

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันข่าวสารในช่องทางสื่อใหม่ (New Media) หรือการอ่านข่าวบนสื่อออนไลน์เติบโตแบบก้าวกระโดดอย่างเห็นได้ชัด "ข่าวบันเทิง" เป็นอีกหนึ่งตลาดที่มีการแข่งขันสูงมากขึ้นทุกขณะ ทำให้มีการขยายช่องทางในการรับข่าวสารจากเดิมไปอีกหลายช่องทางจากที่เคยมีแค่สิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ การรับข้อมูลข่าวสารจากข้อความโทรศัพท์ เป็นต้น ทุกวันนี้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วบนเครือข่ายออนไลน์ ที่มีทั้งเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ ซึ่งต้องอาศัยเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการสื่อสารทำให้ข่าวสารมีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้นนี่จึงเป็นจุดที่หลายสำนักข่าวนำมาใช้ในการพัฒนาเพื่อปรับเปลี่ยนให้เข้ากับพฤติกรรมของคนในยุคปัจจุบันเพื่อเป็นผู้นำเจ้าแห่งสื่อบันเทิงออนไลน์

หนังสือพิมพ์ "สยามดารา" เป็นบรรณคดีสิ่งพิมพ์บันเทิงรายวันฉบับแรกของประเทศไทย ที่ก่อตั้งมากกว่า 11 ปี ออกฉบับปฐมฤกษ์ เมื่อวันที่ 29 มิถุนายน พ.ศ. 2548 เป็นหนังสือพิมพ์พิมพ์ด้วยสี มีหน้ากระดาษ 16 หน้า ราคาฉบับละ 10 บาท อยู่ภายใต้สังกัดของ บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) หรือที่รู้จักกันในชื่อทางการค้าว่า สยามกีฬารายวัน นั้นเป็นผู้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับกีฬาและสันทนาการ (Sports & Recreation) ได้ก่อตั้งขึ้นโดย นายระวิ โหลทองซึ่งเดิมทำงานเป็นหัวหน้าข่าวหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ โดยเริ่มจากทุนจดทะเบียนแรกเริ่ม 500,000 บาท โดยมีนิตยสาร "กีฬาสยาม" เป็น สิ่งพิมพ์ฉบับแรก (เริ่มพิมพ์ปี 2516) หลังจากนั้นก็มีการพิมพ์นิตยสารเพิ่มขึ้น และฉบับที่สร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักก็คือ "นิตยสารสตาร์ช็อคเกอร์" จากนั้นก็ได้มี วิวัฒนาการพิมพ์เป็นหนังสือพิมพ์กีฬารายวันฉบับแรกของเมืองไทยคือ "หนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน" และมีการคิดค้น ออกสิ่งพิมพ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันบริษัทมีหนังสือพิมพ์รายวัน 7 ฉบับ และนิตยสารด้านกีฬาและบันเทิงอีกกว่า 10 ฉบับ และหนึ่งในนั้นคือหนังสือพิมพ์สยามดารารายวัน สื่อสิ่งพิมพ์บันเทิงรายวันฉบับแรกของประเทศไทย นอกเหนือจากงานด้านสิ่งพิมพ์บริษัทยังได้มีการขยายการดำเนินธุรกิจไปยังสื่อประเภทอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกีฬา ได้แก่ รายการกีฬาทางโทรทัศน์ และเป็นผู้รับจัดแข่งขันกีฬาทุกประเภทให้กับหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ เป็นต้น

ด้วยการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีจึงต้องปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัย “สยามดารา” จึงจำเป็นต้องลดต้นทุนทางการผลิตด้วยการตีพิมพ์จำนวนหน้าลดลงจาก 16 หน้า เหลือ 8 หน้า และเข้าไปสอดเป็นส่วนหนึ่งของหนังสือพิมพ์สยามกีฬา ราชวัน และปรับกลยุทธ์ด้วยการมุ่งเน้นการนำเสนอข่าวด้านออนไลน์มากยิ่งขึ้น จึงได้จัดทำเว็บไซต์ “สยามดารา” รวมไปถึงการลิงค์กับเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และ ทวิตเตอร์ ขึ้นมาให้เป็นศูนย์กลางในการรับข่าวสาระบันเทิงจากทีมงานสยามดาราในยุคดิจิทัลบนโลกออนไลน์ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของคนยุคดิจิทัลได้อย่างตรงจุด

