเนินรายการใช้คำพูดและภาษาอย่างเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และสามารถดำเนินรายการได้น่าสนใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ตามลำดับ

ด้านผู้เข้าแข่งขันในภาพรวมของรายการหน้ากานักร้อง (The Mask Singer)อยู่ในระดับชอบมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 จากคะแนนเต็ม 5.00) เมื่อพิจารณารายประเด็นพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อผู้เข้าแข่งขันในภาพรวมของรายการหน้ากานักร้อง (The Mask Singer) สูงสุด 3 ลำดับ คือ เสื้อผ้าของผู้เข้าแข่งขันมีความสวยงาม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 รองลงมาคือ ผู้เข้าแข่งขันมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และมีความสามารถด้านการร้องเพลง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ตามลำดับด้านคณะกรรมการในภาพรวมของรายการหน้ากานักร้อง (The Mask Singer)อยู่ในระดับชอบมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 จากคะแนนเต็ม 5.00) ทั้งนี้เมื่อพิจารณารายประเด็นพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อกรรมการในภาพรวมของรายการหน้ากานักร้อง (The Mask Singer) สูงสุด 3 ลำดับ คือ คณะกรรมการมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 รองลงมาคือ ปฏิภาณไหวพริบในการถามคำถามของคณะกรรมการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และเสื้อผ้าของคณะกรรมการมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ชมรายการ (The Mask Singer) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมเปิดรับชมรายการ หน้ากานักร้อง(The Mask Singer)แตกต่างกัน พบว่าประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรที่มี อายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพ แตกต่างกันมีพฤติกรรมเปิดรับชมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมเปิดรับชมต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 ผู้ชมรายการ หน้ากานักร้อง(The Mask Singer) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อรูปแบบรายการ หน้ากานักร้อง (The Mask Singer)แตกต่างกัน

พบว่าประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรที่มี เพศ อายุ รายได้ และอาชีพ แตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนปัจจัยด้านการศึกษาที่แตกต่างไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการ หน้ากานักร้อง(The Mask Singer)มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรูปแบบรายการ หน้ากานักร้อง(The Mask Singer)

พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจต่อรูปแบบรายการ หน้ากานักร้อง(The Mask Singer)ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.714 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ชมรายการ (The Mask Singer) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมเปิดรับชมรายการ หน้ากานักร้อง(The Mask Singer) แตกต่างกัน

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

จากผลการวิจัยพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการหน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) ในกรุงเทพมหานคร เมื่อพิจารณาประเด็นจะพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์นั้น

อายุ ผู้ชมรายการที่มีอายุต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) แตกต่างกัน โดยการศึกษาครั้งนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ อายุ 40-49 ปี มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการหน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) สูงกว่า ผู้ชมที่มีอายุ ต่ำกว่า 20 ปี และ 20-29 โดยวิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มที่มีอายุ 40-49 ปี กลุ่มที่มีอายุ 40-49 ปี นั้นอยู่ในช่วงวัยทำงาน มีความเครียดจากสภาวะรอบตัว จึงใช้วิธีหาความบันเทิงเพื่อผ่อนคลาย ซึ่งรายการเรียลลิตีมีเนื้อหาเน้นความสนุกสนานให้อารมณ์ขัน ทำให้เกิดความบันเทิง คลายความเครียด แก้เหงา สอดคล้องกับงานวิจัย สุรดา จรุงกิจอนันต์ (2543) เรื่อง หน้าตาของสื่อ กล่าวไว้ว่า สื่อรายการโทรทัศน์มีหน้าที่นำเสนอความบันเทิง นอกจากนี้ผู้ชมกลุ่มนี้ต้องการรับชมศิลปินในยุคสมัยของตนเองเพื่อถวิลหาบรรยากาศหรือความคุ้นเคยแบบในอดีตในยุค 90 สอดคล้องกับแนวคิด (Nostalgia) Jameson 1991 อ้างถึงใน พัฒนา กิติอาษา, (2546) ที่กล่าวว่า มนุษย์ต้องการรับรู้เพื่อหยวนหาอดีต ในแง่ของสุนทรียภาพทางอารมณ์

