

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าทำให้การเข้าถึงสื่อใหม่ หรือ New Media ของคนไทยมีจำนวนสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จะเห็นได้จากในปีพ.ศ.2557 โดย สมาคมโฆษณาดิจิทัลประเทศไทยปีพ.ศ.2557 ได้เผยตัวเลขยอดผู้ใช้งานโซเชียลมีเดียในประเทศไทยโดยทำการรวบรวมสถิติต่างๆของโซเชียลมีเดีย 4 อันดับที่มียอดผู้ใช้งานสูงสุด ได้แก่ Facebook, YouTube, Twitter และ Instagram ซึ่งสถิติการใช้งานต่างๆในแต่ละเว็บไซต์ดังกล่าวในไตรมาสที่ 2 ประจำปีพ.ศ.2557 พบว่าจำนวนผู้ใช้งาน Facebook ในเมืองไทยและเป็น Active Users นั้นอยู่ที่ 30 ล้านคน ส่วนกลุ่มผู้ใช้งานผ่านมือถือก็มียอดผู้ใช้งานต่อเดือนสูงถึง 28 ล้านคน รองลงมาคือบริการวิดีโอออนไลน์ YouTube ที่มียอดผู้ใช้งานอยู่ที่ 26.25 ล้านคน และมีวิดีโออัพโหลดขึ้นไปยังระบบสูงถึง 3.4 ล้านวิดีโอ สถิติต่อมาคือยอดผู้ใช้งาน Twitter ซึ่งมียอดผู้ใช้งานอยู่ที่ 4.5 ล้านคนและมีจำนวนคนที่ทวีตข้อความเป็นภาษาไทยอยู่ที่ 3.4 ล้านคน และสถิติตัวสุดท้ายคือ Instagram ที่มียอดผู้ใช้งานชาวไทยอยู่ที่ 1.7 ล้านคน โดยคิดเป็นสัดส่วนผู้ชายร้อยละ 35 และผู้หญิง ร้อยละ 65

จากสถิติประจำปีพ.ศ.2557 ดังกล่าวพบว่าคนไทยส่วนใหญ่ใช้งาน Facebook สูงที่สุดซึ่งมีผู้ใช้งานสูงถึง 28 ล้านคน ติดอันดับ 9 ของโลก คิดเป็นร้อยละ 53 เมื่อเทียบกับปีพ.ศ.2556 สำหรับจังหวัดที่มีคนใช้ Facebook มากที่สุดได้แก่ กรุงเทพมหานคร มีผู้ใช้งานมากถึง 15,400,000 คน โดยจำนวนประชากรที่ใช้ Facebook เป็นหญิงมากกว่าชาย ประชากรหญิงที่ใช้ Facebook คิดเป็น ร้อยละ 51.2 ส่วนประชากรชายที่ใช้ Facebook คิดเป็นร้อยละ 48.8 สิ่งที่ผู้ใช้นิยมมากที่สุดบน Facebook คือการอัพโหลดรูปภาพ โดยคิดเป็นร้อยละ 57 ส่วนช่วงเวลาที่ใช้ Engage กับแบรนด์มากที่สุดได้แก่ ช่วงเวลา 10.00 น., ช่วงเวลา 14.00 น. และช่วงเวลา 17.00 น.ตามลำดับ (ที่มา : Positioning Mag ปี พ.ศ.2557)

"สื่อใหม่" หรือ New Media ทำให้การนำเสนอหรือการสื่อสารในรูปแบบใหม่พัฒนาขึ้น และการเข้าถึงสื่อในยุคปัจจุบันสามารถทำได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว รวมถึงตรวจสอบได้ดีขึ้น จึงเป็นอีกหนึ่งกลุ่มงานและบริการ ที่ Thai PBS ให้ความสำคัญในการพัฒนาบริการ รูปแบบการนำเสนอ และปรับให้สอดคล้องกับพฤติกรรม หรือความนิยมของผู้ชมในช่องทางนี้ แต่คงไว้ด้วยพันธกิจและจริยธรรมในการนำเสนอในแบบของสื่อสาธารณะ

