

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา“พฤติกรรมกาเปิดรับชมและความพึงพอใจต่อการรับชมรายการสารคดีทางสถานีโทรทัศน์” โดยผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างแบบความน่าจะเป็น(Probability sampling) จากนักศึกษาสาขาการภาพยนตร์ กลุ่มสาขานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามและพนักงานภาคสนามออกเก็บรวบรวมข้อมูล สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมกาเปิดรับชมและความพึงพอใจต่อการรับชมรายการสารคดีทางสถานีโทรทัศน์ ซึ่งสรุปผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์

นักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และกำลังศึกษาในชั้นปีที่ 2 มากที่สุดรองลงมาคือชั้นปีที่ 3 และมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 1 คนที่กำลังศึกษาในชั้นปีที่ 1

1.1. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับชมและความพึงพอใจต่อการรับชมรายการสารคดีทางวิทยุโทรทัศน์

พฤติกรรมกาเลือกเปิดรับชมรายการสารคดีทางวิทยุโทรทัศน์ วัตถุประสงค์หลักในการเลือกชมรายการสารคดีทางวิทยุโทรทัศน์ ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือความบันเทิง คิดเบี นร้อยละ 40 รองลงมาคือ ชื่นชอบรายการสารคดีทางวิทยุโทรทัศน์ คิดเบี นร้อยละ 22.67 ถัดมาคือ พักผ่อน คิดเบี นร้อยละ 17.33

เมื่อพิจารณาถึงทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน จะเห็นว่าความพอใจของผู้ชม ผู้ที่กระบวนการเลือกรับข่าวสาร (Selective Process) ที่เป็นไปตามความสนใจ ที่ต่างกันตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเสี่ยง ทัศนคติ และความรู้สึกนึกคิดของผู้ชมที่แตกต่างกัน

1.2. แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกชมรายการสารคดีทางวิทยุโทรทัศน์

แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกชมรายการสารคดีทางวิทยุโทรทัศน์ของกลุ่ม ตัวอย่างส่วนใหญ่คือตัวอย่างสารคดี คิดเป็นร้อยละ 28 รองลงมาคือเพื่อน/ ครอบครัว/แฟน คิดเป็นร้อยละ 20 ถัดมาคือโทรทัศน์/วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 17.33 ถัดมาคือหนังสือ/ นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 13.33 ส่วนเว็บไซต์/อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 12 และ 9.34 ตามลำดับ

5.3 ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ จึงยังไม่สะท้อนถึงลักษณะของเนื้อหาที่พึงประสงค์หรือสามารถดึงดูดใจของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน

ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรศึกษาเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกในประเด็นลักษณะเนื้อหา ที่จะสามารถดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายที่ชื่นชอบในเนื้อหาเชิงให้กำลังใจ ศาสนา หรือปรัชญา ติดตามอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องได้