

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อทีวีดิจิทัล กลุ่มรายการข่าวในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

Factors influencing digital TV news consumption in Bangkok province

สกุลกาญจน์ จิรอิสราเมศร์¹
Sakulkarn Jiraissaramet¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อทีวีดิจิทัล กลุ่มรายการข่าว ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 5,686,646 คน เก็บรวบรวมข้อมูล 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ค่าความแตกต่างด้วย t-test และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Anova)

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศชาย มีอายุ 26-35 ปี การศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน พฤติกรรมการบริโภคสื่อทีวีดิจิทัล กลุ่มรายการข่าวของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ การเปิดรับชมรายการข่าว ภายใน 1 สัปดาห์ 5-6 วัน/สัปดาห์ ใช้ระยะเวลาในการรับชม 2-3 ชั่วโมงต่อครั้ง รับชมรายการข่าวช่วงเวลา 18.01-20.00 น. รับชมจากสถานี ช่อง 3 HD และชมรายการข่าวสารจาก TV Digital

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อทีวีดิจิทัลกลุ่มรายการข่าว โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.47 สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านลักษณะการใช้คำพูดหัวข่าว อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านเนื้อหา ด้านผู้นำเสนอ และด้านภาพและเสียง อยู่ในระดับปานกลาง

เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อทีวีดิจิทัลกลุ่มรายการข่าว กับสถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อทีวีดิจิทัลกลุ่มรายการข่าว โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับรายด้านพบว่า ทุกด้านเนื้อหา ด้านผู้นำเสนอ ด้านลักษณะการพูดหัวข่าว และด้านภาพและเสียง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อทีวีดิจิทัลกลุ่มรายการข่าว กับสถานภาพส่วนบุคคลด้านอายุ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อทีวีดิจิทัลกลุ่มรายการข่าว โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับรายด้านพบว่า ทุกด้านเนื้อหา ด้านผู้นำเสนอ ด้านลักษณะการพูดหัวข่าว และด้านภาพและเสียง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อทีวีดิจิทัลกลุ่มรายการข่าว กับสถานภาพส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อทีวีดิจิทัลกลุ่มรายการข่าว

โดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับรายด้านพบว่า ด้านเนื้อหา ด้านผู้นำเสนอ ด้านลักษณะการใช้คำพาดหัวข่าว และด้านภาพและเสียง ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อทีวีดิจิทัลกลุ่มรายการข่าว กับสถานภาพส่วนบุคคลด้านอาชีพ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อทีวีดิจิทัลกลุ่มรายการข่าว โดยภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับรายด้านพบว่า ด้านเนื้อหา ด้านผู้นำเสนอ ด้านลักษณะการใช้คำพาดหัวข่าว และด้านภาพและเสียง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : ผู้บริโภคสื่อ, พฤติกรรมการบริโภคสื่อ

Abstract

This research aims to identify factors that influence the consumption of digital TV news programs in Bangkok. The study population for this research is the residents of Bangkok, totaling 5,686,646 people. Data was collected from 400 individuals through questionnaires. Data analysis was done using percentages, averages, standard deviations, correlation coefficients, t-tests for differences, and one-way ANOVA.

The research findings show that the majority of survey respondents are male, aged 26-35, have undergraduate education, and work in private companies. The consumption behavior of digital TV news programs among the respondents shows that they predominantly watch news programs within 1 week for 5-6 days, spending 2-3 hours per viewing session, watching between 18:01-20:00, on Channel 3 HD and digital TV news.

The factors influencing the consumption of digital TV news programs overall are moderate, with an average score of 3.47. Comparing the differences in factors influencing consumption with personal demographic characteristics such as gender, age, education level, and occupation, statistically significant differences were not observed.

Comparing the differences in factors influencing the consumption of digital TV news programs with personal demographic characteristics such as age and education level, statistically significant differences were not observed. However, differences were observed when comparing occupation, with statistically significant differences found in all aspects of content, presenters, headline usage, and visual and audio elements at the 0.05 significance level.

When comparing the factors that influence the consumption of digital TV news programs by personal status in terms of age, it was found that overall, there are no statistically significant

differences at the 0.05 level. Specifically, the aspects of content, presenter, headline style, and audiovisual quality did not show statistically significant differences at the 0.05 level.