Thai PBS เปิดให้บริการสื่อใหม่ในทุกๆ รูปแบบมาพร้อมๆ กับการก่อตั้งสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส มีทั้งทั้งเว็บไซต์ ภายใต้โดเมน [www.thaipbs.or.th](http://www.thaipbs.or.th) ซึ่งถูกปรับเปลี่ยนรูปแบบเรื่อยมาโดยมีเว็บไซต์หลักๆ ของสถานีได้แก่ เว็บไซต์ข่าว [www.thaipbs.or.th/News](http://www.thaipbs.or.th/News), เว็บไซต์ของรายการ [www.thaipbs.or.th/Program](http://www.thaipbs.or.th/Program), เว็บไซต์องค์กร [www.thaipbs.or.th/Organization](http://www.thaipbs.or.th/Organization), เว็บไซต์เด็กและเยาวชน [www.thaipbs.or.th/Kids](http://www.thaipbs.or.th/Kids) เป็นต้น สื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) เป็นอีกหนึ่งพื้นที่ (Platform) สำคัญที่ผู้ชมใช้บริการ ซึ่งเติบโตและอยู่ในกระแสความสนใจของผู้ชมมาโดยตลอด สอดคล้องกับการเติบโตในอุตสาหกรรมสื่อออนไลน์

ทั้งนี้ ปลายปีพ.ศ.2558 Facebook เปิดตัวฟีเจอร์ใหม่ Facebook Live เป็นการถ่ายทอดสดแบบ Steaming ผ่านทาง Facebook ในช่วงแรกผู้ที่มีสิทธิ์ Live จะต้องเป็นดารา นักร้อง นักข่าว หรือผู้ที่มีชื่อเสียงและผ่านการยืนยันตัวตนจากทาง Facebook แล้วเท่านั้น ซึ่งฟีเจอร์นี้เหมาะสำหรับ Thai PBS เพราะเป็นสถานีโทรทัศน์ที่นำเสนอทั้งข่าวสาร รายการ สารคดี ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ทำให้ผู้ชมเข้าถึงได้ง่ายที่สุด

ในฐานะที่ Thai PBS เปิดให้บริการสื่อสังคมออนไลน์ หรือโซเชียลมีเดียมาในยุคแรกๆ ที่คนไทยให้ความสนใจตั้งแต่ปีพ.ศ.2553 อาทิ Facebook, YouTube, Twitter, Instagram โดยพัฒนาปรับปรุงรูปแบบเนื้อหา การนำเสนอ กิจกรรม เพิ่มเติมเรื่อยมา จนปัจจุบันมีบริการสื่อสังคมออนไลน์ที่นำเสนอข้อมูลข่าวสาร รายการ สารคดีความรู้ บริการอื่นๆ รวมถึงเป็นช่องทางสื่อสาร ปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมทั้งการรับข้อเสนอแนะ คำถาม ความคิดเห็นต่างๆ โดยเฉพาะหลายเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในช่วงต่างๆ โดยเฉพาะ Facebook Thai PBS Fanpage ได้รับความนิยมสูงสุดจากโซเชียลมีเดียประเภทอื่นๆ จนทำให้ ณ วันที่ 31 ธันวาคมปีพ.ศ.2558 จำนวนผู้ติดตาม Facebook Thai PBS Fanpage ไทยพีบีเอสมีจำนวนถึง 2,393,041 คน ซึ่งเติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากสถิติการเติบโตของผู้ติดตาม (Fans) ตั้งแต่ปีพ.ศ.2557-2558 ดังนี้

ตารางที่ 1.1 แสดงสถิติการเติบโตของผู้ติดตาม Facebook Thai PBS Fanpage

จำนวนแฟน (Fans)				
เดือน	2557	%เติบโต	2558	%
ม.ค.	619,213	14.72	1,580,592	3.98
ก.พ.	669,110	8.06	1,652,266	4.53
มี.ค.	960,730	3.23	1,706,782	3.30
เม.ย.	732,352	6.03	1,780,388	4.31
พ.ค.	935,873	2.79	1,861,891	4.58
มิ.ย.	1,052,885	12.50	1,925,842	3.43
ก.ค.	1,139,269	8.20	1,997,620	3.73
ส.ค.	1,208,258	8.06	2,090,702	4.66
ก.ย.	1,289,001	6.68	2,152,654	2.96
ต.ค.	1,351,479	4.85	2,221,643	3.20
พ.ย.	1,417,068	4.85	2,296,378	3.36
ธ.ค.	1,521,466	7.37	393,041	4.21
เติบโตจากปี 2556		181.88	เติบโตจากปี 2557	57.29