การศึกษา ผู้ชมรายการที่มีการศึกษาต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) แตกต่างกัน ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า มีกลุ่มตัวอย่าง ที่เปิดรับชมรายการหน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับสูงกว่าปริญญาตรีคนที่ได้รับการศึกษาสูงมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการแตกต่างกัน และทำให้พฤติกรรมในการรับสารแตกต่างกันไป เนื้อหารายการ เป็นการค้นหาความจริงภายใต้สิ่งที่ถูกอำพรางต้องใช้การวิเคราะห์เพื่อค้นหาความจริง สอดคล้องกับแนวคิด สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, (2533) กล่าวว่า การศึกษาทำให้นักคิดเกิดความคิดจึงมีความเข้าใจสารได้ดีและลึกซึ้งกว่าดังนั้นการรับชมรายการนี้มีลักษณะเน้นหนักไปที่คุณภาพที่แท้จริงจากทักษะความสามารถของนักร้อง โดยไม่ใช้การตัดสินจากรายบุคคล (ดารา) ยังมีเรื่องของสไตล์เพลงและประเภทของเพลงที่มีความหลากหลาย ให้ติดตามทั้ง ไทยสากล ลูกทุ่ง ทุกยุคสมัยไม่ใช่เพียงสมัยนิยม การศึกษาจึงมีผลต่อการเปิดรับชมรายการ สอดคล้องกับ สมร ทองดี, (2531) ที่กล่าวว่าระดับการศึกษา ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารของผู้รับสารอย่างมาก

รายได้ ผู้ชมรายการที่มีการรายได้ต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) แตกต่างกัน โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่รับชมรายการหน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-30,000 บาท พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการหน้ากากนักร้องแตกต่างกัน ถือว่าเป็นกลุ่มที่มีรายได้ไม่สูงมาก จึง สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิยะดา เกียวกุล, (2538) ที่พบว่า ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน มีการเปิดรับรายการโทรทัศน์แตกต่างกัน

อาชีพ ผู้ชมรายการที่มีการอาชีพต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) แตกต่างกัน ในรายประเด็นกลุ่มอาชีพที่มีค่าเฉลี่ยสูง คือ เกษตรกรรม, ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ, พนักงานเอกชน กลุ่มประชากรเหล่านี้มีลักษณะการทำงานงานคล้ายกัน คือการทำงานที่จับตามเวลา ไม่มีภาระงานที่ต้องมาทำตอนนอกเวลาจึงมีโอกาสที่จะเปิดรับชมรายการในช่วงเวลาออนแอร์ สอดคล้องกับ ประมว สตะเวทิน (2538) ที่สรุปว่า คนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมองโลกมีแนวความคิด มีอุดมการณ์และมีค่านิยมต่อสื่อต่างๆแตกต่างกันไป ทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแตกต่างกันไปด้วย

เพศ ผู้ชมรายการที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการหน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) ไม่แตกต่างกัน พบว่าเพศหญิงและเพศชายต้องการความบันเทิง ความเพลิดเพลินเพื่อผ่อนคลาย

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

รูปแบบรายการถูกออกแบบมาให้สามารถดูได้ทุกเพศซึ่งเป็นหน้าที่หนึ่งของสื่อมวลชน สอดคล้องตามที่ แฮโรลด์ ลาสเวลล์ (Harold Lasswell) อ้างใน สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร, (2533) ได้นำเสนอไว้ว่า สื่อมวลชนมีหน้าที่ให้ความบันเทิง

สมมติฐานข้อที่ 2 ผู้ชมรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อรูปแบบรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) แตกต่างกัน

จากผลการวิจัยความพึงพอใจต่อรูปแบบรายการหน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) ในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อพิจารณารายละเอียดนั้นจะพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์นั้น

