

พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ไทยของบริษัท กันตนา กรุ๊ป
จำกัด (มหาชน) ที่มีผลต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
ของผู้ชมเจนเนอเรชัน Z ในเขตกรุงเทพมหานคร
Media Exposure Behavior of Thai Television Drama
by Kantana Group Public Company Limited,
Affecting Uses and Gratification of Generation Z
Viewers in Bangkok

บวรวงศ์ สุขนึก^{1*} และพรพรหม ชมงาม²
Bowonwong Suknuck^{1*} and Pornprom Chomngam²

Received: August 5, 2024
Revised: December 30, 2024
Accepted: December 31, 2024

¹นักศึกษาลัทธิสุตฺตนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

¹Master student, Master of Communication Art Program in Strategic
Communications, Bangkok University

¹(Email : bowonwong.sukn@bumail.net)

*Corresponding Author

²อาจารย์ประจำภาควิชาการสื่อสารและสื่อใหม่ คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

²Communication and New Media Department, School of
Communication Arts, Bangkok University

²(Email : pornprom.c@bu.ac.th)

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ไทยของบริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่มีผลต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชม เจเนอเรชัน Z ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การเปิดรับละครโทรทัศน์ไทยของบริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ของผู้ชมเจเนอเรชัน Z ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อละครโทรทัศน์ไทยของบริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ของผู้ชมเจเนอเรชัน Z ในเขตกรุงเทพมหานคร 3) พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ไทยของบริษัทกันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่มีผลต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมเจเนอเรชัน Z ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มผู้ชมละครโทรทัศน์เจเนอเรชัน Z ที่มีอายุ 18-27 ปี เพศชายและเพศหญิง และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation)

ผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า ความสามารถ เป็นพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ไทยที่สำคัญมากที่สุด เนื่องจากบทละครที่มีเนื้อหาเข้มข้นและการดำเนินเรื่องที่น่าติดตาม 2) กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ด้านการหลีกเลี่ยงจากโลกความเป็นจริงชั่วขณะ เป็นการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่สำคัญมากที่สุด เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างได้รับความบันเทิงและความสนุกสนานหลังจากรับชมละครโทรทัศน์ 3) พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ไทยของบริษัทกันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่มีผลต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมเจเนอเรชัน Z ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ, การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ, ละครโทรทัศน์, เจเนอเรชัน Z

Abstract

A Study on media exposure behavior of Thai television drama by Kantana Group Public Company Limited, affecting uses and gratification of Generation Z viewers in Bangkok. The objectives of this study are : 1) To investigate the exposure to Thai television dramas by Kantana Group Public Company Limited among Generation Z viewers in Bangkok. 2) To examine the uses and gratification derived from Thai television dramas by Kantana Group Public Company Limited among Generation Z viewers in Bangkok. 3) To study media exposure behavior of Thai television drama by Kantana Group Public Company Limited, affecting uses and gratification of Generation Z viewers in Bangkok. The sample for this study consists of 200 Generation Z television drama viewers aged 18-27, both male and female, residing in Bangkok. Questionnaires were used as the data collection tool, and the data was analyzed using Pearson Product Moment Correlation statistics.

The results of the study reveal that 1) The majority of the sample group considered the capability is the most important media exposure behavior to Thai television dramas, especially drama's engaging content and plot development. 2) The sample group viewed temporary escape from reality as the most important aspect of uses and gratification, as it provided entertainment and enjoyment after watching the dramas. 3) Media exposure behavior of Thai television drama by Kantana Group Public Company Limited, affecting uses and gratification of Generation Z viewers in Bangkok,

with statistical significance at the 0.01 level.

Keywords: Media exposure behavior, Uses and gratification, Thai television drama, Generation Z

บทนำ

ละครโทรทัศน์นับว่าเป็นรายการได้รับความนิยมและแพร่หลายมากในกลุ่มผู้ชม มีการผลิตละครโทรทัศน์อยู่อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน การผลิตรายการละครโทรทัศน์ เริ่มต้นจากการสรรหาบทประพันธ์หรือโครงเรื่องที่ที่น่าสนใจเพื่อนำมาเขียนเป็นบทละครโทรทัศน์และเข้าสู่กระบวนการผลิตละครโทรทัศน์ต่อไป (นราพร สังข์ชัย, 2552) ละครโทรทัศน์เป็นรายการโทรทัศน์ที่เกิดขึ้นพร้อมกับการก่อตั้งสถานีโทรทัศน์แห่งแรกขึ้นในประเทศไทย สถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหม หลังจากก่อตั้งได้ 2 เดือนจึงมีละครโทรทัศน์ออกอากาศครั้งแรก เมื่อวันที่ 5 มกราคม พ.ศ. 2499 เรื่อง สุริยานีไม่ยอมแต่งงาน (เพาวีภา ภมรสถิตย์, 2528) ละครโทรทัศน์เริ่มเข้าสู่ยุครุ่งเรืองในปี พ.ศ. 2501 นอกจากช่อง 4 แล้วยังมีช่อง สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ที่บุกเบิกเรื่องละครโทรทัศน์มากขึ้น เมื่อปี พ.ศ. 2524 คุณสุรางค์ เปรมปรีดิ์ เข้ามาดูแลด้านการตลาดและฝ่ายบุคคลทางช่อง 7 และได้ไปชวนหม่อมเจ้าชาตรีเฉลิม ยุคล มาร่วมหุ้นเปิดบริษัท พร้อมมิตรภาพยนตร์ เพื่อผลิตละครโทรทัศน์และภาพยนตร์ ต่อมาช่อง 7 ได้ดึงตัว คุณวณิช จรุงกิจอนันต์ มาช่วยเขียนบทละครโทรทัศน์ ในยุคแรกๆ โดยในยุคแรกๆ คณะผลิตละครของทางช่อง 7 ได้แก่ คุณไพรัช สังวริบุตร, บริษัท กันตนา จนถึงปี พ.ศ. 2530-2545 เป็นยุคธุรกิจละครเต็มรูปแบบ รวมถึงมีการวัดความสำเร็จด้วยระบบเรตติ้ง

