



**พฤติกรรมกรเปิดรับ และปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง”
ของผู้รับชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**

**Exposure Behaviors and Factors Affecting Popularity of "The Mask Singer" Television Game
Show among the Audience in Bangkok and Its Vicinity**

อิสริย์ สิทธิประชากรราษฎร์* และ ฐิติ วิทยสรณะ

Itsaree Sittipracharat* and Thiti Vitayasorana

วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ปทุมธานี ประเทศไทย

College of Communication Arts, Rangsit University, Pathum Thani, Thailand

*Corresponding author, E-mail: real.doll@msn.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมกรเปิดรับรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” ของผู้รับชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” ของผู้รับชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป เพื่อวิเคราะห์ค่าทางสถิติในรูปของการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา ด้านพฤติกรรมกรเปิดรับรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” พบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยรับชมรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” ซึ่งชั้นที่ 1 มากที่สุด โดยมักชมผ่านรายการสดผ่านทางโทรทัศน์ช่องเวิร์คพอยท์หมายเลข 23 ร่วมกับครอบครัวหรือญาติ ทั้งนี้ส่วนใหญ่มีการรับชมตั้งแต่ต้นจนจบรายการ และ 1 ใน 4 ของกลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วม โดยส่ง SMS ร่วม โหวตและเคยมีส่วนร่วม โดยแสดงความคิดเห็นผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์

ด้านปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” แบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ 1) ปัจจัยภายใน ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการ ปัจจัยด้านการนำเสนอรายการ ปัจจัยด้านเนื้อหารายการ ปัจจัยด้านรูปแบบรายการ และปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ตัดสิน และ 2) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการแพร่ภาพ และปัจจัยด้านคู่แข่ง

คำสำคัญ: พฤติกรรมกรเปิดรับ ปัจจัยที่มีผลต่อความนิยม รายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง”



Abstract

The purposes of the research are 1) to study the exposure behaviours of television game show program, "The Mask Singer" of the audience in Bangkok and its vicinity, and 2) to study factors that affect the popularity of television game show program, "The Mask Singer" of the audience in Bangkok and its vicinity. This study was conducted by survey research. The questionnaire was used to collect data from 400 spectators in Bangkok and its vicinity. Statistical analysis was performed in the form of frequency, percentage, mean and standard deviation.

The result of the exposure behaviours of television game show program, "The Mask Singer" showed that the most of the samples had been watching "The Mask Singer" in the season 1. They often watched live broadcast on TV channel 23 with family and relatives. Most of them watched the program until the end of the show, and a quarter of them had been involved with the show by SMS votes, and commented on social media.

The factors that affect to the popularity of "The Mask Singer" are 1) the internal factor including the moderator qualification, presentation styles, content, program format, and judge qualification, and 2) the external factor including the television broadcasting, and competitors.

Keyword : Exposure behavior, Factors affecting popularity, "The Mask Singer" Television game show

1. บทนำ

จุดกำเนิดของการเผยแพร่สัญญาณโทรทัศน์ไทยแต่เดิมนั้นเริ่มต้นจากจุดประสงค์ในการพัฒนาสื่อสารมวลชนประเภทโทรทัศน์ที่ประกอบไปด้วยเสียงและภาพให้ประชาชนได้รับประโยชน์สูงสุด โดยรัฐบาลใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการศึกษา การแพทย์และการสาธารณสุข หลังจากนั้นรายการโทรทัศน์หลากหลายประเภทค่อยๆ ได้รับความนิยม และถูกผลิตขึ้นเพื่อสนองความต้องการแก่ผู้ชมรายการโทรทัศน์ ไม่ว่าจะเป็น รายการข่าว สารคดี ดนตรี กีฬา บันเทิง ฯลฯ คัดนางค์ จามะริก (2559) กล่าวว่า ที่ผ่านมานั้น ในไทยรายการประเภทละครหรือรายการถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬาผู้ได้ชมก็จะได้รับความนิยมสูง แต่จริงๆ แล้ว รายการโทรทัศน์ที่เป็นที่ชื่นชอบของประชาชนนั้นยังมีรายการประเภทอื่นอยู่อีก เช่น รายการวาไรตี้ต่างๆ หรือรายการเกมโชว์ ประกวดแข่งขันความสามารถ (Talent Contest) ซึ่งสามารถเรียกความนิยมจากผู้ชมได้มาก

