

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการร่วมโหวตในรายการทูล อคาเดมี่ แฟนเทเชีย

Factors Affecting Voting Behavior of Viewers of True Academy Fantasia TV Program

ณัฐรัตน์ชชา นำเจริญสมบัติ*, เอก ชูณหัชชราชัย**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการร่วมโหวตในรายการ ทูล อคาเดมี่ แฟนเทเชีย และเพื่อศึกษาปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดในการติดตาม, โหวต รายการเรียลลิตี้ ทูล อคาเดมี่ แฟนเทเชีย และเพื่อนำประโยชน์ในเชิงกลยุทธ์การตลาดสำหรับองค์กรหรือบุคคลที่ต้องการจะศึกษาเพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับ ศึกษาวิจัยต่อไป ดำเนินการวิจัยในลักษณะผสมระหว่างเชิงคุณภาพกับเชิงปริมาณ

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอยู่ในช่วงอายุ 21 – 25 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ต่ำกว่า 15,000 บาท รับชมรายการทูล อคาเดมี่ แฟนเทเชียผ่านทางช่องเรียลลิตี้ ทุกวัน กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างทำมากที่สุด คือ ร่วมโหวตให้กับนักร้อง สิ่งที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายสนใจรายการทูล อคาเดมี่ แฟนเทเชียมากที่สุด คือ นักร้องในรายการ กลุ่มเป้าหมาย

ส่วนใหญ่เคยชมรายการทูล อคาเดมี่ แฟนเทเชียมาแล้ว 1 – 3 ซีซั่น กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เสียเงินเฉลี่ยที่เสียไปกับการโหวตหรือ กิจกรรมต่าง ๆ มากกว่า 1,000 บาทขึ้นไปต่อซีซั่น ผลการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการโหวตของรายการทูล อคาเดมี่ แฟนเทเชียในภาพรวม มีผลระดับมาก เมื่อมองค่าความสัมพันธ์ในรายย่อยพบว่าพัฒนาการของนักร้องในแต่ละสัปดาห์เป็นปัจจัยลำดับที่ 1 ที่มีผลต่อการโหวต และปัจจัยเรื่องเพศและอายุของนักร้องมีผลต่อการโหวตในระดับปานกลาง นอกเหนือจากนั้นอยู่ในระดับมาก ทั้งหมดรูปแบบการดำเนินรายการที่ส่งผลต่อการโหวตของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คือ ความแปลกใหม่และใจพิทการแสดงที่น่าสนใจ ลักษณะการโหวตและการร่วมกิจกรรมของกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นการโหวตและการไปติดตามศิลปินตามงานต่าง ๆ

คำสำคัญ: เรียลลิตี้, กลยุทธ์ทางการตลาด

*นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

**อาจารย์ที่ปรึกษา สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยนานาชาติ

Abstract

This research was aimed to study factors affecting viewers' behavior in voting in the reality TV show named as "True Academy Fantasia," to study marketing strategic factors affecting viewers' behavior in following and voting in the program, and to bring results for those who need to further their individual or organizational studies in terms of marketing strategies in this regard. It was a qualitative as well as quantitative kind of research.

Results revealed the following: The target group was female within an age range of 21 – 25 years holding Bachelor's degree. They are mostly students with monthly income of 15,000 baht watching True Academy Fantasia TV Show from a reality TV channel every day. Their most preferred activities was to vote for a participant in the TV Show program, and the reason for their interest was their experience in watching it for 1-3 seasons prior to the current one, and the target group had spent over 1,000 baht per season of the TV show on average in voting and all related activities. Regarding factors affecting voting behavior in general, results revealed that the effects were at high level. Considering each aspect, it was found that the participant's improvement had the highest effects on viewers' voting behavior, and factors regarding age ranges and gender of the participants, effects were only at medium level, while all the rest were

at a high level. The program content that affected their voting behavior the most were their originality and interesting requirements given to participants. Practices shared among most of the target group were voting and following those participants to events, in which they participated.