เพศ ผู้ชมรายการที่มีเพศแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อรูปแบบรายการหน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) แตกต่างกัน สอดคล้องกับ ประมะ สดเวทิน. (2546) ที่กล่าวว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันมากในเรื่องความคิดค่านิยมและทัศนคติ เพราะสังคมได้กำหนดบทบาทเอาไว้ต่างกันและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนฤดี ธาดาอำวยชัย (2541) พบว่าเพศหญิงมีความพึงพอใจในการชมโทรทัศน์สูงกว่าเพศชาย

อายุ ผู้ชมรายการที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อรูปแบบรายการหน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) แตกต่างกันโดยการศึกษาครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ ต่ำกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าอายุ 20-29 ปีขึ้นไป โดยวิเคราะห์ได้ครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ ต่ำกว่า 20 ปี และ 20-29 ปีขึ้นไป โดยวิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มตัวอย่างนี้เป็นกลุ่มคนเจน Y-Z มีความสนใจสื่อที่หลากหลายไม่ชอบความซ้ำซากจำเจ เมื่อมองถึงรูปแบบรายการแล้วรูปแบบรายการมีความคิดและอารมณ์ที่หลากหลาย เช่น พูดคุยถามตอบ ร้องเพลง ตลก ตรามา สืบค้นค้นหา วิเคราะห์ จินตนาการ และการใช้นวัตกรรมที่ปรับเปลี่ยนเพิ่มเติมรายการให้แปลกใหม่ไม่ให้อาจำน่าเบื่อเมื่อเทียบกับพฤติกรรมของคนกลุ่มนี้ สอดคล้องกับแนวคิด อรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์, (2551) พฤติกรรมของคนใน เจน Y-Z เป็นคนทันสมัย มักเบื่อง่ายกล้าที่จะวิ่งหาหาสิ่งแปลกใหม่ตลอดเวลาไม่ชอบการนำเสนอ เทคนิค กลยุทธ์ ในแบบเดิมๆ จึงตอบสนองของความพึงพอใจคนกลุ่มเจน Y-Z แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุสูง ยังสอดคล้องกับ Katz and Others อ้างอิงใน ยูบล เบญจรงค์กิจ, (2554) กล่าวว่าความแตกต่างของอายุทำให้แต่ละคนคาดคะเนสื่อต่างกันออกไปด้วย จนสุดท้ายความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อก็จะแตกต่างกันออกไปด้วย

รายได้ ผู้ชมรายการที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อรูปแบบรายการหน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) แตกต่างกันโดยการศึกษาครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 50,001-70,000 บาท กล่าวได้ว่าการในสังคมเมืองหลวงมีการแข่งขันทุกด้านทางสังคมและสภาวะเศรษฐกิจที่มีค่าครองชีพที่สูงจึงจำเป็นต้องรายได้ในการดำเนินชีพในสภาวะสังคมแข่งขัน รายได้จึงเป็นตัวกำหนดสถานะทางสังคมในทุกๆ ด้านรวมถึงเรื่องของการเปิดรับสื่อที่ผู้รับสารต้องการเลือกหรือเข้าถึงได้ รวมทั้งยังเป็นตัวกำหนดการเปิดรับเนื้อหา รูปแบบความสนใจของสื่อด้วย สอดคล้องกับ สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร, (2533) กล่าวว่า รายได้เป็นปัจจัยกำหนดความเป็นอยู่ ความต้องการ ความคิดเห็นตลอดจนพฤติกรรมต่างๆ ของแต่ละบุคคลที่ต่างกันออกไป

อาชีพ ผู้ชมรายการที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อรูปแบบรายการหน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) แตกต่างกัน โดยการศึกษาครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างนี้เป็นนักเรียนนักศึกษามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงกว่าอาชีพอื่น นอกจากนี้ยังพบว่าในกลุ่มลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความพึงพอใจต่อรูปแบบรายการ ในกลุ่มของ อายุ (ต่ำกว่า 20 ปี) อาชีพ (นักศึกษา) รายได้ (ต่ำกว่า 10,000 บาท) อยู่ในกลุ่มประชากรตัวอย่าง