รายการเกมโชว์ (Game Show) เป็นการแข่งขันทางโทรทัศน์โดยใช้ทักษะด้านต่างๆ มีกติกาและเงื่อนไขสร้างความตื่นเต้น และของรางวัลเป็นสิ่งล่อใจ จุดเด่นของรายการคือ ความบันเทิงที่เกิดขึ้นในขณะการแข่งขัน ซึ่งอาจเป็นทั้งการท้าทายสติปัญญา ความสามารถ ความรอบรู้หรือทักษะอื่นๆ เกมที่น่าสนใจทำให้ผู้ชมลุ้นและติดตามเพื่อทราบผลการแข่งขัน ขณะที่ของรางวัลเป็นองค์ประกอบสำคัญกระตุ้นให้ผู้ชมอยากร่วมสนุก และผู้ดำเนินรายการที่สามารถควบคุมสถานการณ์ มีอารมณ์ขันและทำให้เกิดความตื่นเต้นตลอดการแข่งขัน เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ขาดไม่ได้ในรายการเกมโชว์ (ลักษณะ คล้ายแก้ว, 2558)

ปลายปี พ.ศ. 2559 ถือกำเนิดรายการแข่งขันร้องเพลงรูปแบบใหม่ "The Mask Singer หน้ากากนักร้อง" รายการประเภทเกมโชว์ (Game Show) ประกวดร้องเพลง ของบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)



ที่ชื่อลิขสิทธิ์รูปแบบรายการ “Mystery Music Show: King of Mask Singer” จากบริษัท Munhwa Broadcasting Corporation (MBC) สาธารณรัฐเกาหลี (เกาหลีใต้) ออกอากาศทางช่อง Workpoint (หมายเลข 23) ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 20.15 น. ดำเนินรายการโดย กันต์ กันตถาวร

ความสำเร็จของบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ในช่วงปี พ.ศ. 2559-2560 มาจากรายการ The Mask Singer หน้ากากนักร้อง ที่เปิดตัวซีซั่นแรกในช่วงปลายปี พ.ศ. 2559 ก็กระซอกเรตติ้งถล่มทลายได้เรตติ้งสูงสุดถึง 13.371 โดยมีเรตติ้งเฉลี่ยอยู่ที่ 6.55 แชนแนลละครหลังข่าวช่วงเวลาไพรม์ไทม์ทั้งของช่อง 7 และช่อง 3 เป็น Talk of the Town ไม่มีใครไม่รู้จัก ทุกคนต้องดู โดยที่กลุ่มผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลสูงกว่าต่างจังหวัด (Positioning, 2561)

อย่างไรก็ตาม ดูเหมือนว่าความนิยมรายการจะลดลงอย่างต่อเนื่อง ดังที่ ไทยรัฐออนไลน์ (2561) กล่าวว่า “ตอนนี้ซีซั่น 4 เรตติ้งของ The Mask Singer ต้องใช้คำว่าสูงสุดคืนสู่สามัญเพราะ ณ วันนี้เรตติ้งหน้ากากนักร้องเหลือเพียง 1.4 หลายคนคงสงสัยว่าเกิดอะไรขึ้น ทำไมเพียงไม่นานรายการที่เคยเป็นนิยมสูงสุด ทอล์ก ออฟ เดอะ ทาวน์ ระดับชาติ จึงเรตติ้งถึง หล่นลงไปถึงเลข 1” ทั้งนี้ส่วนหนึ่งอาจเป็นผลมาจากกระแสความนิยมของละครโทรทัศน์ต่างสถานที่ออกอากาศในช่วงเวลาใกล้เคียงกันทำให้ความนิยมรายการลดลง หรืออาจเป็นเพราะการนำเสนอรายการรูปแบบเดิมติดกันต่อเนื่อง 4 ซีซั่นแบบไม่มีหยุดพักจะทำให้ผู้ชมรู้สึกเคยชินและเบื่อหน่ายได้

ดังนั้น หากจะก้าวต่อไปในอนาคต รายการ The Mask Singer หน้ากากนักร้อง ควรเร่งวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมรายการ สิ่งใดคือมูลเหตุปัจจัยที่ทำให้เรตติ้งในแต่ละซีซั่นลดลงอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อจะได้นำมาวางแผนปรับปรุงกลยุทธ์การนำเสนอให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้รับชมเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มผู้รับชมหลักในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เพื่อดึงดูดความสนใจ และเพิ่มความนิยมรายการ อันจะนำมาซึ่งเรตติ้งที่เป็นตัวชี้วัดกระแสความนิยมและความสำเร็จของรายการ