ในปี พ.ศ. 2558 สหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ ประกาศให้ทั่วโลกยุติการออกอากาศโทรทัศน์ระบบแอนะล็อก และสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (อาเซียน) เห็นพ้องให้ยุติการออกอากาศโทรทัศน์ระบบ

แฉะล็อกภายในปี พ.ศ. 2563 เลยทำให้ระบบถูกเปลี่ยนไปใช้ระบบดิจิทัล ถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆอีกมากมาย เช่น ช่องวัน, ช่องจีเอ็มเอ็ม เลยทำให้ตลาดของละครช่องเดิมที่เคยมีอยู่แล้วเกิดความสั่นคลอนเกิดขึ้น และการแข่งขันที่สูงมากยิ่งขึ้น เลยทำให้ผู้ชมมีละครให้เลือกรับชมได้อย่างมากมาย หลากหลาย แต่กระนั้นกลับไม่เป็นผลดีต่อช่องโทรทัศน์ที่เคยมีอยู่แล้ว

ผลสำรวจพฤติกรรมการรับชมละครหัวข้อ Contentology ซึ่งเป็นการศึกษาเชิงลึกที่ผสมผสานระหว่างศาสตร์และศิลป์ของพฤติกรรมผู้บริโภคคอนเทนต์ของคน 3 กลุ่มในยุคปัจจุบัน 1) เจเนอเรชัน X คนในเจเนอเรชันนี้ส่วนใหญ่ยังนิยมดูละครและอินกับนักแสดงหรือบทละครผ่านหน้าจอทีวีที่บ้านเป็นหลักและยังมีความผูกพันอย่างต่อเนื่อง 2) เจเนอเรชัน Y จากวิถีชีวิตที่ต้องทำงานหนักเพื่อก่อร่างสร้างตัวและสังสรรค์กับเพื่อน ผลวิจัยได้กล่าวว่าคนเจเนอเรชันนี้ยังดูละครทางทีวีอยู่เพียงแต่มีการย้ายไปอยู่ในโลกของโซเชียลมีเดีย 3) เจเนอเรชัน Z ยังคงนิยมดูละครเหมือนกับเจเนอเรชันอื่น ๆ เพียงแต่มีวิธีการดูละครที่สั้นมาก เลือกดูตอนที่อยากดูเลย ไม่ดูเรียงตามตอนของละคร (Brandage, 2017)

การเปิดรับละครโทรทัศน์ในปัจจุบันมีความสำคัญมากในการส่งเสริมวัฒนธรรมและการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในประเทศไทย ในด้านการสร้างตลาดบันเทิงภายในประเทศ การเปิดรับละครโทรทัศน์จะสามารถช่วยสร้างตลาดสื่อบันเทิงในประเทศไทยและส่งผลให้มีการพัฒนาในด้านนี้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังสร้างงานที่เกี่ยวข้องและเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในวงการนี้อีกด้วย ด้านการส่งเสริมความหลากหลายและเป็นเอกลักษณ์ การเปิดรับละครโทรทัศน์อาจเป็นส่วนสำคัญในกลยุทธ์การตลาดและการสร้างภาพลักษณ์สำหรับบริษัทในสายงานแบรนด์และบันเทิง การติดตามข้อมูลล่าสุดของบริษัทและภาพลักษณ์ทางการตลาดจะช่วยให้คุณได้ข้อมูลที่ทันสมัยและเป็นประโยชน์มากยิ่งขึ้น

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการรับชมละครโทรทัศน์ไทยในปัจจุบันนี้การดูละคร หลายคนมักดูละครเนื่องจากว่าละครจะช่วยทำให้เรามี