When comparing the factors influencing digital TV news program consumption by personal status in terms of education level, it was found that overall, there are no statistically significant differences at the 0.05 level. Specifically, the aspects of content, presenter, headline style, and audiovisual quality did not show statistically significant differences at the 0.05 level.

Keyword : Media consumers, Media consumption behavior

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยเริ่มครั้งแรกในปี พ.ศ. 2498 ในระบบขาวดำและได้ปรับเปลี่ยนเป็นระบบโทรทัศน์สีในปี พ.ศ. 2510 และขยายโครงข่ายครอบคลุมทั่วประเทศในเวลาต่อมา กิจการโทรทัศน์โดยเฉพาะภาคพื้นดิน ถือว่าเป็นบริการที่มีความหลากหลายและ ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.), 2558) ระบบการรับส่งสัญญาณโทรทัศน์ของประเทศไทยเดิมใช้ระบบอนาล็อก ซึ่งเป็นระบบที่ใช้ทรัพยากรคลื่นความถี่วิทยุซึ่งเป็นสาธารณะสมบัติที่มีอยู่อย่างจำกัด สามารถใช้หมดไปได้ และไม่มีประสิทธิภาพ มีปัญหาในการส่งสัญญาณ เพราะหากมีคลื่นรบกวน สัญญาณภาพไม่ชัดด้วย การส่งสัญญาณหนึ่งช่องต้องใช้ช่วงคลื่นที่กว้าง นั้นทำให้โทรทัศน์ในประเทศไทยมีเพียง 6 ช่องที่เรียกว่าฟรีทีวี (ช่อง 3, ช่อง 5, ช่อง 7 , ช่อง 11, ช่อง NBT และ ช่อง ไทยพีบีเอส) ซึ่งถูกใช้มานานหลายสิบปี ด้วยข้อจำกัดของทีวีระบบอนาล็อกนั้นไม่สามารถ ประยุกต์ไปใช้งานร่วมกับสื่ออื่นๆ ได้ จึงต้องได้มีการคิดค้นสัญญาณแบบดิจิทัล เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ ให้เกิดประโยชน์มากขึ้น (ธาม เชื้อสถาปนศิริ, 2557) ต่อมาในช่วงปลายปี พ.ศ. 2556 ช่องธุรกิจเชิงพาณิชย์ได้มีการประมูลสัมปทานเสร็จสิ้น ไป และผู้ที่ชนะประมูลได้ทำการออกอากาศรายการในเดือน มิถุนายน พ.ศ. 2557 ซึ่งเดิมรัฐ ประกาศให้ออกอากาศในเดือนเมษายน พ.ศ. 2557 โดยสถานีโทรทัศน์ทั้ง 48 ช่องนี้ ออกอากาศในระบบดิจิทัล แบ่งออกเป็นช่องธุรกิจเชิงพาณิชย์ จำนวน 24 ช่อง บริการสาธารณะ จำนวน 12 ช่อง และบริการชุมชน จำนวน 12 ช่อง โดยผู้ชม สามารถเลือกรายการที่ชื่นชอบได้ตามหมวดที่จัดไว้ ทางคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้จัดระเบียบเรียงช่องใหม่ในระบบทีวีดิจิทัล (สำนักงานคณะกรรมการ กิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.), 2558ก) ดังนี้ ช่องสาธารณะ, ช่องธุรกิจ, และช่องบริการชุมชน โดยแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ตามรายการและ ความคมชัดแบบ SD และ HD แต่ด้วยข้อจำกัดของทีวีระบบดิจิทัล จำเป็นจะต้องเปลี่ยนอุปกรณ์ทั้งภาคส่งและรับ ซึ่ง จะต้องใช้เวลาและงบประมาณที่ค่อนข้างสูง เพราะทีวีรุ่นเก่าไม่สามารถรับสัญญาณดิจิทัลได้ ทางออกทางกฏประเทศใช้แก้ปัญหาคอแพรภาพทงสองระบบ (อนาล็อกและดิจิทัล) ควบคู่กันไป เป็นระยะเวลาหนึ่ง (มีตั้งแต่ 5-15 ปีแล้วแต่ประเทศ) ปัจจุบัน ทีวีดิจิทัล ประเภทช่องบริการธุรกิจ มีจำนวนทั้งหมด 22 ช่อง ซึ่งก่อนหน้านี้มี จำนวน 24