จากที่มาและความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรม การเปิดรับ และปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” ของผู้รับชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์การสร้างสรรครายการ The Mask Singer หน้ากากนักร้อง ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับชมต่อไปในอนาคต

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรม การเปิดรับรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” ของผู้รับชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” ของผู้รับชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล



3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับ และปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” ของผู้รับชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้รับชมรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยใช้วิธีคำนวณเพื่อหากลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) โดยใช้สูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G.Cochran โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 หรือที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ได้จำนวน 400 คน (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2552)

3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) ประกอบด้วย ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน (Proportion to Size) เพื่อกำหนดจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างของแต่ละจังหวัด และขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวกหรือความบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากสถานที่ต่างๆ ที่ผู้วิจัยสามารถเข้าได้และเป็นสถานที่ที่มีประชากรหนาแน่น เช่น ชุมชนร้านค้า ห้างสรรพสินค้า และสถาบันการศึกษา จากนั้นทำการกระจายเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเจาะจงเฉพาะผู้ที่เคยรับชมรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” จนครบจำนวน 400 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น ซึ่งมีทั้งคำถามปลายปิดและปลายเปิด โดยแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ประกอบด้วยตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” และตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ / ความคิดเห็นเพิ่มเติม

3.4 การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการอธิบายและนำเสนอผลการศึกษารูปแบบตารางประกอบคำอธิบายเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

4. ผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำมาสรุปผลงานวิจัยได้ดังนี้

4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 19-30 ปีมากที่สุด รองลงมาคือ 31-40 ปี และ 51-60 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด รองลงมาคือต่ำกว่าปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ทั้งนี้ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด รองลงมาคือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว ตามลำดับ

4.2 พฤติกรรมการเปิดรับรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” ของผู้รับชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยรับชมรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” ซึ่งชั้นที่ 1 มากที่สุด โดยมักชมผ่านรายการสดผ่านทางโทรทัศน์ช่องเวิร์คพอยท์หมายเลข 23 ร่วมกับครอบครัวหรือญาติ ทั้งนี้ส่วนใหญ่มีการรับชมตั้งแต่ต้นจนจบรายการ และมีบางส่วนที่มีส่วนร่วม โดยส่ง SMS ร่วมโหวตและเคยมีส่วนร่วม โดยแสดงความคิดเห็นผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์



4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” ของผู้รับชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า ปัจจัยภายในมีผลต่อความนิยมเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยภายนอก ซึ่งสามารถนำเสนอรายละเอียดในแต่ละปัจจัยได้ดังนี้

4.3.1 ปัจจัยภายในที่มีผลต่อความนิยมรายการ จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยภายในโดยรวมมีผลต่อความนิยมรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยรายด้านพบว่า ปัจจัยภายในทุกด้านมีผลต่อความนิยมในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการนำเสนอรายการ ปัจจัยด้านเนื้อหารายการ ปัจจัยด้านรูปแบบรายการ และปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ตัดสิน ตามลำดับ ซึ่งสามารถนำเสนอรายละเอียดในแต่ละด้านได้ดังนี้

4.3.1.1 ปัจจัยด้านรูปแบบรายการ มีผลต่อความนิยมรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า เกณฑ์การคัดเลือกผู้เข้าแข่งขันโดยการปิดบังใบหน้าและฟังเพียงเสียงร้องมีความน่าสนใจมีผลต่อความนิยมในระดับมาก รองลงมาคือ การให้คณะกรรมการซักถามเพื่อค้นหาตัวตนของผู้เข้าแข่งขัน โดยผู้เข้าแข่งขันมีอุปกรณ์อำพรางเสียง ช่วยเพิ่มสีสันความน่าสนใจมีผลต่อความนิยมในระดับมาก การจัดการแข่งขันหลายๆ รอบ ทำให้รายการมีการแข่งขันที่สนุก เข้มข้น คูลเด็ด มีผลต่อความนิยมในระดับมาก รูปแบบรายการมีความแปลกใหม่ น่าสนใจ ชวนติดตาม มีผลต่อความนิยมในระดับมาก และกติกาการแข่งขันมีความยุติธรรม มีผลต่อความนิยมในระดับมาก ตามลำดับ

