

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สื่อโทรทัศน์ในปัจจุบันถือได้ว่าเป็นสื่อที่เข้าถึงและได้รับความนิยมจากประชาชนเป็นอันดับต้นๆ ในบรรดาสื่อมวลชน เป็นแหล่งเรียนรู้และให้ข้อมูลข่าวสารความเป็นไปในสังคมต่อผู้ชมกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายแตกต่างกันไปตามช่วงอายุ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ฯลฯ ด้วยการเสนอข้อมูลข่าวสาร สาระความรู้ต่อสังคม เพื่อให้คนในสังคมได้ใช้ดุลพินิจ วิจารณ์ถกเถียงร่วมกันตามความต้องการของแต่ละคนและสังคมส่วนรวม

สิ่งที่เป็นองค์ประกอบสำคัญในสื่อโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมอย่างมาก คือ รายการเรียลลิตีโชว์ หรือที่ถูกรู้จักว่า รีแอลลิตีโชว์ ซึ่งเป็นรายการโทรทัศน์รูปแบบหนึ่ง มักจะดำเนินไปโดยใช้สถานการณ์จริง และไม่มีการเขียนบท คัดเลือกผู้ร่วมรายการจากผู้ชมทางบ้าน ซึ่งจะต้องเผชิญกับสถานการณ์ต่างๆ ที่ทางทีมงานได้จัดเตรียมเอาไว้ ผู้เข้าร่วมรายการจะต้องแก้ปัญหาเฉพาะหน้าและฝ่าฟันอุปสรรคต่างๆ ในปัจจุบันนี้จึงทำให้เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของทุกคนในสังคม ในแต่ละวันมีรายการเรียลลิตีโชว์เกิดขึ้นมากมายจากทั่วทุกมุมโลกตามสถานการณ์ความเป็นไปของสังคม และด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าในด้านการผลิต ทำให้รายการเรียลลิตีโชว์ทางโทรทัศน์สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้ชมได้รวดเร็ว และสนุกสนาน ดังนั้น เราจะเห็นได้ว่ารายการต่างๆ ที่นำเสนอมักจะไม่ค่อยมีความแตกต่างกันมากนัก ทั้งในเรื่องของเนื้อหา และความรวดเร็ว แต่จะแตกต่างกันที่รูปแบบในการนำเสนอของแต่ละรายการซึ่งจะสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้ชมได้มากน้อยเพียงใด

จากสภาวะสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลต่อแนวโน้มด้านทัศนคติของผู้รับชมรายการที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยเฉพาะผู้ชมที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครมี ความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึกต่อการรับชมรายการที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีต ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์หรือสิ่งแวดล้อมอันมีแนวโน้มที่จะให้ผู้ชมรายการแสดงปฏิกิริยา ในทางสนับสนุนหรือปฏิเสธการรับชมรายการเนื่องจากสังคมที่เร่งรีบ มีแต่ความกดดันทั้งด้านสิ่งแวดล้อมและการทำงานทำให้ผู้คนส่วนใหญ่เลือกรับชมรายการเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาความสุข สนุกสนานในการรับชมรายการต่างๆทางสื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่ออื่นๆ เพื่อความบันเทิง และสามารถนำไปใช้

ให้เกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้ และทัศนคติเป็นสิ่งที่ไม่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน การที่จะรู้ถึงทัศนคติของบุคคลใดบุคคลหนึ่งได้ต้องใช้วิธีแปลความหมายของการแสดงออก ซึ่งอยู่ในรูปแบบการรับชมสื่อต่างๆ เป็นพฤติกรรมที่สำคัญที่สามารถแสดงทัศนคติได้อีกช่องทางหนึ่ง รวมถึงการรับชมรายการเรียลลิตี้อย่างเสนอเกร็ดความรู้และวัฒนธรรมที่ดีงาม ให้กับผู้ชมได้เปิดโลกกว้าง ได้รู้จักวัฒนธรรมของชาติไทยและชาติอื่นๆ ทั่วทุกมุมโลก และยังเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อกลุ่มผู้รับชม โดยส่วนใหญ่ทำให้เกิดทัศนคติและการนำไปใช้ประโยชน์ต่อความคิดความอ่านที่ดีเนื่องจากการปลูกฝังด้านต่างๆ โดยใช้ผู้เข้าแข่งขัน หรือผู้ดำเนินรายการแสดงเป็นตัวอย่างที่ดีสำหรับกลุ่มผู้ชมรายการเรียลลิตีที่มีการสอดแทรกอบรมพัฒนาด้านอารมณ์ ทำให้ปัญหาความรุนแรงของการเลียนแบบและอารมณ์รุนแรงลดลง