ความสุขและทำให้เราได้เรียนรู้ว่าสิ่ง ๆ นั้นที่ตัวละครได้แสดงออกมา เราชอบหรือเปล่า อย่างละครนั้นก็จะมีหลายอย่างให้เราได้เลือกดูไม่ว่าจะเป็นละครสอนชีวิต ละครภาคคำ ละครสะท้อนสังคม ซึ่งทั้งหมดนี้ก็จะมีความแตกต่างกันออกไป อย่างชัดเจนอยู่แล้ว ดังนั้นเราจึงควรที่จะต้องให้ความสนใจมาก ๆ ด้วยจะยิ่งดี อย่างน้อยเราก็ได้ข้อคิดที่ตืออย่างมากมาย และที่สำคัญในเรื่องของการดูละคร จะช่วยให้เราได้ข้อคิดและได้รู้ว่าแบบนี้ควรที่จะเอาอย่างหรือแบบนี้ไม่ควรที่จะเอาแบบอย่าง แล้วเราก็สามารถที่จะกลับตัวกลับใจไม่ทำในสิ่งที่ไม่ดีได้อีกเช่นกัน ซึ่งละครที่ให้อะไรคิดจะเห็นได้ว่ามีคนสนใจกันอย่างมากเลย ที่สำคัญการดูละครก็จะให้ประโยชน์ในทุก ๆ ด้านไม่ว่าจะเป็นแง่คิดและการเอาไปใช้ในชีวิตประจำวัน ยังมีละครที่ออกแนวตลก ๆ ที่ไม่ทำให้เราต้องเครียดอีกมากมายเลย และสิ่งนี้จะเป็นเรื่องที่ดีที่จะช่วยให้เรานั้นได้เรียนรู้ในเรื่องต่าง ๆ จากละครที่เราดูได้อีกด้วย (Woods, 2021)

ละครโทรทัศน์ เป็นสิ่งที่อยู่คู่กับชีวิตประจำวันของคนทั่วไป เป็นสื่อบันเทิงที่เราหาชมได้ง่าย และตอนนี้มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยยิ่งขึ้น การชมละครก็ง่ายกว่าแต่ก่อนมาก เพราะสามารถดูผ่านทางช่องทางที่หลากหลายกว่า ทั้งในทีวีทั่วไป และในโทรศัพท์มือถือ อีกทั้งยังมีตัวเลือกของช่องให้ได้ดูเยอะกว่าสมัยก่อนด้วย โดยได้สรุปข้อดีของการดูละครไว้ดังนี้ 1) คลายเครียดได้ ข้อนี้เราจะเห็นได้ชัดที่สุด เวลาที่กลับบ้านมาเหนื่อย ๆ การได้นั่งชมทีวีกับคนในครอบครัว และเป็นละครเรื่องที่ชอบด้วย ก็จะช่วยให้คุณหายเครียดจากงานหรือเรื่องต่าง ๆ ได้ดีทีเดียว โดยเฉพาะละครที่เป็นละครฮา ๆ สนุกสนาน 2) ให้แง่คิด นอกจากจะได้รับความสนุก ละครต่าง ๆ ล้วนแต่แฝงแง่คิดเอาไว้ในนั้นทั้งสิ้น หากเราชมด้วยวิจรณ์ญาณ ไม่เอาเพียงแค่ความสนุกอย่างเดียว และละครส่วนใหญ่ล้วนสร้างมาจากภาพสะท้อนของสังคมทั้งสิ้น และข้อคิดที่ได้จากละคร เราก็สามารถนำมาปรับใช้กับชีวิตประจำวันของเราได้ 3) เพื่อขึ้นาสังคม เมื่อละครแสดงให้เห็นภาพลักษณ์ของสังคม ก็จะเป็นการผลักดันให้สังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงไปใน

ทางที่ดีขึ้น หรือเรื่องไหนที่เกี่ยวกับหน่วยงานนั้น ๆ ก็อาจจะได้รับการเปลี่ยนแปลงแก้ไขได้ 4) แสดงให้เห็นวัฒนธรรม วัฒนธรรมของบ้านเรามีหลายอย่างที่ทุกคนไม่เคยเห็นมาก่อน และบางอย่างก็อาจจะสูญหายไป ซึ่งละครก็จะแสดงให้เห็นและเป็นการช่วยสืบทอดให้คนรุ่นหลังได้รับรู้ และทำนุบำรุงต่อไป (Parker, 2020)

พฤติกรรม的开ป้ดรับและการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดในมุมมองของการบริโภคสื่อและบันเทิงในสมัยปัจจุบัน การเปิดรับมีผลต่อประสบการณ์การชมและถูกนำไปใช้ในการปรับแต่งและพัฒนาบริโภคสื่อของบุคคล การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากละครโทรทัศน์ไทยก็ยังคงมีความสำคัญอยู่ในยุคปัจจุบัน เนื่องจากผู้ที่รับชมก็นำสิ่งที่ได้จากละครเรื่องนั้น ๆ มาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ในชีวิตประจำวันและทำให้เกิดความพึงพอใจ เนื่องจากผู้ที่รับชมก็นำข้อคิดที่ได้จากเนื้อเรื่องของละครโทรทัศน์มาปรับใช้ในชีวิตโดยทั่วไปด้วยเช่นกัน ทั้งในแง่ของทัศนคติและพฤติกรรม