4.3.1.2 ปัจจัยด้านการนำเสนอรายการ มีผลต่อความนิยมรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า แสง สี และอุปกรณ์ประกอบฉาก มีความสวยงาม ทันสมัยมีผลต่อความนิยมในระดับมาก รองลงมาคือ ชื่อรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” บ่งบอกถึงจุดเด่นในเรื่องของเอกลักษณ์รายการมีผลต่อความนิยมในระดับมาก การถ่ายทำและการตัดต่อมีความสวยงาม น่าสนใจ และน่าตื่นตึ่งมีผลต่อความนิยมในระดับมาก ระยะเวลาการออกอากาศมีความเหมาะสม (ประมาณ 1-1.30 ชั่วโมง) มีผลต่อความนิยมในระดับมาก ช่วงเวลาการออกอากาศมีความเหมาะสม (ทุกวัน พฤหัสบดี เวลา 20.15-21.30 น. โดยประมาณ) มีผลต่อความนิยมในระดับมาก การนำเสนอผู้สนับสนุนรายการ (Sponsor) มีความเหมาะสมมีผลต่อความนิยมในระดับมาก และความถี่ในการออกอากาศแต่ละสัปดาห์มีความเหมาะสมมีผลต่อความนิยมในระดับปานกลาง ตามลำดับ

4.3.1.3 ปัจจัยด้านเนื้อหารายการ มีผลต่อความนิยมรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า รายการมีเนื้อหาเหมาะสมแก่การรับชมได้ทุกเพศทุกวัยมีผลต่อความนิยมในระดับมาก รองลงมาคือ เนื้อหารายการทำให้เกิดความสนุกสนาน เพลิดเพลินมีผลต่อความนิยมในระดับมาก เนื้อหารายการมีความแปลกใหม่และมีความคิดสร้างสรรค์มีผลต่อความนิยมในระดับมาก เนื้อหารายการมีความกระชับ จับใจ ไม่ยืดเยื้อมีผลต่อความนิยมในระดับมาก และเนื้อหารายการช่วยจรรโลงสังคมมีผลต่อความนิยมในระดับมาก ตามลำดับ

4.3.1.4 ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ตัดสิน มีผลต่อความนิยมรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า คณะกรรมการสามารถสร้างสีสันให้รายการมีความสนุกสนาน และน่าสนใจมากยิ่งขึ้นมีผลต่อความนิยมในระดับมาก รองลงมาคือ ผู้ตัดสิน ได้แก่ คณะกรรมการ 7 คน และผู้ชมในห้อง



ส่งทั้ง 169 คน เหมาะสมแก่การตัดสินผู้เข้าแข่งขันอย่างเหมาะสมยุติธรรมมีผลต่อความนิยมในระดับมาก การตัดสินผู้เข้าแข่งขันโดยการโหวตในรอบสุดท้าย (รอบที่ 4 Season Final : Champ of the Champ) มีความเหมาะสมและยุติธรรมมีผลต่อความนิยมในระดับมาก คณะกรรมการทั้ง 7 คน เป็นผู้ที่มีชื่อเสียง ทำให้อยากติดตามรับชมมีผลต่อความนิยมในระดับมาก และคณะกรรมการมีการคาดเดาตัวตนของผู้เข้าแข่งขันอย่างมีเหตุมีผลมีผลต่อความนิยมในระดับมาก ตามลำดับ

4.3.1.5 ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการ มีผลต่อความนิยมรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ดำเนินรายการมีอารมณ์ขัน ช่วยให้อารมณ์สนุกสนานมีผลต่อความนิยมในระดับมาก รองลงมาคือ ผู้ดำเนินรายการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสมมีผลต่อความนิยมในระดับมาก ผู้ดำเนินรายการสามารถควบคุมสถานการณ์และแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างราบรื่นมีผลต่อความนิยมในระดับมาก ผู้ดำเนินรายการใช้คำพูดและภาษาที่เหมาะสมมีผลต่อความนิยมในระดับมาก และผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ที่มีชื่อเสียง ทำให้อยากติดตามรับชมมากขึ้นมีผลต่อความนิยมในระดับมาก ตามลำดับ