ในปัจจุบันรายการเรียลลิตีโชว์ที่มีคนสนใจมากเป็นอันดับต้นๆ ของโลก คือรายการมาสเตอร์เชฟ ซึ่งเป็นรายการแข่งขันทำอาหารที่ออกอากาศทางช่องบีบีซีวัน เพื่อค้นหาผู้ที่มีทักษะสูงสุดที่จะได้รับตำแหน่งมาสเตอร์เชฟ โดยการแข่งขันครั้งแรกมีขึ้นเมื่อปี 1990 และได้พัฒนารูปแบบรายการเรื่อยมา ซึ่งต้นกำเนิดเกิดขึ้นที่สหราชอาณาจักร กรรมการคนแรกในช่วงยุคบุกเบิกมาสเตอร์เชฟ คือ ลอยด์ กรอสแมน ในปัจจุบันนอกจากการแข่งขันทำอาหารที่ผู้เข้าแข่งขันเป็นบุคคลทั่วไปแล้ว ยังมีการแข่งขันเพื่อคัดเลือกมาสเตอร์เชฟมืออาชีพ (MasterChef: The Professionals) มาสเตอร์เชฟคนดัง (Celebrity MasterChef) และมาสเตอร์เชฟรุ่นเยาว์ (Junior MasterChef) มาสเตอร์เชฟไม่ได้รับความนิยมเฉพาะในอังกฤษเท่านั้น แต่ประเทศและดินแดนทั่วโลก 58 แห่งรวมทั้งไทย ได้นำรูปแบบรายการไปจัดทำเป็นรายการในเวอร์ชันของแต่ละประเทศด้วย ซึ่งนับตั้งแต่มาสเตอร์เชฟเริ่มออกอากาศครั้งแรกได้ มีผู้รับชมกว่า 300 ล้านคนทั่วโลก



ภาพประกอบที่ 1.1 แสดงสัญลักษณ์รายการ MasterChef Thailand

ที่มา : [th.m.wikipedia.org/wiki/มาสเตอร์เชฟไทยแลนด์](http://th.m.wikipedia.org/wiki/มาสเตอร์เชฟไทยแลนด์)

รายการ Masterchef Thailand ถูกซื้อลิขสิทธิ์ต้นแบบรายการ “Master Chef” จากประเทศอังกฤษ โดย กิติกร เพ็ญโรจน์ ผู้บริหารบริษัท เฮลิโคเนีย เอช กรุ๊ป จำกัด ใช้เงินในการทำรายการ 70 ล้านบาท ซึ่งรูปแบบคอนเซ็ปต์ของรายการ เป็นรายการที่ค้นหาคนทำอาหารมือสมัครเล่น (Amateur/Home Cook) เพื่อเข้าแข่งขันชิงรางวัล โดยข้อกำหนดหลักๆ ของ Masterchef ทุกประเทศจะเหมือนกัน ก็คือต้องเป็นมือสมัครเล่นจริงๆ และไม่เคยทำงานเป็นเชฟมืออาชีพ รูปแบบการแข่งขันจะเป็นการทำอาหารตามโจทย์ที่กำหนด ทั้งแบบเดี่ยวและแบบทีม ขึ้นอยู่กับแต่ละครั้ง วิธีการไปถึง Masterchef Kitchen เมื่อผ่านการคัดเลือกเบื้องต้นเรียบร้อยแล้ว จะเหลือผู้เข้าแข่งขันจำนวนไม่มาก วิธีการคัดเลือกให้เหลือผู้เข้าแข่งขันตัวจริงจะแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบใหญ่ เปลี่ยนไปตามแต่ละซีซั่น คือ

1. ชิงผ้ากันเปื้อน + ทดสอบความสามารถ
2. ชิงผ้ากันเปื้อน
3. จับคู่ชิงผ้ากันเปื้อน

โดยมีวิธีการแข่งขัน คือ รอบการแข่งขันจริงใน Masterchef ตามปกตินั้นจะแบ่งเป็น 2 รอบใหญ่สลับกันไป โดยในแต่ละรอบจะมีการแข่งย่อย 2 ครั้ง คือ

1. Mystery Box Challenge + Elimination Test
2. Team Challenge + Pressure Test เป็นการแข่งเป็นทีม จะต้องมาแข่งภายใต้ความกดดัน โดยรับโจทย์เดียวกันและทำออกมาให้ดีที่สุด

การวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ Masterchef Thailand” จึงมีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงทัศนคติและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการในปัจจุบัน รูปแบบรายการถือเป็นส่วนหนึ่งในการเกิดพฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชม รูปแบบรายการที่ดีที่จะเข้าถึงผู้ชมเป้าหมายได้นั้น ต้องอาศัยจุดเด่นของรายการโทรทัศน์ด้วยเพื่อดึงดูดผู้ชมเป้าหมายให้หันมาสนใจ นอกจากนี้จะต้องอาศัยการสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติต่างๆ ทั้งดีและไม่ดีและนำมาปรับปรุงรูปแบบรายการต่อไป โดยได้วิจัยเฉพาะรายการ Masterchef Thailand ของผู้ชมในกรุงเทพมหานครเท่านั้น เนื่องจากรูปแบบ รายการ Masterchef Thailand มีมากขึ้นและมักจะมีสิ่งบันเทิงแทรกอยู่มากเพื่อดึงดูดผู้ชม ผู้วิจัยจึงอยากนำเสนอสาระที่มีคุณประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ชมรายการอย่างเต็มที่ เพื่อเป็นแนวทางการเสนอประเด็นที่น่าสนใจเพื่อทางรายการควรจะได้ทราบและเข้าใจทัศนคติของผู้ชมรายการ และเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการได้รับประโยชน์จากการทำรับชมรายการเรียลิตีโชว์ต่อไปในอนาคต

## คำถามในการวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ Masterchef Thailand เป็นอย่างไร
2. ผู้ชมรายการในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ Masterchef Thailand มีทัศนคติต่อรายการอย่างไร
3. ผู้ชมรายการในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ Masterchef Thailand นำสิ่งที่ได้รับชมไปใช้ประโยชน์อย่างไร
4. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ Masterchef Thailand มีความสัมพันธ์กับทัศนคติและกับการนำไปใช้ประโยชน์หรือไม่

## วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาด้านประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ Masterchef Thailand
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมของผู้ชมรายการในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ Masterchef Thailand
3. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ชมรายการในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ Masterchef Thailand
4. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากการชมรายการของผู้ชมรายการในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ Masterchef Thailand

## สมมุติฐานงานวิจัย

1. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการของผู้ชมรายการในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ Masterchef Thailand ที่แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของผู้ชมรายการในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ Masterchef Thailand ที่แตกต่างกัน
3. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ Masterchef Thailand ที่แตกต่างกัน

4. พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการที่แตกต่างกันมีผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ Masterchef Thailand ที่แตกต่างกัน

5. ทักษะที่มีต่อการรับชมรายการที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ Masterchef ที่แตกต่างกัน

### ขอบเขตของการทำวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร เป้าหมายของการทำวิจัยครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจากเขตกรุงเทพมหานครเป็นเขตที่มีประชาชนอาศัยอยู่หนาแน่น ซึ่งมีความหลากหลายในด้านลักษณะประชากร

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3. ขอบเขตด้านช่วงเวลา การวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาในการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ เมษายน – มิถุนายน 2561

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงทัศนคติและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ Masterchef Thailand

2. สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปพัฒนารูปแบบการผลิตรายการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับชม

3. เพื่อเป็นข้อมูลและแนวทางในการศึกษาสำหรับผู้ผลิตรายการโทรทัศน์อื่นๆ และสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปพัฒนาและปรับปรุงรายการตลอดจนนำไปสู่การสร้างสรรค์รายการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้

