



# วารสารการสื่อสารมวลชน Journal of Mass Communication

คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปีที่ 3 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2558  
Vol. 3 No. 1 January - June 2015  
ISSN : 1906-2591

1

การมีส่วนร่วมของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการที่มีผลต่อองค์การกระจายเสียง  
และแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

» กรรณิการ์ ชมภูศรี และจิระศักดิ์ สารรัตน์

18

การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจ และการเรียนรู้บทบาททางเพศจากนวนิยาย  
แนวรักการฆาตกรรมของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร

» ทักษอร พุ่มสิริโรจน์ และจิระศักดิ์ สารรัตน์

31

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรูปแบบและเนื้อหาของผู้ใช้เว็บไซต์  
www.eduzones.com

» ศรินภา จันทรภา และกุญยาฬ ยอดมิ่ง

50

การใช้และความพึงพอใจบริการสื่อออนไลน์เพื่อทำธุรกรรมทางการเงิน  
ของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

» รรพร สภารัตน์ และกุญยาฬ ยอดมิ่ง

65

แนวโน้มการผลิตรายการโทรทัศน์ขนาดกลางและขนาดเล็กในอนาคต  
(พ.ศ. 2559 – 2562)

Television Production Management Trend  
(2016 – 2019)

» ศุภฤกษ์ โพธิ์โปรดนา

# วารสารการสื่อสารมวลชน

## Journal of Mass Communication

---

ปีที่ 3 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2558  
Vol. 3 No. 1 January - June 2015  
ISSN : 1906-2591

---

คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการของคณาจารย์และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาด้านการสื่อสารมวลชนและสาขาที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการวิจัย และการพัฒนาองค์ความรู้ทางด้านการสื่อสารในสาขาวิชาต่างๆ มากขึ้น

### ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.อวรณ์ โอภาสพัฒนกิจ  
อาจารย์ ดร.จิรพร วิทยศักดิ์พันธุ์

### คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

รองศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตรระจุ  
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์  
รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ  
มหาวิทยาลัยรังสิต  
รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษดา เกียรติ  
มหาวิทยาลัยรังสิต

รองศาสตราจารย์จุมพล รอดคำดี

สถานีวิจัยแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลณัฐ พลวัน

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมสัน รัตนะสีมากุล

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรมกิตติ ธรรมโม

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ

มหาวิทยาลัยเกริก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษยากร ตีระพฤติกุลชัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรงรอง งามสุด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พูนสุข ภาระมรทัต

มหาวิทยาลัยนเรศวร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลัดดา จิตตคุตตานนท์

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุระชัย ชูผงา

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา ปันทรานวงศ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อาจารย์ ดร.วีระ สุทะ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์นาฏยา ตนานนท์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลัดดาวัลย์ อินทจักร

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรรณพ ลิมปนารมณ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อาจารย์ ดร.จิรพร วิทยศักดิ์พันธุ์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อาจารย์ ดร.จิระศักดิ์ สารรัตน์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อาจารย์ ดร.ขวัญฟ้า ศรีประพันธ์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อาจารย์ ดร.ภัทม์ อินทจักร

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อาจารย์ ดร.วิทยา พานิชลอเจริญ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

#### บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลัดดาวัลย์ อินทจักร

อาจารย์ ดร.ขวัญฟ้า ศรีประพันธ์

#### กองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลณัฐ พลวัน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมสัน รัตนะสีมากุล

อาจารย์ ดร.จิระศักดิ์ สารรัตน์

อาจารย์ ดร.บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ

อาจารย์ ดร.ภัทม์ อินทจักร

อาจารย์ ดร.รัฐพล พรหมมาศ

อาจารย์ ดร.วิทยา พานิชลอเจริญ

อาจารย์ ดร.วีระ สุภา

### กองจัดการ

นายกิตติศักดิ์ ไชยคำ  
นางสาวเกษรี ตติยะอนันต์  
นางสาวชลาลัย สุขเต่าเผือก  
นางสาวณัชชา พรหมศรี  
นายมีชัยวัฒน์ พงศ์มัญวาน  
นางวัชรภรณ์ ใจเมคา  
นายวัชรระ เจริญเรือง  
นายอภิภู กิติกำธร  
นางสาวอรอนงค์ ดุ้ยแสน

### เลขานุการ

นางสาวจิตราพรรณ รัตนวงษ์  
นางสาวมูทิตา บุญวยากรณ์

## บทบรรณาธิการ

การทำหน้าที่ของสื่อมวลชนในสถานการณ์ปัจจุบัน ต้องอยู่ภายใต้การควบคุม ตรวจสอบอย่างเข้มข้น จากทั้งองค์กรภาครัฐ องค์กรอิสระ และการเซ็นเซอร์ตนเอง ขององค์กรสื่อ แต่อย่างไรก็ตามในฐานะนักวิชาชีพสื่อสารมวลชนก็ยังคงทำบทบาทหน้าที่ของตนเองในมิติต่างๆ

บทความของกรณิการ์ ชมพุดรี เรื่อง “การมีส่วนร่วมของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ ที่มีผลต่อการกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย” นำเสนอบทบาท สื่อด้านการสร้างความเป็นประชาธิปไตยและการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยกรณีของ องค์กรกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย หรือไทยพีบีเอส มีสภา ผู้ชมและผู้ฟังรายการเป็นทั้งกลไกตรวจสอบ และให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการ การร่วมกำหนดประเด็นเนื้อหา และการร่วมกำหนดนโยบาย ทั้งนี้เพื่อให้ไทยพีบีเอส ยังคงเป็นสื่อสาธารณะที่มีความเป็นอิสระ เป็นกลาง ไม่ถูกแทรกแซง ครอบงำ ทั้งจากรัฐและทุน รวมไปถึงกลุ่มองค์กรภาคประชาชน

ในขณะที่บทบาทหน้าที่ของสื่อด้านการสร้างความบันเทิง ปรากฏในบทความของ ทักษอร พุ่มสิริโรจน์ เรื่อง “การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจ และการเรียนรู้บทบาท ทางเพศจากนวนิยายแนวลัทธิการมรณ์ของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร” ในส่วนของ นวนิยายแนวลัทธิการมรณ์ชายรักชาย ได้สร้างความหมายของความรักและบทบาท ทางเพศแบบชายรักชายในเชิงบวก และมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ที่มีพฤติกรรมแบบชายรักชาย โดยสร้างให้จุดจบของของนวนิยายเป็นแบบมีความสุข ในส่วนของผู้รับสารมีเหตุผล ในการอ่านนวนิยายเพื่อความสนุกสนานบันเทิง และมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จากการอ่านนวนิยายแนวลัทธิการมรณ์อยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นรูปแบบของการใช้สื่อบันเทิง เพื่อหลบเลี่ยงออกมาจากประสบการณ์ ในชีวิตประจำวันที่น่าขำก จำเจ หรือเพื่อ หลบหนีปัญหา

สำหรับบทความของศรินภา จันทรทา เรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ต่อรูปแบบและเนื้อหาของผู้ใช้เว็บไซต์ [www.eduzones.com](http://www.eduzones.com)” เป็นบทความที่ชี้ให้เห็น บทบาทสื่อด้านการให้ความรู้แก่ผู้รับสาร ซึ่งการแสดงบทบาทดังกล่าวขึ้นอยู่กับ ความต้องการของผู้รับสาร โดยเฉพาะเนื้อหาของเว็บไซต์ที่ต้องเป็นประโยชน์ตรงกับ ความต้องการของผู้รับสารมากที่สุด ดังนั้นผู้รับสารจึงไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจาก สื่อมวลชนเท่านั้น หากแต่จะเลือกใช้สื่อและรับสารที่สามารถสนองความต้องการ

และความพอใจของตน

นอกจากนี้ในบทความ 2 เรื่องที่เกี่ยวข้องกับสื่อออนไลน์ในแง่มุมที่ต่างกัน ในบทความของ ส่วนของของศุภฤกษ์ โพธิ์ไพรัตน์ เรื่อง “แนวโน้มการบริหารจัดการ การผลิตรายการโทรทัศน์ในอนาคต (พ.ศ. 2559 – 2562)” ทำให้เห็นแนวโน้มให้ความสำคัญกับรูปแบบการบริหารจัดการการผลิตรายการโทรทัศน์ออนไลน์มากยิ่งขึ้น โดยมี แนวโน้มเผยแพร่ทางช่องทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัลควบคู่ไปกับการเผยแพร่ทางช่องทางออนไลน์ อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาดที่ควบคู่ไปกับการผลิตรายการโทรทัศน์ หรือการแสวงหาแนวทางโฆษณาหรือการผลิตรายการโทรทัศน์อื่นๆ เพื่อส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาด ในขณะที่บทความของ ธรรม สารรัตน์ เรื่อง “การใช้และความพึงพอใจบริการสื่อออนไลน์ เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย” เป็นตัวอย่างของบทบาทสื่อออนไลน์ในด้านการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ ทำให้ผู้ให้บริการได้รับสะดวก รวดเร็ว ใช้งานง่าย และส่งผลให้เกิดความพึงพอใจจากการใช้บริการสื่อออนไลน์ในยุคปัจจุบัน

ภายใต้เงื่อนไขทางการเมืองและความมั่นคง อีกทั้งข้อจำกัดในการทำหน้าที่ตามอุดมการณ์ทางวิชาชีพ นักสื่อสารมวลชนยังคงทำหน้าที่ของตนเองต่อไป

อาจารย์ ดร.ขวัญฟ้า ศรีประพันธ์

บรรณาธิการ

## สารบัญ

หน้า

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| การมีส่วนร่วมของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการที่มีผลต่อ<br>องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย<br>Participation of the Council in<br>Thai Public Broadcasting service (Thai PBS)<br>» กรรณิการ์ ชมภูศรี และจิระศักดิ์ สารรัตน์                                                                            | 1  |
| การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจ และการเรียนรู้บทบาททางเพศ<br>จากนวนิยายแนวลัทธิการมรณ์ของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร<br>Uses, Gratifications and Gender Role Learning from<br>Erotica Novels Among Readers in Bangkok Metropolitan<br>» ทักษอร พุ่มศิริโรจน์ และจิระศักดิ์ สารรัตน์                                     | 18 |
| การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรูปแบบและเนื้อหา<br>ของผู้ใช้เว็บไซต์ <a href="http://www.eduzones.com">www.eduzones.com</a><br>Uses and Gratifications of Web Users<br>with Forms and Contents of <a href="http://www.eduzones.com">www.eduzones.com</a><br>» ศิริินภา จันทรรทา และภุพยัพ ยอดมิ่ง                | 31 |
| การใช้และความพึงพอใจบริการสื่อออนไลน์<br>เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการ<br>ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย<br>Usage and Gratifications of Online Financial Services<br>Through Financial Transactions in Muang Chiang Rai District,<br>Chiang Rai Province<br>» ธรพร สภารัตน์ และภุพยัพ ยอดมิ่ง | 50 |



แนวโน้มการผลิตรายการโทรทัศน์ขนาดกลาง  
และขนาดเล็กในอนาคต (พ.ศ. 2559 – 2562)  
Television Production Management Trend  
(2016 – 2019)

65

» ศุภฤกษ์ โพธิ์ไพรัตน์

## การพิจารณารับบทความ

วารสารการสื่อสารมวลชน (Journal of Mass Communication) พิจารณาตีพิมพ์บทความภาษาไทย ประเภทบทความวิจัย และบทความทางวิชาการ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน และสาขาที่เกี่ยวข้อง ที่ไม่เคยตีพิมพ์หรือไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาเพื่อตีพิมพ์ ในสิ่งพิมพ์วิชาการใด

## หลักเกณฑ์ในการพิจารณา

1. กองบรรณาธิการจะไม่พิจารณาบทความหรือข้อเขียนที่ได้รับการตีพิมพ์แล้วในแหล่งอื่นๆ
2. กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิในการพิจารณาคัดเลือกบทความวิชาการ/บทความจากผลการวิจัย ที่จะเผยแพร่โดยความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการ และคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) จากภายในและภายนอก คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
3. กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิในการพิจารณาตกแต่งต้นฉบับบางส่วนในด้านภาษา ตัวสะกด การันต์ เพื่อให้ถูกต้องตามหลักภาษาไทย
4. สำหรับบทความหรือข้อเขียนที่ส่งมาให้พิจารณา กองบรรณาธิการจะแจ้งผลการพิจารณาให้ทราบ โดยจะไม่ส่งต้นฉบับคืน ผู้เขียนควรทำสำเนาไว้ด้วย

## รายละเอียดการจัดพิมพ์

1. การส่งบทความให้พิมพ์ลงกระดาษขนาด A4 โดยส่งมาที่กองบรรณาธิการ พร้อมแผ่น CD Rom บรรจุ file ของบทความที่ส่ง
2. ใช้โปรแกรม Microsoft word (Cordia New ขนาดอักษร 16 pt.)
3. ความยาวประมาณ 15 – 20 หน้ากระดาษ A4
4. การอ้างอิง ให้ใช้แบบนามปี

## สถานที่ส่งผลงาน

นางสาวจิตราพรพรณ รัตนวงษ์

คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

239 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200

โทรศัพท์ (053) 942703 ต่อ 195 หรือ 086-3935556 โทรสาร (053) 942704

E-mail: aorjiratrapan@gmail.com

- วารสารการสื่อสารมวลชน กำหนดออกปีละ 2 ฉบับ คือ ฉบับเดือนมกราคม-มิถุนายน และฉบับเดือนกรกฎาคม-ธันวาคม
- ลิขสิทธิ์เป็นของคณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ผู้ใดประสงค์จะนำข้อความใดๆ ไปพิมพ์เผยแพร่ต่อ ต้องได้รับอนุญาตจากผู้เขียนตามกฎหมายว่าด้วยลิขสิทธิ์
- วารสารการสื่อสารมวลชน ได้รับเงินอุดหนุนจากคณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ทัศนะและข้อคิดเห็นในวารสารการสื่อสารมวลชนฉบับนี้ เป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน มิใช่ทัศนะ และข้อเขียนของกองบรรณาธิการหรือของคณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

การมีส่วนร่วมของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการที่มีผลต่อ  
องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย  
Participation of the Council in  
Thai Public Broadcasting service (Thai PBS)

กรรณิการ์ ชมภูศรี<sup>1</sup>  
จิระศักดิ์ สารรัตน์

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “การมีส่วนร่วมของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการที่มีผลต่อองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการในการทำงานสื่อขององค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) และผลที่เกิดขึ้น เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง การสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ สมาชิกสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการรุ่นที่ 3 กรรมการนโยบาย กรรมการบริหาร และบุคลากรของ ส.ส.ท.

ผลการศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมของสภาผู้ชมฯ ส.ส.ท. ประกอบด้วย การสะท้อนความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการ การร่วมกำหนดประเด็นเนื้อหา และการร่วมกำหนดนโยบาย โดยผ่านการจัดเวทีรับฟังความคิดเห็นจากผู้ชมและผู้ฟังรายการทั่วประเทศ การจัดทำรายงานข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะรายไตรมาส และการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายประจำปี เพื่อส่งมอบให้คณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการนโยบาย ทั้งนี้ การมีส่วนร่วมดังกล่าวส่งผลต่อ ส.ส.ท. ดังนี้ 1) ผลต่อนโยบาย พบว่า ข้อเสนอของสภาผู้ชมฯ สอดคล้องกับนโยบายของ ส.ส.ท. เช่น นโยบายด้านการมีส่วนร่วม ความเป็นเจ้าของ และการเข้าถึงสื่อสาธารณะ นโยบายด้านข่าวและรายการของส.ส.ท. 2) ผลต่อการดำเนินงานของ ส.ส.ท. เช่น ทำให้เกิดการพัฒนาแนวข่าวให้เจาะลึกรอบด้าน เพิ่มพื้นที่การนำ

<sup>1</sup> กรรณิการ์ ชมภูศรี (ศศ.ม. การสื่อสารศึกษา, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2557) และอาจารย์ ดร.จิระศักดิ์ สารรัตน์ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

เสนอข่าวให้กับภูมิภาค พัฒนาระดับศูนย์ข่าวภูมิภาค และพัฒนารายการนักข่าวพลเมือง 3) ผลต่อเนื้อหารายการ พบว่า ส.ส.ท. นำประเด็นที่สภาผู้ชมฯ นำเสนอไปเป็นแนวทางในการทำรายการ เช่น ปัญหาการคอร์รัปชัน ภัยพิบัติและปัญหาสิ่งแวดล้อม การปฏิรูปสังคมและการเมือง ปัญหาแรงงานข้ามชาติ ปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นต้น

การศึกษามีข้อค้นพบสำคัญ คือ การมีส่วนร่วมของสภาผู้ชมฯ สะท้อนการมีส่วนร่วม 4 ลักษณะ คือ การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร ผู้ปฏิบัติการ ผู้ร่วมกำหนดนโยบาย และผู้ร่วมในการประเมินผล แต่ยังไม่รวมถึงการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เพื่อให้ ส.ส.ท. ยังคงเป็นสื่อสาธารณะที่มีความเป็นอิสระ เป็นกลาง ไม่ถูกแทรกแซงครอบงำทั้งจากรัฐและทุน รวมไปถึงกลุ่มองค์กรภาคประชาชน แต่การมีส่วนร่วมของสภาผู้ชมฯ จะช่วยสร้างการถ่วงดุลอำนาจระหว่าง สภาผู้ชมฯ กรรมการนโยบาย และกรรมการบริหาร นอกจากนี้ จากข้อค้นพบที่ว่า สภาผู้ชมฯ มีสำนึกการมีส่วนร่วมและคาดหวังต่อสื่อสาธารณะค่อนข้างสูง จนอาจนำไปสู่การกดดันหรือ “การแทรกแซงสื่อ” ได้ง่าย ดังนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่สภาผู้ชมฯ และกลไกต่างๆ ใน ส.ส.ท. จะต้องเรียนรู้ทำความเข้าใจบทบาทของแต่ละฝ่าย และร่วมกันพัฒนาระดับ ส.ส.ท. ให้เป็นสื่อสาธารณะที่พึงประสงค์ ตามเจตนารมณ์ของการก่อตั้ง

## Abstract

The purpose of this qualitative study entitled “**Participation of the Council in Thai Public Broadcasting service (Thai PBS)**” is to explore the participation of the Audience Council in the Thai Public Broadcasting Service (Thai PBS) and its effects. Documentary study, participant observation and in-depth interview are the main collecting data methods. The key sample are as follows: purposively selected members of the 3rd Audience Council, members of Board of Governor, member of Executive Board, and staffs of Thai PBS.