4.3.2 ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อความนิยมรายการ จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยภายนอกโดยรวมมีผลต่อความนิยมรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยรายด้านพบว่า ปัจจัยภายนอกทุกด้านมีผลต่อความนิยมในระดับมาก โดยปัจจัยมีผลต่อความนิยมเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการแพร่ภาพและรองลงมาคือ ปัจจัยด้านคู่แข่ง ตามลำดับ ซึ่งสามารถนำเสนอรายละเอียดในแต่ละด้านได้ดังนี้

4.3.2.1 ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการแพร่ภาพ มีผลต่อความนิยมรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า การมีช่องทางรับชมที่หลากหลายช่วยเพิ่มโอกาสในการรับชมมีผลต่อความนิยมในระดับมาก รองลงมาคือ การรับชมผ่านทาง Facebook Live และ Youtube Live ทำให้สามารถร่วมแสดงความคิดเห็นกับผู้ผลิตรายการและผู้ชมคนอื่นๆ ได้ในทันทีมีผลต่อความนิยมในระดับมาก การรับชมผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ อย่าง Facebook Live และ Youtube Live มีความสะดวก เข้าถึงง่ายมีผลต่อความนิยมในระดับมาก การรับชมผ่านทางเว็บไซต์มีความสะดวก เข้าถึงง่ายมีผลต่อความนิยมในระดับมาก และการมีพิธีกรชั้นระหว่างรอโฆษณาทางโทรทัศน์ในสื่อสังคมออนไลน์ อย่าง Facebook Live และ Youtube Live ทำให้รู้สึกว่าการรับชมมีความต่อเนื่องไม่ขาดตอนมีผลต่อความนิยมในระดับมาก ตามลำดับ

4.3.2.2 ปัจจัยด้านคู่แข่ง มีผลต่อความนิยมรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ความน่าสนใจของละครหรือรายการอื่นๆ ที่ออกอากาศในช่วงเวลาใกล้เคียงกันมีผลต่อความนิยมในระดับมาก รองลงมาคือ กระแสความนิยมของละครหรือรายการอื่น ๆ ที่ออกอากาศในช่วงเวลาใกล้เคียงกันมีผลต่อความนิยมในระดับมาก ความแปลกใหม่ของละครหรือรายการอื่น ๆ ที่ออกอากาศในช่วงเวลาใกล้เคียงกันมีผลต่อความนิยมในระดับมาก ความสะดวกในการรับชมละครหรือรายการอื่น ๆ ที่ออกอากาศในช่วงเวลาใกล้เคียงกันมีผลต่อความนิยมในระดับมาก และความหลากหลายของละครหรือรายการอื่น ๆ ที่ออกอากาศในช่วงเวลาใกล้เคียงกันมีผลต่อความนิยมในระดับมาก ตามลำดับ



5. อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับและปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” ของผู้รับชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

5.1 พฤติกรรมการเปิดรับรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” ของผู้รับชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 19-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้หญิงวัยรุ่นวัยทำงานที่ต้องการเปิดรับสื่อบันเทิงที่ช่วยผ่อนคลายความเครียดเหนื่อยล้าจากการทำงาน สอดคล้องกับ McCombs & Becker (1979) ได้ชี้ให้เห็นว่า บุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการ 6 ประการ หนึ่งในนั้นคือเพื่อความบันเทิง (Entertainment) เน้นความเพลิดเพลินรวมทั้งการผ่อนคลายอารมณ์ สอดคล้องกับ ฉัตตูลี นุตประวีณ์ (2557) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง การศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ทำนองเดียวกับ เหมือนตะวัน สุทธิวิจิตร (2559) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้ชมรายการต่อดิจิทัลทีวีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้หญิง มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทห้างร้านเอกชน

5.2 ปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” ของผู้รับชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากผลการศึกษาวิจัยสามารถนำเสนอการอภิปรายผลปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” ของผู้รับชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยจำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมรายการได้ดังนี้