ในส่วนของสยามดารารายวันได้มีการเริ่มก่อตั้งมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2552 แม้ช่วงแรกเริ่มจะไม่ได้เน้นในส่วนของออนไลน์มากนักเพราะยังดำเนินกิจการในส่วนของสิ่งพิมพ์เป็นหลัก แต่ก็ยังได้รับการตอบกลับจากผู้อ่านที่มาจากหนังสือพิมพ์เป็นทุนเดิม ปัจจุบันสยามดารารายวันเน้นและเดินหน้ารุกมากยิ่งขึ้น ด้วยการเพิ่มทีมงานเข้ามาดูแลในส่วนของออนไลน์โดยเฉพาะ ทำให้มีความรวดเร็วในการรายงานข่าวบันเทิง ด้วยความน่าเชื่อถือของแบรนด์ที่มีมาอย่างยาวนาน จึงทำให้มีผู้ติดตามเข้าชมเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด จนเมื่อปี พ.ศ. 2559 ที่ผ่านมามีผู้เข้าชมเว็บไซต์สยามดาราถึง 40 ล้านผู้ใช้อินเทอร์เน็ตแบบไม่ซ้ำยูสเซอร์ไอพีผู้ใช้ เนื่องจากเป็นสื่อออนไลน์ที่นำเสนอในเรื่องของบันเทิงล้วน จึงมีความแตกต่างจากเว็บไซต์ข่าวอื่น ๆ ซึ่งคนเข้าชมอาจจะน้อยกว่าแต่ก็ถือเป็นจุดยืนที่ชัดเจนของคำว่า “สยามดารา” นั่นเอง

โรม บุนนาค (2551) เขียนหนังสือ “แวดวงบันเทิงเมื่อวันวาน” กล่าวถึงประวัติการรายงานข่าวบันเทิงในไทยว่า ในอดีตย้อนไปราว พ.ศ.2488 หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 แล้ว มีดาราเพียงไม่กี่คน ส่วนใหญ่มาจากเวทีละคร ศาลาเฉลิมไทย ศาลาเฉลิมนคร ที่มีคณะศิวารมย์ เทพศิลป์ และ อศวินการละคร ผู้สร้างภาพยนตร์ก็มีไม่กี่ราย เริ่มถ่ายทำในระบบ 16 มม.

ในยุคนั้น หนังสือพิมพ์ที่นำเสนอข่าวบันเทิง ก็มีแต่รายวันรายเดือนและรายสัปดาห์เท่านั้น อย่าง “ดาราไทย” ของ สุรัฐ พุกกะเวส “ผดุงศิลป์” ของ อักษร เชื้อปัญญา “ภาพยนตร์โทรทัศน์” ของ เชิด ทรงศรี และไพรัช กสิวัฒน์ “ดารา” ของ วิเชียร สงวนไทย และสุพจน์ เกียรติทัตต์ เป็นต้น หนังสือพิมพ์รายวันในยุคนั้นไม่ได้ให้ความสำคัญกับข่าวบันเทิงเหมือนในปัจจุบัน

จนกระทั่ง ได้มีการออกหนังสือพิมพ์ “เอกภาพ” รายวันขึ้น โดย สมพจน์ ปิยะอุย จึงได้มีการนำเสนอข่าวบันเทิงในหนังสือพิมพ์รายวันเรื่อยมาจนถึงยุค “สยามดารา” หนังสือพิมพ์ข่าวบันเทิงรายวันฉบับแรก ของเครือบริษัท สยามอินเตอร์มีเดีย

ในปัจจุบันจุดประสงค์หลักของการเสนอข่าวบันเทิงในหนังสือพิมพ์ คือ รายงานข่าวความเคลื่อนไหวของบุคคลในวงการบันเทิงว่า ได้ทำกิจกรรมอะไร ที่ไหน เมื่อใด อย่างไร อาทิ ข่าวดารานักแสดงเดินทางไปโชว์ตัวตามที่ต่าง ๆ ข่าวการเปิดกล้องภาพยนตร์เรื่องใหม่ ข่าวการ