The study revealed that participation of the Audience Council included reflection on broadcasting programs, determination of program content, and policy development. Public forum was held to collect audience feedback, accept annual policy recommendations, and

quarterly and annually report on audience comments and recommendations submitted to the Board of Governor and the Executive Board. The participation affected the Thai PBS in three ways including its policy, operation, and program content. First, the recommendations of the Audience Council corresponded to the policy of Thai PBS, namely participation policy, sense of belonging among the public, and access to public media, policy on news report and programs. Second, news programs had been changed to be more in-depth coverage covering all aspects., Local news report had been increased to fill more airtime in the locality. Regional news report center was set up. Citizen journalism program had been improved. In other words, citizen journalists had been trained in content creation and presentation. Third, Thai PBS had been addressed issues found in the Audience Council's reports, including corruption, disaster and environment problems, political and social reform, immigrant workers, and conflict in the south of Thailand, and run its programs under these themes.

The important finding revealed that the Audience Council participation can be categorized into four groups as follows: participation as message receivers, participation as operators, participation as policy makers, and participation as assessors. The only exception was participation in decision-making processes because Thai PBS still wanted to maintain its neutral political position showing an absence of political interference from both public and private sectors including civil organizations. However, the Audience Council participation helped keep the balance of power between the Audience Council, Board of Governor, and Executive Board. Moreover, the Audience Council showed high level of active participation and high expectation of public media, and these could lead to interference with media freedom. Therefore, it was necessary for the Audience Council and other mechanisms of Thai PBS to study each other role to gain insight into the roles and characteristics in

order to raise its level of its role as public media as seen in its intentions behind the establishment.

## บทนำ

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เป็นสื่อสาธารณะแห่งแรกของประเทศไทย ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2551 หัวใจสำคัญ คือ การมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ ส.ส.ท. เป็นกลไกหนึ่งที่รองรับด้วยกฎหมาย กำหนดให้มีสภาผู้ชมฯ จำนวน 50 คน ทำหน้าที่ในการสะท้อนความคิดเห็นให้ข้อเสนอแนะต่อการทำงานของ ส.ส.ท. การมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในลักษณะดังกล่าว จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจซึ่งยังไม่เคยปรากฏในสังคมไทยมาก่อน ที่สื่อจะยกสถานะผู้รับสารให้สามารถมีส่วนร่วมกับผู้ส่งสารในฐานะสื่อใหญ่ (Mass Media) เพื่อกำหนดถึงความต้องการของผู้ชมได้ ดังนั้น ผู้ศึกษาเห็นว่าก้าวอย่างเข้าสู่ปีที่ 7 ของการทำงาน การที่สื่อคุณภาพอย่าง ส.ส.ท. เป็นประโยชน์ต่อสังคมได้เปิดพื้นที่ให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมนั้น ประชาชนในฐานะสมาชิกสภาผู้ชมฯ เองได้ตื่นตัวเข้าไปมีส่วนร่วมหรือไม่อย่างไร สภาผู้ชมฯ มีส่วนร่วมตามบทบาทหน้าที่อย่างไร ทั้งนี้ การมีส่วนร่วมดังกล่าว มีผลให้กรรมการของ ส.ส.ท. ได้นำไปพัฒนาปรับปรุงรูปแบบเนื้อหารายการ การบริหารงานและการกำหนดนโยบายหรือไม่ อย่างไร ขณะเดียวกันกรรมการ ส.ส.ท. ได้ให้ความสำคัญของต่อข้อเสนอจากสภาผู้ชมฯ หรือไม่ อย่างไร ดังนั้น งานศึกษานี้ต้องการชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาสื่อสาธารณะของสังคมไทย สะท้อนให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาสื่อสาธารณะให้มีคุณภาพตอบสนองตรงต่อความต้องการของประชาชนตามเจตนารมณ์ของกฎหมายนั่นเอง

## วัตถุประสงค์

1. ศึกษาการมีส่วนร่วมของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการกับองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย
2. ศึกษาผลของการมีส่วนร่วมของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

## แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

### 1. แนวคิดการมีส่วนร่วม

Cerner<sup>2</sup> อธิบายถึงการมีส่วนร่วมนั้นเป็นการให้โอกาสประชาชนเป็นฝ่ายตัดสินใจกำหนดความต้องการของตนเอง เป็นการเสริมพลังอำนาจให้ประชาชนดำเนินกิจกรรมต่างๆ มากกว่าที่จะเป็นฝ่ายตั้งรับ

การมีส่วนร่วมเป็นการเข้าไปรับอำนาจที่จะคิดจะทำการดำเนินการใดๆ มากขึ้น โดยต้องร่วมกันอย่างเท่าเทียมกัน เสมอภาค เป็นอิสรภาพ และมีส่วนร่วมด้วยอย่างแท้จริง เข้มแข็ง (Active) มิใช่ร่วมกันอย่างผิวเผิน เฉื่อยชา (Passive) (นรินทร์ชัย พัฒนาพงศา อ่างในปาริชาติ วลัยเสถียรและคณะ 2548) การมีส่วนร่วมของประชาชน คือ กระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงาน ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ แก้ไขปัญหาตนเอง ร่วมใช้ความคิดสร้างสรรค์ และสนับสนุนติดตามผลปฏิบัติงานขององค์กรและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง Erwin<sup>3</sup>

ปาริชาติ วลัยเสถียร<sup>4</sup> ให้ความหมายว่า เป็นการเข้าร่วมอย่างแข็งขันของกลุ่มบุคคลที่มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกขั้นตอน การมีส่วนร่วมต้องเป็นไปในรูปที่มีผู้ได้รับการพัฒนาเข้ามามีส่วนกระทำ การมีส่วนร่วมของประชาชนไม่ใช่หมายความว่าเพียงการตั้งประชาชนเข้ามามีส่วนทำกิจกรรม ความหมายของการมีส่วนร่วม 2 ลักษณะคือ ก) การมีส่วนร่วมในลักษณะที่เป็นกระบวนการของการพัฒนา โดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดโครงการ ข) การมีส่วนร่วมทางการเมืองนั้น แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ (1) การส่งเสริมสิทธิและพลังอำนาจของพลเมืองโดยประชาชน หรือชุมชนพัฒนาขีดความสามารถของตนในการจัดการเพื่อรักษาผลประโยชน์ของกลุ่ม (2) การเปลี่ยนแปลงกลไกการพัฒนาโดยรัฐมาเป็นการพัฒนาที่ประชาชนมีบทบาทหลักโดยกระจายอำนาจจากส่วนกลางมาเป็นส่วนภูมิภาค เพื่อให้ภูมิภาคมีลักษณะเป็นเอกเทศให้มีอำนาจทางการเมือง การบริหาร โดยประชาชนสามารถตรวจสอบได้ เป็นการคืนอำนาจในการพัฒนาให้แก่ประชาชนให้มีส่วนร่วมในการกำหนดอนาคตตนเอง

---

<sup>2</sup>อ่างในปาริชาติ วลัยเสถียรและคณะ, 2548

<sup>3</sup>อ่างในจินตวิรี เกษมสุข, 2554

<sup>4</sup>อ่างในปาริชาติ วลัยเสถียรและคณะ, 2548



## 2. ทฤษฎีสื่อแบบประชาธิปไตยและเน้นการมีส่วนร่วม (Participatory Communication Concept)

หน้าที่สำคัญของสื่อมวลชนตามทฤษฎีประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมของสื่อ นั้น McQuail<sup>5</sup> ประมวลไว้ ดังนี้

- 1) พลเมืองทุกคนและชนกลุ่มน้อยทุกกลุ่มมีสิทธิที่จะเข้าถึงสื่อมวลชนและมีสิทธิที่จะใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง
- 2) องค์กรของสื่อและเนื้อหาสื่อจะต้องไม่ถูกควบคุมจากหน่วยงานของรัฐ
- 3) สื่อจะต้องมีอยู่เพื่อประชาชนมิใช่เพื่อตัวองค์กรเองมิใช่เพื่อกฎวิชาชีพ
- 4) กลุ่มองค์กรและชุมชนควรจะเป็นเจ้าของสื่อได้เอง
- 5) สื่อขนาดเล็กที่มีลักษณะ Interactive และเปิดโอกาสให้ผู้รับมีส่วนร่วม ย่อมดีกว่าสื่อขนาดใหญ่ที่ดำเนินการโดยนักสื่อมวลชนมืออาชีพและการสื่อสารแบบทางเดียว
- 6) การสื่อสารมีความสำคัญมากเกินกว่าที่จะปล่อยให้อยู่ในมือของนักวิชาชีพ สื่อมวลชนเท่านั้น

## 3. แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

แนวทางการพิจารณาระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนนั้น สามารถเรียงลำดับจากระดับน้อยที่สุดไปจนถึงระดับมากที่สุดได้ 3 ระดับ<sup>6</sup> คือ

- 1) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร/ผู้ใช้สาร (Audience/Receiver/Users) ผู้รับสารยังคงมีฐานะเป็นเพียงผู้รับสารแต่เพียงอย่างเดียว สิ่งที่จะเปลี่ยนแปลงไปสำหรับฐานะของผู้รับสารในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมคือ 1.1) ต้องมีการขยายแนวคิดของผู้รับสารให้ตระหนักถึงสิทธิที่จะรู้ของตนและขยายไปถึงสิทธิที่จะบอกเล่าข้อมูลข่าวสารของตนต่อสาธารณะ 1.2) ปัจจัยสำคัญของการมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร ก็คือ ช่องทางข่าวสาร (Channel) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบางช่วงเวลาที่เป็นช่วงระยะเวลาสำคัญ หรือมีเหตุการณ์สำคัญต้องสำรวจว่า มีช่องทางอะไรบ้างที่ประชาชนจะได้รับ-ส่งข่าวสารอย่างทั่วถึง

---

<sup>5</sup> อ้างถึงกาญจนา แก้วเทพ ใน วีระวรรณ ยังกิจการและคณะ, 2547

<sup>6</sup> อ้างในวีระวรรณ ยังกิจการและคณะ, 2547

2) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง/ผู้ผลิต/ผู้ร่วมผลิต (sender/producer/co-producer)

3) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย (Policy Maker/Planner)

#### 4. แนวคิดสื่อสารสาธารณะ

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) ได้ระบุถึงหลักสำคัญในการบ่งบอกถึงความเป็นสื่อสาธารณะ 4 ประการ คือ

- 1) สื่อสาธารณะสามารถเข้าถึงได้อย่างกว้างขวาง ทั้งถึงและเท่าเทียม (Universality) ไม่ว่าพลเมืองนั้น จะมีความแตกต่างด้านฐานะทางสังคมหรือด้านอื่นใด สื่อสาธารณะต้องเปิดโอกาสให้พวกเขาได้รับประโยชน์มากที่สุดอย่างเสมอภาคกัน เพราะเป็นหลักพื้นฐานสำคัญของความเป็นประชาธิปไตย
- 2) สื่อสาธารณะมีความหลากหลาย (Diversity) สะท้อนผลประโยชน์สาธารณะ (Public Interest) ที่หลากหลายอย่างน้อยที่สุด 3 ด้าน คือ ประเพณีการที่นำเสนอ กลุ่มเป้าหมาย และเนื้อหาสาระที่เป็นประเด็นถกเถียง
- 3) สื่อสาธารณะต้องมีความเป็นอิสระในวิชาชีพ (Editorial Independence) ต้องปลอดจากอำนาจทั้งทางธุรกิจและการเมือง เพื่อให้สามารถนำเสนอข่าวสารได้อย่างตรงไปตรงมา และยังคงความเชื่อถือจากประชาชนไว้ได้ ต้องเป็นเวทีกลางสำหรับการแสดงความคิดเห็นที่เป็นอิสระ เป็นเวทีเผยแพร่ข้อมูลความคิดเห็นและข้อวิพากษ์วิจารณ์ต่างๆ
- 4) สื่อสาธารณะต้องมีความโดดเด่น แตกต่างเฉพาะตัว (Distinctiveness) ไม่เพียงแต่สื่อสาธารณะจะนำเสนอเนื้อหาที่สื่ออื่นๆ ไม่ทำ ไม่สนใจหรือไม่ให้ความสำคัญเท่านั้น แต่เนื้อหาของสื่อสาธารณะต้องแตกต่างจนสามารถเป็นผู้นำด้านคุณภาพรายการ โดยพลเมืองสามารถมีส่วนร่วมกำหนดและบอกได้ว่ารายการคุณภาพเป็นอย่างไร

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษา เรื่อง การมีส่วนร่วมของสภาผู้ชมฯ และผู้ฟังรายการที่มีต่อองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อต้องการชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมของ

สภาผู้ชมา ในฐานะตัวแทนประชาชนที่มีผลต่อการดำเนินงานของ ส.ส.ท. ให้องค์กรสื่อสารสาธารณะดำเนินการตอบสนองตรงต่อความต้องการของประชาชนผู้ติดตามชม และทำให้การมีส่วนร่วมเป็นไปตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยมีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ คือ สมาชิกสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ ส.ส.ท. จำนวนทั้งหมด 50 คนจากทั่วประเทศ เลือกเฉพาะเจาะจง 10 คน ซึ่งเป็นสมาชิกสภาผู้ชมา ที่รับผิดชอบอยู่ในพื้นที่ภาคเหนือ โดยทำการศึกษาการมีส่วนร่วมของสมาชิกสภาผู้ชมา ในปี พ.ศ. 2557 เป็นหลัก รวมถึงศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องของ ส.ส.ท. เพื่อเป็นเนื้อหาเพิ่มเติมในการประกอบการวิเคราะห์ให้มีความสมบูรณ์ และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบการพรรณนา (Descriptive Analysis)

### **กลุ่มเป้าหมาย ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง**

ผู้ศึกษาได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายโดยใช้วิธีแบบเจาะจง ดังนี้

1. สมาชิกสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ ส.ส.ท. จำนวน 50 คนทั่วประเทศ เลือกกลุ่มเป้าหมายเฉพาะสมาชิกสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ 10 คน ที่รับผิดชอบภาคเหนือ
2. บุคลากรของ ส.ส.ท. ประกอบด้วย 1) กรรมการนโยบาย จำนวน 3 คน 2) กรรมการบริหาร จำนวน 1 คน 3) บุคลากรฝ่ายผลิตรายการ จำนวน 2 คน 4) ฝ่ายสนับสนุนงานสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ คือ สำนักรับฟังและการมีส่วนร่วม

### **เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล**

1. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)
2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

### **การวิเคราะห์ข้อมูล**

ผู้ศึกษาใช้วิธีการวิเคราะห์ผลข้อมูลโดยวิธีการ ดังนี้

1. จัดประเภทข้อมูล แยกแยะข้อมูลออกเป็นกลุ่ม เพื่อให้สามารถวิเคราะห์สังเคราะห์ ค้นพบข้อสรุปที่โดดเด่น
2. ดำเนินการวิเคราะห์ ศึกษา เชื่อมโยงข้อมูลโดยค้นหาความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันภายในข้อมูลที่ได้จากการประมวลรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ

3. จัดทำข้อสรุปสำคัญที่ค้นพบจากการศึกษา เชื่อมโยงข้อสรุปกับหลักฐานที่ได้จากการให้สัมภาษณ์เชิงลึก เอกสารรายงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อหยิบยกหลักฐานต่างๆ ที่ได้จากการสัมภาษณ์มาใช้ในการสนับสนุนข้อสรุป

4. ตรวจสอบความแม่นยำของข้อมูล โดยใช้การตรวจสอบจากบุคคลผู้รู้ผู้เชี่ยวชาญ หลังจากดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวตามแนวทางข้างต้นแล้ว นำข้อมูลดังกล่าวมาตีความข้อมูล แปลความหมายสิ่งที่ค้นพบ เพื่ออภิปรายผลการวิจัยโดยใช้วิธีการเขียนเชิงพรรณนา

## ผลการวิจัย

1. ความสำคัญของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการที่มีต่อองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

ตาม พ.ร.บ.องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทยกำหนดให้มัลติมีเดียผู้ชมและผู้ฟังรายการทำหน้าที่เป็นผู้สะท้อนความคิดเห็นให้ข้อเสนอแนะต่อกรรมการ ทั้งนี้ จากการศึกษาพบว่า ส.ส.ท. โดยกรรมการนโยบาย กรรมการบริหาร และฝ่ายผลิตที่เกี่ยวข้อง อาทิ ฝ่ายข่าวให้ความสำคัญกับสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการอย่างยิ่ง ตามบทบาทหน้าที่ในเชิงกลไกโครงสร้างที่สำคัญในการมีส่วนร่วมที่มาจากประชาชน ส.ส.ท. นำข้อเสนอแนะของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการใช้ในการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบเนื้อหารายการ ผังรายการ ทิศทางการทำงาน และแนวนโยบายของ ส.ส.ท. โดยเฉพาะ การกำหนดประเด็นเนื้อหารายการสำคัญหรือวาระทางสังคมเพื่อนำเสนอให้เป็นประเด็นสาธารณะ เช่น ภัยพิบัติ การคอร์รัปชัน การปฏิรูป ผลกระทบนโยบายรัฐต่อประชาชน เป็นต้น ขณะเดียวกันสภาผู้ชมฯ ยังทำหน้าที่สะท้อนภาพของการเป็นสื่อสาธารณะตามระบบเปรียบเสมือนองค์กรหนึ่งในการถ่วงดุลระหว่าง 3 ส่วนสำคัญ คือ กรรมการนโยบาย กรรมการบริหาร และสภาผู้ชมฯ ทั้งนี้ ข้อเสนอของสภาผู้ชมฯ มีผลต่อ ส.ส.ท. ค่อนข้างมาก แต่ต้องอยู่บนเงื่อนไขของการสะท้อนข้อมูลที่เป็นจริง มีเหตุผลน่าเชื่อถือ ข้อมูลอ้างอิงรองรับและเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ซึ่งจะเป็นหัวใจสำคัญที่ ส.ส.ท. ยอมรับนำไปใช้ประโยชน์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของสาธารณะต่อไป