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

เดียวกันที่มีความพึงพอใจเฉลี่ยสูง ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ ปรมะ สตะเวทิน, (2538) ที่สรุปว่า คนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมองโลกต่างกัน มีแนวคิดมีอุดมการณ์และมีค่านิยมต่อสิ่งต่างๆแตกต่างกันไป ทำให้มีความต้องการและความพึงพอใจที่แตกต่างกันออกไปด้วย

การศึกษา ผู้ชมรายการที่มีการศึกษาแตกต่างกันความพึงพอใจต่อรูปแบบรายการหน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) ไม่แตกต่างกันอาจกล่าวได้ว่า การศึกษาที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อรูปแบบรายการไม่แตกต่างกันเพราะเนื้อหาของรูปแบบของรายการหน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) ทำให้ทุกระดับการศึกษาสามารถเข้าถึงได้หมด มีความทันสมัย อยู่ในกระแสความสนใจ รวมถึงเครื่องมือในการเปิดรับก็สามารถเปิดชมหลายช่องทางและมีการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่งในยุคดิจิทัลถูกออกแบบมาเพื่อเข้าถึงผู้ใช้งานอย่างไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของการศึกษา และในกลุ่มการศึกษาทุกระดับจะเห็นได้ว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่าเฉลี่ยที่สูงทั้งหมด จึงกล่าวได้ว่าทุกระดับการศึกษามีความพึงพอใจต่อรูปแบบรายการไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรูปแบบรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer)

พฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจต่อรูปแบบรายการ หน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.018 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.018 แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการหน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรูปแบบรายการหน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) นั่นคือถ้าผู้ชมเปิดรับชมรายการหน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) มากขึ้น ก็ไม่มีผลต่อความพึงพอใจต่อรูปแบบรายการหน้ากากนักร้อง (The Mask Singer)

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อคิดเห็นต่อการพัฒนารายการหน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) ดังข้อต่อไปนี้

การนำเสนอรูปแบบรายการ อยากให้รายการออกอากาศ วันเสาร์-วันอาทิตย์ สัปดาห์ละ 2 ครั้งและมีอีกตลอดไป รายการให้ความสนุกและความบันเทิงมากอยากให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแข่งขัน กลุ่มตัวอย่างบางส่วนเป็นแฟนคลับรายการ และยังมีการนำนวัตกรรมมาใช้ บางส่วนให้ความเห็นว่า ช่วงหลังๆไม่ค่อยสนุก และมีโฆษณาเยอะจนเกินไปในรอบตัดสินยืดเยื้อ

เทคนิคการผลิต มุกกลิ้งดีสบายตา ในส่วนของเวทีห่างจากคณะกรรมการมากเกินไปผู้ดำเนินรายการชอบพิธีกรมีบุคลิกภาพที่ดีและเหมาะสมมีความสามารถในการเป็นพิธีกรรายการบันเทิงผู้เข้าแข่งขัน ผู้เข้าแข่งขันมีความสามารถในการร้องเพลงเพราะ ตอบคำถามสนุก บางส่วนเป็นแฟนคลับนักร้องในหน้าฉาก คณะกรรมการ ชอบกรรมการถามคำถาม อยากให้เปลี่ยนคนอื่นมาสลับบ้าง และ อยากให้คุณ ธนวัฒน์ ประสิทธิ์สมพร (ดีเจน้อย) มาทุกเทป

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาชีพ

1. ผู้ผลิตรายการในยุคปัจจุบันสามารถนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบเนื้อหา รายการเพื่อให้ตรงกับลักษณะของกลุ่มผู้ชมเพื่อกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมมารับชมในระดับที่สูงขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. ควรมีการศึกษารายการหน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) เพิ่มเติมในเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์ เชิงลึก หรือการสนทนากลุ่ม ควบคู่ไปกับการแจกแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและเป็นทัศนคตินอกเหนือจากแบบสอบถาม