ช่อง หลังจากที่บริษัท ไทยทีวี จำกัด ยื่นเรื่องต่อคณะกรรมการกระจายเสียง กิจการ โทรทัศน์และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ขอยกเลิกใบอนุญาตและการประกอบกิจการ 2 ช่องทีวีดิจิทัล

ปัจจุบันเราสามารถรับรู้และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วและง่ายขึ้น เนื่องจากอุปกรณ์ การสื่อสาร และเทคโนโลยีได้พัฒนาและเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับมีช่องทางการ ติดต่อสื่อสารในรูปแบบ ใหม่ๆ ให้ประชาชนได้เข้าไปใช้ประโยชน์มากมาย นอกจากเราจะรับรู้และเข้าถึง ข่าวสารหรือเหตุการณ์ใน แต่ละวันได้แล้ว เรายังสามารถมีส่วนร่วมกับข่าวสาร นั้นๆได้อีกด้วย เช่น การแสดงความคิดเห็น การ แบ่งปันประสบการณ์ให้บุคคลอื่นรับรู้ร่วมกัน เป็น ต้น หรือแม้กระทั่งนำสื่อออนไลน์มาใช้ประโยชน์ทางธุรกิจ ในอุตสาหกรรมต่างๆ อีกจำนวนมาก

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อทีวีดิจิทัล กลุ่มรายการข่าว ในจังหวัด กรุงเทพมหานคร เพื่อที่จะศึกษา ผู้ชมทีวีดิจิทัลมีพฤติกรรมการรับชมเช่นไร ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับชมทีวี ดิจิทัลในระดับใด เพื่อนำผลวิจัยข้างต้นไปประยุกต์ปรับปรุงรูปแบบรายการ ให้สอดคล้องเหมาะสมกับ ความต้องการของผู้ชม และเกิดประโยชน์สูงสุดในการรับชม เพื่อพัฒนาสื่อทีวีดิจิทัลในกลุ่มรายการข่าว ทั้ง ทางด้านเนื้อหา ผู้นำเสนอ การใช้คำพูดหัวข่าว และภาพและเสียง เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงและรับรู้ ข้อมูลข่าวสารที่มีความหลากหลาย ส่งผลให้ประชาชน เกิดการพัฒนาความคิด ความเป็นอยู่ ในการพัฒนา สังคมและประเทศชาติ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะของประชากรของผู้รับชมสื่อทีวีดิจิทัล กลุ่มรายการข่าว ในจังหวัด กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้รับชมสื่อทีวีดิจิทัล กลุ่มรายการข่าว ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อทีวีดิจิทัล กลุ่มรายการข่าว ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์

1. ผู้บริโภคสื่อ หมายถึง ประชาชนที่ทำงานหรืออาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และรับชมทีวีดิจิทัล
2. พฤติกรรมการบริโภคสื่อทีวีดิจิทัล หมายถึง ความถี่ในการเปิดรับชมรายการข่าวผ่านทางทีวีใน ระบบดิจิทัล, ระยะเวลาการรับชมในแต่ละครั้ง, ช่วงเวลาในการรับชมรายการ, ช่องรายการที่รับชม โดยวัด จากแบบประเมินด้วยคำถามให้เลือกตอบ รวมไปถึงช่องรายการที่รับชมเป็นประจำ
3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อทีวีดิจิทัล หมายถึง การตัดสินใจในการรับชมรายการข่าวโดย พิจารณาจากด้านเนื้อหา ด้านผู้นำเสนอข่าว ด้านลักษณะการใช้คำพูดหัวข่าว และด้านภาพและเสียง
4. ทีวีดิจิทัล (Digital Television) หมายถึง ช่องทีวีที่มีระบบการส่งผ่านสัญญาณ ภาพวิดีโอและเสียง โดยระบบดิจิทัล มีความคมชัดของภาพและเสียง และการส่งข้อมูลสามารถ ส่งข้อมูลได้มากกว่าแบบเดิม (Multicasting) เช่น ช่องไทยรัฐทีวี, ช่อง 3 HD, ช่อง 8 ฯลฯ

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อที่วีดิทัศน์ กลุ่มรายการข่าว ในจังหวัด กรุงเทพมหานคร โดยมีขอบเขตดังนี้