ดังนั้น งานวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงพฤติกรรม的开ป้ดรับละครโทรทัศน์ไทยของบริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่มีผลต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมเจนเอเรชั่น Z ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลวิจัยในครั้งนี้จะมีประโยชน์ต่อวิธีการพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยของบริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เพราะในปัจจุบันนี้ผู้ชมที่กำลังจะมีอิทธิพลเป็นอย่างมากก็คือผู้ชมในเจนเอเรชั่น Z ส่วนฝ่ายผลิตละครโทรทัศน์ไทยของบริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) จะได้ทราบถึงปัจจัยที่จะทำให้ผู้ชมเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงให้ละครโทรทัศน์ไทยมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับละครโทรทัศน์ไทยของบริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ของผู้ชมเจนเอเรชั่น Z ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อละครโทรทัศน์ไทย

ของบริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ของผู้ชมเจเนอเรชัน Z ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับละครไทยของบริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่มีผลต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมเจเนอเรชัน Z ในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ เป็นการวิจัยเพื่อสำรวจตัวแปรเพื่อนำผลมาอธิบายการเกิดขึ้นของปรากฏการณ์ของตัวแปรนั้น โดยมุ่งเน้นการวิจัยเพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถาม จำนวน 200 ชุด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้คือ กลุ่มผู้ชมเจเนอเรชัน Z อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 18-27 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G* Power 3 คือ ขนาดของผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง (Input Effect Size $f^2 = 0.15$) ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ คือ 0.05 (α err prob = 0.05) พลังของการทดสอบคือ 0.95 [Power ($1-\beta$ err prob) = 0.95] จำนวนของตัวแปรอิสระหรือจำนวนของตัวแปรที่ใช้ในการพยากรณ์ (Number of Predictors) เท่ากับ 8 สามารถคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (n) จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างคือ 160 แต่เนื่องจากจำนวนตัวอย่างยิ่งมามากยิ่งทำให้ค่าที่คำนวณได้มีความคงเส้นคงวา (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกใช้ขนาดตัวอย่างตามที่เก็บได้จริงคือ 200 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Cluster sampling ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มผู้ตอบออกเป็น 2 Clusters คือ ช่วง 1-31 มกราคม 2567 และ 1-29 กุมภาพันธ์ 2567 ผู้วิจัยเชื่อว่า ปัจจัยด้านประชากรในแต่ละ Cluster มีลักษณะทั่วไปไม่แตกต่างกัน ผู้วิจัยเก็บตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามได้ในช่วง 1-31 มีนาคม 2567 และหยุดเก็บข้อมูลเมื่อผู้ตอบมีจำนวนครบ 200 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากทฤษฎีแนวคิดที่เกี่ยวข้อง โดย

แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ 2) คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ไทยของบริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ซึ่งคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบ Likert scale แบ่งออกเป็น (1) ความต้องการ (2) ทศนคติและค่านิยม (3) เป้าหมาย (4) ความสามารถ (5) การใช้ประโยชน์ (6) ลีลาในการสื่อสาร (7) สถานะ (8) ประสบการณ์และนิสัย และ (9) การสื่อสารประเด็นทางสังคม 3) คำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจซึ่งคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบ Likert scale แบ่งออกเป็น (1) ด้านความคิด (2) ด้านอารมณ์ ความรู้สึก (3) ด้านส่วนบุคคล (4) ด้านสังคม และ (5) ด้านการหลีกเลี่ยงจากโลกความจริงชั่วขณะ

ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยทำความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาที่จะทำการวิจัยเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามและทำการตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามไปให้กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ได้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยด้วยค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) อยู่ที่ 0.85 หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด ก่อนการเก็บข้อมูลจริงเพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.91 ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ และทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

การวิจัยครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการกำหนดแหล่งข้อมูลคือ แหล่งปฐมภูมิ โดยผู้วิจัยใช้บริการจากเว็บไซต์ Google ที่เรียกว่า Google form ในการสร้างแบบสอบถามออนไลน์ขึ้นมา หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปยังช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของละครโทรทัศน์ไทยที่มีบริษัทกันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ผลิต เช่น เพจ “Kantana Drama”, กลุ่มเฟซบุ๊ก “ครอบครัวคนรักละคร ช่อง 3”, กลุ่มเฟซบุ๊ก “7HD แฟนคลับ แฟนละคร” เป็นต้น เมื่อผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาครบถ้วนตามจำนวน ก็ดำเนินการตรวจสอบแบบสอบถามออนไลน์ที่ได้รับมา เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติต่อไป