Keywords: Reality, Marketing Strategy

บทนำ

รายการทูลุ อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย หรือที่เรียกสั้น ๆ ว่า เอเอฟ (AF) เป็นรายการโทรทัศน์ประเภทเรียลลิตี้บันเทิง 24 ชั่วโมง ออกอากาศทางช่องเคเบิลทีวีของทรูวิชั่นส์ ที่มีเนื้อหาเป็นการผสมผสานกันระหว่างรายการเรียลลิตี้ที่เกี่ยวกับรายการแข่งขันประกวดร้องเพลง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อค้นหาผู้เข้าร่วมประกวดซึ่งทางรายการเรียกว่า "นักร้องฝัน" ที่มีความสามารถหลากหลาย โดดเด่น และเป็นที่ยอมรับตลอดการแข่งขันมากที่สุด โดยวัดผลจากการรวบรวมผลโหวตในแต่ละฤดูกาล โดยจัดขึ้นมากตั้งแต่วันที่ 21 มิถุนายน 2547 จนถึงปี 2557 รวม 10 ปี 11 ฤดูกาล (True Visions, 2558)

อีกส่วนหนึ่งของทางรายการทูลุ อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย ที่แตกต่างจากรายการประกวดร้องเพลงประเภทอื่น ๆ คือการที่รายการทูลุ อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย ได้นำเสนอในรูปแบบเรียลลิตี้โดยการถ่ายทอดสด เปิดโอกาสให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในกระบวนการของการประกวดการแข่งขัน นั่นคือ รายการทูลุ อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย ไม่ใช่เป็นเพียงแต่การแข่งขันบนเวที แต่เพียงอย่างเดียว แต่ในช่วงการใช้ชีวิตอยู่ใน "บ้านเอเอฟ" ซึ่งหมายถึงอาณาบริเวณเฉพาะสำหรับฝึกหัดนักร้องที่ผ่านเข้ารอบสุดท้าย (Academy) การฝึกซ้อมการแสดงในแต่ละสัปดาห์

ได้ถูกถ่ายทอดออกมาให้กับผู้ชมรายการผ่านกล้องที่ถูกติดตั้งตาม ส่วนต่าง ๆ ในบ้านเอเอฟ ผู้ชมรายการจะสามารถติดตามพฤติกรรม การฝึกซ้อม ความพยายาม พัฒนาการต่าง ๆ ของเหล่านักล่าฝันได้อย่างใกล้ชิดตลอด 24 ชั่วโมง โดยสำหรับผู้ชมที่บ้านนั้น สามารถมีส่วนร่วมับรายการด้วยการส่งข้อความ (SMS) เพื่อแสดงความรู้สึก ความคิดเห็น หรือกระทั่งปฏิกริยาที่มีต่อรายการได้ ซึ่งจะช่วยให้เหล่าผู้ล่าฝันได้เรียนรู้และล่าฝันต่อไปในแต่ละสัปดาห์จากผลโหวต และจะเป็นคะแนนสะสมในสัปดาห์ถัดไป โดยผู้ที่ได้รับคะแนนโหวตสูงสุดของสัปดาห์สุดท้ายจะครองตำแหน่งชนะเลิศในฤดูกาลนั้น ซึ่งระหว่างการดำเนินรายการผู้ชมจะสามารถเห็นลำดับตำแหน่งและผลคะแนนระหว่างการดำเนินรายการที่แสดงผลเป็นกราฟเปอร์เซ็นต์เพื่อแสดงให้เห็นว่ามีใครเป็นผู้นำอยู่ระหว่างนั้น ซึ่งช่วยเพิ่มอรรถรสในการดำเนินรายการได้อย่างมาก

โดยสำหรับบริษัททิว วิชั่นส์ ดำเนินการให้บริการผ่านบริษัท ทิว คอร์เปอร์เรชั่น จำกัด (มหาชน) ในฐานะเป็นผู้ให้บริการโทรทัศน์ ในระบบบอกรับสมาชิกของทางทิว วิชั่นส์ ซึ่งเป็นที่นิยมอย่างมากของผู้ชมทางเลือกในประเทศไทย ซึ่งได้ให้ความสนใจและตอบรับการเป็นสมาชิกที่เพิ่มมากขึ้นทุกปี และจากการเติบโตของสมาชิก ทำให้ความคาดหวังที่จะได้รับชมรายการดีมีคุณภาพเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ทางทิววิชั่นส์ได้ค้นหารายการที่มีความน่าสนใจ และดึงดูดผู้ชมได้จำนวนมาก เป็นที่มาของการซื้อลิขสิทธิ์และจัดรายการทิว อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย ขึ้นมา โดยใช้รูปแบบรายการ เรียงลิตตี้ ที่สร้างความตื่นตาตื่นใจ และทำให้ผู้ชมรายการมีความรู้สึกมีส่วนร่วมใกล้ชิดกับเหล่าผู้ล่าฝันในรายการ โดยการส่ง SMS มาร่วมโหวตให้กับเหล่าผู้ล่าฝันที่ตนเองชื่นชอบ เพื่อเป็นการสร้างโอกาสให้เหล่าผู้ล่าฝันได้สามารถอยู่ในบ้านเอเอฟ