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ
2. กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อที่วีดิทัศน์ กลุ่มรายการข่าว ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
4. ระยะเวลาในการทำวิจัยในครั้งนี้ ทำการเก็บข้อมูลเพื่อศึกษาระหว่างเดือนใน เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2567 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2567

แนวคิด ทฤษฎี

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ โดยปกติแล้วมนุษย์มักจะมีนิสัยชอบเลือก เลือกที่จะคิด เลือกที่จะทำเลือกที่จะเชื่อ ตามที่ใจเราปรารถนา เราเลือกของที่สวยงาม, ของที่ดี, ของที่เราชอบ, ของที่เราต้องการ นิสัยในการ ชอบเลือกนี้เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ในชีวิตของเราในการสื่อสารก็เช่นเดียวกัน ในการสื่อสารแต่ละสถานะการณ์ เราจะทำกาเลือกกว่าเราควรจะทำกาสื่อสาร อย่างไรตามความรู้สึก และตามความต้องการของตนเอง ในการสื่อสารนั้นการเลือกของเรามี 4 ลักษณะ ซึ่งแต่ละลักษณะ มีความเกี่ยวข้องกันเป็นขั้นตอน (ปรมะ สตะเวทิน, 2546) ดังนี้ 1) การเลือกรับหรือการเลือกใช้ (Selectivity in Communication) 2) การเลือกให้ความสนใจ (Selective - Attention) 3) การเลือกรับรู้ และการเลือกตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) 4) การเลือกจดจำ (Selective Retention)

แนวคิดและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับวีดิทัศน์ ระบบดิจิทัลทีวี ทำให้สามารถรับชมโทรทัศน์ด้วยคุณภาพเสียงที่ดีขึ้นในระบบความ คมชัดสูง (High Definition) และไม่มีสัญญาณรบกวน สามารถรับชมโทรทัศน์ด้วยอัตราส่วนภาพแบบ Widescreen 16:9 ซึ่งเหมาะกับเครื่องรับโทรทัศน์แบบ LED, LCD และ Plasma พร้อมเสียงในระบบรอบทิศทาง และการมีช่องรายการที่เพิ่มขึ้นทำให้ประชาชนมีทางเลือกใน การรับชม ทำให้มีส่วนในการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนของประเทศ นำมาซึ่งการยอมรับ ของต่างชาติและการนำเสนอใจในการลงทุนจากต่างประเทศ (ชาม เชื้อสถาปนศิริ, 2557)

แนวความคิดเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ ความหมายและความสำคัญของข่าวโทรทัศน์ ข่าวโทรทัศน์ (Television News) เป็นประเภท Journalistic Program ซึ่งประกอบด้วย คุณลักษณะที่สำคัญ คือ ต้องเป็นเรื่องจริง มีองค์ประกอบของข่าว อันได้แก่ ความรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ มีความใกล้ชิด มีความสำคัญหรือความเด่น และมีผลกระทบต่อคนส่วนใหญ่ ปัจจุบันข่าวโทรทัศน์นี้มีความสำคัญมาก เพราะเป็นการนำเสนอทั้งภาพและเสียง ทำให้ ผู้ชมรายการรู้สึกร่วมกับเหตุการณ์ที่เป็นข่าว ถ้ามีการนำเสนอข่าวที่ดี ให้ข้อเท็จจริง มีความ รวดเร็ว ผู้ชมรายการมีความเชื่อถือในข่าว ก็จะนำมาซึ่งรายได้จากโฆษณาต่อทางสถานี (กุลทิพย์ ศาสตระรุจิ, 2556) นอกจากนี้ข่าวโทรทัศน์ยังมีบทบาทสำคัญในฐานะเป็นช่องทางในการแพร่กระ

จ่าย ข่าวสารที่มีศักยภาพสูงปัจจุบันประชาชนแทบทุกครัวเรือนมีเครื่องรับโทรทัศน์ในชนบททห่างไกล ทำให้ข่าวโทรทัศน์สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้ในจำนวนมากในระยะเวลาที่รวดเร็ว ข่าวที่นำเสนอทางโทรทัศน์นั้นสร้างความกระจำชัดแก่ผู้ชมเพราะภาพข่าวช่วยให้เข้าใจเนื้อหา ได้ดี

แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ กระบวนการการตัดสินใจเป็นการตัดสินใจที่ต้องผ่านกระบวนการวิเคราะห์และพิจารณา ถึงข้อมูล จากนั้นจึงตัดสินใจเลือกทางที่เหมาะสมและดีที่สุด กระบวนการตัดสินใจประกอบด้วย ขั้นตอนการแสวงหาข้อมูล การออกแบบ การตัดสินใจ รวมทั้งการตัดสินใจเลือกทางเลือกได้ดี ที่สุด ดังนั้น การวิเคราะห์และพิจารณา ต้องมีการรวบรวมข้อมูลสารสนเทศและผ่านกระบวนการ ตัดสินใจ (วรพจน์ บุษราคัมวดี, 2554 ,หน้า 111)

แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร การเลือกสรรข่าวสารของบุคคลเป็นสิ่งที่อธิบายถึงพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของแต่ละบุคคล ว่า ความแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคลหรือสภาพจิตวิทยามีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร โดยมี กระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ที่แตกต่างกัน โจเซฟ ทีแคลปเปอร์ (Klapper, J.T., 1960, p.19-25) ได้กล่าวไว้ว่ากระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่อง กรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ซึ่ง ประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ขั้นตอนตามลำดับดังต่อไปนี้ 1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) 2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) 3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) 4. การเลือกจดจำ (Selective Retention)

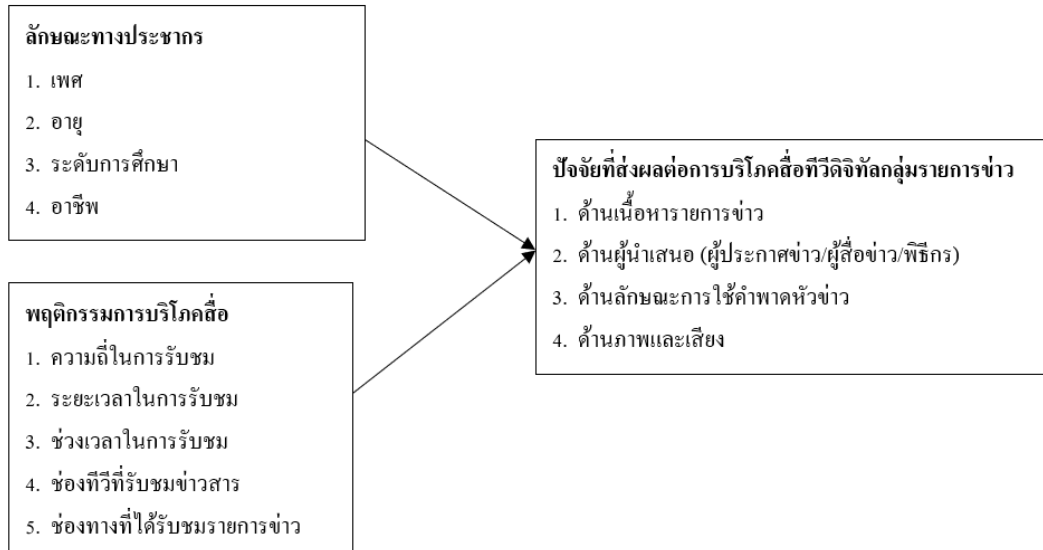
สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้บริโภคสื่อที่มีลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน ให้ความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อที่วีดิทัศน์ กลุ่มรายการข่าว ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



วิธีการดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามจากกรอบการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อที่วัดจิตกลุ่มรายการข่าว ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแล้ว ไปให้แก่ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อเป็นการทดสอบความเที่ยงตรง (IOC) ซึ่งได้ค่าของแต่ละข้อได้ค่าอยู่ระหว่าง 0.67-1.00

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแล้ว นำไปให้แก่กลุ่มตัวอย่างเพื่อทำการ ทดลองทำ จำนวน 30 ชุด) คำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยวิธีวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ปรากฏผลได้ค่า 0.987

3. ทำการส่งแบบสอบถามโดยใช้ Google Form ให้กับผู้ที่รับชมทีวีดิจิทัล ใน กทม. สแกนผ่านทาง QR Code ส่งผ่าน Line