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับทางลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ ชาย	75	37.50
หญิง	125	62.50
อายุ 18- 20 ปี	2	1.00
21-23 ปี	75	37.50
24-27 ปี	123	61.50
การศึกษา ปริญญาตรี	186	93.00
ปริญญาโท	14	7.00
อาชีพ รับราชการ	4	2.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2	1.00
พนักงานบริษัท	88	44.00
ธุรกิจส่วนตัว	106	53.00
รายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท	31	15.50
10,001-20,000 บาท	97	48.50
20,001-30,000 บาท	55	27.50
30,001 บาทขึ้นไป	17	8.50

ตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 อายุระหว่าง ระหว่าง 24-26 ปี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 93.00 ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 59.2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ไทยของบริษัทกัณทนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

พฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ ไทยของบริษัท กัณทนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ความต้องการ	3.62	0.782	มาก
ทัศนคติและค่านิยม	3.62	0.769	มาก
เป้าหมาย	3.60	0.827	มาก
ความสามารถ	3.98	0.889	มาก
การใช้ประโยชน์	3.50	0.897	ปานกลาง
ลีลาในการสื่อสาร	3.53	0.805	มาก
สถานะ	3.57	0.836	มาก
ประสบการณ์และนิสัย	3.15	0.955	ปานกลาง
รวม	3.57	0.700	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า พฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ไทยของบริษัท กัณทนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 0.836) ซึ่งเมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความสามารถ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.889) อันดับสอง เท่ากันสองด้าน คือ ความต้องการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$, S.D. = 0.782) และ ทัศนคติและ

ค่านิยม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.62, S.D. = 0.769) อันดับสาม เป้าหมาย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.60, S.D. = 0.827) อันดับสี่ สถานะ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.57, S.D. = 0.836) อันดับห้า ลีลาในการสื่อสาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.53, S.D. = 0.805) อันดับหก การใช้ประโยชน์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.50, S.D. = 0.897) และอันดับสุดท้าย ประสบการณ์และนิสัย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.15, S.D. = 0.955)

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชม

การใช้ประโยชน์และความ			
พึงพอใจเกี่ยวกับละคร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
โทรทัศน์ไทยของผู้ชม			
ด้านความคิด	3.56	0.867	มาก
ด้านอารมณ์ ความรู้สึก	3.50	0.866	ปานกลาง
ด้านส่วนบุคคล	3.41	0.878	ปานกลาง
ด้านสังคม	3.58	0.873	มาก
ด้านการหลีกเลี่ยงจากโลก	3.69	0.844	มาก
ความจริงชั่วขณะ			
รวม	3.55	0.793	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.55, S.D. = 0.793) ซึ่งเมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านการหลีกเลี่ยงจากโลกความจริงชั่วขณะ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.69, S.D. = 0.844) อันดับสอง ด้านสังคม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.58, S.D. = 0.873) อันดับสาม ด้านความคิด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.56, S.D. = 0.867) อันดับสี่ ด้านอารมณ์ ความรู้สึก อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.50, S.D. = 0.866) และอันดับสุดท้าย ด้านส่วนบุคคล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.41, S.D. = 0.878)

การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระหว่างพฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ไทยของบริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมเจเนอเรชัน Z ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	ด้าน ความคิด	ด้านอารมณ์ ความรู้สึก	ด้านส่วน บุคคล	ด้าน สังคม	ด้านการ หลีกเลี่ยงจาก โลกความ จริงชั่วขณะ	การใช้ ประโยชน์ และความ พึงพอใจ
พฤติกรรม的开รับสื่อ	.832**	.827**	.791**	.762**	.780**	.872**
ความต้องการ	.706**	.681**	.646**	.623**	.630**	.718**
ทัศนคติและค่านิยม	.662**	.676**	.596**	.642**	.671**	.709**
เป้าหมาย	.701**	.681**	.653**	.665**	.664**	.735**
ความสามารถ	.469**	.445**	.404**	.509**	.538**	.516**
การใช้ประโยชน์	.805**	.729**	.757**	.682**	.630**	.787**
สื่อในการสื่อสาร	.736**	.746**	.741**	.673**	.689**	.783**
สถานะ	.676**	.750**	.676**	.656**	.702**	.755**
ประสบการณ์และนิสัย	.756**	.777**	.766**	.613**	.657**	.779**

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (2-tailed).

ตัวแปร พฤติกรรม的开รับสื่อ และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ คือตัวแปรในภาพรวม

ตัวแปรที่เหลือทั้งหมด คือ ตัวแปรในภาพย่อย

จากตารางที่ 4 พบว่า โดยภาพรวม พฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ไทยของบริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีผลต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมเจเนอเรชัน Z ในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = .872^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ความต้องการในการเปิดรับละครโทรทัศน์ไทยของบริษัท กันตนา กรุ๊ป

จำกัด (มหาชน) มีผลต่อการใช้การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมเจเนอเรชัน Z ในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = .718^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

ทัศนคติและค่านิยมในการเปิดรับละครโทรทัศน์ไทยของบริษัทก้นตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีผลต่อการใช้การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมเจเนอเรชัน Z ในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = .709^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