2. การมีส่วนร่วมของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการตามบทบาทหน้าที่ที่กำหนดไว้ใน พ.ร.บ.องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทยและการมีส่วนร่วมในรูปแบบอื่นๆ

การมีส่วนร่วมของสภาผู้ชมฯ กำหนดไว้ใน พ.ร.บ.องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทยให้มีบทบาทหน้าที่ 5 ประการสำคัญ คือ 1) การเฝ้าติดตามรับชมและรับฟังรายการจากสื่อขององค์การฯ และนำข้อคิดเห็นมาหารือแลกเปลี่ยนในระหว่างสมาชิกและกำหนดเป็นวาระนำเสนอต่อที่ประชุมสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ 2) จัดให้มีกระบวนการกิจกรรมการมีส่วนร่วมเพื่อรับฟังความคิดเห็นข้อเสนอแนะต่อรายการของ ส.ส.ท. และข้อเสนอแนะจากประชาชนในภูมิภาคและเครือข่ายทุกไตรมาส 3) จัดให้มีการสร้างและขยายเครือข่าย “เพื่อนสื่อสาธารณะ” ทั่วประเทศจากผู้ที่มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อรายการและกิจการขององค์การฯ 4) จัดทำรายงานที่มีผลมาจากการรวบรวมรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในภูมิภาคและในวงกว้างโดยวิเคราะห์และสังเคราะห์ให้ครอบคลุมประเด็นที่สะท้อนถึงคุณภาพ มาตรฐาน จริยธรรมขององค์การและผลกระทบจากการนำเสนอรายการ ทุกไตรมาส พร้อมทั้งรวบรวมเป็นรายงานประจำปี เพื่อส่งมอบให้คณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการนโยบาย 5) จัดทำรายงานประจำปีที่ถอดบทเรียนการทำงานของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการในรอบปี พร้อมข้อเสนอแนะที่มีเหตุผลสนับสนุนจากข้อมูลที่ได้รับรวบรวมได้ นำเสนอคณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการนโยบาย

การศึกษาพบว่า สภาผู้ชมและผู้ฟังรายการมีส่วนร่วม กับ ส.ส.ท. ในฐานะผู้รับสาร ด้วยการเป็นผู้ติดตามชมรายการของ ส.ส.ท. ผ่านทุกช่องทาง และเป็นผู้ร่วมกำหนดนโยบาย กำหนดเนื้อหาของ ส.ส.ท. ด้วยการเป็นผู้รับฟังความคิดเห็นจากผู้ชมรายการทั่วประเทศ เพื่อประมวลข้อมูล ข้อคิดเห็นทั้งหมดเป็นข้อเสนอแนะต่อการพัฒนารายการ ข้อเสนอแนะต่อนโยบาย ให้กับกรรมการนโยบายของ ส.ส.ท. นอกจากนี้พบว่า สภาผู้ชมฯ มีส่วนร่วมกับ ส.ส.ท. ด้วยการให้ข้อเสนอแนะทางตรงในเวทีประชุมต่างๆ ของสภาผู้ชมฯ ทั้งการประชุมสามัญ ประชุมวิสามัญที่กรรมการนโยบายและกรรมการบริหาร ส.ส.ท. และตัวแทนสำนักต่างๆ ของ ส.ส.ท. เข้าร่วมรับฟังความคิดเห็นในการประชุมด้วย

การทำงานของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการเป็นไปครบตามบทบาททั้ง 5 ประการข้างต้นที่กำหนดไว้ในระเบียบของ ส.ส.ท. ภายใต้ภารกิจทั้ง 5 ข้อดังกล่าว จากการศึกษาสภาผู้ชมฯ ให้ความสำคัญ ให้น้ำหนักต่อการทำงานในภารกิจข้อที่ 2 และข้อที่ 4 มากเป็นพิเศษ กล่าวคือ ภารกิจที่ 2 รับฟังความคิดเห็นจากประชาชนในวงกว้างนั้น เป็นรูปธรรมในการทำงานของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมประชาชนผ่านการจัดเวทีรับฟังความคิดเห็นจากผู้ชมและผู้ฟังรายการทั่วประเทศ ประกอบ

ด้วยเวทีรับฟังความคิดเห็นบุคคลทั่วไประดับจังหวัด เวทีรับฟังผู้ชมเข้มข้นระดับภูมิภาค เวทีรับฟังความคิดเห็นเครือข่ายตามกลุ่มประเด็น และเวทีสมัชชาเครือข่ายเพื่อน สื่อสาธารณะ ตามลำดับ เพื่อนำความคิดเห็นจากเวทีต่างๆ มาประมวลผลพัฒนาเป็น ข้อเสนอให้กับกรรมการนโยบาย และกรรมการบริหารปรับปรุงการผลิตให้ตอบสนอง ตามความต้องการของผู้ชม ในขณะที่ภารกิจข้อที่ 4 จัดทำรายงานที่มีผลมาจากการรวบรวมรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในภูมิภาคและในวงกว้าง เป็นการประมวลข้อมูลจากเวทีต่างๆ ในภารกิจที่ 2 มาพัฒนาเป็นข้อเสนอเชิงนโยบายส่งต่อให้กับกรรมการ ส.ส.ท. แบ่งเป็นรายงานไตรมาสทุกๆ 3 เดือนและรายการประจำปี ซึ่งเนื้อหาการรายงานหลักๆ เช่น ข้อเสนอต่อการเนื้อหาารูปแบบการผลิตรายการ อาทิ การพัฒนารายการข่าวให้เป็นรูปแบบข่าวเชิงสืบสวนสอบสวน ข่าวเชิงลึก ข้อเสนอต่อ นโยบาย อาทิ การพัฒนาการมีส่วนร่วมในทุกมิติ ซึ่งการพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบาย ถือเป็นหัวใจสำคัญในการทำงานเพื่อกำหนดทิศทางนโยบายของ ส.ส.ท. แล้วแปลงสู่การปฏิบัติต่อไป ส่วนภารกิจอีก 3 ประการที่เหลือนั้นพบว่า เป็นกิจกรรมที่สมาชิกสภา ผู้ชมฯ ให้ความสำคัญรองลงมาจากภารกิจการรับฟังความคิดเห็น และการจัดทำรายงาน ข้อเสนอเชิงนโยบาย

นอกจากนี้ สภาผู้ชมฯ ยังมีส่วนร่วมในรูปแบบอื่นกับ ส.ส.ท. อาทิ การมีส่วนร่วม ในการเป็นคณะกรรมการชุดต่างๆ ของ ส.ส.ท. เช่น คณะอนุกรรมการพิจารณาเรื่อง ร้องเรียน คณะอนุกรรมการการมีส่วนร่วม การเป็นแหล่งข่าว แหล่งข้อมูล เป็นภาคี เครือข่ายระดับพื้นที่ และการศึกษายังพบอีกว่า สภาผู้ชมฯ เป็นเรื่องใหม่สำหรับสังคม ไทยที่ประชาชนมีส่วนร่วมกับสื่อ ซึ่งมีข้อควรคำนึงสำคัญ คือ การทำงานต้องไม่เป็นไป ในลักษณะ “แทรกแซงสื่อ” เนื่องจากสภาผู้ชมฯ ส่วนใหญ่มีสำนึกร่วมของการเป็นเจ้าของ สื่อสาธารณะ ดังนั้นย่อมต้องการใช้ประโยชน์ ในขณะเดียวกันก็วางแผนพร้อมที่จะ ปกป้องสื่อสาธารณะด้วยเช่นกัน สภาผู้ชมฯ ยังสะท้อนภาพความเป็นสื่อสาธารณะที่ สมบูรณ์แบบในแง่ของการเป็น “กลไกการถ่วงดุล” ของ ส.ส.ท. ทำหน้าที่ติดตาม ตรวจสอบ ให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะอย่างต่อเนื่องกับกรรมการนโยบาย กรรมการ บริหาร ทั้งนี้ สิ่งสำคัญอีกประการ คือ สภาผู้ชมฯ แม้จะผลัดเปลี่ยนตามวาระคราวละ 2 ปี แต่สิ่งสำคัญที่ค้นพบ คือ สภาผู้ชมฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์กรให้ สภาผู้ชมฯ เป็นสถาบันทางสังคมที่เข้มแข็ง ด้วยการทำงานพัฒนาเครือข่ายเพื่อน สื่อสาธารณะให้มีความเข้มแข็งกระจายตัวครอบคลุมทุกพื้นที่

3. ผลการมีส่วนร่วมของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการที่มีต่อการดำเนินงานขององค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย

การมีส่วนร่วมของสภาผู้ชมฯ มีผลต่อ ส.ส.ท. ที่เห็นได้ชัด 3 ด้าน คือ 1) ผลต่อนโยบาย 2) ผลต่อการดำเนินงาน 3) ผลต่อเนื้อหาารูปแบบรายการของ ส.ส.ท. ซึ่งข้อเสนอของสภาผู้ชมฯ ถูกนำไปปรับใช้ในทุกด้าน กล่าวคือ มีข้อเสนอของสภาผู้ชมฯ ที่สัมพันธ์กับนโยบายองค์การฯ คือ นโยบายความเป็นเจ้าของและการมีส่วนร่วม นโยบายด้านข่าวและรายการ ผลต่อการดำเนินงานที่เห็นชัดเจน คือ การพัฒนารายการของ ส.ส.ท. และพัฒนาเครือข่ายสร้างการมีส่วนร่วมกับภาคประชาชน ภาคพลเมืองในสังคมกระจายอำนาจเพิ่มพื้นที่บทบาทให้กับศูนย์ข่าวภูมิภาค ยกระดับนักข่าวพลเมือง พร้อมกับพัฒนารายการข่าวของช่องให้เน้นวิธีการทำข่าวเป็นแนวเชิงสืบสวนสอบสวน เป็นต้น ผลต่อเนื้อหาของ ส.ส.ท. พบว่า มีเนื้อหาที่สอดคล้องกับข้อเสนอของสภาผู้ชมฯ ดังนี้ การคอร์รัปชัน การจัดการทรัพยากรและที่ดินทำกิน การจัดการพลังงานและการขุดเจาะน้ำมัน ผลกระทบโครงการขนาดใหญ่ของรัฐ ผลกระทบจากแผนพัฒนาต่างๆ การจัดการสิ่งแวดล้อมและภัยพิบัติ การเมืองภาคพลเมือง ปัญหาแรงงานข้ามชาติ จังหวัดชายแดนภาคใต้ และการปฏิรูป เป็นต้น

“รูปธรรมของสภาผู้ชมฯ ต่อการทำงานของ ส.ส.ท. คือ ข้อเสนอเรื่องการพัฒนารายการข่าวให้เจาะลึก รอบด้าน ทันเหตุการณ์ ระมัดระวังเรื่องราวที่อ่อนไหวต่อสังคม” บทสัมภาษณ์กรรมการนโยบาย ส.ส.ท.

“ข้อเสนอของสภาฯ ต่อรูปแบบข่าวเจาะลึก รอบด้าน แตกต่างนำไปสู่การจัดทำเป็นนโยบายที่ชัดเจน กรรมการบริหารกำหนดลักษณะของข่าวไทยพีบีเอสต้องเป็นแนวข่าวเชิงสืบสวนสอบสวนให้มากขึ้น” บทสัมภาษณ์กรรมการบริหาร

“การพัฒนายกระดับศูนย์ข่าวภูมิภาคเป็นข้อเสนอของสภาฯ เพื่อให้กระจายอำนาจไปสู่ภูมิภาค ข้อเสนอได้รับการตอบรับจากกรรมการนโยบาย กรรมการบริหารนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์การทำงานมีการพัฒนาอบรมผู้สื่อข่าวภูมิภาค ยกระดับศูนย์ข่าวภูมิภาคให้มีขีดความสามารถมากขึ้น” บทสัมภาษณ์กรรมการนโยบาย

## อภิปรายผลการวิจัย

การมีส่วนร่วมของสภาผู้ชมฯ เป็นปรากฏการณ์สำคัญของสังคมไทยที่เปลี่ยนกระบวนทัศน์ของสังคมจากการที่สื่อมวลชนเป็นฐานันดรที่ 4 มีอำนาจเป็นผู้กำหนดเนื้อหาของข้อมูลสู่สาธารณะในลักษณะการสื่อสารในทิศทางเดียว (One Way

Communication) โดยผู้ชมเป็นเพียงผู้รับสาร ขาดโอกาสเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดเนื้อหา การเกิดขึ้นของสภาผู้ชมฯ อาศัยแนวคิดของสื่อสาธารณะจากต่างประเทศ โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมสะท้อนความต้องการให้กับสื่อ เป็นไปตามหลักการของทฤษฎีสื่อประชาธิปไตยการมีส่วนร่วมต่อต้านการรวมศูนย์หรือผูกขาดอำนาจ การสื่อสารไว้ที่สื่อมวลชนเพียงฝ่ายเดียว โดย ส.ส.ท. สะท้อนการถ่วงดุลอำนาจ 3 ฝ่ายระหว่างกรรมการนโยบาย กรรมการบริหาร และสภาผู้ชมฯ ถือเป็นกระบวนการตรวจสอบสื่ออีกมุมหนึ่ง ความหลากหลายของสมาชิกสภา 50 คน จาก 24 กลุ่มประเด็น สอดคล้องกับ Denis McQuail ที่ชี้ว่า สื่อประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมนั้น พลเมืองทุกคน ทุกกลุ่มมีสิทธิในการเข้าถึงสื่อมวลชนได้อย่างเท่าเทียมและมีสิทธิที่จะใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ไม่ถูกควบคุมจากหน่วยงานรัฐ เป็นอิสระโดยมุ่งประโยชน์เพื่อประชาชน สะท้อนภาพประชาชนเป็นเจ้าของสื่อ จึงเป็นไปตามแนวคิดของสื่อสาธารณะที่ต้องเปิดพื้นที่ให้ประชาชนมีส่วนร่วม ทั้งนี้ การมีส่วนร่วมของสภาผู้ชมฯ นั้น ตามภารกิจหน้าที่มีหลายระดับ ทั้งในรูปแบบการติดตามชมให้ข้อคิดเห็น การปรึกษาหารือ ร่วมปฏิบัติการ จัดทำรายงานข้อเสนอเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดนโยบาย เป็นแหล่งข่าว รวมถึงการประเมินผลการดำเนินงานของ ส.ส.ท. Corner อธิบายไว้ว่า การมีส่วนร่วมเป็นการให้โอกาสประชาชนเป็นฝ่ายตัดสินใจกำหนดความต้องการของตนเอง เป็นการเสริมพลังอำนาจให้ประชาชนในการดำเนินการมากกว่าการเป็นฝ่ายตั้งรับ Erwin เห็นว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน คือ กระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงาน ร่วมคิด ตัดสินใจ Wertheim ชี้ชัดถึงการมีส่วนร่วม นั้น ประชาชนต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจระดับต่างๆ ดังนั้น กระบวนการมีส่วนร่วมของสภาผู้ชมฯ จึงไม่สอดคล้องกับทฤษฎีการมีส่วนร่วมทั้งหมด โดยเฉพาะกระบวนการตัดสินใจ เนื่องจากบทบาทหน้าที่ของสภาผู้ชมฯ มีบทบาทเพียงการให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะกับกรรมการนโยบาย ส.ส.ท. โดยอำนาจการตัดสินใจอยู่ที่กรรมการนโยบาย กรรมการบริหาร และฝ่ายผลิตของ ส.ส.ท. ภายใต้เงื่อนไขปัจจัยที่เกี่ยวข้อง อาทิ ทิศทางนโยบาย สถานการณ์สังคม และงบประมาณ เป็นต้น ทั้งนี้ การดำเนินงานของ 3 ส่วนนี้ สัมพันธ์กันเพื่อให้ ส.ส.ท. ยังคงความเป็นสื่อสาธารณะที่ปราศจากการถูกแทรกแซง เป็นอิสระ เป็นกลาง



## ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

### 1. ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงาน

#### 1.1 ต่อองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.)

1) สภาผู้ชมฯ เป็นเพียงตัวแทนกลุ่มองค์กรเครือข่ายบางส่วนของสังคม มิใช่ตัวแทนทั้งหมดของประชาชนในประเทศ ดังนั้น ส.ส.ท. ต้องให้ความสำคัญกับเสียงของประชาชนวงกว้างร่วมด้วย

2) ผลการทำงานร่วมระหว่าง 3 กลไกหลัก มีข้อจำกัดด้านการทำงานร่วมกันอยู่ในบางส่วน ควรมีการปรับวิธีการทำงาน เพิ่มการสื่อสารภายในองค์กรให้เกิดการรับรู้ข้อมูลภายในองค์กรอย่างเท่าเทียม

3) การดำเนินงานของ ส.ส.ท. ควรใช้แนวคิดหลักด้านการถ่วงดุลอำนาจในการทำงาน 3 กลไกหลักเพื่อความเป็นประชาธิปไตยในองค์กรและหลักการบริหารแบบธรรมาภิบาลของสื่อสาธารณะต้นแบบในกลุ่มประเทศอาเซียน

4) ส.ส.ท. ควรจัดทำรายงานผลการนำข้อเสนอจากสภาฯ ที่ ส.ส.ท. นำไปใช้ประโยชน์ พร้อมทั้งให้รายงานต่อสภาผู้ชมฯ ได้รับทราบทุกไตรมาส

5) ส.ส.ท. ควรพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจ มีทักษะในการทำงานร่วมกับสภาผู้ชมฯ ที่เป็นภาคประชาชนซึ่งเป็นจิตอาสามากยิ่งขึ้น

#### 2.1 ต่อสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ

1) การดำเนินงานในการกิจการรับฟังความคิดเห็นของสภาผู้ชมฯ ควรคิดระบบการทำงานเชิงรุกทั้งในมิติเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ

2) สภาผู้ชมฯ ควรดำเนินการตามบทบาทภารกิจให้ครบถ้วน โดยเฉพาะด้านการติดตามและรับฟังรายการจากทุกสื่อขององค์กร นำข้อคิดเห็นมาแลกเปลี่ยนภายในสมาชิกฯ

3) สภาผู้ชมฯ ควรให้ความสำคัญกับการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมภายในสภาผู้ชมฯ อย่างทั่วถึง เพื่อให้สมาชิกสภาฯ ทุกคนได้มีส่วนร่วมทำตามบทบาทหน้าที่ในการทำงานร่วมกัน

4) ควรพัฒนาการทำงานให้เป็นระบบ เพื่อให้การทำงานเชื่อมโยงกับระบบของ ส.ส.ท. ได้ยิ่งขึ้น อาทิ ระบบฐานข้อมูล ระบบบัญชีการเงิน ระบบการประสานงาน

5) ควรกระจายอำนาจการทำงานของสภาผู้ชมฯ ใน 9 ภูมิภาคที่สามารถ ออกแบบกระบวนการรับฟังความคิดเห็นได้เอง ไม่จำเป็นต้องใช้รูปแบบเดียวทั้งประเทศ

## 2. ข้อเสนอแนะต่องานวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาแนวทางการสะท้อนความคิดเห็น ที่มีประสิทธิภาพสามารถนำไปสู่การปรับปรุงการทำงานของสภาผู้ชมฯ

2.2 ควรศึกษาเปรียบเทียบการทำงานสภาผู้ชมฯ ของ ส.ส.ท. กับสื่อสาธารณะของต่างประเทศ

2.3 ควรนำทฤษฎี Agenda setting มาใช้เพื่อวิเคราะห์ถึงการกำหนดวาระทางสังคมของสภาผู้ชมฯ ในฐานะประชาชน สื่อ และรัฐ

2.4 ควรนำทฤษฎีการสื่อสารการเมืองเพื่อศึกษาถึงสภาผู้ชมฯ ผ่านมุมมองของกลุ่มผลประโยชน์หรือกลุ่มอำนาจใหม่ที่เข้าไปมีบทบาทในสังคมผ่านสื่ออย่างไร

2.5 ควรศึกษาเปรียบเทียบการทำงานของสภาผู้ชมฯ ระดับชาติ กับระดับภูมิภาคของ ส.ส.ท.