4. การคำนวณหาข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจากแบบสอบถามตอนที่ 1 ที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

5. การคำนวณหาพฤติกรรมกรรมการบริโภคสื่อที่วัดจิตกลุ่มรายการข่าว จากแบบสอบถามตอนที่ 2 ที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

6. การคำนวณหาระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อที่วัดจิตกลุ่มรายการข่าว จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{x}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

7. การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อที่วีดิทัศน์กลุ่มรายการข่าว กับ สถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ โดยใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วย t-test สำหรับสถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Anova) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่มสำหรับตัวแปรด้านอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม จะวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่มเป็นรายคู่อีกครั้งโดยใช้ Scheffe Analysis ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศชาย มีอายุ 26-35 ปี การศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน

2. พฤติกรรมการบริโภคสื่อที่วีดิทัศน์ กลุ่มรายการข่าวของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ การเปิดรับชมรายการข่าว ภายใน 1 สัปดาห์ 5-6 วัน/สัปดาห์ ใช้ระยะเวลาในการรับชม 2-3 ชั่วโมงต่อครั้ง รับชมรายการข่าวช่วงเวลา 18.01-20.00 น. รับชมจากสถานี ช่อง 3 HD และชมรายการข่าวสารจาก TV Digital

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อที่วีดิทัศน์กลุ่มรายการข่าว โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.47 สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านลักษณะการใช้คำพูดห้วนๆ ส่วนด้านเนื้อหา ด้านผู้นำเสนอ และด้านภาพและเสียง อยู่ในระดับมาก และในส่วนของระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อที่วีดิทัศน์กลุ่มรายการข่าว เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อส่วนใหญ่อยู่อย่างมาก จะมีเพียงเนื้อหาตรงประเด็นเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน อยู่ในระดับปานกลาง

4. เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อที่วีดิทัศน์กลุ่มรายการข่าว กับ สถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อที่วีดิทัศน์กลุ่มรายการข่าว โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับรายด้านพบว่า ทุกด้านเนื้อหา ด้านผู้นำเสนอ ด้านลักษณะการพูดห้วนๆ และด้านภาพและเสียง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับรายข้อพบว่า ทุกข้อ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อที่วีดิทัศน์กลุ่มรายการข่าว กับ สถานภาพส่วนบุคคลด้านอายุ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อที่วีดิทัศน์กลุ่มรายการข่าว โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับรายด้านพบว่า ทุกด้านเนื้อหา ด้านผู้นำเสนอ ด้านลักษณะการพูดห้วนๆ และด้านภาพและเสียง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับรายข้อพบว่า มีเพียง เนื้อหาข่าวเจาะลึก และภาพมีความคมชัด มีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อที่วีดิทัศน์กลุ่มรายการข่าว กับ สถานภาพส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อที่วีดิทัศน์กลุ่มรายการข่าว โดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับรายด้านพบว่า ด้านเนื้อหา

ด้านผู้นำเสนอ ด้านลักษณะการใช้คำพาดหัวข่าว และด้านภาพและเสียง ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับรายข้อพบว่า ทุกข้อ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อทีวีดิจิทัลกลุ่มรายการข่าว กับสถานภาพส่วนบุคคลด้านอาชีพ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อทีวีดิจิทัลกลุ่มรายการข่าว โดยภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับรายด้านพบว่า ด้านเนื้อหา ด้านผู้นำเสนอ ด้านลักษณะการใช้คำพาดหัวข่าว และด้านภาพและเสียง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับรายข้อ พบว่า ทุกข้อ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปและอภิปรายผล

1. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศชาย มีอายุ 26-35 ปี การศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รับชมจากสถานี ช่อง 3 HD ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภวัฒน์ สงวนงาม (2557) ที่พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุอยู่ระหว่าง 26-35 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ความชื่นชอบในการรับชมข่าวจากสถานีโทรทัศน์ พบว่า “ช่วงเช้าของวันจันทร์ถึงศุกร์” รายการข่าวที่เปิดรับชมมากที่สุดคือ รายการเรื่องเล่าเช้านี้ (ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 06.00-09.30 น) ช่อง 3

2. ผลการวิจัยระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อทีวีดิจิทัลกลุ่มรายการข่าว โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านเนื้อหา ด้านผู้นำเสนอ ด้านลักษณะการใช้คำพาดหัวข่าว และด้านภาพและเสียงอยู่ในระดับปานกลาง และในส่วนของระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อทีวีดิจิทัลกลุ่มรายการข่าว เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ระดับปานกลาง ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ พิระสิทธิ์สุวรรณเลิศ (2553) ศึกษาระดับความพึงพอใจที่มีต่อรายการข่าวและรายการบันเทิง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของการรับชมรายการและแนวทางในการปรับปรุงรายการที่แพร่ภาพทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 พบว่า ระดับความพึงพอใจที่มีต่อรายการข่าวและรายการบันเทิง ในภาพรวม มีค่าในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจสูงในด้านความหลากหลายของรูปแบบรายการบันเทิง

3. ผลการวิจัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อทีวีดิจิทัลกลุ่มรายการข่าว กับสถานภาพส่วนบุคคลด้านอาชีพ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคสื่อทีวีดิจิทัลกลุ่มรายการข่าว โดยภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับรายด้านพบว่า ด้านเนื้อหา ด้านผู้นำเสนอ ด้านลักษณะการใช้คำพาดหัวข่าว และด้านภาพและเสียง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับรายข้อ พบว่า ทุกข้อ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อโนรชา เพิ่มวิกิรณต์ (2549) ที่พบว่า ผู้ชมที่มี อาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจจาก ทีวีดิจิทัลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน และสอดคล้องกับ ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และ ความพึงพอใจของ Wenner (1982 อ้างถึง

ใน ดวงพร ชูพันธ์, 2551, น.33) คือการใช้ข่าวสาร เพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล (Orientational Gratification) เพื่อให้อ้างอิงและเป็นแรงเสริมย้ำ ใน ความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับ สังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา การใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม (Social Gratification) ซึ่งรับรู้จากข่าวสาร เข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นเพื่อการชักจูงใจ เป็นต้น การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทาง อารมณ์ (Para- Orientation Gratifications) เพื่อปกป้องตนเอง เช่น การรับชมทีวีดิจิทัลให้หมด ไปเพื่อให้เวลาหมดไป ชมเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน ความบันเทิง เพื่อหลีกเลี่ยงหนีจาก สิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น เป็นต้น การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล (Para-Social Gratification) เพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏใน เนื้อหาของสื่อ การยึดถือหรือความชื่นชมผู้อ่านข่าวเป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านเนื้อหาข่าว ควรมีความน่าเชื่อถือ เป็นข้อเท็จจริง มีเนื้อหาสมบูรณ์ครบถ้วน รวมถึงมีการระบุแหล่งที่มาของข้อมูลชัดเจน และทันเหตุการณ์ เพื่อให้ผู้รับชมได้รับข่าวสารอย่างถูกต้อง ตรงไปตรงมา จึงควรให้ความสำคัญ และปรับรูปแบบรายการข่าวให้น่าสนใจ และโดนใจผู้ชมมากที่สุด ซึ่งรูปแบบรายการข่าวควรมีเนื้อหาของรายการข่าวที่เกี่ยวข้องกับสังคม โดยเฉพาะข่าวที่กระแสรแรง และในประเด็นที่ร้อนแรงควรแตกเนื้อหาข่าวให้ครอบคลุมทุกประเด็นรอบด้าน เพื่อเป็นข้อมูล ประกอบการตัดสินใจของผู้รับชม
2. ด้านผู้นำเสนอ (ผู้ประกาศข่าว/ผู้สื่อข่าว) ควรเลือกผู้สื่อข่าวที่มีความน่าเชื่อถือ มีความพร้อมในการเตรียมตัวในการนำเสนอข่าว สามารถเล่าข่าวแบบกระชับ ฉับไว ทันเหตุการณ์
3. นำเสนอข่าวในประเด็นที่ผู้คนให้ความสนใจ และส่งผลกระทบโดยตรง ต่อคนในสังคมในประเภทรายการข่าวทั่วไป ซึ่งควรอยู่ในช่วงเวลา 18.00-20.00 น. เนื่องจากเป็นเวลาที่คนส่วนใหญ่ว่าง และพร้อมเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ และควรนำเทคโนโลยีด้าน อิมเมอร์ซีฟกราฟฟิกมาประกอบการนำเสนอข่าวให้ดูน่าสนใจ หรือจำลองเหตุการณ์ สถานที่ต่าง ๆ ที่ไม่สามารถบันทึกภาพเอาไว้ได้ เพื่อสร้างความน่าสนใจ โดยให้ผู้ชมเข้าใจในเนื้อหาและสิ่งที่ต้องการนำเสนอมาก ยิ่งขึ้น รวมถึงใช้ช่องทาง Social media ให้เป็นประโยชน์ในการสื่อสารระหว่างองค์กรกับผู้ชม นอกจากจะเป็นการสื่อสารที่ทำให้ผู้ชมใกล้ชิดกับสถานีมากยิ่งขึ้นแล้ว ยังเป็นการเพื่อเปิดรับความ คิดเห็น และกระแสสังคม จนก่อให้เกิดความพึงพอใจ ความดี การมีส่วนร่วม และการพูดปากต่อ ปาก หลังจากรับชมข่าวในที่สุด

