

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย

การศึกษา "การเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อ Facebook Fanpage :: กรณีศึกษา Thai PBS" มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของผู้บริโภคในการรับข่าวสารและข้อมูลของเฟซบุ๊กไทยพีบีเอส โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิก Facebook Thai PBS Fanpage จำนวน 400 ราย ใช้เวลาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นระยะเวลา 1 เดือน ในช่วงเดือนเมษายน 2559 ผ่านแบบสอบถามออนไลน์ หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วสรุปผลการวิจัย ดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่อง "การเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อ Facebook Fanpage : กรณีศึกษา Thai PBS" ผู้ศึกษาขอเสนอสรุปผลการวิจัยดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท อาชีพพนักงานบริษัท

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับ Facebook Thai PBS Fanpage

จากผลการศึกษา พบว่าความถี่ในการเปิด Facebook Thai PBS Fanpage ส่วนใหญ่อยู่ที่ 2 - 3 วันต่อสัปดาห์ ระยะเวลาเฉลี่ยในการเปิด Facebook Thai PBS Fanpage ส่วนใหญ่มีระยะเวลาเฉลี่ยในการเปิด 5 -10 นาทีต่อครั้ง ช่วงเวลาในการเปิดรับอยู่ในระดับปานกลางทุกช่วงเวลา ความสนใจในเนื้อหา มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง และอุปกรณ์ที่ใช้ในการเปิดรับ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อ Facebook Thai PBS Fanpage

จากผลการศึกษา สามารถพิจารณาความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อ Facebook Thai PBS Fanpage ได้ดังนี้

ด้านข้อมูลข่าวสาร ภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับแรกคือ นำเสนอข่าวสารความเคลื่อนไหวทางสังคมได้รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ เนื้อหาข้อมูลข่าวสารไม่ส่อไปในทางยั่วยุ ไม่เป็นภัยต่อสังคมและไม่มีผลประโยชน์ทางธุรกิจ แอบแฝง ข่าวสารความเคลื่อนไหวที่น่าเสนอถูกต้องเชื่อถือได้ มีแหล่งที่มาชัดเจน มีคลิปให้ติดตามบน Facebook Thai PBS Fanpage ทันทีหลังจากจบข่าวหรือรายการ ใช้เป็นศูนย์กลางการกระจายข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ข่าวสารหลากหลายแง่มุม และข้อมูลวิเคราะห์เชิงลึก ตามลำดับ

ด้านคลิปข่าว คลิปรายการ ภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับแรกคือ คลิปข่าวหรือคลิปรายการมีความละเอียดคมชัด รองลงมาคือ คลิปข่าวหรือคลิปรายการมีความกระชับ สามารถแชร์ (แบ่งปัน) ให้ผู้อื่นติดตาม ใช้คลิปสั้นๆ ไปรโมทให้ติดตามชมข่าวหรือรายการทำให้มีความน่าสนใจ และมีการรายงานสดในประเด็นที่น่าสนใจทันต่อเหตุการณ์ ตามลำดับ

ด้านการรับชมผ่านช่องทาง Facebook Live ภาพรวมมีระดับความคิดเห็นปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับแรกคือ . ทันเหตุการณ์ด้วยการชมรายงานสดข่าวผ่าน Facebook Live รองลงมาคือ สามารถแสดงความคิดเห็นต่อข่าวที่รับชมได้ในขณะรายงานสด รวมถึงเสนอแนะคำถาม หรือข้อสงสัย แยกรับเชิญที่ร่วมพูดคุยสดผ่าน Facebook Live มีความน่าสนใจชวนติดตาม ปริมาณการใช้ Facebook Live ในแต่ละครั้งมีความเหมาะสม และกิจกรรมให้ร่วมสนุกระหว่างพูดคุยสดกับแขกรับเชิญผ่าน Facebook Live มีความสนุก ตามลำดับ

ด้านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพจกับผู้ใช้ Facebook Thai PBS Fanpage ภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับแรกคือ กิจกรรมมีความหลากหลาย สามารถร่วมสนุกได้ไม่ยากจนเกินไป รองลงมาคือ มีความเคลื่อนไหวหน้าเพจตลอดเวลา ทำให้มีประเด็นให้เข้ามาชมได้ตลอด ช่วงเวลาในการเปิดให้ร่วมกิจกรรมมีความเหมาะสม ผู้ดูแลเพจ (admin) ตอบคำถาม หรือข้อสงสัย ชัดเจนและรวดเร็ว และของรางวัลมีความน่าสนใจ ตามลำดับ