2. เพื่อให้ได้ความเห็นที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างในเขตอื่นๆ เช่น ปริมณฑลหรือทั่วประเทศโดยอาจจะเป็นตัวแทนแต่ละภาคต่าง เพราะรายการหน้ากากนักร้อง (The Mask Singer) เป็นรายการที่แพร่ภาพไปทั่วประเทศรวมถึงทางออนไลน์

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

บรรณานุกรม

- มนฤดี ธาดาอานวยชัย (2541). **ความพึงพอใจและความคาดหวังของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่น**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. [Monruedee Thadaaumnuychai. (1988) Students's Expectations and Satisfaction Towards on Television for Teenagers in Bangkok Area. The Degree of Master of Arts. Faculty of Journalism and Mass Communication. Thammasat University.]
- ปรมะ สตะเวทิน.(2538). **หลักการนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร:ภาพพิมพ์.[Porama Satavatin. (1995). Principle of Communication . Bangkok : Phappim]
- พัฒนา กิตติอาษา. (2546). **มานุษยวิทยากับการศึกษาปรากฏการณ์โหยหาอดีตในสังคมไทยร่วมสมัย**.กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.[Pattana Kitiarsa. (2003). Anthropology and the Study of the Past Phenomenon in Contemporary Thai Society. Bangkok : Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre.]
- ยุบล เบญจรงค์กิจ. (2542). **การวิเคราะห์ผู้รับสาร**. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. [Yubol Benjarong-kij.(1999).Audience Analysis. Bangkok : Chulalongkorn University.]
- สมร ทองดี.(2531). **จิตวิทยาเกี่ยวกับการรับสารนิเทศ**. นนทบุรี:โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. [Samorn Thongdee.(1988) Psychology of Information. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirath Open University.]
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร,(2533). **การสื่อสารกับสังคม**. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. [Surapongse Sotanasathien. (1990). Communication and Society. Bangkok: Chulalongkorn University.]
- วิดา เกี้ยวกุล.(2538) **การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับชมรายการข่าวของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. [Viyada Keawkul.(1995). Information Exposure uses and Gratifications of Television News Among People. Master's Communication Arts. Chulalongkorn University.]
- ยุบล เบญจรงค์กิจ. (2542). **การวิเคราะห์ผู้รับสาร**. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. [Yubol Benjarong-kij.(1999).Content Analysis. Faculty of Communication Arts. Bangkok : Chulalongkorn University.]

เว็บไซต์

- กนกกาญจน์ ประจงแสงศรี.(2560). **ศึกชิงเค้กดิจิทัลทีวี**. เข้าถึงเมื่อ 9 มิถุนายน 2561 จาก <http://www.thansettakij.com/content> [Khanokkhan Prajongsangsri.(2017). Battle for Digital TV Space Retrieved : June 9,2018 from www.thansettakij.com/content]
- สุรดา จรุงกิจอนันต์ (2543) **Entertainment in Game Show on Thai Television The Year 2000**. เข้าถึงเมื่อ 9 มิถุนายน 2561 จาก <http://www.marketingoops.com>. [Surada Charungkit-Anant. (2000) Entertainment in Game Show on Thai Television The Year 2000. Retrieved : June 9,2018 from www.marketingoops.com ISBN 974-17-0226-4.]

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

อรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์. (2551) **มดใจ Gen Y** . เข้าถึงเมื่อ 9 มิถุนายน 2561 จาก <http://www.marketingoops.com/brand-marketing/strategy-brandmarketing>.
[Atthasit Mounmath.(2008). **Product Design to Attract Generation Y**. Retrieved :
June 9,2018 from www.marketingoops.com/brand-marketing/strategy-brand-marketing.]