เอกสารอ้างอิง

กิตติมา สุรสนธิ. (2557). องค์การโทรทัศน์และการบริหารงานภายในองค์กร.การบริหารงานโทรทัศน์. นนทบุรี:มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

- กุลทิพย์ ศาสตรระจุ. (2556). การบริหารรายการข่าวโทรทัศน์. การบริหารงานโทรทัศน์. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ขวัญเรือน กิติวัฒน์. (2531). พลศาสตร์ของการสื่อสาร. ในเอกสารการสอนชุดวิชาพลศาสตร์. การสื่อสาร หน่วยที่2. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. หน้า 23-26
- ชนงกรณ์ คุณทลบุตร. 2547. หลักการจัดการ: องค์การและการจัดการแนวคิดการบริหารธุรกิจ ใน สถานการณ์ปัจจุบัน. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชานันต์ รัตนโชติ. (2552). ประโยชน์ในการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของประชาชนใน กรุงเทพมหานคร, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์. (2544). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้และทัศนคติ เกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่น ในเขต กรุงเทพมหานคร, กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. หนังสือชื่อ การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และAMOS, พิมพ์ครั้งที่15. ธรรม เชื้อสถาปนศิริ. (2555). 7 พฤติกรรมการสื่อสารคนรุ่น Y. จาก <http://www.isranews.org>
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). การรับรู้ ความหมายและการสื่อสาร: หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์น การพิมพ์
- ประภาพรณ ลิมสุขศิริ. (2543). พฤติกรรมการเปิดรับ และการเลือกใช้ประโยชน์จากข่าวเศรษฐกิจ ใน หนังสือพิมพ์ของนักธุรกิจภาคอุตสาหกรรม. วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- พีระสิทธิ สุวรรณเลิศ. (2553). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการรับชมรายการแพร่ภาพ ทาง สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ในเขตจังหวัดเลย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, เลย.
- ยุพดี จิตกุลเจริญ. (2537). ทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.
- วรพจน์ บุษราคัมวดี. (2551). องค์การและการจัดการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์
- ศศิวิมล ชันแข็ง. (2549). การเปิดรับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ รายการ “คนค้นคน” ของผู้ชมใน เขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- ศศิวัฒน์ รัตพันธุ์. (2554). การเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ ของผู้ชมรายการ “เช้าข่าวข้น คนข่าวเช้า” ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี ในเขต กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- สุภาวัฒน์ สงวนงาม. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวของ สถานีโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญาโท). มหาวิทยาลัยเนชั่น, กรุงเทพฯ.
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.). (2558ก). ช่องรายการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล. สืบค้นจาก<http://digitaltv.nbtc.go.th/digitaltv.html>

อโนรชา เพิ่มวิกิรณต์. (2549). การสำรวจทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการโทรทัศน์ประเภท สารคดี
กรณีศึกษา: รายการหลุมดำ. กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และ สื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Atkin, Charles K. (1973). Anticipated communication and mass media information, seeking public
opinion quarterly. (p.208). New York: Free Press.

McCombs, M. E., & Becker, L. B. (1979). Using Mass Communication Theory, Englewood cliffs :
N.J. Prentice Hall.

Klapper, J. T. (1960). Effects of mass communication. New York: Free Press.