และได้รับประสบการณ์ในการพัฒนาความสามารถในแต่ละสัปดาห์ให้นานที่สุด ซึ่งรายการทิว อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย จัดเป็นรายการแรก ๆ ในประเทศไทยที่จัดในรูปแบบเรียลลิตตี้ และการเปิดช่องทางการโหวตแบบสด ๆ ผ่านการส่งข้อความ SMS ร่วมโหวต จนกระทั่งปัจจุบันได้มีช่องทางการโหวตเพิ่มขึ้น เช่น การโหวตผ่าน Application หรือ การโหวตผ่านเว็บ truelife.com หรือ เค้าเตอร์เซอร์วิส เป็นต้น โดยการโหวตให้กับเหล่าผู้ล่าฝัน ได้เป็นเครื่องสะท้อนความสำเร็จ และสามารถสร้างกำไรให้กับรายการทิว อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย ได้อย่างมากมาย (วิกิพีเดีย: ทิวอะคาเดมี่แฟนเทเชีย, 2559)

ซึ่งในปัจจุบันได้มีรายการแนวเรียลลิตตี้แข่งขันต่าง ๆ เกิดขึ้นจำนวนมาก แต่ความนิยมของรายการทิว อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย ยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะกระแสทางสังคมในช่องทางต่าง ๆ จะมีเข้ามาอย่างหลากหลาย แต่ด้วยจำนวนฐานแฟนคลับ จัดได้ว่าเป็นเครื่องการันตีอย่างหนึ่งของรายการที่ทำให้เกิดกระแสความนิยมอย่างต่อเนื่องและรักษาความเป็นมาตรฐานของรายการได้ดีด้วยการพัฒนาสิ่งใหม่ๆ ไม่ให้มีความซ้ำซากจำเจกับซีซั่นก่อนหน้านี้ ซึ่งรวมไปถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางรายการได้จัดขึ้นเพื่อให้แฟนคลับได้มีส่วนร่วมับทางรายการ โดยในแต่ละซีซั่น จะมีการจัดกิจกรรมใหม่ ๆ อยู่เสมอที่จะคอยสร้างความบันเทิงให้กับผู้ชมรายการและผู้โชคดีที่ได้มีส่วนร่วมับทางรายการ

โดยจากความน่าสนใจในรายการทิว อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย ที่มีความนิยมอย่างต่อเนื่อง และการสนับสนุนรายการในแต่ละปี ที่ไม่ได้ลดน้อยถอยลง ทำให้ทางผู้วิจัยมีความต้องการที่จะศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลทำให้ผู้ชมรายการเข้าร่วมโหวตให้กับเหล่าผู้ล่าฝันในรายการ ซึ่งการโหวตจัดเป็นสิ่งสำคัญของทางรายการ

ในแง่ของรายได้ ผลตอบรับต่าง ๆ ที่จะสะท้อนความสำเร็จของรายการทรู อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย ได้เป็นอย่างดี เพื่อให้ในการเป็นกรณีศึกษาการทำรายการที่ประสบความสำเร็จ และสามารถยื่นระยะออกอากาศได้ร่วม 10 กว่าปี

ปัญหาการวิจัย

การศึกษาหากลยุทธ์ทางการตลาดและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการมีส่วนร่วมกับทางรายการทรู อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย จนยั่งยืนและประสบความสำเร็จ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการร่วมโหวตในรายการ ทรู อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดในการติดตาม, โหวต รายการเรียลลิตี้ ทรู อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย และเพื่อนำประโยชน์ในเชิงกลยุทธ์การตลาดสำหรับองค์กรหรือนักบุคคลที่ต้องการจะศึกษาเพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับ ศึกษาวิจัยต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตประชากรการสุ่มตัวอย่าง