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). *การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค*. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดการพิมพ์.
- จินตวีร์ เกษมสุข. (2554). *การสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นรินทร์ชัย พัฒนพงศา. (2547). *การมีส่วนร่วม หลักการพื้นฐาน เทคนิคและกรณีตัวอย่าง*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รุตินันท์ พงษ์สุทธิรักษ์ และวีระยุทธ กาญจนชูมิตร. (2546). *สื่อสารสาธารณะ (โครงการ “การปฏิรูประบบสื่อ: การพัฒนาบุคลากร และสื่อสารสาธารณะ”)*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ปาริชาติ วลัยเสถียรและคณะ. (2548). *กระบวนการและเทคนิคการพัฒนาของนักพัฒนา. โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข (สรส.)*. กรุงเทพมหานคร: อุษาการพิมพ์.

- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2549). **ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. พิมพ์ครั้งที่ 4.
- วันวิสาข์ ขาวคม. (2554). **มาตรการภาษีเพื่อสื่อสารสาธารณะ**. วิทยานิพนธ์ นิติศาสตรมหาบัณฑิตคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิภา อุดมฉันท. (2546). **โลกของการกระจายเสียงจากจุดเริ่มต้นสู่ยุคโลกาภิวัตน์**. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- สมควร กวียะ และ พิศิษฐ์ ขวาลาธวัช. (2545). **การสื่อสารมวลชน บทบาทหน้าที่ สิทธิ เสรีภาพ ความรับผิดชอบ**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โกสินทร์. พิมพ์ครั้งที่ 6.
- สุภิญญา กลางณรงค์. (2543). **มาตรา 40 กับวาทกรรมการปฏิรูปสื่อ**. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2547). **สื่อมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. พิมพ์ครั้งที่ 4.
- องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย. (2553). **คู่มือสมาชิกสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ(ฉบับปรับปรุง)**.
- องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.). (2551). **พระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท พรินต์โพร จำกัด.
- องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.). (2552). **รายงานผลการปฏิบัติงานองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย 2551**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท พรินต์โพร จำกัด.
- องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.). (2555). **รายงานผลการปฏิบัติงานองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย 2554**. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด สหพัฒนไพศาล.
- องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.). (2556). **รายงานผลการปฏิบัติงานองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย 2555**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท อมรินทร์ พรินต์ติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย. (2557). รายงานการ  
ประชุมสามัญสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการครั้งที่ 1/2557.

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย. (2557). รายงานการ  
ประชุมสามัญสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการครั้งที่ 2/2557.

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย. (2557). รายงานการ  
ประชุมสามัญสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการครั้งที่ 3/2557.

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย. (2557). รายงานการ  
ประชุมวิสามัญสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการครั้งที่ 4/2557.

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย. (2557). รายงานสรุป  
สำหรับผู้บริหาร: ผลการรับฟังความคิดเห็นผู้ชมและผู้ฟังรายการและ  
ข้อเสนอแนะไทยพีบีเอส ปีพ.ศ. 2557.

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย. (2555). หัวใจสื่อสาธารณะ  
คู่มือวิทยากรไทยพีบีเอส. สำนักวิชาการสื่อสาธารณะ.

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย. (2557). แผนยุทธศาสตร์  
การทำงานของสภาผู้ชมและผู้ฟังรายการปีพ.ศ.2557-2558. สภาผู้ชมและ  
ผู้ฟังรายการ.

สุนา สุวรรณอำภา. (2557). สื่อ PowerPoint นำเสนอในงานถอดบทเรียน  
สภาผู้ชมและผู้ฟังรายการปี พ.ศ. 2557.

สมศรี ศิริขวัญ และคณะ. (2555). รายงานโครงการศึกษาวิเคราะห์และประเมินกลไก  
สภาผู้ชมและผู้ฟังรายการไทยพีบีเอส. องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพ  
สาธารณะแห่งประเทศไทย.

วีรวรรณ ยังกิจการและคณะ. (2544). การมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหา  
รายการวิทยุเพื่อชุมชน. โครงการรายงานวิจัย สำนักงานกองทุนสนับสนุน  
การวิจัย (สกว.).

ชาติรี ไต้ฟ้ามูล และยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2553). แนวทางการปฏิรูปสื่อในมุมมอง  
องค์กรกำกับดูแลและเฝ้าติดตาม. รายงานการวิจัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.

ฐานข้อมูลจากเว็บไซต์

<http://program.thaipbs.or.th/newsprogram>

การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจ และการเรียนรู้บทบาททางเพศ  
จากนวนิยายแนวรักกามารมณ์ของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร  
Uses, Gratifications and Gender Role Learning from  
Erotica Novels Among Readers in Bangkok Metropolitan

ทักษอร พุมศิริโรจน์<sup>1</sup>  
จิระศักดิ์ สารรัตน์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ “การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจ และการเรียนรู้บทบาททางเพศจากนวนิยายแนวรักกามารมณ์ของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการสร้างความหมายของความรักและบทบาททางเพศแบบชายรักชายในนวนิยายแนวรักกามารมณ์ประเภทชายรักชาย 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจที่มีต่อผลการเรียนรู้บทบาททางเพศจากนวนิยายแนวรักกามารมณ์ประเภทชายรักชาย โดยใช้แบบวิเคราะห์เนื้อหา แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือในการศึกษา ผลการศึกษา พบว่า นวนิยายแนวรักกามารมณ์ประเภทชายรักชาย ได้สร้างความหมายของความรักและบทบาททางเพศแบบชายรักชายไว้ว่า ความรักระหว่างชายกับชายเป็นความรักที่มั่นคงและจริงจัง ผู้ที่เป็นชายรักชาย เป็นผู้ชายปกติที่มีคนรักเป็นคนเพศเดียวกัน และชายรักชาย จะมีบทบาททางเพศที่ชัดเจนและตายตัว ไม่มีการสลับบทบาทระหว่างกัน

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ที่มีผลต่อการเรียนรู้บทบาททางเพศจากนวนิยายแนวรักกามารมณ์ประเภทชายรักชาย พบว่า การเปิดรับนวนิยายแนวรักกามารมณ์ประเภทชายรักชาย ที่ต่างกัน มีการเรียนรู้บทบาททางเพศจากนวนิยายแนวรักกามารมณ์ประเภทชายรักชายต่างกัน

<sup>1</sup>ทักษอร พุมศิริโรจน์ (ศศ.ม. การสื่อสารศึกษา, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2557) และอาจารย์ ดร.จิระศักดิ์ สารรัตน์ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ส่วนการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ มีความสัมพันธ์ต่อการเรียนรู้บทบาททางเพศ จากนวนิยายแนวรักกามารมณ์ประเภทชายรักชายในระดับปานกลาง

อนึ่ง พบว่าผู้ที่อ่านนวนิยายแนวรักกามารมณ์ประเภทชายรักชายจำนวนมาก เป็นผู้ที่ทัศนคติที่ดีต่อความรักและกลุ่มคนชายรักชายอยู่ก่อนแล้ว การเปิดรับนวนิยาย ประเภทดังกล่าว จึงเป็นเพียงการเปิดรับสื่อที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้อ่าน ไม่ได้ส่งผลต่อการเรียนรู้ความหมายของความรักและบทบาททางเพศของชายรักชาย ที่นวนิยายแนวรักกามารมณ์ประเภทชายรักชายสร้างขึ้น และการสร้างความหมาย ของความรักและบทบาททางเพศระหว่างชายรักชายที่ปรากฏในนวนิยาย ไม่สอดคล้อง กับความเป็นจริงทั้งหมด

## Abstract

This independent study entitled “Uses, Gratifications and Gender Role Learning from Erotic Novels among Readers in Bangkok Metropolitan” which aims 1) to study meaning creation of love and gender role of gay men in erotic novels and 2) to examine relationship between the adoption, uses and gratifications that affects learning process of gender roles portrayed in gay erotic novels. Research tools in this study include content analysis, questionnaire, and interview.

The findings showed that gay erotic novels drove the meaning creation process for love and gay men gender role showing the intense and stable relationship. The gay men were portrayed as ordinary people who had homosexual relationship, obvious, and fixed gender role not adopting different gender role. According to the result of the examination of relationship between the adoption, uses and gratifications that affects learning process of gender roles portrayed in gay erotic novels indicated that the adoption process varied considerably and the learning process of the gender role also varied. In terms of the uses and gratifications, the result showed medium level effect arising from the learning process of the gender role portrayal.

However, it was found that most audience of erotic novels had good

attitude towards love and gay men. The adoption of the novels was reflected as the response to the audience demands, and this did not affect the learning process of gender roles and the meaning creation of love and gender role of gay men in erotic novels which did not conform to the reality.

## บทนำ

นักวิชาการและนักวิจัยทางด้านการสื่อสารมวลชน จิตวิทยา สังคมศาสตร์ และ พฤติกรรมศาสตร์ได้วิจัยผลกระทบของสื่อมวลชนและพบว่า สื่อมวลชนมีผลกระทบต่อ ความรู้ (Knowledge) ความคิดเห็น (Attitude) และพฤติกรรม (Practice) ของผู้รับ สาร ทั้งนี้ E. Merton (1948) (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2552) ได้นำเสนอทฤษฎี ผลกระทบอันจำกัดของสื่อมวลชน (Limited Effect Theory) ที่ระบุว่า ผู้รับสารที่มี ลักษณะต่างกันทั้งคุณลักษณะทางกายภาพ (Physiological Characteristic) คุณลักษณะ ทางจิตวิทยา (Psycho Characteristic) และคุณสมบัติของสื่อ (Media Characteristic) จะได้รับผลกระทบจากสื่อที่แตกต่างกัน พร้อมกันนี้แนวคิดการใช้ประโยชน์และความ พึงพอใจ (Uses and Gratification Theory) ได้นำเสนอแนวคิดที่ว่า ผู้รับสารไม่ได้ถูก สื่อมวลชนบังคับให้เปิดรับสื่อแล้วจึงเกิดผลกระทบดังที่สื่อนำเสนอ แต่ผู้รับสารนั้นเปิด รับสื่อตามความต้องการของตนเองเพื่อตอบสนองความต้องการทางจิตใจและสังคม (Psychological and Social needs) ที่แตกต่างกัน โดยจะเลือกเปิดรับสื่อที่สามารถ ตอบสนองต่อความต้องการและทักษะการเปิดรับสื่อของตนเอง (สมสุข หินวิมาน, 2554) คำอธิบายผลกระทบตามทฤษฎีผลกระทบอันจำกัดของสื่อและแนวคิดการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจดังกล่าวข้างต้น มีความสอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) ที่อธิบายว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารและเนื้อหาจาก สื่อมวลชนนอกจากสามารถตอบสนองความต้องการของปัจเจกบุคคลแล้ว สื่อมวลชน ยังส่งผลกระทบทั้งที่พึงปรารถนาและไม่พึงปรารถนาต่อผู้รับสาร ได้แก่ การเรียนรู้แบบ การเลียนแบบ (Imitation) และการนำมาใช้เป็นแบบอย่าง (Identification) หรือเป็น ตัวแบบ (Modeling) ซึ่งพฤติกรรมนี้มักจะฝังลึกอยู่ในความคิดและความเชื่อ (พีระ จิตรโสภณ, 2548) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มเยาวชนอาจเรียนรู้จากเนื้อหาที่สื่อมวลชน นำเสนอและนำมาเลียนแบบหรือนำมาเป็นแบบอย่างได้ เช่น เรียนรู้วิธีการแสดง ความรัก บทบาททางเพศ และพฤติกรรมต่างๆ เช่น การมอบดอกไม้ กอด จูบ จากการ

รับชมภาพยนตร์ หรืออ่านนวนิยายต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้รับสารสามารถเปิดรับสื่อมวลชน ที่มีอยู่อย่างหลากหลาย เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือสื่อใหม่ ซึ่งเป็นสื่อ ที่ประกอบด้วยเสียง ตัวหนังสือ ตัวเลข ภาพกราฟฟิก หรือวีดิทัศน์ ซึ่งมีศักยภาพ ในการ เชื่อมโยงกับเทคโนโลยีเครือข่ายคอมพิวเตอร์และโทรคมนาคมเป็นองค์ประกอบหลัก (สุรัตน์ ตรีสกุล, 2548) ทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าถึงสื่อดังกล่าวได้ง่ายขึ้น

ปัจจุบันมีเว็บไซต์ที่เปิดพื้นที่สำหรับเผยแพร่ผลงานนวนิยายแนวรักการมารณั ประเภทชายรักชายหลายเว็บไซต์ อาทิ เว็บไซต์ไทยบอยเลิฟดอทคอม (www.thaiboy-love.com) เว็บไซต์เด็กติดดอทคอม (www.dek-d.com) และ เว็บไซต์ธัญวลัยดอทคอม (www.tunwalai.com) เป็นต้น โดยพบว่ากลุ่มผู้อ่านนวนิยายประเภดังกล่าวมีทั้งกลุ่ม ที่เป็นเยาวชนและกลุ่มคนวัยทำงาน โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนจะให้ความสนใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากกลุ่มดังกล่าวเป็นกลุ่มที่อยู่ในวัยอยากรู้อยากเห็น อยากรลอง โดยเฉพาะ กับประสบการณ์ใหม่ๆ หากมีสื่อที่สามารถถ่ายทอดประสบการณ์ที่ตนอยากรู้อยากรลอง กลุ่มคนเหล่านั้นย่อมเปิดรับสื่อนั้นๆ เพื่อเรียนรู้ ทำความเข้าใจ และจดจำในเหตุการณ์ ต่างๆ ที่ถูกถ่ายทอดผ่านสื่อ และเมื่อเกิดการสะสมประสบการณ์ต่างๆ เหล่านั้นมากขึ้น ย่อมส่งผลต่อการเรียนรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมของกลุ่มคนเหล่านั้น

ผู้วิจัยต้องการศึกษาพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ พร้อมทั้งศึกษาถึงผลกระทบด้านการเรียนรู้บทบาททางเพศที่นำเสนอผ่านนวนิยาย แนวรักการมารณัประเภทชายรักชาย เพื่อนำผลการศึกษาดังกล่าวมานำเสนอต่อสื่อมวลชน และผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ปกครอง ครู อาจารย์ เยาวชน และผู้อ่าน ให้เกิดการรับรู้และ ทักษะคติที่ถูกต้องในการแสดงบทบาททางเพศที่เหมาะสมต่อไปในอนาคต

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการสร้าง ความหมายของความรักและบทบาททางเพศแบบ ชายรักชายในนวนิยายแนวรักการมารณัประเภทชายรักชาย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกาเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ที่มีต่อผลการเรียนรู้บทบาททางเพศจากนวนิยายแนวรักการมารณัประเภทชายรักชาย



## แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับนวนิยายแนวรักการมารณและองค์ประกอบของนวนิยาย มาใช้ในการศึกษาการสร้างความหมายของความรักและบทบาททางเพศของชายรักชายที่ปรากฏในนวนิยายแนวรักการมารณประเภทชายรักชาย ซึ่งลลิตา ศุภนิมิตวงศ์ (2550) ได้ให้ความหมายของนวนิยายแนวรักการมารณประเภทชายรักชายไว้ว่า งานเขียนประเภทชายรักชาย เป็นงานเขียนที่มีเนื้อหาที่มุ่งเน้นในด้านความรักความสัมพันธ์ระหว่างชายกับชาย โดยเนื้อหาภายในเรื่องไม่จำเป็นต้องมุ่งเน้นไปถึงฉากการมีเพศสัมพันธ์เพียงอย่างเดียว แต่อาจนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความสัมพันธ์อันลึกซึ้งทางจิตใจระหว่างตัวเอกชายด้วยกัน โดยศึกษาจากองค์ประกอบของนวนิยาย ได้แก่ โครงเรื่อง (Plot) ประกอบด้วย การเปิดเรื่อง การดำเนินเรื่อง ปมขัดแย้ง และการปิดเรื่อง แก่นเรื่อง (Theme) ตัวละคร (Characters) ฉาก (Setting) บทสนทนา (Dialogues) มุมมองการเล่าเรื่อง (Point of view) และท่วงทำนองการเขียน (Style) (ถวัลย์ มาศจรัส, 2550)