เป้าหมายในการเปิดรับละครโทรทัศน์ไทยของบริษัทก้นตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีผลต่อการใช้การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมเจเนอเรชัน Z ในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = .735^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

ความสามารถในการเปิดรับละครโทรทัศน์ไทยของบริษัท ก้นตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีผลต่อการใช้การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมเจเนอเรชัน Z ในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = .516^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

การใช้ประโยชน์ในการเปิดรับละครโทรทัศน์ไทยของบริษัทก้นตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีผลต่อการใช้การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมเจเนอเรชัน Z ในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = .787^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

ลีลาในการสื่อสารในการเปิดรับละครโทรทัศน์ไทยของบริษัทก้นตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีผลต่อการใช้การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมเจเนอเรชัน Z ในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = .783^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

สถานะในการเปิดรับละครโทรทัศน์ไทยของบริษัทก้นตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีผลต่อการใช้การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมเจเนอเรชัน

Z ในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = .755^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

ประสบการณ์และนิสัยในการเปิดรับละครโทรทัศน์ไทยของบริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีผลต่อการการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมเจนอเรชัน Z ในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = .779^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

อภิปรายผล

1. การเปิดรับละครโทรทัศน์ไทยของบริษัทกันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ของผู้ชมเจนอเรชัน Z ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากพฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ไทยของบริษัทกันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกให้ความสำคัญกับ พฤติกรรมเปิดรับละครโทรทัศน์ไทยของบริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ด้านความสามารถ โดยเฉพาะความสามารถในเรื่องของบทละครที่มีเนื้อหาเข้มข้น การดำเนินเรื่องที่น่าติดตามขององค์ประกอบด้านภาพ แสง สี เสียง ในละคร การแสดงที่เข้าถึงบทบาทของนักแสดงในละครโทรทัศน์ ความสามารถทางด้านโปรดักชั่น การถ่ายทำ รวมถึงองค์ประกอบด้านเครื่องแต่งกาย เสื้อผ้า หน้าผม ของบริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) สอดคล้องกับแนวคิดของ Todd & Ruben (1993) ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกเปิดรับสื่อ คือ ความสามารถ (Capability) หมายถึง ความสามารถของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ในแต่ละด้าน ที่มีอิทธิพลต่อผู้ชมในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของละครเหล่านั้นไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพาภัสสร คล้ายจันทร์ และธีรเดช ชื่นประภาณุสรณ์ (2560) เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ชมและแนวโน้มของละครโทรทัศน์หลังข่าวของช่อง 7 สี ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าประชาชนส่วนใหญ่เลือกรับชมละครโทรทัศน์หลังข่าว เพราะชอบฉากและ

สถานที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทสิทธิ์ แก้วทิพนเตร (2555) เรื่อง พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา พบว่า บทละครเนื้อเรื่อง เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์มากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชยพล อินทรวงศ์ (2557) เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับละครโทรทัศน์ของบริษัท เป้าเงินจาง จำกัด ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบละคร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านเนื้อหาสาระเป็นอันดับแรก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พลัชนัน ธีระรังสฤษฎ์ (2562) เรื่อง เส้นทางการตัดสินใจรับชมละครโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของผู้ชมสตรีเจนเอเรชั่นวาย พบว่า ความต้องการรับชมละครโทรทัศน์ แบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ คือ ความต้องการเชิงจิตวิทยา และความต้องการด้านคุณลักษณะของละครโทรทัศน์ ด้านแนวเรื่อง องค์ประกอบของละครด้านภาพ และดารานักแสดงนำ

2. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อละครโทรทัศน์ไทยของบริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ของผู้ชมเจนเอเรชั่น Z ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ หลังจากได้รับชมละครโทรทัศน์ของบริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เห็นว่า ได้รับความบันเทิงและความสนุกสนาน รู้สึกปลดปล่อยตัวเองจากความตึงเครียด รู้สึกพึงพอใจ เพราะเป็นโลกแห่งจินตนาการที่ต้องการ ได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ และ รู้สึกเหมือนตนเองได้เข้าไปร่วมในสถานการณ์ในละคร หลังจากได้รับชมละครโทรทัศน์ของบริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) สอดคล้องกับแนวคิดของ Katz, Blumler & Gurevitch (1974) กล่าวว่า การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อเกิดจากการที่ผู้รับสารมีความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงจากโลกความเป็นจริงชั่วขณะ (Tension Release Needs) คือ ความต้องการของผู้ชมที่เปิดรับละครโทรทัศน์เพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะหรือสัมผัสกับโลกแห่งจินตนาการที่พึงปรารถนาในช่วงเวลาหนึ่ง เพื่อปลดปล่อยตัวเองจากความเครียด ซึ่งสอดคล้อง