ออกอัลบั้มใหม่ของนักร้อง ชาวการจัดแสดงคอนเสิร์ต ชาวการเสนอรายการโทรทัศน์หรือเกมโชว์ต่าง ๆ ชาวเบื้องหลังการถ่ายทำภาพยนตร์ ชาวเกี่ยวกับผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ รวมถึงเรื่องราวส่วนตัวที่น่าสนใจของดารานักแสดง เป็นต้น

เนื่องจากมีจุดประสงค์เพื่อรายงานข่าวสารต่าง ๆ แล้วยังต้องการให้ความบันเทิงยังเป็นส่วนสำคัญที่ดึงดูดความสนใจในการติดตามข่าวสารต่าง ๆ จากสื่อมวลชนอีกด้วย

ลักษณะของข่าวบันเทิงในปัจจุบันมีการรุกกล้าสิทธิของบุคคลในแวดวงบันเทิง เช่น นักแสดง นักร้อง ศิลปิน นายแบบ นางแบบ ทั้งนี้ อาจเป็นผลมาจากการที่ข่าวบันเทิงได้รับความนิยมในสายตาผู้รับสาร ประกอบกับข่าวบันเทิงมักนำเสนอเรื่องราวของบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการบินบันเทิง ทั้งในแง่ชีวิตส่วนตัว ครอบครัว และผลงาน รวมทั้งการนำเสนอข่าวบันเทิงนั้นก็มีทั้งข้อเท็จจริงตรงไปตรงมา และสำนวนภาษาที่เป็นความคิดเห็นของผู้สื่อข่าว นอกจากนี้เทคโนโลยีสมัยใหม่ยังเอื้อให้สื่อมวลชนรุกกล้าสิทธิของบุคคลที่ตกเป็นข่าวได้ง่ายขึ้น (รัตนวดี นาควานิช, 2551)

ทุกวันนี้เรียกได้ว่ามนุษย์อยู่ในโลกยุคดิจิทัลด้วยเทคโนโลยีบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีการพัฒนาอยู่ทุกวินาที โดยเฉพาะสมาร์ตโฟนกลายเป็นเครื่องมือเครื่องใช้สำคัญในการดำรงชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน การติดต่อสื่อสารและการรับข้อมูลต่าง ๆ ที่รวดเร็วฉับไวผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแทบจะเป็นสิ่งที่แยกออกจากชีวิตประจำวันไม่ได้ ส่งผลให้พฤติกรรมในการใช้ชีวิตของผู้คนเปลี่ยนไปด้วย ดังนั้นการปรับกลยุทธ์ในการรายงานข่าวสารให้กับผู้คนจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนตามไปด้วยอย่างไม่หยุดนิ่ง เพื่อตอบสนองของความพึงพอใจของมนุษย์ยุคใหม่ได้อย่างตรงจุด

ปัจจุบันหากสื่อใดไม่ปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีคงจะอยู่รอดได้ยาก โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ที่นับวันประชากรทั้งโลกต่างก็ให้ความสำคัญลดน้อยลงอย่างเห็นได้ชัด รวมไปถึงประเทศไทยด้วยเช่นกัน ดังจะเห็นได้จากสื่อสิ่งพิมพ์หลายเล่ม หลายฉบับที่ประกาศปิดตัวลงไป การก้าวกระโดดของเทคโนโลยีสื่อใหม่ (New Media) ทั้งจากคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต และสมาร์ตโฟน ที่ทุกวันนี้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลต่อพฤติกรรมการอ่านข่าวบันเทิงแตกต่างไปจากเดิม การนำเสนอข่าวต้องมีความฉับไวต่อทุกสถานการณ์แบบวินาทีต่อวินาที เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของผู้เสพข่าว จากการสำรวจจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก (Global Internet Usage) มีผู้ใช้กว่า 3.7 พันล้านคน ผู้ที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตคิดเป็น 50% ของประชากรโลก และมีจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านสมาร์ตโฟนถึง 91% ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลก และจำนวนผู้ใช้ Social Media ทั่วโลก (Global Social Media Usage) มีจำนวนผู้ใช้ Social Media ตอนนี้มีมากกว่า 2.7