เมื่อทราบความหมายของความรักและบทบาททางเพศของชายรักชายที่ปรากฏในนวนิยายแนวรักการมารณประเภทชายรักชาย ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาเกี่ยวกับการเรียนรู้ความหมายดังกล่าวของผู้อ่านนวนิยายประเภทดังกล่าว และศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจที่มีต่อผลการเรียนรู้บทบาททางเพศจากนวนิยายแนวรักการมารณประเภทชายรักชาย โดยใช้แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการเปิดรับสื่อ (Selective Exposure) แนวคิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification Theory) และแนวคิดการเรียนรู้ผ่านสื่อมวลชน มาเป็นแนวทางในการศึกษา ซึ่ง Katz & Others (1974 อ้างถึงใน พิระ จิรโสภณ, 2553) ได้อธิบายเกี่ยวกับแนวคิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจไว้ว่า ผู้รับสารจะเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆ ตามความต้องการและความคาดหวังจากสื่อมวลชน ซึ่งความต้องการดังกล่าวเกิดจากสภาวะทางสังคมและจิตใจของผู้รับสาร ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจตามที่ต้องการ และผลอื่นๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้ โดยอวยพร พานิช (2549) ได้อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับกระบวนการเปิดรับสื่อไว้ว่า ผู้รับสารที่มีลักษณะต่างกันทั้งทางกายภาพและทางจิตวิทยา จะเลือกเปิดรับเลือกให้ความสนใจ (Selective Exposure) เลือกรับรู้ เลือกตีความ (Selective Perception or Interpretation) และเลือกจดจำ (Selective Retention) สารต่างกัน

การเปิดรับสื่อมวลชนนอกจากจะเป็นการใช้สื่อเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ

และนำมาซึ่งความพึงพอใจ ตามแนวคิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจแล้ว ยังส่งผลต่อการเรียนรู้ทางสังคมผ่านสื่อมวลชน ซึ่งเป็นการเรียนรู้หรือรับรู้ประสบการณ์ทางอ้อมที่เกิดขึ้นในโลกผ่านสื่อ เนื่องจากเราคงไม่สามารถเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงกับสิ่งต่างๆ ในโลกทั้งชีวิตได้ทั้งหมด ลักษณะของการเรียนรู้ผ่านสื่อมวลชน อาจสร้างผลในทางที่พึงปรารถนาหรือไม่ปรารถนา โดยประเด็นที่นักวิจัยให้ความสนใจเกี่ยวกับผลจากการเรียนรู้ คือ การเลียนแบบ (Imitation) ซึ่งเป็นการเลียนแบบพฤติกรรมที่สังเกตเห็นแล้วนำมาปฏิบัติตาม สามารถสังเกตได้ง่ายในเชิงรูปธรรมกับการอ้างอิงเป็นแบบอย่าง (Identification) หรือเป็นตัวแบบ (Modeling) คือ การเลียนแบบในรูปของการเอามาเป็นแบบอย่างรวมๆ มากกว่าเฉพาะเจาะจง จะมีความซับซ้อนและสังเกตได้ยาก รวมทั้ง มักฝังลึกและยั่งยืนกว่า (White, 1972 อ้างถึงใน พิระ จิรโสภณ, 2548)

### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา การสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีวิธีในการดำเนินการ ดังนี้

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสำรวจนวนิยายแนวรักการมรดกประเภทชายรักชายที่ได้รับความนิยมสูงสุด จากเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม ([www.dek-d.com](http://www.dek-d.com)) และเว็บไซต์ธัญลียดอทคอม ([www.tunwalai.com](http://www.tunwalai.com)) ได้จำนวน 2 เรื่อง ได้แก่ เรื่อง Kiss Love: รักอุ่นวายนายสุดหล่อ และเรื่องรักโคตรๆ โหดอย่างมึง มาดำเนินการวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อศึกษาการสร้าง ความหมายของความรักและบทบาททางเพศของชายรักชายที่ปรากฏในนวนิยายดังกล่าว โดยศึกษาผ่านองค์ประกอบของนวนิยาย ได้แก่ แก่นเรื่อง รูปแบบการนำเสนอ และตัวละคร

จากนั้น นำผลที่ได้ไปประกอบการจัดทำแบบสอบถาม เพื่อใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับ ความพึงพอใจ การใช้ประโยชน์ และการเรียนรู้บทบาททางเพศของผู้อ่านนวนิยายแนวรักการมรดกประเภทชายรักชายในเขตกรุงเทพมหานคร ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ได้แก่ การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) และการสุ่มตัวอย่างแบบลูกบอลหิมะ (Snowball Technique Sampling) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างต้องเป็นผู้ที่เคยอ่านนวนิยาย เรื่อง Kiss Love: รักอุ่นวายนายสุดหล่อ

และเรื่องรักโคตรๆ โหดอย่างมึง โดยเริ่มต้นเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้อ่านคนที่ 1 แล้วจึงให้ผู้อ่านคนที่ 1 แนะนำผู้อ่านคนต่อไป และให้ผู้อ่านที่ให้ข้อมูลแนะนำผู้อ่านคนต่อไป จนกว่าจะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน จากนั้นผู้วิจัยจะดำเนินการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามดังกล่าว จำนวน 5 คน มาดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนรู้บทบาททางเพศของชายรักชาย โดยศึกษาเกี่ยวกับความเข้าใจ ทศนคติ และพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อชายรักชาย ทั้งนี้ การดำเนินการทุกขั้นตอนผู้วิจัยได้ดำเนินการปรึกษาและได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาในการดำเนินการ

## ผลการวิจัย

การจากวิเคราะห์เนื้อหานวนิยายแนวรักการมารณประเภทชายรักชาย จำนวน 2 เรื่อง ได้แก่ เรื่อง Kiss Love: รักุ่นวายนายสุดหล่อ และเรื่อง รักโคตรๆ โหดอย่างมึง พบว่า นวนิยายมีการสร้างความหมายของความรักระหว่างชายกับชายไว้ว่า ผู้ที่เป็นชายรักชายเป็นผู้ชายปกติ ที่มีคนรักเป็นคนเพศเดียวกัน และความรักระหว่างชายกับชายเป็นความรักที่มั่นคงและจริงจัง ส่วนการสร้าง ความหมายเกี่ยวกับบทบาททางเพศของชายรักชาย พบว่า ผู้ที่เป็นชายรักชายจะมีบทบาททางเพศที่ชัดเจนและตายตัว คือ ผู้ที่เป็นผู้นำ (ฝ่ายรุก) จะมีลักษณะของความเป็นเพศชายมากกว่าผู้ที่เป็นผู้ตาม (ฝ่ายรับ) ซึ่งจะมีลักษณะค่อนข้างไปทางเพศหญิงมากกว่า เช่น ฝ่ายรุก จะมีบุคลิกเข้มแข็ง สูงใหญ่ เสียบขีริม เป็นผู้ปกป้อง เป็นผู้แก้ปัญหา ฝ่ายรับ จะมีบุคลิกอ่อนแอกว่าฝ่ายรุก รูปร่างเล็กกว่า หน้าตาค่อนข้างน่ารักมากกว่าหล่อเหลา เป็นผู้ได้รับการปกป้อง มีความเป็นแม่ศรีเรือน เป็นต้น และทั้ง 2 ฝ่ายจะไม่มีการสลับบทบาทหน้าที่ระหว่างกัน

ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 84.84 มีอายุระหว่าง 13-18 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.32 เป็นนักเรียน นักศึกษา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.43 ซึ่งศึกษาในระดับมัธยมศึกษา/ปวช. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.69 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000–20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.69 ด้านลักษณะทางจิตวิทยา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อความรักที่ว่า ความรักไม่มีพรมแดน สามารถเกิดขึ้นได้กับทุกเพศทุกวัยมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.81 รองลงมา คือ มักจะใช้ชีวิตอยู่บ้านในวันหยุดมากกว่าออกไปข้างนอก ที่ค่าเฉลี่ย 4.38 และเลือกอ่านหนังสือนวนิยายเป็นกิจกรรมยามว่าง ที่ค่าเฉลี่ย 4.31 ตามลำดับ

สำหรับพฤติกรรมกาเปิดรับนวนิยายแนวรักการมณั้ประเภทชายรักชาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างอ่านนวนิยายแนวรักการมณั้ประเภทชายรักชาย เป็นเวลา 1-5 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.75 และใช้เวลาอ่านนวนิยายในแต่ละครั้ง 1-3 ชั่วโมง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.75 โดยใน 1 สัปดาห์จะอ่านนวนิยาย 6-7 วัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.25 และเลือกอ่านในช่วงเวลา ก่อนเข้านอนหรือกลางคืนที่บ้าน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.04 โดยอ่านจากอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.04 และจะอ่านซ้ำหลังจากอ่านจบแล้ว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.75 สำหรับเหตุผล ในการเลือกอ่านนวนิยายแนวรักการมณั้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างเลือกอ่านนวนิยาย เพื่อความสนุกสนานบันเทิง มากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.69

ในส่วนของการใช้ประโยชน์จากการอ่านนวนิยายแนวรักการมณั้ของกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับสูง ที่ค่าเฉลี่ย 3.46 โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างยอมรับความรักในรูปแบบที่แตกต่างกันมากขึ้น มากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.62 รองลงมา คือ สามารถผ่อนคลาย ความเครียดที่เกิดจากชีวิตประจำวัน ที่ค่าเฉลี่ย 4.53 และได้พบเห็นมุมมองของ ความรักในอีกหลายรูปแบบจากนวนิยาย ที่ค่าเฉลี่ย 4.43 ตามลำดับ

ด้านความพึงพอใจจากการอ่านนวนิยายแนวรักการมณั้ของกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมอยู่ในระดับสูง ที่ค่าเฉลี่ย 4.20 โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจจากการดำเนิน เรื่องที่มีความน่าสนใจ น่าติดตามมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.54 รองลงมา คือ เนื้อหาของ นวนิยายมีความสนุกและน่าติดตามทั้งเรื่อง ที่ค่าเฉลี่ย 4.53 และชอบบุคลิกของตัวละคร ที่ค่าเฉลี่ย 4.49 ตามลำดับ

สำหรับการเรียนรู้บทบาททางเพศจากการอ่านหนังสือนวนิยายแนวรักการมณั้ พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีการเรียนรู้และมีทัศนคติเชิงบวกต่อบทบาททางเพศ และความรักระหว่างชายกับชาย จากการอ่านนวนิยายแนวรักการมณั้ประเภทชายรักชาย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยคะแนนรวมอยู่ที่ 6.92

ในส่วนของการทดสอบสมมติฐานพบว่า การเปิดรับนวนิยายแนวรักการมณั้ประเภทชายรักชายที่ต่างกัน มีการเรียนรู้บทบาททางเพศจากนวนิยายแนวรักการมณั้ประเภทชายรักชายต่างกัน และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการอ่านนวนิยายแนวรักการมณั้ประเภทชายรักชายมีความสัมพันธ์กับการเรียนรู้บทบาททางเพศจากนวนิยายแนวรักการมณั้ประเภทชายรักชายอยู่ในระดับปานกลาง รายละเอียดดังนี้

1. ระยะเวลาในการอ่านนวนิยายแนวรักการมณั้ของผู้่านที่ต่างกันมีการเรียนรู้บทบาททางเพศจากนวนิยายแนวรักการมณั้ต่างกัน (ค่า Sig=0.002)

2. จำนวนชั่วโมงในการอ่านนวนิยายแนวรักการมรณธ์ของผู้อ่านที่ต่างกันมีการเรียนรู้บทบาททางเพศจากนวนิยายแนวรักการมรณธ์ต่างกัน (ค่า Sig=0.001)

3. จำนวนวันในการอ่านนวนิยายแนวรักการมรณธ์ของผู้อ่านที่ต่างกันมีการเรียนรู้บทบาททางเพศจากนวนิยายแนวรักการมรณธ์ต่างกัน (ค่า Sig=0.000)

4. เหตุผลในการอ่านนวนิยายแนวรักการมรณธ์ของผู้อ่านที่ต่างกันมีการเรียนรู้บทบาททางเพศจากนวนิยายแนวรักการมรณธ์ต่างกัน (ค่า Sig (2-tailed)=0.000)

5. การใช้ประโยชน์จากการอ่านนวนิยายแนวรักการมรณธ์ของผู้อ่านมีความสัมพันธ์กับการเรียนรู้บทบาททางเพศ (ค่า Sig (2-tailed)=0.000)

6. ความพึงพอใจต่อการอ่านนวนิยายแนวรักการมรณธ์ของผู้อ่านมีความสัมพันธ์กับการเรียนรู้บทบาททางเพศ (ค่า Sig (2-tailed)=0.000)

จากการศึกษาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 5 คน โดย 2 ใน 5 คน เป็นผู้แต่งนวนิยาย เรื่อง Kiss Love: รักุ่นวายนายสุดหล่อ และเรื่องรักโคตรๆ โหดอย่างมี ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์เนื้อหา พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักมีทัศนคติเชิงบวกต่อกลุ่มคนชายรักชาย โดยเหตุผลที่เลือกอ่านนวนิยายแนวรักการมรณธ์ประเภทชายรักชายมีเหตุผลที่ต่างกัน อาทิ เพื่อนแนะนำ ตัวละครในนวนิยายสร้างมาจากบุคลิกหรือศิลปินที่ชื่นชอบ เนื้อหาของนวนิยายมีความสนุก น่าสนใจ ไม่ซ้ำซากจำเจ สอดคล้องกับชีวิตจริงและสามารถเติมเต็มส่วนที่ขาดหายในชีวิตจริงได้โดยผู้ให้ข้อมูลหลักมีความเข้าใจว่า ความรักระหว่างชายกับชายเกิดจากความใกล้ชิด ความเข้าใจ และความผูกพันของคนสองคน ซึ่งผู้ที่ เป็นชายรักชายจะมีบุคลิกเหมือนผู้ชายทั่วไป ทั้งการแต่งตัว กริยาท่าทาง หรือการพูดจา เพียงแต่มีคนที่ เป็นเพศชายเหมือนกันและไม่ได้รู้สึกรังเกียจหากบุคคลให้ครอบครัวหรือเพื่อนร่วมงานเป็นชายรักชาย และยินดีที่จะร่วมงานและให้ความช่วยเหลือ เพื่อให้กลุ่มคนดังกล่าวมีพื้นที่ทางสังคมมากขึ้น ทั้งนี้ นวนิยายได้สร้างความหมายของความรักระหว่างชายกับชาย ได้ไม่ตรงกับความเป็นจริงทั้งหมด

## อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์เนื้อหาของนวนิยายแนวรักการมรณธ์ประเภทชายรักชาย ดังกล่าว พบว่า นวนิยายทั้ง 2 เรื่อง มุ่งนำเสนอให้ผู้อ่านมีความเข้าใจเกี่ยวกับความรักระหว่างชายกับชายในเชิงบวกและมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ที่มีพฤติกรรมแบบชายรักชาย โดยดำเนินการผ่านตัวละคร บทสนทนา บทบรรยาย ฉากหรือเหตุการณ์ต่างๆ ซึ่งสถานที่ในเหตุการณ์ของนวนิยายเป็นสถานที่ที่มีอยู่จริง ทำให้นวนิยายดูเสมือนจริง และ

ทำให้ผู้อ่านคล้อยตามได้มากยิ่งขึ้น ดังที่ อวยพร พานิช และคณะ (2543) และถวัลย์ ฆาตจรัส (2550) กล่าวสอดคล้องกันว่า บทสนทนา หรือ การตอบโต้ระหว่างตัวละคร จะทำให้นวนิยายมีความเหมือนจริงมากที่สุด เพราะตัวละครมีการตอบโต้กันเหมือนมีชีวิตจริง ทั้งนี้ ยังพบว่าตัวละครเอกในนวนิยายจะมีบทบาททางเพศที่ชัดเจนและตายตัว กล่าวคือ ผู้ที่เป็นฝ่ายรุก จะเป็นฝ่ายรุกอย่างเดียว และผู้ที่เป็นฝ่ายรับ จะเป็นฝ่ายรับอย่างเดียว ไม่มีการสลับบทบาทระหว่างกัน และจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งเป็นผู้แตงนวนิยายที่ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์เนื้อหา พบว่า ผู้แตงนวนิยายทั้ง 2 เรื่อง มีทัศนคติที่ดีต่อกลุ่มคนประเภทชายรักชาย และมีความรู้สึกเห็นใจต่อกลุ่มคนชายรักชายที่สังคมส่วนใหญ่ยังไม่ให้การยอมรับ และความรักของกลุ่มคนเหล่านั้น มักไม่สมหวังและยั่งยืน จึงได้สะท้อนความรู้สึกนึกคิดของตนเองผ่านทางนวนิยาย โดยการแตงให้นวนิยายสะท้อนความหมายของความรักระหว่างชายกับชายในรูปแบบใหม่ และสร้างให้จุดจบของของนวนิยายเป็นแบบมีความสุข (Happy ending) ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ผู้แตงได้ใช้นวนิยายเป็นเครื่องมือในการเปิดพื้นที่ให้กับกลุ่มคนชายรักชาย และใช้เพื่อหลบหนีจากโลกแห่งความเป็นจริง ดังที่ Blumler McQuail และ Brown (1970 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2552) ได้กล่าวถึงการจัดหมวดหมู่ของสื่อตามมุมมองของปัจเจกบุคคลว่า การใช้สื่อเพื่อความเพลิดเพลิน (Diversion) เป็นการใช้สื่อเพื่อหลบเลี่ยงออกมาจากประสบการณ์ ในชีวิตประจำวันที่ซ้ำซาก จำเจ หรือเพื่อหลบหนีปัญหา

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากการอ่านนวนิยายแนวรักการารมณ์กับการเรียนรู้บทบาททางเพศของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า การเปิดรับนวนิยายแนวรักการารมณ์ประเภทชายรักชายที่ต่างกัน ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้บทบาททางเพศของชายรักชายต่างกัน โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการอ่านมาเป็นเวลามากกว่า ใช้เวลาในการอ่านแต่ละครั้งมากกว่า และมีความถี่ในการอ่านต่อสัปดาห์จำนวนมากกว่า ประกอบกับข้อมูลลักษณะทางจิตวิทยาที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากมีทัศนคติต่อบทบาททางเพศแบบสมัยใหม่ คือ ยอมรับว่าบทบาททางเพศของเพศชายและเพศหญิงไม่ต่างกัน มีความเท่าเทียมกัน และไม่แบ่งแยกบทบาททางเพศชัดเจน (Hurlock, 1980 อ้างถึงใน อรุณพร คิมพะจันทร์, 2548) จะมีการเรียนรู้บทบาททางเพศของชายรักชายมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการอ่านมาเป็นเวลาน้อยกว่า ใช้เวลาในการอ่านแต่ละครั้งน้อยกว่า และมีความถี่ในการอ่านต่อสัปดาห์จำนวนน้อยกว่า สอดคล้องกับ ทฤษฎีแรงเสริม (Reinforcement