ที่มา: ศูนย์พัฒนาสื่อใหม่ไทยพีบีเอส สถิติ Fans ปีพ.ศ. 2557-2558

ข้อมูลจากศูนย์พัฒนาสื่อใหม่ไทยพีบีเอส สถิติ Fans ปี 2557-2558 กล่าวว่า สมาชิกหรือผู้ชม Facebook Thai PBS Fanpage ในปัจจุบันมีจำนวนทั้งสิ้น 2,393,041 บัญชีรายชื่อ ซึ่งเป็นการยืนยันถึงการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้ชมในปัจจุบัน ว่ามีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมากขึ้น เพื่อให้ทันต่อข่าวสารในทั้งโลกออนไลน์และออฟไลน์ ไม่ว่าจะรับชมผ่านหน้าจอโทรทัศน์ หรือการก้าวเข้าสู่โลกดิจิทัลด้วยการรับชมผ่าน Facebook Thai PBS Fanpage จำนวนผู้ชมเป็นการยืนยันถึงปริมาณการเติบโต และความเปลี่ยนแปลงของผู้ชมต่อการเปิดรับสื่อที่เติบโตอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น การเปิดรับสื่อถือเป็นพฤติกรรมอย่างหนึ่งของผู้บริโภคที่เกิดจากการตัดสินใจที่จะรับสารจากช่องทางนั้นๆ ซึ่งยังเชื่อมโยงต่อถึงความพึงพอใจในการรับข่าวสารต่างๆ ผ่านโลกออนไลน์ ไม่ว่าจะมีความพึงพอใจต่อข้อมูล ที่เป็นสาระ ความบันเทิง รูปภาพ คลิป แม้กระทั่งข้อความต่างๆ ที่มีใน Facebook Thai PBS Fanpage ส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชม ดังเห็นได้จากตัวเลขของสมาชิกผู้ชม จึงให้ Facebook Thai PBS Fanpage เป็นช่องทางสื่อสารกับผู้ชม โดยเน้นได้ตอบแบบสองทาง (Two-way Communications) เพื่อให้สอดคล้องกับการปรับยุทธศาสตร์ปีพ.ศ. 2559 ที่

Thai PBS ต้องแข่งขันด้านการนำเสนอข่าวและรายการ โดยเฉพาะความพยายามทำหน้าที่สถานีข่าวอย่างเต็มรูปแบบภายใต้บทบาทสื่อสาธารณะที่มีคุณภาพ และคุณธรรม รวมทั้งเพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ชมและสังคมไทย และจากยุทธศาสตร์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ และเป้าหมายด้านข่าวและรายการ ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเรื่อง "การเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อ Facebook Fanpage : กรณีศึกษา Thai PBS" เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ชมที่มีผลต่อการเปิดรับ Facebook Thai PBS Fanpage ความสนใจเนื้อหาที่นำเสนอ แนวโน้มที่จะเปิดรับอย่างต่อเนื่อง รวมถึงศึกษาความพึงพอใจของผู้ติดตาม Facebook Thai PBS Fanpage โดยแยกศึกษาในแต่ละประเด็นเพื่อเอื้ออำนวยให้การปรับปรุงในประเด็นต่างๆ ตรงกับความต้องการของผู้เปิดรับมากที่สุด

ทั้งนี้ผลการวิจัยจะนำไปเป็นข้อมูลในการพัฒนา Facebook Thai PBS Fanpage เพื่อพัฒนาปรับปรุงการผลิต และสร้างสรรค์ชิ้นงานให้เป็นไปตามเป้าหมายของ Thai PBS ที่ต้องการให้ผู้ชมในฐานะประชาชนได้เข้าถึง และได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่