ด้านสาระและความบันเทิง ภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับแรกคือ มีภาพธรรมชาติ สถานที่สวยงามต่างๆ ทำให้ผ่อนคลายความเครียด รองลงมาคือ นำเสนอเกร็ดความรู้ หรือ Info Graphic คลิปนวัตกรรมใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์นำไปปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน การเข้าชม Facebook Thai PBS Fanpage ช่วยให้มีโอกาสทำยามว่าง และโพสต์ข้อคิด ธรรมะ สม่่าเสมอ ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการศึกษา สามารถสรุปข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้ ควรตรวจสอบเนื้อหา ภาษา และภาพวิดีโอ ให้ถูกต้องก่อนโพสต์หรือนำเสนอ มีการพัฒนาการเรียบเรียงเนื้อหาอย่างต่อเนื่อง จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการทำข่าวให้กับบุคคลทั่วไป ปรับรูปแบบการรายงานสดให้น่าสนใจ เพิ่มการวิเคราะห์เหตุการณ์มากขึ้น และอัปเดตคลิปรายการให้หลากหลายมากขึ้น

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ต่อการเปิดรับ Facebook Thai PBS Fanpage ด้านความถี่ในการเปิดรับ พบว่าระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความถี่ในการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ในด้านเพศ อายุ และอาชีพ ไม่แตกต่างกันจึงผลไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ชม Facebook Thai PBS Fanpage กับปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา พบว่าระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจ ด้านการรับชมผ่านช่องทาง Facebook Live และ ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพจกับผู้ใช้ แตกต่างกันจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ในด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านคลิปข่าว/คลิปรายการ และด้านสาระความรู้รวมทั้งความบันเทิง ไม่แตกต่างกันจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ชม Facebook Thai PBS Fanpage กับการเปิดรับ Facebook Thai PBS Fanpage ด้านระยะเวลาในการเปิดรับ พบว่าระยะเวลาในการเปิดรับ ที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชม ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพจกับผู้ใช้ และ ด้านสาระความรู้รวมทั้งความบันเทิง แตกต่างกันจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ในด้านคลิปข่าว/คลิปรายการและ ด้านการรับชมผ่านช่องทาง Facebook Live ไม่แตกต่างกันจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

อภิปรายผล

จากการศึกษา ด้านความพึงพอใจเปรียบเทียบกับ การเปิดรับสื่อของผู้ชม พบว่าความพึงพอใจของผู้ชม Facebook Thai PBS Fanpage ในด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพจกับผู้ใช้ และ ด้านสาระความรู้รวมทั้งความบันเทิงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การเปิดรับสื่อออนไลน์ด้านระยะเวลาในการเปิดรับสื่อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาซูวัน อาเยะ (2556) ศึกษาเรื่อง "ความคาดหวัง พฤติกรรม การเปิดรับ ความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้" ซึ่งผลการวิจัยพบว่าความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ในด้านรูปแบบและ

การใช้งาน ด้านข้อมูลข่าวสารและสารสนเทศ ด้านการเสริมสร้างเอกลักษณ์ส่วนบุคคล ด้านการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และด้านความบันเทิง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์

ด้านระยะเวลาในการเปิดรับ งานวิจัยของ เอกวิทย์ จิตสันเทียะ (2555) ศึกษาเรื่อง "ความคาดหวังประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ใช้ แอปพลิเคชัน เกม ไออิชิ มี หู เจแปน" พบว่า ความพึงพอใจจากแอปพลิเคชัน เกม ไออิชิ มี หู เจแปน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเปิดรับ โดยความพึงพอใจด้านรูปแบบเนื้อหา (ตัวละคร, ฉาก และสิ่งแวดล้อม, เสียงเพลงและดนตรีประกอบ, มินิเกมและเวลา, ไอเท็ม) ด้านข้อมูลข่าวสารจากการใช้เกม ด้านการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ด้านการสร้างเอกลักษณ์ให้กับตนเอง และด้านความบันเทิง ล้วนมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเปิดรับของผู้ใช้แอปพลิเคชัน เกม ไออิชิ มี หู เจแปน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญาดา มะลิตอง (2551) ศึกษาเรื่อง "พฤติกรรมกรรมการใช้ ความคาดหวัง และความพึงพอใจที่มีต่อการทำหน้าที่ ของอินเทอร์เน็ตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร" เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ความคาดหวังในการทำหน้าที่ของอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ทั้งในแง่ความบ่อยครั้งและระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก หรือในทิศทางเดียวกัน แต่แตกต่างกับงานวิจัยของ พรรณพิลาศ วีระสุโข (2541) ศึกษาเรื่อง "ความต้องการที่จะรู้ข่าวสารการเมือง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมือง และการใช้ประโยชน์ข่าวจากรายการโทรทัศน์ของประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าความต้องการที่จะรู้ข่าวสารการเมืองของกลุ่มตัวอย่างไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองจากรายการโทรทัศน์ ส่วนพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารการเมือง

ด้านความพึงพอใจเปรียบเทียบกับปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา พบว่าระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจ ด้านการรับชมผ่านช่องทาง Facebook Live และ ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพจกับผู้ใช้ ซึ่งขัดแย้งกับกับงานวิจัยของ ปกักร ป่าสิงห์ (2550) ศึกษา "พฤติกรรมสื่อสารวิธีการรวมกลุ่มและการมีส่วนร่วมของกลุ่มแฟนคลับรายการเรียลลิตีโชว์ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีวิจัยรายการอะคาเดมี่แฟนเทเชียปี 1-3" พบว่าอายุและรายได้ที่แตกต่างกันทำให้การสื่อสารระหว่างบุคคลของกลุ่มแฟนคลับแตกต่างกัน ส่วนเพศ อาชีพ และระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมสื่อสารระหว่างบุคคล คือ เพศ อาชีพ และระดับการศึกษาที่ต่างกันไม่ได้ทำให้การสื่อสารระหว่างบุคคลของกลุ่มแฟนคลับแตกต่างกัน ส่วนเพศ อายุ รายได้ การศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันไม่ได้ทำให้การสื่อสารกลุ่มของแฟนคลับแตกต่างกัน

ด้านปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อ ด้านความถี่ในการเปิดรับ พบว่าความถี่ในการเปิดรับ Facebook Thai PBS Fanpage ที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ น้ำทิพย์ ส้มภาประเสริฐ (2543) ศึกษา "การใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้ในระยะเริ่มต้นในเขตกรุงเทพมหานคร กับผลกระทบการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรสื่อสาร" ผลการวิจัยพบว่า เพศ อายุระดับรายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรใช้อินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ บัณฑิต รอดทัศนาศนา (2554) ศึกษาเรื่อง "พฤติกรรมกรใช้เฟสบุ๊กและความพึงพอใจต่อการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าผ่านช่องทางเฟสบุ๊กคิง เพาเวอร์" โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 223 คน มีผลการวิจัยดังนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการเฟสบุ๊กทุกวัน และเข้าใช้งานมากกว่า 10 ครั้งต่อวัน โดยเข้าใช้เฟสบุ๊กเวลา 18.01 – 22.00 น. ใช้ผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือมากที่สุด ลักษณะกรใช้งานเฟสบุ๊กที่ใช้เป็นประจำคือรับข้อมูลข่าวสารจากแฟนเพจ ประเภทของเฟสบุ๊กที่กลุ่มตัวอย่างเป็นแฟนเพจมากที่สุดคือร้านค้าหรือ ห้างสรรพสินค้า เพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารจากแฟนเพจ และมีความเห็นว่าแฟนเพจที่ดีควรนำเสนอเนื้อหาใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ ในส่วนของพฤติกรรมกรใช้เฟสบุ๊กคิง เพาเวอร์ กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้เฟสบุ๊ก นานๆ ครั้งมากที่สุด โดยส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลจากเฟสบุ๊กคิง เพาเวอร์จำนวน 2 – 3 ครั้งต่อวัน มีวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้งานเฟสบุ๊กคิง เพาเวอร์เพื่อต้องการข้อมูลเกี่ยวกับรายการส่งเสริมการขายมากที่สุด

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากการศึกษา สามารถกำหนดวางแผนปรับปรุงเนื้อหาและรูปแบบของสื่อยุคใหม่ให้ตรงกับกลุ่มผู้ชม ได้ดังนี้ การปรับปรุงข้อมูลเนื้อหาให้เหมาะสมกับผู้ชมในระดับปริญญาตรี และกลุ่มผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 15,001 – 30,000 บาทต่อเดือน โดยเน้นในด้านการรับชมผ่านช่องทาง Facebook Live ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพจกับผู้ใช้ และด้านสาระความรู้รวมทั้งความบันเทิงและ ด้านสาระความรู้รวมทั้งความบันเทิง เป็นหลักเพื่อเพิ่มความถี่และระยะเวลาในการรับชมให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาการพยากรณ์การเติบโตของธุรกิจด้านสื่อสารมวลชนในโลกโซเชียลมีเดีย
2. ศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมด้านการเปิดรับสื่อ เพื่อเพิ่มองค์ประกอบในการพัฒนาธุรกิจด้านสื่อสารมวลชนในโลกโซเชียลมีเดียให้ก้าวหน้า