พันล้านคน คิดเป็น 37% ของจำนวนประชากรทั่วโลก และมากกว่า 91% ของผู้ใช้ Social Media ใช้งานผ่านมือถือ (อินเทอร์เน็ต : www.brandbuffet.in.th/2017/02/digital-overview-global-stat-2017)

จากสถิติตัวเลขการใช้งานเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทั่วโลกที่มีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปีและเติบโตอย่างรวดเร็ว จึงเป็นสิ่งที่ผู้วิจัยสนใจที่จะเรียนรู้กันว่าแนวทางในการพัฒนาของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในอนาคต เพื่อปรับใช้กับชีวิตการทำงานจริง โดยเชื่อว่าการศึกษาพฤติกรรม การเปิดรับที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในข่าวบันเทิงสยามดาราออนไลน์นั้น จะสามารถนำไปปรับใช้ให้เป็นแนวทางกับองค์กรให้พัฒนาเป็นระบบออนไลน์ให้มีศักยภาพสูงขึ้นและสามารถทำให้เป็นแหล่งข่าวบันเทิงออนไลน์อันดับต้น ๆ ของประเทศให้เกิดขึ้นได้จริงและยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

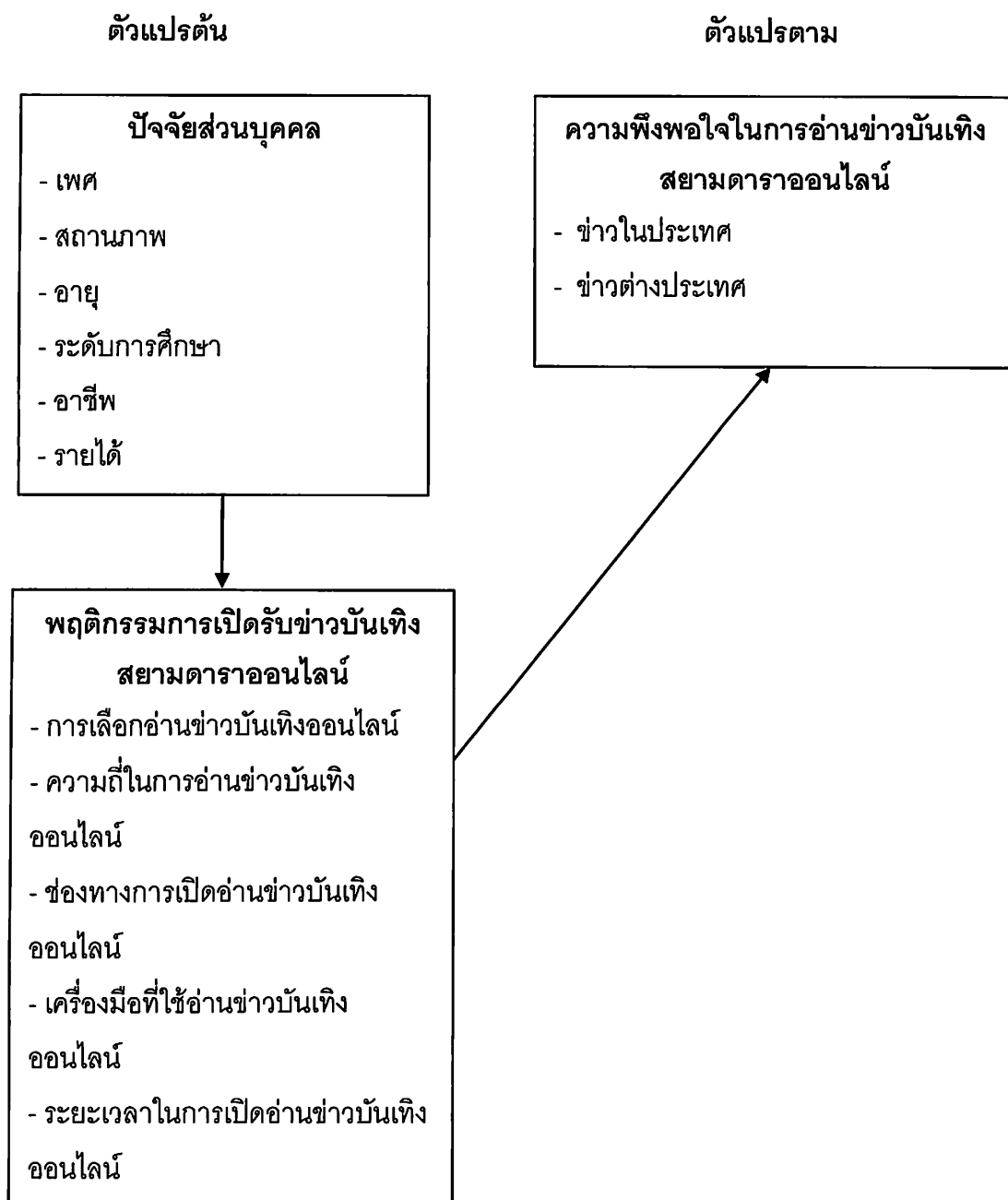
1. เพื่อศึกษาพฤติกรรม การเปิดรับข่าวบันเทิงสยามดาราออนไลน์
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในข่าวบันเทิงสยามดาราออนไลน์

สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรม การเปิดรับข่าวบันเทิงสยามดาราออนไลน์แตกต่างกัน
2. พฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในข่าวบันเทิงสยามดาราออนไลน์แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

เพื่อให้เกิดความชัดเจนของกระบวนการวิจัย การสร้างเครื่องมือ การวิเคราะห์ข้อมูล และการสรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยได้แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรในการวิจัยดังนี้



ภาพประกอบที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง ประชาชนที่เข้าอ่านข่าวบันเทิงในสยามดาราออนไลน์ ทั้งเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และทวิตเตอร์สยามดารา จำนวน 400 คน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจข่าวบันเทิงสยามดาราออนไลน์ สามารถนำไปปรับเนื้อหาเพื่อให้ประชาชนสนใจเข้ามาอ่านมากยิ่งขึ้น
2. เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนารูปแบบการนำเสนอข่าวบันเทิงของสยามดาราออนไลน์ให้ตรงต่อพฤติกรรมและแนวคิดของประชาชนมากขึ้น

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ลักษณะเฉพาะของบุคคล ซึ่งประกอบด้วย เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เกี่ยวกับการอ่านข่าวบันเทิงออนไลน์
2. การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร หมายถึง พฤติกรรมการตัดสินใจในการเลือกช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และความถี่ในการแสวงหาหรือได้รับข่าวบันเทิงจากสื่อออนไลน์
 - 2.1 สื่อออนไลน์ หมายถึง ข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับแวดวงบันเทิง ซึ่งคนทั่วไปสามารถเข้าถึงเพื่อรับข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งเปิดช่องทางให้ผู้อ่านสามารถแสดงความคิดเห็นได้ด้วย
3. ความพึงพอใจ หมายถึง ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการนำเสนอข่าวบันเทิงในสยามดาราออนไลน์ จนกระทั่งก่อให้เกิดความชื่นชอบ ความรู้สึกยอมรับ พพอใจ และประทับใจแก่ผู้เข้าอ่าน ในระดับมากที่สุด ระดับมาก ระดับปานกลาง ระดับน้อย และไม่พึงพอใจ
4. ข่าวบันเทิง (Entertainment News) หมายถึง การรายงานเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในวงการบันเทิงทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับแวดวงบันเทิงทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านโทรทัศน์ ภาพยนตร์ ดนตรี ศิลปะ และการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในวงการบันเทิง
5. สยามดารา หมายถึง หนังสือพิมพ์บันเทิงรายวันฉบับแรกของประเทศไทย โดยปัจจุบันมีทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรมและทวิตเตอร์ รวมเป็นสยามดาราออนไลน์ ที่นำเสนอข่าวในแวดวงบันเทิงรอบด้านทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