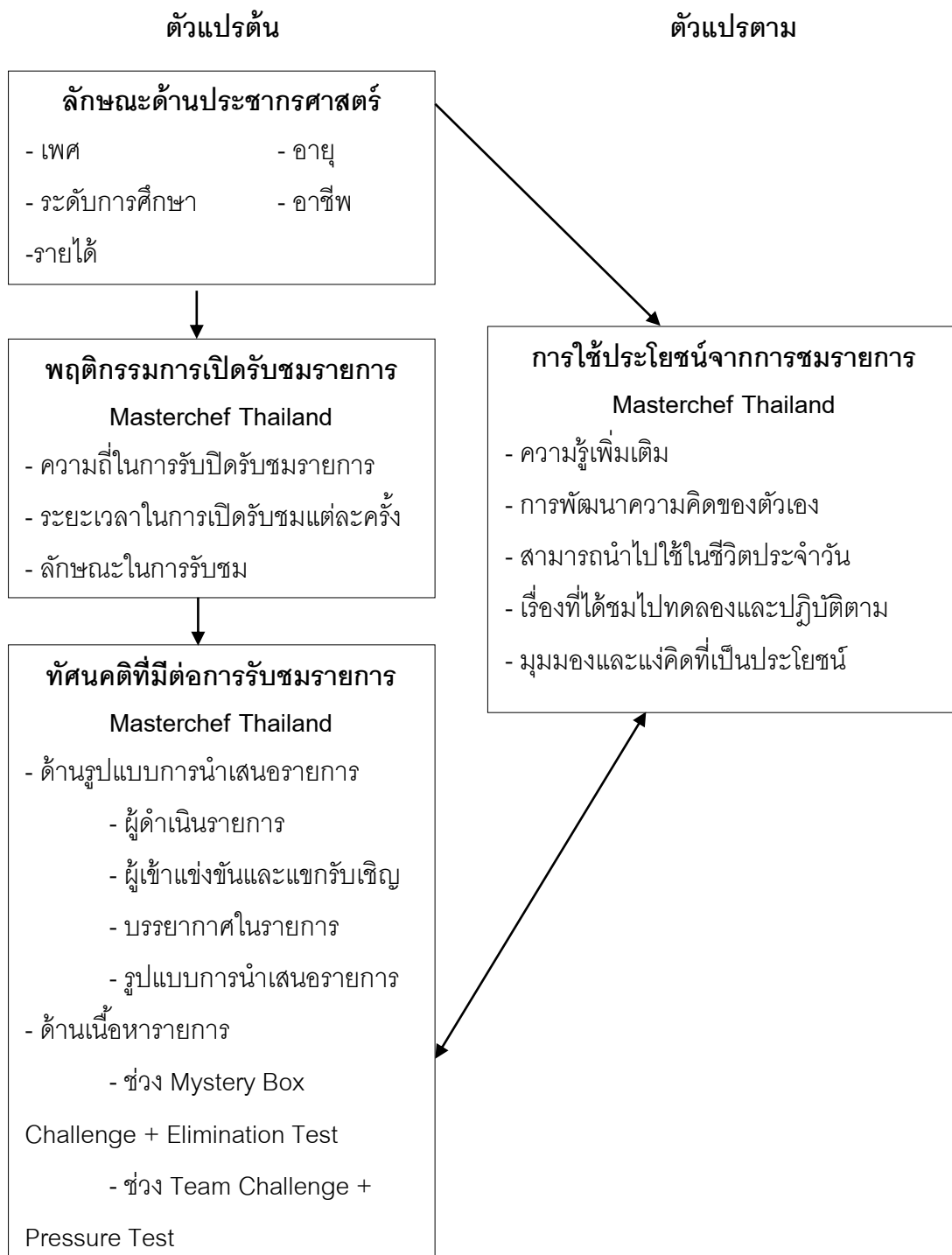
4. สามารถนำข้อมูลจากการศึกษาไปประกอบการตัดสินใจและวางนโยบายการผลิตรายการให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายอย่างเหมาะสม

5. สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาไปเป็นข้อมูลพื้นฐาน เพื่อเปรียบเทียบกับรายการโทรทัศน์อื่นๆ

6. สามารถนำผลการศึกษานำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยอื่นๆ ต่อไป

## กรอบแนวความคิด

ทัศนคติและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ Masterchef Thailand



ภาพประกอบที่ 1.2 กรอบแนวความคิด

## นิตยสารพิเศษเฉพาะ

**Masterchef Thailand** หมายถึง รายการเกมโชว์ทำอาหาร ออกอากาศครั้งแรกในเดือน มิถุนายน พ.ศ. 2560 ทาง ช่อง 7 โดยเปิดรับสมัครผู้เข้าแข่งขันที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป จากทุกอาชีพ และทุกภาคของประเทศไทยดำเนินรายการโดย ปิยธิดา มิตรธีรโรจน์ และมีกรรมการ คือ หม่อมหลวงภาสกรันต์ สวัสดิวัตน์ หม่อมหลวงขวัญทิพย์ เทวกุล และพงษ์รัช เฉลิมกิตติชัย

**ผู้ชม** หมายถึง ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการ Masterchef Thailand

**ทัศนคติ** หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึกของบุคคลมีต่อการรับชมรายการ Masterchef Thailand เป็นผลมาจากประสบการณ์หรือสิ่งแวดล้อมอันมีแนวโน้มที่จะให้บุคคล แสดงปฏิกริยา และกระทำต่อสิ่งนั้นๆ ในทางสนับสนุนหรือปฏิเสธ ทัศนคติเป็นสิ่งที่ไม่สามารถ มองเห็นได้อย่างชัดเจน การที่จะรู้ถึงทัศนคติของบุคคลใดบุคคลหนึ่งได้ต้องใช้วิธีแปลความหมาย ของการแสดงออก

**การใช้ประโยชน์** หมายถึง การนำความรู้หรืองานสร้างสรรค์ที่ได้จากการรับชมรายการ Masterchef Thailand แล้วเสร็จไปใช้ประโยชน์ในรูปแบบการเผยแพร่ ต่อยอดองค์ความรู้ สามารถนำไปสู่การแก้ปัญหาได้อย่างเป็นรูปธรรม ประยุกต์ใช้กับกลุ่มเป้าหมายจนก่อให้เกิด ประโยชน์ได้จริงอย่างชัดเจน

**ลักษณะประชากร** หมายถึง ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานภาพส่วนบุคคลที่วัดได้จาก เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ ของผู้ชมรายการ Masterchef Thailand

**พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ Masterchef Thailand** หมายถึง ความถี่ในการเปิด รับชมรายการ ระยะเวลาการเปิดรับชมรายการ และลักษณะการเปิดรับชมรายการ