กำหนดกลุ่มตัวอย่างจากข้อมูลทางสถิติของผู้ชมจากทาง truelife.com ได้ทำการเก็บข้อมูล เฉลี่ยมีผู้ชมอยู่ 6 ล้านคนต่อ นำเข้าสู่ตรรกของ Taro Yamane (1973, อ้างถึงใน วิเชียร เกตุสิงห์, 2537) ได้จำนวนประชากรในการศึกษาทั้งหมด 400 คน ทำการแจกแบบสอบถามในช่วงเดือนกันยายน 2558 ผ่านทางอินเทอร์เน็ตและการแจกแบบสอบถามด้วยตัวเอง กับกลุ่มเป้าหมายที่เคยชมและมีส่วนร่วมกับรายการทรู อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย

บททวนวรรณกรรม

อริยา จินตพานิชการ (2548) ได้กล่าวไว้ว่า เสียสิทธิ์ที่วีคืออะไร นิยามสั้น ๆ ได้ก็คือ รูปแบบรายการโทรทัศน์ที่กล้องติดตามถ่ายทำชีวิตจริงของผู้คนอย่างใกล้ชิด ฝรั่งใช้คำง่าย ๆ แต่เห็นภาพว่าเป็นรายการที่ “Real people doing real thing” สิ่งที่เราเรียกลีทีวีไม่ต้องมีคือ สตรีปท์, ดารา และการแสดง แต่สิ่งที่เรียกลีทีวีต้องมีคือ ความจริง, คนจริง, เรื่องจริง

รายการเรียลลิตี้

รูปแบบของบทรายการเล่นกับสภาพความเป็นจริงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในรายการหรืออาจเกิดขึ้นซึ่งอาจจะไม่ได้มีตัวบทรายการมากำหนดการดำเนินเรื่องราวโดยตรงสิ่งที่เกิดขึ้นตามความเป็นจริงในรายการในรายการเรียลลิตี้ ไม่ว่าจะเป็นในแง่ของสิ่งที่เกิดขึ้นในความคิดของตัวผู้แข่งขัน ส่งผลให้เกิดเป็นพฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้เข้าแข่งขัน และในแง่ของสิ่งที่เกิดขึ้นระหว่างตัวผู้แข่งขัน ทั้งในด้าน ความพยายาม ความอดทน ความสามัคคีและความขัดแย้งกับผู้ร่วมแข่งขัน หรือสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ที่กำหนดไม่ได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจที่จะ ชื่นชอบ ชื่นชม ให้การสนับสนุนนักล่าฝันคนที่ผู้บริโภคพึงพอใจ

รายการ True Academy Fantasia

เป็นรายการประกวดร้องเพลง ที่คัดเลือกผู้เข้าแข่งขัน 12 คนจากทั่วประเทศ โดยผู้เข้าแข่งขันทั้ง 12 คนจะถูกเรียกว่า “นักล่าฝัน” และจะถูกจับ ไปอยู่รวมกันเป็นระยะเวลาประมาณ 12 สัปดาห์ ในบ้าน AF ซึ่งมีลักษณะเป็นโรงเรียนสำหรับ ฝึกศิลปินโดยมีคุณครูคอยดูแลและเป็นที่พึ่งที่ให้คำปรึกษาในด้านต่าง ๆ เพื่อเตรียมตัวนักล่าฝันให้พร้อมสำหรับที่จะขึ้นแสดงบนเวทีคอนเสิร์ตในทุก ๆ วันเสาร์ของสัปดาห์ตลอดฤดูกาล นอกจากนี้ ทุกคืนวันเสาร์ ก็ยังเป็นวันที่จะมีนักล่าฝันออกจากการแข่งขัน 1 คน

โดยจะเป็นคนที่ได้รับคะแนนโหวตจากผู้ชมรายการ (popular votes) น้อยที่สุด จนถึงสัปดาห์สุดท้ายหรือ สัปดาห์ที่ 12 ก็จะมีเหลือนักล่าฝันเพียง 5 คนที่จะใช้ชีวิตในบ้าน และทำกิจกรรม และรับการฝึกซ้อม เพื่อเตรียมความพร้อม สำหรับการแสดงคอนเสิร์ตในวันเสาร์สุดท้าย ที่จะชี้ชะตาว่านักล่าฝันคนไหน จะเป็นผู้ได้รับชัยชนะ หรือเป็น “เดอะวินเนอร์” ของรายการจากการโหวตคะแนนเสียงผ่าน SMS เข้ามาของผู้ติดตามชมรายการ ที่มีอยู่ทั่วประเทศ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชัชฎาภรณ์ ธนันทา (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “บทบาทของสื่อมวลชนที่ทำให้รายการเรียลลิตีโชว์ ประสบความสำเร็จ ศึกษาเฉพาะกรณี Academy Fantasia2” เป็นงานวิจัยที่ศึกษาถึงบทบาทของสื่อมวลชนที่ทำให้รายการเรียลลิตีโชว์ ประสบความสำเร็จ ศึกษาเฉพาะกรณี Academy Fantasia2 ด้วยการสัมภาษณ์เจาะลึกกับกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นทีมงานผู้สร้างสรรค์ Academy Fantasia2 กับสื่อมวลชนที่ทำข่าวเกี่ยวกับรายการ Academy Fantasia 2 รวมถึงการวิเคราะห์และศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องอย่าง หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น ซึ่งการศึกษาจะทำการศึกษาลักษณะของสื่อ การทำการตลาด นิเทศธุรกิจ ได้ผลดังต่อไปนี้