กับงานวิจัยของ ญัฐวีณา ศรีหิรัญ (2558) เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับชม การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ จากละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำของผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานครมีการใช้ประโยชน์จากละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำ ในด้านรู้สึกสนุกสนาน เพลิดเพลิน บั่นเทิงใจมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัททิรา กลิ่นเลขา (2559) เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับชมโทรทัศน์ของวัยรุ่นในภาคใต้ตอนล่าง พบว่า การเลือกเปิดรับสารนั้นอาจมีผลต่อความต้องการเพื่อที่จะใช้ในการตอบสนอง ความอยากรู้อยากเห็น เพื่อประโยชน์ต่อชีวิตประจำวัน รวมทั้งเพื่อความบันเทิง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐณิชา พิพิธวนิชการ (2562) เรื่อง พฤติกรรมกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมกรณีศึกษา “บุพเพสันนิวาส” พบว่า จากกระแสความนิยมของละครทำให้ผู้ชมมีการรับชมมากขึ้น ผู้ชมส่วนใหญ่มีการนำเนื้อหาละครมาเป็นเรื่องสนทนาในชีวิตประจำวัน เพื่อความสนุกสนาน

3. พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ไทยของบริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่มีผลต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมเจนอเรชั่น Z ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ไทยของบริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่มีผลต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมเจนอเรชั่น Z ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ไทยของบริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีผลต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมเจนอเรชั่น Z ในเขตกรุงเทพมหานคร (ควรอภิปรายว่าเนื่องจากอะไร จึงเป็นเช่นนั้น ก่อนจะนำแนวคิดนักวิชาการมาสนับสนุนข้อค้นพบและการอภิปรายผลของผู้วิจัย) สอดคล้องตามแนวคิดของ Todd & Ruben (1993) ที่อธิบายว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกเปิดรับสื่อ ได้แก่ ความต้องการ ทศนคติและค่านิยม เป้าหมาย ความสามารถ การใช้ประโยชน์ ลีลาในการสื่อสาร สภาวะ และ

ประสบการณ์และนิสัย ตรงตามสมมติฐานที่ทางผู้วิจัยได้กำหนดไว้ แสดงให้เห็นว่า ผู้ชมเจเนอเรชัน Z ในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญกับบทของละครโทรทัศน์และการดำเนินเรื่องของละครโทรทัศน์ เพื่อการพักผ่อนคลายเครียด สร้างความบันเทิง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพาภัสสร คล้ายจันทร์ และธีรเดช ชื่นประภาณุสรณ์ (2560) เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ชมและแนวโน้มของละครโทรทัศน์หลังข่าวของช่อง 7 สี ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เลือกรับชมละครโทรทัศน์หลังข่าว เพราะชอบฉากและสถานที่เป็นหลัก เนื่องจากจะเห็นว่าในปัจจุบันประชาชนส่วนใหญ่ฉีกวิถีความสุข ต้องการไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ เพราะเหน็ดเหนื่อยจากการทำงาน และรองลงมาผู้ชมส่วนใหญ่จะสนใจด้านเนื้อหาของบทละครเป็นอันดับสอง ดังนั้นจะเห็นว่าประชาชนในยุคนี้ไม่ได้นิยมเฉพาะนักแสดงที่ตนชื่นชอบอย่างเดียว ยังมีความพึงพอใจในด้านอื่น ๆ อีกที่ทางผู้ผลิตละครจะต้องคำนึงกับผู้ชมมากที่สุด มิใช่มุ่งเน้นแต่ความบันเทิงเป็นหลักเพียงอย่างเดียว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพรหม ทองเกลี้ยง (2560) เรื่อง ความพึงพอใจต่อละครโทรทัศน์ บริษัท ดาราวิดีโอ จำกัด ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รับชมละครโทรทัศน์ บริษัท ดาราวิดีโอ จำกัด มีความพึงพอใจในด้านเนื้อหา เรื่องเนื้อหาของละครที่เหมาะสมกับสังคมในปัจจุบัน ด้านรูปแบบการนำเสนอ เรื่องช่องทางการรับชมที่มีความหลากหลาย และด้านตัวนักแสดง เรื่องชื่อเสียงของตัวนักแสดงโดยรวมในระดับมาก และพบว่าประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจในแต่ละด้านแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิเชษฐ์ แดงอ่อน, ดวงมกล ชาติประเสริฐ และจิรยุทธ สิ้นธุพันธุ์ (2565) เรื่อง องค์ประกอบในการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย กับความพึงพอใจของผู้ชม: กรณีศึกษาละครโทรทัศน์ เรื่อง บุพเพสันนิวาส พบว่า ความสำเร็จส่วนหนึ่งของละครโทรทัศน์เรื่อง บุพเพสันนิวาส รวมถึงปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นมีจุดเริ่มต้นจากการที่ผู้ชมสามารถบรรลุความคาดหวังที่คาดการณ์ไว้กับทุกองค์ประกอบของ