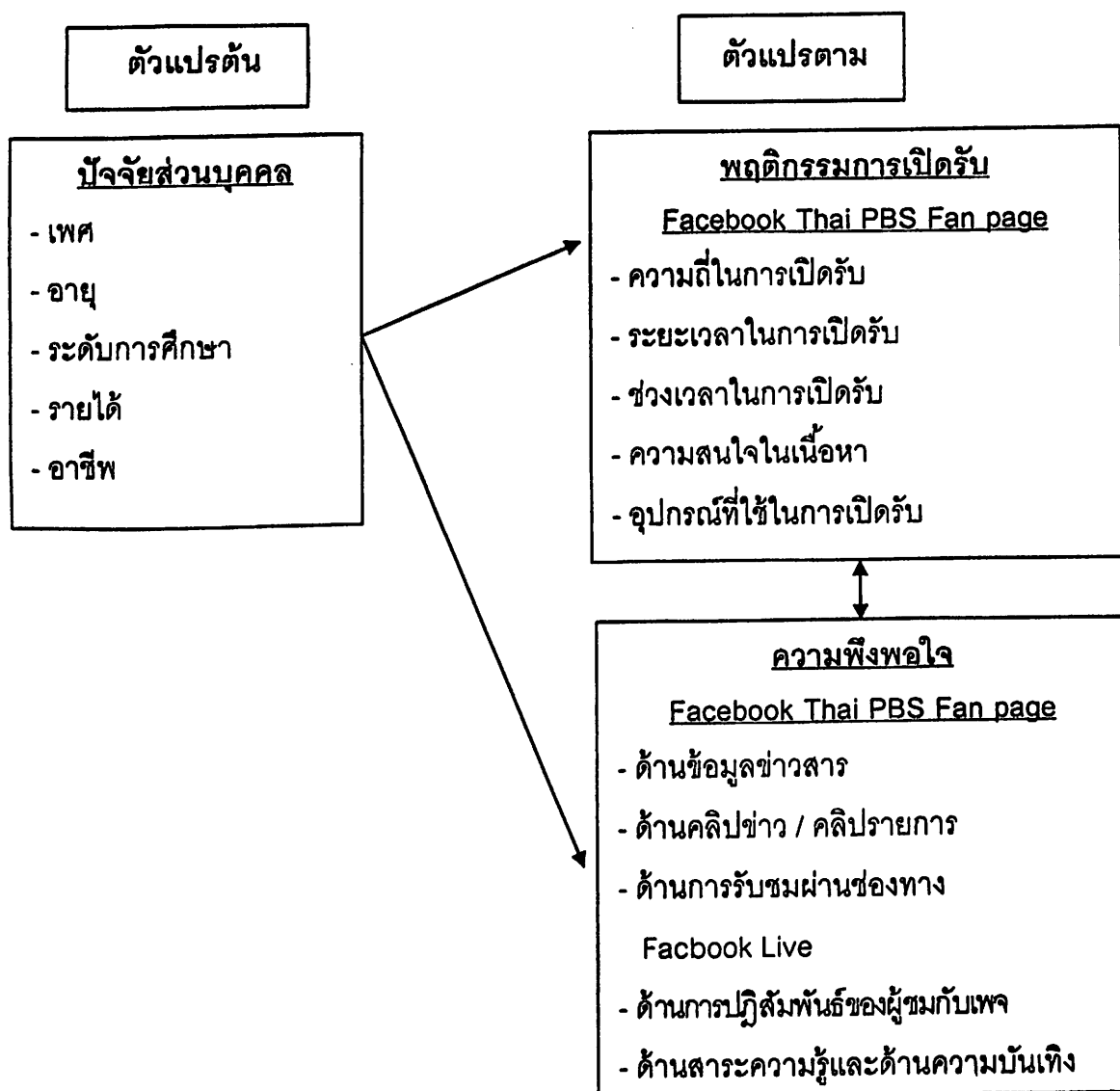
### ปัญหานำการวิจัย

1. พฤติกรรมการเปิดรับ Facebook Thai PBS Fanpage ของผู้ชมเป็นอย่างไร
2. ผู้ชมมีความความพึงพอใจต่อ Facebook Thai PBS Fanpageหรือไม่ อย่างไร

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมที่มีต่อ Facebook Thai PBS Fanpage ในด้านความถี่กับปัจจัยส่วนบุคคล เพื่อนำมาปรับปรุงพฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมให้มีความถี่ในการเปิดรับที่มากขึ้นโดยอ้างอิงจากปัจจัยส่วนบุคคลในการพัฒนา Facebook Thai PBS Fanpage
2. ศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อ Facebook Thai PBS Fanpage โดยเปรียบเทียบกับระดับการศึกษาของผู้ชมเป็นหลัก เพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้เหมาะกับระดับการศึกษาของผู้ชม Facebook Thai PBS Fanpage ทำให้เป็นการสื่อสารที่ตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น
3. ศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อ Facebook Thai PBS Fanpage โดยเปรียบเทียบกับระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารของผู้ชม และนำมาปรับปรุงการนำเสนอข้อมูลให้ตรงกับความพึงพอใจของผู้ชม Facebook Thai PBS Fanpage เพื่อเพิ่มระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารให้มากขึ้น

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบที่ 1.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

## สมมุติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับ Facebook Thai PBS Fanpage ด้านความถี่ในการเปิดรับที่แตกต่างกัน
2. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชม Facebook Thai PBS Fanpage ที่แตกต่างกัน
3. ระยะเวลาในการเปิดรับที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชม Facebook Thai PBS Fanpage ที่แตกต่างกัน

## ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อ Facebook Fanpage : กรณีศึกษา Thai PBS ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างคือผู้ชม Thai PBS ที่เป็นผู้ติดตาม Thai PBS Fanpage จำนวน 400 ราย โดยระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในช่วงเดือนเมษายน 2559