1. UBC ได้ใช้สื่อประชาสัมพันธ์แบบครบรูปแบบ ให้ทั้งคนดูที่เป็นสมาชิกและไม่ใช้สมาชิก
2. UBC ได้ใช้อิทธิพลวิธีการรายการ Reality Show มาซึ่งสร้างความสำเร็จ และกลายเป็นเครื่องยืนยันได้ อย่างดีของคุณภาพของทางรายการ
3. UBC ต้องการเน้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ผ่านสื่อมวลชน
4. UBC ต้องการเป็นผู้นำความบันเทิง

จากการศึกษารายการที่จะมุ่งให้ประสบความสำเร็จ และเป็นไปตามเป้าหมายที่วางเอาไว้ จำเป็นที่จะต้องใช้ สื่อมวลชนเป็นแรงผลักดัน

ศิริพรรณ นาเจริญสมบัติ (2554) การศึกษาปัจจัย ที่ส่งผลต่อการดำเนินรายการ บ้านทูลุ อคาเดมี่ แฟนเทเชีย ซีซั่น 6 ได้สรุปผลการวิจัยไว้ว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิด การดำเนินเรื่องในบ้าน ทูลุ อคาเดมี่ แฟนเทเชีย ซีซั่นที่ 6 ได้แก่

1. กฎ กติกา และทิศทางที่กำหนดโดยทีมผู้ผลิต รายการ หมายถึงถึง กติกาของรายการ ครูใหญ่และ ครูผู้สอนวิชาต่าง ๆ พิธีกรดำเนินรายการ ตารางการใช้ ชีวิตในบ้าน แขกรับเชิญและเซอไพรส์ต่าง ๆ
2. ลักษณะเฉพาะตัว (Character) ของนักล่าฝัน
3. ปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักล่าฝัน จากปัจจัยข้างต้นถือเป็นสิ่งที่เข้ามาทำหน้าที่แทนบท ในการดำเนินรายการ เนื่องจาก ทูลุ อคาเดมี่ แฟนเทเชีย ซีซั่น 6 เป็นรายการเรียลลิตีที่ไม่มีการเขียนบท แต่อาศัย ปัจจัยดังกล่าวเข้ามาทำให้เกิดทิศทางดำเนินเรื่องราวไป ได้ ไม่ต่างจากการวางโครงเรื่องในบทละคร การดำเนินรายการ ของบ้าน เอเอฟ6 นั้นมีปัจจัยที่เข้ามาแทรกแซงอยู่ตลอดเวลา และได้ทำหน้าที่เป็นตัว สร้างอารมณ์ สร้างจุดหักเห สร้างความขัดแย้ง สร้างความตลก เป็นต้น ทำให้รายการ ทูลุ อคาเดมี่ แฟนเทเชีย มีความสนุกไม่ต่างจากละคร เรื่องนี้

วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้และการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) และเชิงปริมาณ (Quantitative research) ผสมร่วมกัน (Mix Methodology) โดยศึกษา เก็บรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลจาก ข้อมูลที่จะใช้ในงานวิจัยนี้มา

จากการสัมภาษณ์ บุคคลสำคัญที่มีความเกี่ยวข้องกับรายการ ทูธ อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและต่อยอดกับวิจัยของผู้วิจัยได้ แหล่งข้อมูลทางเน็ต เช่นเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับรายการ ทูธ อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย และการแจกแบบสอบถามแก่ผู้ที่เคยชมและมีส่วนร่วมกับรายการทูธ อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย

สำหรับงานเชิงปริมาณ จะทำการเก็บแบบสอบถามซึ่งประกอบไปด้วย คำถามทั้ง 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการรับชมและมีส่วนร่วมรายการเรียลลิตี๋ ทูธ อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย

ส่วนที่ 3 ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการโหวตให้กับนักร้องในรายการทูธ อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจเข้าร่วมโหวตและกิจกรรมในรายการทูธ อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย

จากผู้ที่เคยชมและส่วนร่วมกับรายการทูธ อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย กำหนดกลุ่มตัวอย่างจากข้อมูลทางสถิติของผู้ชมจากทาง truelife.com ได้ทำการเก็บข้อมูล เฉลี่ยมีผู้ชมอยู่ 6 ล้านคนต่อ นำเข้าสู่ตรของ Taro Yamane (1973 อ้างถึงใน วิเชียร เกตุสิงห์, 2537) ได้จำนวนประชากรในการศึกษาทั้งหมด 400 คน ทำการแจกแบบสอบถามในช่วงเดือนกันยายน 2558 ผ่านทางอินเทอร์เน็ต และการแจกแบบสอบถามด้วยตัวเอง กับกลุ่มเป้าหมายที่เคยชมและมีส่วนร่วมกับรายการทูธ อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในงานเชิงปริมาณ จะแบ่งออกเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทางรายการทูธ อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจง

ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) โดยใช้การวิเคราะห์ T-Test สำหรับทดสอบสมมติฐานตัวอย่าง 2 กลุ่ม และ One-way Anova (F-test) สำหรับทดสอบสมมติฐาน มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป

ส่วนของงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์ โดยเครื่องมือแบบสัมภาษณ์ ถูกออกแบบคำถามไม่มีลักษณะตายตัวแต่ มุ่งเน้นไปที่การสอบถามถึงการทำรายการ ความสำเร็จ รูปแบบการดำเนินรายการ ความน่าสนใจ องค์ประกอบต่าง ๆ ที่ผสมผสานทำให้รายการทูธ อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย ประสบผลสำเร็จ รวมไปถึงการยืนระยะได้นานนับ 10 ปี รวมไปถึงการวิเคราะห์ผู้ชมรายการและการปฏิสัมพันธ์กับทางรายการจะเป็นการวิเคราะห์จากบทสัมภาษณ์ ร่วมกับการนำทฤษฎีแนวคิดต่าง ๆ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า

1. ด้านข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการเรียลลิตี๋ทูธ อะคาเดมี่ แฟนเทเชียกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 21 – 25 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็น นักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ต่ำกว่า 15,000 บาท
2. ด้านพฤติกรรมการรับชมและมีส่วนร่วมรายการเรียลลิตี๋ทูธ อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่รับชมรายการทูธ อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย ผ่านทางช่องเรียลลิตี๋ ทุกวัน กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างทำมากที่สุดคือร่วมโหวตให้กับนักร้อง สิ่งที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายสนใจรายการทูธ อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย มากที่สุดคือ นักร้องในรายการ กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เคยชมรายการ

ทรู อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย มาแล้ว 1-3 ซีซั่น กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เสียเงินเฉลี่ยที่เสียไปกับการโหวตหรือกิจกรรมต่าง ๆ มากกว่า 1,000 บาทขึ้นไปต่อซีซั่น

3. ด้านปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการโหวตให้กับนักร้องในรายการทรู อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย ปัจจัยที่มีผลต่อการโหวตของรายการทรู อะคาเดมี่ แฟนเทเชียในภาพรวม มีผลระดับมาก เมื่อมองค่าความสัมพันธ์ในรายย่อยพบว่าพัฒนาการของนักร้องในแต่ละสัปดาห์เป็นปัจจัยลำดับที่ 1 ที่มีผลต่อการโหวต และปัจจัยเรื่องเพศและอายุของนักร้องมีผลต่อการโหวตในระดับปานกลาง นอกเหนือจากนั้นอยู่ในระดับมาก ทั้งหมด

4. ด้านการตัดสินใจเข้าร่วมโหวตและกิจกรรมในรายการทรู อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย พบว่าช่องทางในการโหวตให้กับนักร้องที่กลุ่มตัวอย่างใช้มากที่สุด คือ SMS Vote สิ่งที่ทำให้ตัดสินใจโหวตในครั้งแรก ของรายการของกลุ่มเป้าหมายคือ คุณภาพเสียงของนักร้อง กลุ่มเป้าหมายมีความต่อเนื่องในการโหวตต่อซีซั่น อยู่ที่ 1-3 สัปดาห์ รูปแบบการดำเนินรายการที่ส่งผลต่อการโหวตของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดคือ ความแปลกใหม่และใจพิการแสดงที่น่าสนใจ ลักษณะการโหวตและการร่วมกิจกรรมของกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นการโหวตและการไปติดตามศิลปินตามงานต่าง ๆ