5.2.1 ปัจจัยภายในที่มีผลต่อความนิยมรายการ พบว่า ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการ เป็นปัจจัยภายในที่มีผลต่อความนิยมเป็นอันดับแรก และเมื่อพิจารณาในรายประเด็นจะพบว่า การที่ผู้ดำเนินรายการมีอารมณ์ขันช่วยให้บรรยากาศสนุกสนานเป็นประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าผลต่อความนิยมรายการสูงที่สุด รองลงมาคือ ผู้ดำเนินรายการมีบุคลิกภาพที่เหมาะสมมีผลต่อความนิยม และผู้ดำเนินรายการสามารถควบคุมสถานการณ์และแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างราบรื่น จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า ผู้ดำเนินรายการ หรือบุคลากรของรายการเป็นผู้ที่มีผลต่อความนิยมรายการ สอดคล้องกับที่ ชีรารักษ์ โพธิสุวรรณ (2556 อ้างถึงใน ลักษณะ คล้ายแก้ว, 2558) กล่าวถึงปัจจัยที่มีความสำคัญกับการจัดรายการว่า บุคลากรสถานีวิทยุโทรทัศน์ โดยทั่วไปจะแบ่งออกเป็น 5 ฝ่าย คือ ฝ่ายบริหาร ฝ่ายรายการ ฝ่ายข่าว ฝ่ายการตลาด และฝ่ายเทคนิค ต้องมีจำนวนที่เพียงพอ ประกอบด้วยความรู้ ทักษะ ความสามารถในงานด้านนั้นๆ และปรับตัวให้เข้ากับความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีการผลิต จากการแพร่สัญญาณภาพและเสียงระบบแอนะล็อกเป็นระบบดิจิทัล ทำให้การจัดและผลิตรายการทำได้ง่าย รวดเร็ว ท่ามกลางการแข่งขันที่สูงจากสถานีคู่แข่งและสื่อดิจิทัลอื่น และสอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของ มนัสนันท์ อภิรมย์จิตร (2554) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิงของประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจด้านพิธีกร / ผู้ดำเนินรายการมากที่สุด คือ มีความเป็นกันเอง บุคลิกดี มนุษย์สัมพันธ์ดี สร้างความสนุกในรายการได้

5.2.2 ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อความนิยมรายการ พบว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการแพร่ภาพ เป็นปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อความนิยมเป็นอันดับแรก และเมื่อพิจารณาในรายประเด็นจะพบว่า การมีช่องทางารับชมที่หลากหลายช่วย



เพิ่มโอกาสในการรับชมเป็นประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามีความนิยมรายการสูงสุด ทั้งนี้รายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” มีช่องทางการรับชมทั้งรูปแบบการชมสดและชมย้อนหลังที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการชมสดผ่านทางโทรทัศน์ ช่องเวิร์คพอยท์หมายเลข 23 / เว็บไซต์ Workpoint TV / Facebook Live : Workpoint TV / Youtube Live : Workpoint Official หรือการชมย้อนหลังผ่านทางเว็บไซต์ Workpoint TV / Facebook : Workpoint TV / Youtube : Workpoint Official ซึ่งนั่นถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญกับการจัดรายการตามที่ ชีรารักษ์ โภธิสุวรรณ (2556 อ้างถึงใน ลักขณา คล้ายแก้ว, 2558) กล่าวว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการกระจายเสียง ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนจากระบบอะนาล็อกเป็นดิจิทัล และการผนวกกันเข้าของระบบโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ และสื่อกระจายเสียง ทำให้รูปแบบและวิธีการใช้สื่อเปลี่ยนไป นอกจากช่องทางการสื่อสารที่มากขึ้น สื่อกระจายเสียงรูปแบบเดิมคือวิทยุและโทรทัศน์ออกอากาศระบบคลื่นความถี่ต้องเผชิญกับการแข่งขันจากการกระจายเสียงผ่านระบบเคเบิล ดาวเทียม และบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ตทำให้เกิดช่องรายการต่างๆ อีกนับร้อยช่องเป็นทางเลือกให้ผู้ชมรายการโทรทัศน์ ระบบกระจายเสียงแบบดิจิทัล ทำให้เกิดสถานีวิทยุทั้งระบบ เอเอ็ม และ เอฟเอ็ม ขึ้นเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้การเกิดสื่อกระจายเสียงลักษณะใหม่ที่แพร่ภาพทางอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เครื่องเล่น ไอพ็อด และโทรศัพท์มือถือ ทำให้ช่องทางการสื่อสารไม่ถูกจำกัดเหมือนเช่นอดีตอีกต่อไป การประกอบกิจการกระจายเสียงจึงต้องอาศัยแนวความคิดการผนวกรวม (Convergence) ของสื่อต่างๆ ไว้เข้าด้วยกัน

6. บทสรุป

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ชมรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อให้ผู้ผลิตรายการนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์การนำเสนอรายการ “The Mask Singer หน้ากากนักร้อง” โดยมีข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนา ดังนี้