Theory) ที่กล่าวว่า เนื้อหาของสื่อมวลชนเป็นแรงเสริมต่อทัศนคติ ค่านิยม บรรทัดฐาน และความเชื่อของผู้รับสาร (DeFleur and Ball-Rokeach, 1982 อ้างถึงใน พิระ จิโรโสภณ, 2548)

ในส่วนของการสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จากการอ่าน นวนิยายแนวลัทธิการฆาตกรรมกับ การเรียนรู้บทบาททางเพศ พบว่า การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการอ่านนวนิยายแนวลัทธิการฆาตกรรมมีความสัมพันธ์กับการเรียนรู้บทบาททางเพศของกลุ่มตัวอย่างในระดับปานกลาง ซึ่งการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งต่อการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร ดังที่ Carolyn A. Lin (1993 อ้างถึงใน กาญจนา มีศิลปะวิภักย์, 2553) กล่าวว่า ถ้าสื่อสามารถทำให้ผู้รับสารปลายทางเกิดความพึงพอใจ ผู้รับสารจะเปิดรับสารที่มาจากสื่ออื่นๆ อีกครั้ง ประกอบกับนวนิยายได้สร้างความหมายของความรักระหว่างชายกับชายให้เป็นเรื่องปกติธรรมดาชาติ ดังนั้น หากผู้อ่านนวนิยายแนวลัทธิการฆาตกรรมมีการอ่านนวนิยายประเภทดังกล่าวมากขึ้น หรือมีการขยายตัวของกลุ่มผู้อ่านจำนวนมากขึ้น ความเข้าใจและทัศนคติเกี่ยวกับความรักระหว่างชายกับชายของคนในสังคมก็จะเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น จากเดิมที่สังคมมองว่าความรักเป็นเรื่องของเพศหญิงกับเพศชายเท่านั้น อาจกลายเป็นว่าความรักระหว่างชายกับชายถือเป็นเรื่องปกติของคนในสังคมก็เป็นได้ ดังที่ DeFleur and Ball-Rokeach (1982 อ้างถึงใน พิระ จิโรโสภณ, 2548) ได้กล่าวถึงทฤษฎีการปลูกฝัง (Cultivation Theory) ไว้ว่า ชาวสารในสื่อมวลชนได้ปลูกฝังปั้นแต่งความคิดของผู้รับสารเกี่ยวกับโลกที่แท้จริง โดยเฉพาะเนื้อหาเกี่ยวกับความรุนแรง อาชญากรรม ความขัดแย้ง หรือเรื่องราวทางเพศ ทำให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้และเข้าใจว่าโลกที่แท้จริงเป็นแบบนั้น

อนึ่ง จากการสัมภาษณ์ผู้อ่านนวนิยายแนวลัทธิการฆาตกรรมประเภทชายรักชาย ทำให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า นวนิยายได้สร้างความหมายของความรักระหว่างชายกับชายได้ไม่ตรงกับความเป็นจริงทั้งหมด กล่าวคือ บทบาททางเพศของชายรักชาย ที่ปรากฏในนวนิยายจะเป็นบทบาทที่ชัดเจนและตายตัว แต่ในความเป็นจริงชายรักชายสามารถสลับบทบาททางเพศกันได้ (สลับบทบาทหน้าที่ระหว่างฝ่ายรุกกับฝ่ายรับ) นอกจากนี้ ยังพบว่าผู้ที่อ่านนวนิยายแนวลัทธิการฆาตกรรมประเภทชายรักชาย คือ ผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อกลุ่มคนชายรักชายอยู่ก่อนแล้ว การอ่านนวนิยายแนวลัทธิการฆาตกรรมประเภทชายรักชายไม่ได้เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ความหมายของความรักและบทบาททางเพศของชายรักชาย รวมถึงทัศนคติของผู้ที่อ่านที่มีต่อกลุ่มคนชายรักชาย แต่เป็นเพียงการเปิดรับสื่อเพื่อตอบสนองต่อทัศนคติและความต้องการของผู้อ่านเท่านั้น สอดคล้องกับ

กาญจนา แก้วเทพ (2552) ที่กล่าวว่า การที่บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อใดๆ นั้น จะเกิดจากความต้องการของบุคคลนั้น และความต้องการดังกล่าวจะถูกแปรมาเป็นแรงจูงใจ และผลักดันให้บุคคลนั้นเข้าหาและใช้สื่อประเภทต่างๆ

### ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. การศึกษาในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ดังนั้น ผู้สนใจในประเด็นดังกล่าว อาจศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมชายรักชายโดยเฉพาะ ซึ่งอาจเลือกศึกษากลุ่มชายรักชายที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร หรือ ในส่วนภูมิภาค
2. นวนิยายแนวรักการมณเฑียรภาพชายรักชาย มี 2 ประเภท ได้แก่ นวนิยายชายรักชายประเภททั่วไป และนวนิยายชายรักชายประเภทแฟนฟิค ดังนั้น ผู้สนใจอาจศึกษาเนื้อหาของนวนิยายทั้ง 2 ประเภท โดยการวิเคราะห์รูปแบบ การนำเสนอ เนื้อหาแก่นของเรื่อง และการสร้างความหมายของความรักระหว่างชายกับชายที่ปรากฏในนวนิยายทั้ง 2 ประเภท และนำมาเปรียบเทียบกัน โดยการใช้ทฤษฎีเกี่ยวกับสัญวิทยาเป็นแนวทางในการศึกษา

### รายการอ้างอิง

#### ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). *สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วน จำกัด ภาพพิมพ์.
- กาญจนา มีศิลปะวิภักย์. (2553). *ความรู้เบื้องต้นและทฤษฎีการสื่อสาร*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ถวัลย์ มาศจรัส. (2550). *การเขียนเชิงสร้างสรรค์เพื่อการศึกษาและอาชีพ*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันส่งเสริมและพัฒนาก่อนอ่านการเขียนแห่งประเทศไทย.
- พีระ จิรโสภณ. (2548). *ประมวลสาระชุดวิชา “ปรัชญานิตเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร” หน่วยที่ 8-15*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุรัตน์ ตรีสกุล. (2547). *หลักนิตเทศศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- อวยพร พานิชและคณะ. (2543). *ภาษาและหลักการเขียนเพื่อการสื่อสาร*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



อรัชพร คิมพะจันทร์. (2548). อิทธิพลของหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นต่อทัศนคติต่อบทบาททางเพศของนักเรียนโรงเรียนราชวินิตบางเขน. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรูปแบบและเนื้อหา  
ของผู้ใช้เว็บไซต์ [www.eduzones.com](http://www.eduzones.com)  
Uses and Gratifications of Web Users  
with Forms and Contents of [www.eduzones.com](http://www.eduzones.com)

ศิริภา จันทรรทา<sup>1</sup>  
ภูยาชีพ ยอดมิ่ง

### บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรูปแบบและเนื้อหาของผู้ใช้เว็บไซต์เอดูโซนดอทคอม และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้อย่างมีประสิทธิภาพกับความพึงพอใจต่อรูปแบบและเนื้อหาของผู้ใช้เว็บไซต์เอดูโซนดอทคอม ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยสำรวจความคิดเห็นด้วยแบบสอบถามออนไลน์ ที่จัดทำเป็นเว็บเพจ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายเข้าถึงได้ง่าย จากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้เว็บไซต์เอดูโซนดอทคอม จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียนร้อยละ 48.0 รองลงมาคือนักศึกษาร้อยละ 25.2 ครู-อาจารย์ร้อยละ 15.8 และบุคคลทั่วไปร้อยละ 11.0

ด้านการใช้ประโยชน์โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับนำไปใช้ประโยชน์ได้มาก ( $\bar{X} = 3.83$ ) ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์เพื่อเพิ่มพูนความรู้ให้กับตนเอง

สำหรับด้านความพึงพอใจโดยรวมพบว่า อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ( $\bar{X} = 4.27$ ) ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการศึกษาต่างๆ รวมทั้งเนื้อหาที่มีความหลากหลายโดยไม่ได้จำกัดแค่เพียงด้านการศึกษาแต่ยังมีสาระบันเทิงที่เป็นประโยชน์

---

<sup>1</sup> ศิริภา จันทรรทา (ศศ.ม. การสื่อสารศึกษา, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2558) และรองศาสตราจารย์ ภูยาชีพ ยอดมิ่ง คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ส่วนแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์เอดูโซนดอทคอมที่พึงประสงค์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าควรจัดระเบียบโฆษณาในหน้าหลักที่ทำให้ดูรกสายตาเวลาใช้ ควรเพิ่มกากบาทให้กดโฆษณาออกได้ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.977\*\* ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับสูง ดังนั้น สามารถอนุมานได้ว่าหากผู้ตอบแบบสอบถามมีการใช้ประโยชน์มากเท่าใดก็จะยิ่งมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์มากเท่านั้น

## Abstract

This qualitative research aims to study the uses and gratifications of web users with forms and contents of www.eduzones.com and study relationship between the uses and gratification of web users with forms and contents of www.eduzones.com. Online questionnaire surveys via a web page, offering easy access for the samples, are used in data collection process. The 400 samples are chosen from the visitors who visited Eduzone.com. The research result showed that most of the samples are school students representing 48 percent, 25.2 percent of the samples are university students, teachers account for 15.8, and general visitors represent 11 percent.

Furthermore, in terms of overall benefit of the web usage, the findings reflected high level of benefit gaining from the site, acquiring knowledge of their interests ( $\bar{X}=3.83$ ). The findings also showed high level of satisfaction with educational programs ( $\bar{X}=4.27$ ). In fact, the site contained a wide range of contents including useful edutainment.

The survey also found that most web users suggested that advertisements in the page should be properly organized, and the ads should be able to be closed.

Accordingly, in attempting to test the hypothesis, the result revealed that uses and gratifications of the web users showed strong correlation at 0.01, and correlation coefficient at 0.977\*\*. It could be said that the more

the users gained benefit from the site, the more satisfaction level showed.

## บทนำ

ปัจจุบัน “เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารหรือ (ICT)” ได้เข้ามามีบทบาทต่อสังคมไทยในหลายด้านอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการนำ ICT มาประยุกต์ใช้กับการศึกษา ก่อให้เกิดการเรียนรู้ในอีกรูปแบบหนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ได้ด้วยตนเองและเป็นการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งมีความสำคัญยิ่งต่อเด็กและเยาวชนไทยในปัจจุบันที่กำลังเติบโตอยู่ในยุคของการสื่อสารไร้พรมแดนที่ต้องเรียนรู้และเท่าทันต่อโลก เนื่องจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์กับการสื่อสารที่พัฒนาไปอย่างไม่หยุดยั้ง เป็นเหตุให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกิดขึ้นมาอย่างมากมาย ดังนั้น การศึกษาในยุคนี้ จึงไม่ใช่แค่การรับความรู้จากครูผู้สอนเพียงอย่างเดียวเหมือนกับการเรียนการสอนในอดีตอีกต่อไป (สรวงมณฑ์ สิทธิสมาน, 2557) ปัจจุบันจึงมีการพัฒนาและประยุกต์ใช้ ICT กับการศึกษาในหลายรูปแบบ เพื่อเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงสื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัยและมีประโยชน์ สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองในเวลาใดหรือสถานที่ใดก็ได้ เช่น บทเรียนออนไลน์ (E-Learning), คอมพิวเตอร์ช่วยสอน (CAI), ไอซีทีกับแท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ (Tablet computer) เป็นต้น ซึ่งจะทำให้เกิดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพไม่ด้อยไปกว่าการเรียนรู้ในลักษณะชั้นเรียนปกติ นอกจากรูปแบบที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น ยังมีการประยุกต์ใช้ ICT กับการศึกษาในอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งมีความหลากหลายทั้งรูปแบบและเนื้อหาที่มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น นั่นก็คือ “เว็บไซต์เพื่อการศึกษา”

เว็บไซต์เพื่อการศึกษาเป็นสื่อความรู้ประเภทหนึ่ง ซึ่งมีลักษณะเป็นศูนย์กลางในการถ่ายทอดความรู้เชิงวิชาการที่รวบรวมเนื้อหาสาระต่างๆ มาไว้ในที่แห่งเดียว ไม่ว่าจะเป็นวิชาความรู้ คลังข้อสอบ แบบฝึกหัดออนไลน์ ข่าวสารทั่วไป เกร็ดความรู้ และความบันเทิงที่เป็นประโยชน์ รวมถึงมีพื้นที่ให้ผู้ใช้งานสามารถติดต่อสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกันได้อีกด้วย เว็บไซต์เพื่อการศึกษาจึงเป็นสื่อความรู้หนึ่งที่ได้รับนิยามกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ด้วยจุดเด่นของการผสมผสานสื่อต่างๆ ในลักษณะของสื่อประสม (Multimedia) ที่มีทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ข้อความและเสียงเข้าไว้ด้วยกัน นับว่าเป็นทางเลือกใหม่ในการส่งเสริมการศึกษา ที่จะช่วยเพิ่มพูนประสิทธิภาพด้านการเรียนรู้แก่เด็กและเยาวชน ตลอดจนผู้สนใจทั่วไป สามารถเรียนรู้และเข้าถึงได้อย่างตลอดเวลา (พรชัย จันทรศุภแสง, 2546) เว็บไซต์เพื่อการศึกษา จึงมีความน่าสนใจและ

สามารถดึงดูดใจให้เกิดการเรียนรู้ได้มากกว่าสื่อความรู้ประเภทอื่นๆ

สำหรับเว็บไซต์เพื่อการศึกษาในประเทศไทย เว็บไซต์เอดูโซนดอทคอม (www.eduzones.com) นับเป็นเว็บไซต์เพื่อการศึกษาตัวอย่างหนึ่งที่มีรูปแบบและเนื้อหาที่น่าสนใจ โดยมีการเลือกใช้สื่อหลายมิติ เพื่อเพิ่มความหลากหลายและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ทั้งสื่อภาพนิ่ง สื่อเคลื่อนไหว โปรแกรมการศึกษา การพัฒนาแอปพลิเคชัน บนมือถือ สื่อสังคมออนไลน์ รวมทั้งมีการนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลายและเป็นประโยชน์ยิ่งต่อนักเรียน นักศึกษา ครู อาจารย์ ตลอดจนผู้สนใจทั่วไป โดยเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 ในฐานะสื่อสาธารณะประโยชน์ที่ไม่แสวงหาผลกำไร ซึ่งเกิดจากความร่วมมือของคณาจารย์จากโรงเรียนและมหาวิทยาลัยต่างๆ ทั่วประเทศ เพื่อกระจายโอกาสทางการศึกษาและเป็นการใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ ตามวิสัยทัศน์ของเว็บไซต์เอดูโซนดอทคอมที่ว่า “การศึกษาเป็นพื้นฐานของการพัฒนาประเทศ ประเทศไทยมีทรัพยากรบุคคล ทรัพยากรธรรมชาติและวัตถุดิบมากมาย แต่ขาดศักยภาพในการแข่งขันระดับประเทศ แม้เรามีการนำเข้าเทคโนโลยีจำนวนมากแต่ใช้อย่างขาดประสิทธิภาพ เอดูโซนดอทคอมอยากเห็นการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมและสร้างสรรค์ เพื่อให้เด็กไทยเติบโตอย่างมีคุณภาพ มีความรับผิดชอบต่อสังคม มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มีน้ำใจ และเป็นชุมชนแห่งการศึกษาอย่างแท้จริง” (เอดูโซนดอทคอม, 2558) จากวิสัยทัศน์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นได้ว่า เทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการศึกษาไทย นอกเหนือจากการเรียนรู้ในห้องเรียนและตำราเรียนแล้ว สิ่งสำคัญประการหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ชีวิต นั่นก็คือ การที่เด็กและเยาวชนไทยสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ผ่านสื่อที่เข้าถึงได้ง่าย มีรูปแบบที่น่าสนใจ และมีเนื้อหาที่ทันสมัย เว็บไซต์เอดูโซนดอทคอมจึงเป็นสื่อประเภทหนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมและพัฒนาความรู้ที่ไม่ได้มีอยู่อย่างจำกัดแค่ในห้องเรียนเท่านั้น หากแต่ยังมีความรู้อีกมากมายที่เด็กและเยาวชนไทยต้องเปิดรับสิ่งใหม่ๆ เพื่อก้าวทันโลกในยุคข้อมูลข่าวสารไร้พรมแดน อันเนื่องมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสารที่ถูกพัฒนาไปอย่างไม่หยุดยั้ง ทำให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกิดขึ้นมาอย่างมากมายในยุคนี้ นั่นเอง

ปัจจุบันเว็บไซต์เอดูโซนดอทคอมกลายเป็นแหล่งเรียนรู้ออนไลน์ที่ได้รับความนิยมและเสียงตอบรับจากนักเรียน นักศึกษา ครู อาจารย์ ตลอดจนผู้สนใจทั่วไป ได้ใช้ประโยชน์ผ่านเว็บไซต์นี้อย่างแพร่หลาย จะเห็นได้จากสถิติผู้ใช้เว็บไซต์และผลงานที่ผ่านมา ดังนี้ (ศูนย์วิจัยนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตไทย Truehits.net, 2014)

1. เว็บไซต์การศึกษาอันดับ 1 ในประเทศไทยที่มีสถิติจำนวนผู้เข้าใช้งานมากที่สุด
2. ได้รับรางวัลเว็บไซต์การศึกษายอดเยี่ยม พ.ศ. 2543 The Best Education/Community Service Site: The Nation Thailand Award ค.ศ. 2000
3. ได้รับผลโหวตเว็บไซต์การศึกษาที่มีผู้เข้าใช้งานมากที่สุด พ.ศ. 2547–2556 โดยศูนย์วิจัยนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตไทย The Most Visited Educational Site: Truehits Web Award 2004–2013
4. ได้รับผลโหวต 50 อันดับเว็บไซต์ที่มีผู้ใช้งานมากที่สุดในประเทศไทย พ.ศ. 2552–2556 โดยศูนย์วิจัยนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตไทย Top 50 most visited websites in Thailand: Truehits Web Award 2009–2013