5. การทดสอบสมมติฐานพบว่า

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการที่แตกต่างกัน มีผลต่อการโหวตรายการทรู อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย แตกต่างกัน เมื่อทำการทดสอบสมมติฐานรายย่อยแล้วพบว่า มีเพียงผู้ชมรายการที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อการโหวตรายการทรู อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย แตกต่างกัน เท่านั้น ในขณะที่เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ไม่มีผลต่อความแตกต่างในการโหวตรายการทรู อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยที่มีผลการโหวตให้กับนักร้องมีความสัมพันธ์ต่อการโหวตรายการทรู อะคาเดมี่ แฟนเทเชียพบว่าจากบทสัมภาษณ์ทำให้ทราบว่า มีปัจจัยที่ทรงรายการใช้อยู่จำนวนมากซึ่งมีความหลากหลายของทรงรายการเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายเข้ามาชมในการจำนวนมาก และปัจจัยที่เป็นการพัฒนาของรายการในแต่ละสัปดาห์ที่ไม่ทำให้ผู้ชมเกิดความจำเจ และมีทิศทางที่บวก จนเกิดการโหวตเข้ามาขงรายการ (แต่ในบางกรณีกลับเป็นผลเสียทำให้เลิกชมได้เช่นเดียว) ดังนั้นในสมมติฐานที่ 2 สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลการโหวตให้กับนักร้องมีความสัมพันธ์ต่อการโหวตรายการทรู อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย โดยขึ้นอยู่กับปัจจัยตัวใดจะเป็นที่สนใจแก่ผู้ชมมากน้อยแค่ไหน

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกทำให้พบว่าแนวทางของนำเสนอรายการมีความสอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารที่เนื้อหาต่าง ๆ จะมีหน้าที่ เป็นของตัวเอง โดยลักษณะรายการที่นำเสนอผ่านตัวนักร้อง นักร้องเองต่างก็ทำหน้าที่เป็นสื่อ ระหว่างผู้รับกับผู้ส่งสาร ในระหว่างอยู่ในอะคาเดมี่ และในระหว่างการแสดง สื่อต่าง ๆ ก็ถูกนำเสนอด้วยองค์ประกอบของการจัดของรายการ ซึ่งดึงดูด และสร้างความสนใจให้กับผู้ชมเป็นอย่างดี ดังเช่นผลการสัมภาษณ์ของคุณภูวิช บุญนาคกัลยกร ที่อธิบายการนำเสนอรายการไว้ว่าว่าธีมของรายการเป็นปฏิบัติการล่าฝัน ซึ่งไม่ใช่รายการที่แข่งขันด้วยความสามารถอย่างเดียว แต่ผู้ที่อยู่ในรายการจำเป็นต้องมีเสน่ห์ มีความตั้งใจ และพัฒนาการ ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกผูกพัน โดยเฉพาะชื่อของรายการที่มีคำว่าอะคาเดมี่ ที่ให้ความรู้สึกถึง โรงเรียน เสมือนคนดูโหวตให้นักร้องได้เรียน การเรียนเป็นโอกาส ซึ่งจับจุดทางจิตใจเรื่องของการมอบโอกาสได้

การเกิดพฤติกรรมตัดสินใจซื้อ ซึ่งสำหรับรายการอะคาเดมี แฟนเทเชีย ในงานครั้งนี้คือการตัดสินใจโหวต เกิดจากการสร้างความรู้ความเข้าใจ และมีทัศนคติที่เป็นบวกมากยิ่งขึ้น จนถึงระดับที่พึงพอใจ และเกิดพฤติกรรม จากบทสัมภาษณ์ของคุณภูวิช บุญนาคกัลยกร Creative Producer ได้วางให้รายการเป็นเหมือนโรงเรียน ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับคนหลากหลายวัยและเข้าใจง่าย เพราะช่วงชีวิตหนึ่งต้องผ่านการเรียนมาก่อน และคนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการศึกษา ซึ่งทำให้เกิดความเข้าใจได้ และเป็นการดึงดูดให้เข้ามาชมรายการด้วยนักล่าฝันที่เป็นเหมือนนักเรียนของทางอะคาเดมี ซึ่งพัฒนาการการดำเนินรายการ การนำเสนอ ต่างมีส่วนทำให้เกิดทัศนคติต่าง ๆ ขึ้น ผู้ที่ชอบก็มีความรู้สึกเป็นบวก ผู้ที่ไม่ชอบก็เป็นลบ ได้ สำหรับผู้ที่ชอบ เมื่อรับชมไปจนถึงจุดหนึ่งก็จะเกิดพฤติกรรมที่จะทำกิจกรรมกับทางรายการในที่สุด