ละคร ประกอบไปด้วย บทละครโทรทัศน์ นักแสดง/การแสดง เครื่องแต่งกาย งานฉากและสถานที่ถ่ายทำ เทคนิคทางภาพ และการประชาสัมพันธ์ จึงสรุปได้ว่าการผลิตและสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์อย่างพิถีพิถันให้มีคุณภาพในทุกรายละเอียดย่อมสามารถสร้างระดับความพึงพอใจที่สูง นำไปสู่การเกิดกระแสที่ดี

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ไทยของ บริษัท กันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ของผู้ชมเจนเอเรชัน Z ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสามารถ เป็นปัจจัยที่ผู้ชมให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านที่เกี่ยวกับบทละครที่มีเนื้อหาเข้มข้น การดำเนินเรื่องที่น่าติดตามของบริษัทกันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มีอิทธิพลต่อการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ องค์กรประกอบด้านภาพ แสง สี เสียง การแสดงที่เข้าถึงบทบาทของนักแสดง ความสามารถทางด้านโปรดักชัน การถ่ายทำ และองค์กรประกอบด้านเครื่องแต่งกาย เสื้อผ้า หน้าผม ในละคร ดังนั้น ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยควรให้ความสำคัญในด้าดังกล่าวข้างต้น เพื่อให้ตรงกับพฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชม

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ไทยของบริษัทกันตนา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่มีผลต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมเจนเอเรชัน Z ในเขตกรุงเทพมหานคร ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาถึง แนวโน้มหรือทิศทางในอนาคตของละครโทรทัศน์ไทย การศึกษาแบบนี้จะทำให้ผู้ผลิตสามารถผลิตผลงานละครได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบันมากขึ้น และผลการศึกษาที่ได้มาจะสามารถนำไปปรับปรุงและพัฒนาผลงานละครโทรทัศน์ไทยในอนาคต

บรรณานุกรม

- ชยพล อินทรวงศ์. (2557). พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับละครโทรทัศน์ของบริษัท เป้าเงินจ่ง จำกัด ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. *นิเทศศาสตรปริทัศน์ มหาวิทยาลัยรังสิต*, 18(1), 111-124.
- ณัฐนิชา พิพิธวนิชการ. (2562). พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ที่ได้รับคามนิยม กรณีศึกษา “บุพเพสันนิวาส”. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ณัฐวีณา ศรีหิรัญ. (2558). พฤติกรรมการเปิดรับชม การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำของผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์).
- ทิพาภัสสร คล้ายจ้ายจันทร์ และธีรเดช ชื่นประชาสุนทรณ์. (2560). ความพึงพอใจของผู้ชมและแนวโน้มของละครโทรทัศน์หลังข่าวของช่อง 7 สี ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต*, 13(2), 281-292.
- นราพร สังข์ชัย. (2552). การเขียนบทละครโทรทัศน์: กระบวนการคิดสร้างสรรค์และเทคนิค. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- นันทสิทธิ์ แก้วทิพยเนตร. (2555). พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ของนักศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตชลบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- พรพรหม ทองเกลี้ยง. (2560). ความพึงพอใจต่อละครโทรทัศน์ บริษัท ดาราวิดีโอ จำกัด ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).

- พิเชษฐ์ แต่งอ่อน, ดวงกมล ขาติประเสริฐ และจิรยุทธ์ สุทธิพันธุ์. (2565). องค์ประกอบในการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย กับความพึงพอใจของผู้ชม: กรณีศึกษาละครโทรทัศน์ เรื่อง บุพเพสันนิวาส. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 30(2), 128-154.
- เพาวิภา ภมรสถิต. (2528). *ความสัมพันธ์ระหว่างละครโทรทัศน์กับสังคมไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- ภัททิรา กลิ่นเลขา. (2559). *พฤติกรรมและการเปิดรับชมโทรทัศน์ของวัยรุ่นในภาคใต้ตอนล่าง*. การประชุมหาตใหญ่วิชาการระดับชาติ และนานาชาติ ครั้งที่ 7 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่, 59-68.
- Brandage. (2017). *Drama Content ทำอย่างไรให้ปังทั้ง 3 Gen*. ค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2566, สืบค้นจาก <https://www.brandage.com/article/613>
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M. and Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. (2nd Edition). Thousand Oaks: Sage.
- Katz, E., Blumler, J. & Gurevitch, M. (1974). *The Uses of Mass Communications: Current Perspective on Gratifications Research*. Newbury Park, CA: Sage.
- Parker. J. (2020). *ข้อดี-ข้อเสีย ของการดูละครโทรทัศน์*. ค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2566, สืบค้นจาก <https://madeinthegreatwar.com/ข้อดี-ข้อเสีย-ของการดูละคร/>.
- Todd, H. & Ruben B.D. (1993). *Mass Communication: Producers and Consumers*. Illinois: HarperCollins College.
- Woods, L. (2021). *การดูละครจะให้ประโยชน์อย่างไรบ้าง*. ค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2566, จาก <https://fiordmoss.com/การดูละครจะให้ประโยชน์/>.