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

คาดว่าผลการเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อ Facebook Fanpage : กรณีศึกษา Thai PBS จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับนำไปเป็นแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงข้อมูลเนื้อหาใน Thai PBS Fanpage เพื่อพัฒนาเนื้อหาข่าวสาร คลิปข่าวและรายการให้มีรูปแบบการนำเสนอ และช่วงเวลาให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากยิ่งขึ้น

## นิยามศัพท์

พฤติกรรม的开รับ Facebook Thai PBS Fanpage หมายถึง พฤติกรรมของผู้ชม Facebook ของ Thai PBS ในเรื่องความถี่ในการเปิดรับ Facebook ของ Thai PBS ในแต่ละครั้ง ระยะเวลาในการเปิดรับ และประเด็นที่เลือกรับ ซึ่ง Facebook Thai PBS Fanpage เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่รับชมผ่านอุปกรณ์เชื่อมต่อระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ความพึงพอใจหลังเปิดรับ Facebook Thai PBS Fanpage หมายถึง ผู้ชมได้รับการตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้นหลังเปิดรับ Facebook Thai PBS Fanpage ในด้านต่างๆ ดังนี้

- ด้านข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ ได้รับรู้ความเคลื่อนไหวทางสังคมอย่างรวดเร็ว ทันเหตุการณ์ถูกต้องเชื่อถือได้ สามารถกระจายข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ผู้อื่น
- ด้านการรับชมคลิปข่าวและคลิปรายการ ได้แก่ การรับชมคลิปข่าวและรายการที่น่าสนใจย้อนหลัง ซึ่งมีความสะดวก รวดเร็ว กระชับ คมชัด
- ด้านการรับชมผ่านช่องทาง Facebook Live ได้แก่ ได้รับชมการรายงานข่าวสดจากสถานที่จริง รวมทั้งสามารถแสดงความคิดเห็น เสนอแนะ ได้ทันทีที่มีการ Live
- ด้านการปฏิสัมพันธ์และการมีส่วนร่วม ได้แก่ ผู้ชมร่วมกิจกรรมหรือพูดคุยสอบถาม แสดงความคิดเห็นกับผู้ดูแลและได้รับคำตอบอย่างรวดเร็ว ชัดเจน
- ด้านสาระและความบันเทิง หมายถึง เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย ได้รับทั้งความบันเทิงและสาระความรู้ซึ่งสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้

Facebook (profile) หมายถึง Facebook ที่บุคคลสมัครสมาชิกเพื่อใช้ในการพูดคุย แลกเปลี่ยนข่าวสาร หรือโพสต์ภาพ วิดีโอ เหมาะกับการใช้ในกลุ่มเพื่อนๆ หรือคนรู้จัก โดย Facebook (profile) จะจำกัดจำนวนการเพิ่มเพื่อน สามารถตั้งค่าความเป็นส่วนตัว ระบุคนที่จะมองเห็นข้อความ ภาพ วิดีโอ รวมถึงข้อมูลส่วนตัวที่เจ้าของโปรไฟล์โพสต์ได้

Facebook (Fanpage) หมายถึง เพจที่สร้างขึ้นมาเพื่อใช้เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์สิ่งต่างๆ เช่น ข่าวสาร ความเคลื่อนไหว ตลอดจนกิจกรรมขององค์กร ใช้ในการโฆษณาหรือการบริการต่างๆ ในเชิงธุรกิจ ซึ่ง Facebook Fanpage จะเข้าถึงกลุ่มบุคคลต่างๆ ได้อย่างกว้างขวาง เพราะไม่ว่าจะโพสต์อะไรก็ตามคนที่เข้ามาในหน้าเพจนี้ ก็สามารถเห็นข้อความนั้นได้เลยทันที โดยไม่จำเป็นต้องเพิ่มเพื่อน ซึ่งเป็นการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และเป็นอีกช่องทางที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่อยู่บนโลกออนไลน์ที่นับวันจะมียอดผู้ใช้งานเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

Thai PBS ย่อมาจาก Thai Public Broadcasting Service โดยองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) เป็นชื่อภาษาไทยอย่างเป็นทางการ ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2551 โดย พ.ร.บ.องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 เป็นองค์การสื่อสาธารณะที่ไม่แสวงผลกำไรแห่งแรกของประเทศไทย ดำเนินการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่สนับสนุนการพัฒนาสังคม ที่มีคุณภาพและคุณธรรม บริการข่าวสารที่เที่ยงตรง รอบด้าน สมดุล และเชื่อถือต่อจรรยาบรรณ มีรายได้จากภาษีสรรพสามิตที่เก็บจากสุราและยาสูบ โดยมีรายได้สูงสุดปีงบประมาณละไม่เกิน 2,000 ล้านบาท