ผลการวิจัยได้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของพิมพ์พรรณ ณ พัทลุง (2551) ซึ่งได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของผู้ชมรายการและปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการชมรายการอะคาเดมี แฟนเทเชีย ในอดีต และพบว่าผลดังกล่าวมีความสอดคล้องกันในหลาย ๆ ด้าน ได้แก่ ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่มีความใกล้เคียงกัน และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดความแตกต่างกันในการรับชมและติดตามรายการ เช่นเดียวกับงานวิจัยในครั้งนี้ที่รายได้เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดความแตกต่างในการตัดสินใจเข้าร่วมโหวตให้กับนักล่าฝันของรายการ โดยมีความเป็นไปได้ที่ผู้ที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกันจะมีลักษณะในการใช้เงินแตกต่างกัน

ออกไป และวิธีการดังกล่าว ส่งผลต่อการโหวตเข้ามาอย่างต่อเนื่องในรายการ ซึ่งเสียเงินค่าโหวตด้วยเช่นเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

สำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำในเชิงเปรียบเทียบระหว่างเวทีที่มากยิ่งขึ้น จากปัจจุบันที่มีเวทีประกวดหลากหลายเวทีแล้ว
2. มีการต่อยอดปัจจัยตัวของนักล่าฝัน ที่มีผลต่อรายการมากยิ่งขึ้น เนื่องจากผลการวิจัยและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของนักล่าฝันค่อนข้างโดดเด่น

สำหรับผู้จัดรายการ และผู้เข้าร่วมแข่งขัน

จากข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ จะทำให้สามารถสร้างแผนพัฒนารายการให้ตอบสนองกับผู้ชมได้ตรงจุดมากยิ่งขึ้น โดยมุ่งเน้นในเรื่องของมองหาคุณภาพเสียง และการพัฒนาความแปลกใหม่ของการนำเสนอรายการเป็นหลัก ซึ่งเป็นสิ่งที่สะท้อนจากผลการวิจัย ที่ถึงแม้ว่าบุคลิกภาพ หน้าตา ของผู้เข้าแข่งขันจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้มีผู้ติดตามรายการสนใจ แต่คุณภาพเสียง เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความประทับใจ และตัดสินใจโหวตมากที่สุด รวมไปถึงการทำรายการให้มีธีม การนำเสนอ ไม่ซ้ำ และพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ อยู่เรื่อย ๆ จะทำให้ผู้ชมเกิดความต่อเนื่องในการชมรายการมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ชัยฎภรณ์ ธนันทา. (2551). **บทบาทของสื่อมวลชนที่ทำให้รายการเรียลลิตีโชว์ ประสบความสำเร็จ ศึกษาเฉพาะกรณี Academy Fantasia 2**. ปริญญาานิพนธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- พิมพ์พรรณ ณ พัทลุง. (2551). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มพฤติกรรมชมรายการเรียลลิตีโชว์ยูบีซี อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย ของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- วิกิพีเดีย. (2559). **ทูลอะคาเดมี่แฟนเทเชีย**. สืบค้นเมื่อ เมษายน 24, 2559, จาก https://th.wikipedia.org/wiki/ทูล_อะคาเดมี่_แฟนเทเชีย.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2537). **สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ศิริพรรณ นำเจริญสมบัติ. (2554). **การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินรายการ บ้านทูล อะคาเดมี่แฟนเทเชีย ซีซั่น 6**. ปริญญาานิพนธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- True Vision. (2558). **ข้อมูลเกี่ยวกับรายการทูล อะคาเดมี่ แฟนเทเชีย**. สืบค้นเมื่อ มิถุนายน 5, 2558, จาก trueaf.truelife.com.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: an introduction analysis*. New York: Harper & Row.