6.1 จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้รับชมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 19-30 ปี ซึ่งจัดเป็นกลุ่มหญิงสาววัยรุ่นวัยทำงาน ดังนั้น ผู้ผลิตรายการจึงควรศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้รับชมกลุ่มนี้เพิ่มเติม เช่น แพลตฟอร์มหรือสื่อที่มักใช้ ศิลปินที่ชื่นชอบ ฯลฯ เพื่อนำมาปรับใช้ในการออกแบบเนื้อหาการนำเสนอของรายการให้ตรงกับความสนใจของกลุ่มผู้รับชมหลักกลุ่มนี้ให้มากขึ้น

6.2 จากผลการวิจัยพบว่า จำนวนการรับชมในแต่ละซีซั่นลดลงอย่างต่อเนื่องเป็นลำดับ รวมถึงความเห็นของกลุ่มตัวอย่างผู้รับชมต่อบีจียังมีผลต่อความนิยมที่พบว่า ความเหมาะสมของความคิดเห็นในการออกอากาศแต่ละซีซั่น เป็นเพียงด้านเดียวที่ได้รับความเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นอันดับที่ต่ำที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นผลมาจากการออกอากาศอย่างต่อเนื่องโดยไม่หยุดเว้นระยะของแต่ละซีซั่น จนทำให้ผู้ชมรู้สึกเคยชิน ไม่ตื่นเต้น ดังนั้น ผู้ผลิตรายการควรวางแผนพิจารณาการจัดผังและกำหนดช่วงเวลาการนำเสนอรายการให้เหมาะสม โดยอาจจะมีการจัดรายการอื่นมาขึ้นระหว่างรอซีซั่นใหม่ เพื่อเป็นการทิ้งระยะให้ผู้ชมรู้สึกสนใจและรอคอยการรับชมรายการมากขึ้น

6.3 จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้รับชมส่วนใหญ่ไม่เคยมีส่วนร่วมกับการรายการ ไรก็ตาม การที่รายการจะถูกกล่าวถึงในวงกว้างและความนิยมยาวนานนั้น การสร้างการมีส่วนร่วมเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งที่ไม่ควรมองข้าม ดังนั้น ผู้ผลิตรายการจึงควรออกแบบการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้รับชม เช่น การเชิญชวนให้คิด



แสทแท็กหน้ากากที่ชื่นชอบ การจัดกิจกรรมประกวดการเลียนแบบหน้ากากจากที่บ้าน ฯลฯ เพื่อให้ผู้รับชมรู้สึกมีส่วนร่วมกับการรายการมากขึ้น

7. กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก ผศ.ดร.จิตติ วิทษุณณะ อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระที่กรุณาให้คำแนะนำปรึกษาตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดีเยี่ยม และต้องกราบขอบคุณ รศ.ดร.ลักขณา คล้ายแก้ว ประธานกรรมการสอบ และ รศ.ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ กรรมการสอบในครั้งนี้ ที่คอยให้คำชี้แนะในเรื่องเกี่ยวกับการทำงานเป็นอย่างดี

8. เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2552). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัคนางค์ จามะริก. (2559). *สภาพตลาดกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลของไทย. ใน รายงานสภาพการตลาดกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์*. กรุงเทพมหานคร. สำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
- ณัฐชุลี นุตประวีณ์. (2557). *พฤติกรรมผู้บริโภค ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ไทยรัฐออนไลน์. [ออนไลน์]. 2561. เปิดตัว “หนอนชาเขียว” แชมป์ “หน้ากาก” ซีซั่น 3. แหล่งที่มา <https://www.thairath.co.th/content/1194362>. [4 กุมภาพันธ์ 2561]
- มนัสนันท์ อภิรมย์จิตร. (2554). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิงของประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร* (Unpublished Master's independent study). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ระบบสถิติการทะเบียน กรมการปกครอง. [ออนไลน์]. 2561. *ข้อมูลประชากร*. แหล่งที่มา http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age.php. [20 เมษายน 2561]
- ลักขณา คล้ายแก้ว. (2558). *การจัดและส่งเสริมรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- เหมือนตะวัน สุทธิวิจิตร. (2559). *การเปิดรับ ความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรมของผู้ชมรายการต่อคิทัตทีวี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- McCombs, M. E. & Becker, L. E. (1979). *Using Mass Communication Theory*. New Jersey: Printice-Hall.