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสะท้อนให้เห็นได้ว่า การใช้สื่อของผู้รับสารในยุคนี้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมและมีแนวโน้มที่จะใช้สื่อใหม่มากขึ้น โดยเฉพาะการใช้สื่อเว็บไซต์ เป็นต้นว่าหากต้องการเพิ่มพูนความรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งผู้รับสารอาจไม่เริ่มต้นจากการหาข้อมูลในห้องสมุดหรือร้านขายหนังสือ แต่หันไปหาข้อมูลที่ต้องการในสื่อเว็บไซต์แทน เพราะนอกจากจะได้ความรู้แล้วยังได้ทราบความคิดเห็นที่หลากหลายเกี่ยวกับเรื่องนั้น จากกลุ่มคนต่างๆ ดังนั้น การรับรู้ข้อมูลข่าวสารในปัจจุบันจึงเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์อาจยังไม่สามารถตอบสนองได้ตรงกับความต้องการต่อการนำความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน ผู้รับสารจึงเป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเองและประเภทของสื่อที่เลือกใช้ แม้ว่าจะมีสื่อหลายประเภทแต่ผู้รับสารเลือกใช้สื่อเว็บไซต์เพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจของตนเองในรูปแบบที่แตกต่างกัน โดยมีความคาดหวังว่าสื่อเว็บไซต์จะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อเก่า เนื่องจากสื่อเว็บไซต์ไม่ได้มีข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่เหมือนอย่างที่เคยเป็นข้อจำกัดของสื่อดั้งเดิมมาก่อน ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า สื่อในยุคปัจจุบันไม่ได้มีพลังอำนาจต่อผู้รับสารตามความเชื่อของสื่อมวลชนในยุคแรกๆ ที่มองว่า สื่อนั้นมีพลังอำนาจต่อผู้รับสารอย่างทันทีทันใด ซึ่งเป็นการมองผู้รับสารในฐานะเป็นผู้ถูกกระทำโดยสื่อ (Passive) และมุ่งหาคำตอบว่า “สื่อส่งผลกระทบต่อผู้รับสาร” แต่ปัจจุบันมีสื่อใหม่เกิดขึ้นมาอย่างมากมาย ผู้รับสารจึงมีบทบาทเป็นผู้เลือกรับหรือเลือกใช้สื่อเองในฐานะผู้กระทำหรือร่วมกระทำ (Active) มากขึ้น ทำให้สื่อมีพลังอำนาจน้อยกว่าที่เคยเชื่อกันมา และต้องมองกลับกันว่า “ผู้รับสารกระทำอย่างไรกับสื่อ” (กาญจนา แก้วเทพ, 2552)

เช่นเดียวกับเว็บไซต์เอดดูโซนดอทคอม ที่จะต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์ อยู่เสมอเพื่อตอบสนองต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์เอดดูโซน ดอทคอม อันนำไปสู่การขยายแหล่งเรียนรู้ที่เป็นประโยชน์แก่เด็กและเยาวชนไทย เนื่องจากเว็บไซต์เพื่อการศึกษาต่างๆ ในประเทศไทยมักถูกมองข้ามและไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร หลายเว็บไซต์ต้องปิดตัวลงอย่างน่าเสียดาย ซึ่งต่างจากเว็บไซต์เพื่อความบันเทิง ดังที่ ไกลก้อง ไวยาการ รองผู้จัดการแผนงานไอซีที เพื่อสุขภาวะออนไลน์และการสนับสนุนภาคีเครือข่าย สสส. (2552) กล่าวไว้อย่างน่าสนใจว่า “สิ่งที่น่าเป็นห่วงในตอนนี้ คือ จากผลสำรวจเว็บยอดนิยม 20 อันดับแรกที่คนไทยเข้าใช้บ่อยที่สุดพบว่าเว็บบันเทิงยังครองแชมป์ 20 อันดับแรก ขณะที่เว็บการศึกษาตกมาอยู่ที่อันดับ 28 และ 42 นอกจากนี้ยังพบว่า ค่ายอดฮิตที่เยาวชน อายุต่ำกว่า 25 ปี ค้นหาอันดับ 1 คือ คำว่า เกม รองลงมา คือ ดูดวงและบันเทิง” อย่างไรก็ตาม แม้ว่าเว็บไซต์เอดดูโซนดอทคอม จะไม่ติดอยู่ใน 20 อันดับแรกของเว็บไซต์ที่คนไทยเข้าใช้บ่อยที่สุดก็ตาม แต่หากพิจารณาอันดับหนึ่งในบรรดาเว็บไซต์เพื่อการศึกษาในประเทศไทย กลับพบว่าเว็บไซต์เอดดูโซนดอทคอมยังคงเป็นอันดับหนึ่ง สะท้อนให้เห็นได้ว่าผู้ใช้เว็บไซต์เพื่อการศึกษาส่วนมากรับรู้ถึงการนำไปใช้ประโยชน์และมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์เอดดูโซนดอทคอม

ด้วยเหตุดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยพิจารณาว่าเว็บไซต์เอดดูโซนดอทคอมเป็นเว็บไซต์เพื่อการศึกษาที่มีประโยชน์และมีความน่าสนใจเนื่องจากเป็นเว็บไซต์เพื่อการศึกษาที่ได้ ได้รับความนิยมาอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นที่มาที่ควรศึกษาโดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่มุมมองของผู้ใช้เว็บไซต์ว่าเพราะเหตุใดผู้ใช้จึงเลือกเปิดรับและใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์เอดดูโซนดอทคอม โดยผู้ที่มีความพึงพอใจต่อรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์เอดดูโซนดอทคอมหรือไม่ อย่างไร รวมทั้งมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์เอดดูโซนดอทคอมที่พึงประสงค์อย่างไร โดยผลการวิจัยที่ได้รับในครั้งนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางแก่ผู้ผลิตเว็บไซต์เอดดูโซนดอทคอมในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของเว็บไซต์ เพื่อดำเนินการผลิตรูปแบบและเนื้อหาให้ตรงกับความต้องการ โดยผู้ใช้เว็บไซต์มีความพึงพอใจมากยิ่งขึ้นและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง ตลอดจนทั้งเป็นแนวทางในการวางแผนจัดทำเว็บไซต์เพื่อการศึกษาอื่นๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ยิ่งต่อผู้ใช้งานในท้ายที่สุด

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรูปแบบและเนื้อหาของผู้ใช้เว็บไซต์เอดดูโซนดอทคอม
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจต่อรูปแบบและเนื้อหาของผู้ใช้เว็บไซต์เอดดูโซนดอทคอม

## แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรูปแบบและเนื้อหาของผู้ใช้เว็บไซต์ [www.eduzones.com](http://www.eduzones.com)” มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

### 1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Media exposure) เป็นแนวคิดที่มองว่าการสื่อสารมีความสำคัญยิ่งในยุคปัจจุบันที่ได้ชื่อว่าเป็นยุคโลกาภิวัตน์ หรือยุคข้อมูลข่าวสารไร้พรมแดน อันก่อให้เกิดข้อมูลข่าวสารจำนวนมากในแต่ละวัน ถูกส่งผ่านช่องทางสื่ออย่างหลากหลายทำให้การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของบุคคลนั้นไม่สามารถเปิดรับข้อมูลข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านเข้ามาสู่ตนได้ทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วน ที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตนเองเท่านั้น (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกระบวนการเลือกสรรของผู้รับสารตามความต้องการของตนเอง ดังที่แมคคอมส์และเบคเคอร์ (1979) อ้างถึงในปรมะ สตะเวทิน, 2546 ได้กล่าวไว้ว่า บุคคลเปิดรับสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ดังนี้

- 1) เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์รอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันเหตุการณ์และรู้ว่าจะอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรรู้
- 2) เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decisions) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อเหตุการณ์รอบๆ ตัว
- 3) เพื่อต้องการข้อมูลในการสนทนา (Discussions) โดยการเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นได้
- 4) เพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participating) การมีส่วนร่วมในเหตุการณ์และความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว



5) เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยเสริมสร้างความคิดเห็นให้มั่นคงยิ่งขึ้นหรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว

6) เพื่อความบันเทิง (Relaxation and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินรวมทั้งการผ่อนคลายอารมณ์ของผู้รับสาร

ผู้วิจัยนำแนวคิดนี้มาอธิบายว่า ผู้ใช้มีการเปิดรับเว็บไซต์แอ็ดดูชันดอทคอม อย่างไรบ้าง และมีเหตุผลอะไรในการเลือกใช้เว็บไซต์แอ็ดดูชันดอทคอม ซึ่งแนวคิดนี้จะนำไปสู่การตอบคำถามในประเด็นเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสารต่อไป

1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์ เป็นแนวคิดที่ใช้อธิบายถึงรูปแบบและเนื้อหาที่ปรากฏบนเว็บไซต์แอ็ดดูชันดอทคอม ผู้วิจัยนำแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์มาใช้เป็นกรอบในการตั้งคำถามว่าผู้ใช้เว็บไซต์มีการใช้ประโยชน์และมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบต่างๆ บนเว็บไซต์อย่างไรบ้าง โดยผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านรูปแบบ และด้านเนื้อหา เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์ให้ตรงกับความต้องการในการนำไปใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ต่อไป

1.3 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory) เป็นทฤษฎีที่เชื่อว่า ผู้รับสารเป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเองและประเภทของสื่อที่เลือกใช้ รวมถึงลักษณะของเนื้อหาที่เปิดรับ ทั้งนี้ เพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจของตนให้มากที่สุด ดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2552)

1) การเปิดรับสารของผู้รับสารนั้น คนเรามีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสาร เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง เช่น เพื่ออาชีพการงาน เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อควบคุมสถานการณ์ เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการลงมือกระทำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

2) เมื่อมีความตั้งใจที่แน่นอนดังกล่าว การเข้าไปใช้สื่อมีใช้กิจกรรมที่กระทำไปตามยุทธกรรมหรือไร้เป้าหมาย หากแต่เป็นกิจกรรมที่มีเป้าหมายที่แน่นอน (เรียกว่าเป็น Goal-oriented activity)

3) ในท่ามกลางสภาวะการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสารนี้ สื่อมวลชนมิได้เป็นทางเลือกทางเดียวของบุคคล หากทว่าเป็นเพียงตัวเลือกตัวหนึ่งท่ามกลางตัวเลือกอื่นๆ และสื่อมวลชนคงต้องพบว่าแหล่งข่าวสารอื่นๆ มีฐานะเป็นคู่แข่งไปโดยปริยาย

4) สำหรับทิศทางที่บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้น จะเกิดจากความต้องการของบุคคลนั้นเป็นปฐมเหตุ จากนั้น ความต้องการก็จะถูกแปร มาเป็นแรงจูงใจ (Motivation) ที่จะผลักดันให้บุคคลเคลื่อนไหวเข้าหาการใช้สื่อประเภท ต่างๆ ดังนั้น ท่ามกลางสภาวะการแข่งขันและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสื่อสมัยใหม่ เฉกเช่นปัจจุบัน ก่อให้เกิดการไหลบ่าของข้อมูลข่าวสารจำนวนมากและมีสื่อที่ หลากหลาย ทำให้ผู้รับสารมีทางเลือกในการเปิดรับสื่อและใช้สื่อมากขึ้น

ผู้วิจัยนำทฤษฎีนี้มาใช้เป็นกรอบแนวคิดหลักในการศึกษาว่าผู้ใช้เว็บไซต์ เอ็ดดูเคชันดอทคอมมีการนำไปใช้ประโยชน์และมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์อย่างไรบ้าง เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้เว็บไซต์ที่มีความแตกต่าง ตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยผู้วิจัยได้แบ่งผู้ใช้เว็บไซต์ออกเป็น 4 กลุ่ม คือ นักเรียน นักศึกษา ครู-อาจารย์ และบุคคลทั่วไป

## 2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 พรพนทิวา จันทรสกุล (2552) ศึกษาวิจัยเรื่อง บทบาทเว็บไซต์การศึกษา กับการสื่อสารความรู้ [www.thaigoodview.com](http://www.thaigoodview.com) เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและเนื้อหาของ เว็บไซต์ไทยก๊ิดวิว ลักษณะการสื่อสารความรู้ การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจ รวมถึงการ มีส่วนร่วมของผู้ใช้เว็บไซต์ไทยก๊ิดวิว ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบของเว็บไซต์มีคุณภาพ ในระบบเว็บ 1.0 โดยมีการจัดการระบบในด้านเซฟเวอร์ ด้านซอฟต์แวร์ และการจัดการ เนื้อหา ซึ่งเนื้อหาส่วนใหญ่ในเว็บไซต์ คือ บทเรียนและบทความ ที่มีการนำเสนอกลยุทธ์ การนำเสนอที่น่าสนใจด้วยมัลติมีเดียต่างๆ มีรูปแบบการสื่อสารแบบต่างเวลา ส่วนใหญ่ เป็นความรู้ที่ปรากฏชัดเจน ซึ่งเป็นการเผยแพร่โดยการถ่ายโอนความรู้ผ่านเครือข่าย การสื่อสารแบบทุกช่องทาง ผู้ใช้เว็บไซต์มีการใช้ประโยชน์เพื่อประกอบการศึกษามาก ที่สุด มีความพึงพอใจในการใช้งานมาก และมีส่วนร่วมในเว็บไซต์ระดับปานกลาง

2.2 กัลยาณี เลื่องสุนทร (2553) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกับพฤติกรรม การเยี่ยมชมเว็บไซต์การศึกษา กรณีศึกษา: เว็บไซต์วิชาการดอทคอม ([www.vcharkarn.com](http://www.vcharkarn.com)) เพื่อศึกษาลักษณะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา ที่อยู่ อาศัยในปัจจุบัน สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต และประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต ทักษะคิดของผู้ใช้บริการเว็บไซต์วิชาการดอทคอม ได้แก่ การออกแบบ แรงจูงใจ ความเชื่อมโยงของข้อมูล เนื้อหา ปฏิสัมพันธ์ การใช้งานและระยะเวลาใช้บริการเว็บไซต์ และพฤติกรรมต่างๆ ของผู้ใช้ ได้แก่ ความถี่ ระยะเวลา ช่วงเวลาในการใช้บริการ และการสมัครเป็นสมาชิก ผลการวิจัยพบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้

บริการเว็บไซต์ ส่วนอายุ การศึกษา ที่อยู่ในปัจจุบัน สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต และ ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ ในขณะที่ทัศนคติที่มีต่อบริการของเว็บไซต์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ ส่วนทัศนคติด้านการเชื่อมโยงข้อมูล เนื้อหา และระยะเวลา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์

2.3 เบญจวรรณ มณีเนียม (2554) ศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อเว็บไซต์โรงเรียนจันทร์ประดิษฐารามวิทยาคม เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะประชากร พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์โรงเรียน ความเหมาะสมของเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอภายในเว็บไซต์โรงเรียน ตลอดจนการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเว็บไซต์โรงเรียนจันทร์ประดิษฐารามวิทยาคม ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 14 ปี ส่วนใหญ่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนตัวและสามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ โดยเปิดรับเว็บไซต์โรงเรียนจากที่บ้าน มีความถี่ของการเปิดรับเว็บไซต์โรงเรียนนานๆ ครั้ง ในการเปิดแต่ละครั้งใช้เวลาไม่เกิน 30 นาที โดยเปิดรับเว็บไซต์ในช่วงเวลา 16.01–19.00 น. นักเรียนที่การเปิดรับเว็บไซต์ในระยะเวลาแตกต่างกันมีผลทำให้มีการใช้ประโยชน์ต่างกัน โดยนักเรียนที่เปิดรับ 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง จะมีการใช้ประโยชน์น้อยกว่านักเรียนที่เปิดรับเว็บไซต์เป็นระยะเวลา 2 ชั่วโมงขึ้นไป ด้านรูปแบบของเว็บไซต์ พบว่า ความชัดเจนของขนาดตัวอักษรมีความเหมาะสมมากที่สุด ส่วนเนื้อหาของเว็บไซต์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจเว็บไซต์ โดยข้อมูลถูกระเบียบโรงเรียนมีความสัมพันธ์มากที่สุด

### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาประเด็นเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรูปแบบและเนื้อหาจากผู้ที่เคยใช้เว็บไซต์เอดดูโซนดอทคอมเท่านั้น เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์เอดดูโซนดอทคอมในอนาคต ซึ่งใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยสำรวจความคิดเห็นด้วยแบบสอบถามออนไลน์ที่จัดทำเป็นหน้าเว็บเพจ (Questionnaire Web Page) ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ขอความอนุเคราะห์ไปยังคุณธวัชชัย สุขสีดา ผู้จัดการเว็บไซต์เอดดูโซนดอทคอม ในการอัดโพลแบบสอบถามออนไลน์ไว้บนหน้าเว็บไซต์หลัก [www.eduzones.com](http://www.eduzones.com) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายเข้าถึงได้ง่ายและมีความหลากหลายตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนเมษายน-มิถุนายน พ.ศ. 2558 เนื่องจากในช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงปิดภาคเรียนของกลุ่มผู้ช่วยเรียน ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของงานวิจัยในครั้งนี้ เพื่อให้กลุ่มผู้ช่วยเรียนมีเวลาว่างในการตอบแบบสอบถามออนไลน์ที่ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้น รวมทั้งในช่วงเวลาดังกล่าวยังเป็นช่วงที่มีการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์มากที่สุด โดยเฉพาะนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจะมีความต้องการข้อมูลข่าวสารต่างๆ จากเว็บไซต์ เช่น เพื่อค้นหาข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ใช้โปรแกรมการศึกษาเพื่อประเมินโอกาสสอบติด หรือใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อวางแผนการศึกษาต่อไป

ประชากรที่เป็นเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้เว็บไซต์เอ็ดดูโชนดอทคอม เท่านั้น ซึ่งมีผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นสมาชิกจำนวน 2,530,000 คน ณ เดือน เมษายน 2558 (เอ็ดดูโชนดอทคอม: ออนไลน์) ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ณ ระดับความคาดเคลื่อน 5% หรือ 0.05 และกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% โดยใช้สูตรการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane จากการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 399.93 แต่ในทางปฏิบัติจะกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการสำรองไว้ 10% เพื่อป้องกันกรณีแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด คือ  $400+40=440$  คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มากที่สุด จำนวน 400 ชุด

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลพฤติกรรมกาเปิดรับของผู้ใช้เว็บไซต์เอ็ดดูโชนดอทคอม ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ของผู้ใช้เว็บไซต์เอ็ดดูโชนดอทคอม ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์เอ็ดดูโชนดอทคอม ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์เอ็ดดูโชนดอทคอมที่พึงประสงค์และทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจต่อรูปแบบและเนื้อหาของผู้ใช้เว็บไซต์เอ็ดดูโชนดอทคอม

## สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหญิงอายุระหว่าง 16-25 ปี มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. รู้จักเว็บไซต์โดยมีผู้แนะนำ และส่วนใหญ่ติดตามเว็บไซต์มาเป็นระยะเวลา 1-2 ปี มีความถี่ในการเปิดรับ 3-4 วันต่อสัปดาห์ และแต่ละครั้งเปิดรับมากกว่า 60 นาที ในช่วงเวลา 18.01-21.00 น. จากที่บ้าน นอกจากนี้หัวข้อหลักที่ผู้ใช้เว็บไซต์ส่วนใหญ่สนใจ คือ โปรแกรมการศึกษาต่างๆ และมีเหตุผลในการเปิดรับเนื่องจากเป็นเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ตรงกับความต้องการ

ด้านการใช้ประโยชน์โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับนำไปใช้ประโยชน์ได้มาก ( $\bar{X}=3.83$ ) ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนและนักศึกษาใช้เพื่อเพิ่มพูนความรู้ให้กับตนเอง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นครู-อาจารย์ใช้เพื่อเป็นแหล่งสืบค้นข้อมูลด้านการศึกษา และผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคคลทั่วไปใช้เพื่อให้ทราบข้อมูลข่าวสารและเท่าทัน ต่อเหตุการณ์รอบตัว

สำหรับด้านความพึงพอใจโดยรวมพบว่า อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ( $\bar{X}=4.27$ ) ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการศึกษาต่างๆ รวมทั้งเนื้อหาที่มีความหลากหลาย โดยไม่ได้จำกัดแค่เพียงด้านการศึกษาแต่ยังมีสาระบันเทิงที่เป็นประโยชน์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษามีความพึงพอใจต่อบริการแอปพลิเคชันที่ทำให้เข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวก รวมทั้งเนื้อหาเป็นประโยชน์ตรงตามวัตถุประสงค์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นครู-อาจารย์ มีความพึงพอใจต่อช่องทางติดต่อสื่อสารที่สามารถสอบถามข้อสงสัย ให้คำแนะนำ หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้อื่นได้ รวมทั้งเนื้อหาเป็นประโยชน์ตรงตามวัตถุประสงค์ และผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคคลทั่วไป มีความพึงพอใจต่อเมนูหลักมีการแบ่งแยกหมวดหมู่อย่างเป็นระบบ ชัดเจน เข้าใจง่าย และสามารถเรียกใช้งานได้สะดวก รวมทั้งเนื้อหาที่มีความทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์

ส่วนแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์เอดดูโซนครอทคอม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ควรจัดระเบียบโฆษณาในหน้าแรกที่ทำให้ดูรกสายตา เวลาใช้ควรเพิ่มกากบาทให้กดโฆษณาออก ควรเพิ่มเครื่องมือสืบค้นข้อมูลไปยังเว็บไซต์การศึกษาอื่นๆ ได้ หน้าแรกมีข้อมูลรูปภาพเยอะทำให้โหลดข้อมูลช้าควรปรับขนาดหรือลดจำนวนรูปภาพลง ลดการนำเสนอเนื้อหาและควรเน้นสีหรือภาพเพื่อให้ดูน่าสนใจ รวมทั้งแผนที่เว็บไซต์และข้อมูลการติดต่อเป็นข้อมูลที่สำคัญควรอยู่ด้านบนสุดของหน้าเว็บไซต์แรกเพื่อให้

ผู้ใช้สามารถติดต่อได้โดยง่าย ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.977\*\* ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับสูง

### ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากแนวคิดของแมคคอมส์และเบคเคอร์ (1979) อ้างถึงในประมะ สตะเวทิน, 2546 ได้กล่าวว่า บุคคลเลือกรับสื่อเกิดจากปัจจัยพื้นฐาน 4 ประการ คือ ความเหงา ความอยากรู้อยากเห็น ประโยชน์ใช้สอย และลักษณะของสื่อที่ตอบสนองความต้องการได้ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเปิดรับเว็บไซต์เอ็นดูโซนดอทคอมเพราะเป็นเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ตรงกับความต้องการมากที่สุด เป็นเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาที่หลากหลายทั้งความรู้และสาระบันเทิง เป็นเว็บไซต์ที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย เป็นเว็บไซต์ที่มีความน่าเชื่อถือ มีแหล่งอ้างอิงชัดเจน เป็นเว็บไซต์ที่มีรูปแบบน่าสนใจ ชวนติดตาม และเป็นเว็บไซต์ที่มีการแบ่งแยกหมวดหมู่ชัดเจน เข้าใจง่าย สอดคล้องกับ พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2539) กล่าวถึงความสัมพันธ์ของผู้รับสารต่อการเปิดรับและเข้าถึงข่าวสารมีอยู่ 4 ความต้องการ คือ ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์ โดยผู้รับสารจะเปิดรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตนเองเป็นสำคัญ ความต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของผู้รับสาร โดยผู้รับสารมักจะเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ค่านิยมหรือทัศนคติของตน ส่วนข่าวสารใดที่ไม่สอดคล้องมักไม่ได้รับความสนใจ หรือได้รับการปฏิเสธจากผู้รับสาร ความต้องการข่าวสารที่สะดวกต่อการได้มา ผู้รับสารจะเปิดรับข่าวสารที่ให้ประโยชน์และสอดคล้องกับตนเอง แต่ถ้าข่าวสารดังกล่าวได้มาด้วยความยากลำบากหรือไม่สะดวก ผู้รับสารก็ไม่อาจรับการเปิดรับข่าวสารนั้นได้ และประการสุดท้ายความอยากรู้อยากเห็น คือ ความต้องการประสบการณ์ใหม่ๆ เนื่องจากสังคมปัจจุบันมีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของจริณร ธนาธิลปะกุล (2545) ศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเว็บไซต์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเหตุผลในการใช้เว็บไซต์เพื่อรับทราบข้อมูล ข่าวสาร และเหตุการณ์ต่างๆ สะท้อนให้เห็นได้ว่าเว็บไซต์เป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่และสามารถตอบสนองต่อความต้องการใช้ประโยชน์ของผู้ใช้ได้มากที่สุด เนื่องจากมีความสะดวก รวดเร็ว และสามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยง่าย

นอกจากนี้ เว็บไซต์สามารถเผยแพร่ข้อมูลตัวอักษร ข้อมูลภาพ ข้อมูลเสียง และภาพเคลื่อนไหว ดังนั้น เว็บไซต์จึงเป็นที่นิยมจากผู้รับสารในยุคปัจจุบันมากที่สุด โดยเฉพาะกลุ่มวัยเรียนที่จะต้องมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ เพื่อให้ก้าวทันโลกในยุคข้อมูลข่าวสารไร้พรมแดน ดังที่สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533) กล่าวว่า เทคโนโลยีและการสื่อสารมีการพัฒนาไปอย่างไม่หยุดยั้ง ทำให้มีสื่อใหม่เกิดขึ้นมาอีกเป็นจำนวนมาก ผู้รับสารจึงมีทางเลือกในการใช้สื่อต่างๆ มากขึ้น รวมทั้งจำนวนข่าวสารที่เกิดขึ้นในแต่ละวันก็มีเป็นจำนวนมากเช่นกัน ทำให้การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของบุคคลนั้นไม่สามารถเปิดรับข้อมูลข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านเข้ามาสู่ตนได้ทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตนเองเท่านั้น ผ่านกระบวนการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการศึกษาควรส่งเสริมและสนับสนุนเว็บไซต์เพื่อการศึกษาให้พัฒนา จนนำไปสู่การเป็นสื่อสาธารณะประโยชน์อย่างแท้จริง

ประเด็นถัดมาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักเว็บไซต์โดยมีผู้แนะนำมากที่สุด ดังนั้น สิ่งที่ต้องพิจารณาถึง คือ ช่องทางที่ทำให้รู้จักเว็บไซต์เอดดูโฮมดอทคอม ผู้วิจัยมองว่ายังเป็นการรู้จักในวงแคบและจำกัด ควรมีการขยายวงกว้างโดยการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ผ่านสื่อต่างๆ ให้มากขึ้น โดยเฉพาะสื่อหลัก เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย เนื่องจากปัจจุบันมีเว็บไซต์เกิดขึ้นมาเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะเว็บไซต์บันเทิงและเว็บไซต์โฆษณาแฝง ซึ่งบางคนอาจจะยังไม่รู้จักและเลือกเปิดรับเฉพาะสื่อที่คุ้นเคย เช่น หนังสือ นิตยสาร ตำราเรียน เป็นต้น นอกจากนี้ผู้วิจัยมองว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการศึกษา ควรมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์เพื่อการศึกษาให้เป็นที่รู้จัก โดยเฉพาะกลุ่มวัยเรียนสามารถใช้เป็นแหล่งเรียนรู้ขนาดใหญ่เพื่อเท่าทันต่อโลกในยุคข้อมูลข่าวสารไร้พรมแดนเอกเช่นปัจจุบันนี้

การใช้ประโยชน์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมพบว่า อยู่ในระดับนำไปใช้ประโยชน์ได้มาก ซึ่งผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนและนักศึกษาส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์เพื่อเพิ่มพูนความรู้ให้กับตนเอง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นครู-อาจารย์ส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์เพื่อเป็นแหล่งสืบค้นข้อมูลด้านการศึกษา และผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคคลทั่วไปส่วนใหญ่ มีการใช้ประโยชน์เพื่อให้ทราบข่าวสารต่างๆ และเท่าทันต่อเหตุการณ์รอบตัว แสดงให้เห็น ได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มมีการใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความต้องการและความพึงพอใจของตนเป็นหลัก สอดคล้องกับกาญจนา แก้วเทพ (2552) กล่าวว่า ผู้รับสารจะเป็นผู้กำหนด

ความต้องการของตนเองและประเภทของสื่อที่เลือกใช้ รวมถึงลักษณะของเนื้อหาที่เปิดรับเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตนให้มากที่สุด ทั้งนี้ เนื่องจากสาเหตุ 4 ประการ คือ 1) ในการเปิดรับสารของผู้รับสารนั้น จะมีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง เช่น เพื่ออาชีพการงาน เพื่อการเรียนรู้ 2) เมื่อมีความตั้งใจที่แน่นอนดังกล่าว การใช้สื่อจึงมีใช้กิจกรรมที่กระทำไปตามยถากรรมหรือไร้เป้าหมาย หากแต่เป็นกิจกรรมที่มีเป้าประสงค์ที่แน่นอน 3) สื่อมวลชนมิได้เป็นทางเลือกทางเดียวของผู้รับสาร หากทว่าเป็นเพียงตัวเลือกตัวหนึ่งท่ามกลางตัวเลือกอื่นๆ 4) สำหรับทิศทางที่ผู้รับสารจะเลือกใช้สื่อประเภทใดนั้นจะเกิดจากความต้องการของตนและแปรเป็นแรงจูงใจผลักดันให้ใช้สื่อประเภทต่างๆ สะท้อนให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนและนักศึกษามีการเปิดรับสื่อที่แตกต่างไปจากเดิมที่มักจะเปิดรับความรู้จากหนังสือ ตำราเรียนก็หันมาใช้สื่อเว็บไซต์ในการเพิ่มพูนความรู้ให้กับตนเองเนื่องจากเว็บไซต์ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาและสถานที่ รวมทั้งมีเนื้อหาที่หลากหลายของ เช่น ข่าวสารประจำวัน ข่าวการศึกษา เรื่องฮิตประจำหมวด วาไรตี้ สารแนรู้ โปรแกรมการศึกษา เป็นต้น ล้วนส่งเสริมให้เกิดการเพิ่มพูนความรู้รอบตัว ซึ่งจะเป็นประโยชน์ยิ่งต่อเด็กและเยาวชนไทยในยุคปัจจุบันที่กำลังเติบโตอยู่ในยุคของข่าวสาร ไร้พรมแดนที่จะต้องเรียนรู้และเท่าทันต่อโลก การเปิดรับความรู้แค้ในห้องเรียน หรือตำราเรียนอาจไม่เพียงพออีกต่อไป นอกจากนี้ยังช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายต่างๆ เช่น ไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางโดยสามารถติดตามข่าวสารการเปิดรับสมัครศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาจากหลายแห่งได้ที่บ้าน ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปห้องสมุด ไปร้านหนังสือ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นครู-อาจารย์ สามารถค้นหาข้อมูลข่าวสารด้านการศึกษา ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการนำมาวางแผนการสอน การพูดคุยแลกเปลี่ยนในห้องเรียน ซึ่งในการค้นหาข้อมูลข่าวสารนั้น สามารถกระทำได้ในเวลาและสถานที่ใดก็ได้เช่นกัน และตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคคลทั่วไป สามารถติดตามข่าวสารทำให้ทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆ และเท่าทันต่อเหตุการณ์รอบตัว ซึ่งนอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อตนเองแล้ว ยังสามารถนำข้อมูลข่าวสารต่างๆ เหล่านั้นไปบอกต่อบุตรหลานที่ยังอยู่ในวัยเรียนได้ ทั้งนี้ เนื่องจากผู้ใช้ในแต่ละกลุ่ม ต่างมองเห็นถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเว็บไซต์เอ็ดดูโชนดอทคอม จึงมีการเลือกใช้ประโยชน์และกลับมาใช้ซ้ำ

ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมพบว่า อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจด้านรูปแบบ คือ มีโปรแกรมการศึกษาและแบบทดสอบต่างๆ มากมาย ด้านเนื้อหา คือ เนื้อหา



มีความหลากหลายโดยไม่ได้จำกัดแค่เพียงด้านการศึกษา แต่ยังมีสาระบันเทิงที่เป็นประโยชน์ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษาส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจด้านรูปแบบ คือ มีบริการแอปพลิเคชันฟรีบนมือถือ/สื่อสังคมออนไลน์ ทำให้เข้าถึงข้อมูลได้สะดวก ด้านเนื้อหา คือ เนื้อหาเป็นประโยชน์ตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นครู-อาจารย์ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจด้านรูปแบบ คือ มีช่องทางให้ติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น สามารถสอบถามข้อสงสัยให้คำแนะนำ หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ด้านเนื้อหา คือ เนื้อหาเป็นประโยชน์ตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้ และผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคคลทั่วไปส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจด้านรูปแบบ คือ เมนูหลักมีการแบ่งหมวดหมู่อย่างเป็นระบบ ชัดเจน เข้าใจง่าย และสามารถเรียกใช้งานได้สะดวก ด้านเนื้อหา คือ เนื้อหามีความทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ และมีการแสดงวันที่ปรับปรุงล่าสุด จะเห็นได้ว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความแตกต่างทางลักษณะประชากรศาสตร์ย่อมมีความพึงพอใจแตกต่างกันด้วย สอดคล้องกับแนวคิดของแคทซ์และคณะ (Katz and Others, 1974 อ้างถึงใน จรินทร์ ธนาธิปไตยกุล, 2545) กล่าวว่า ผู้รับสารต้องการใช้สื่อที่สามารถสนองต่อความพอใจของตนเอง ซึ่งเป็นการเน้นความสำคัญของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการกับสื่อ โดยผู้รับสารไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น หากแต่จะเลือกใช้สื่อและรับสารที่สามารถสนองความต้องการและความพอใจของตน สะท้อนให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนเป็นวัยที่กำลังเข้าสู่วัยรุ่นตอนต้น จึงมีความต้องการความแปลกใหม่และหลากหลาย รวมทั้งสามารถตอบสนองต่อการใช้ประโยชน์ของตนได้ ซึ่งจะเห็นได้ว่าเว็บไซต์เอดดูโซนดอทคอมมีการนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลายไม่ได้จำกัดแค่เพียงความรู้ด้านการศึกษาเท่านั้น หากแต่ยังมีเนื้อหาที่เป็นสาระบันเทิงสอดแทรกอยู่ด้วยทำให้เว็บไซต์มีความน่าสนใจ น่าติดตาม และดึงดูดใจให้ผู้ใช้กลับมาใช้ซ้ำด้วยการเสนอเนื้อหาที่หลากหลายและรวดเร็ว เช่น โปรแกรมการศึกษาต่างๆ เพื่อประเมินโอกาสในการศึกษาต่อ การทำแบบประเมินทางจิตวิทยาเพื่อเลือกอาชีพที่ชอบ เรื่องฮิตประจำหมวดที่สอดแทรกแง่มุมต่างๆ รวมทั้งวิดีโอที่น่าสนใจ ส่วนผู้ใช้เว็บไซต์เอดดูโซนดอทคอมที่เป็นนักศึกษา และครู-อาจารย์ มีความพึงพอใจด้านเนื้อหาเป็นประโยชน์ตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้ เนื่องจากวัตถุประสงค์ของการคนแต่ละกลุ่มย่อมไม่เหมือนกัน การแบ่งแยกที่ชัดเจนนั้นย่อมส่งผลให้ผู้ใช้สามารถเลือกใช้ข้อมูลที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของตนเอง ซึ่งเว็บไซต์เอดดูโซนดอทคอมได้มีการแบ่งแยกกลุ่มผู้ใช้อย่างชัดเจน ทำให้ผู้ใช้เว็บไซต์สามารถนำข้อมูลที่ตรงกับความต้องการไปใช้ตามวัตถุประสงค์ของตนเอง ส่วนผู้ใช้เว็บไซต์ที่เป็นกลุ่มบุคคล

ทั่วไป มีความพึงพอใจต่อเนื้อหาที่มีความทันสมัยทันเหตุการณ์ และมีวันที่ปรับปรุงล่าสุด ซึ่งทำให้เกิดความเท่าทันต่อเหตุการณ์ต่างๆ รอบตัว อีกทั้งยังสามารถนำข่าวสารต่างๆ ไปใช้ในการอ้างอิง แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น หรือบอกต่อแก่บุตรหลานที่อยู่ในวัยเรียนได้ นอกจากนี้ด้านเนื้อหาแล้วด้านรูปแบบก็มีความสำคัญไม่ต่างกัน ซึ่งส่งผลให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้ซ้ำอีก อาจเป็นเพราะว่าเว็บไซต์เอดดูโซนดอทคอมมีการให้บริการโปรแกรมทางการศึกษาที่น่าสนใจ ซึ่งไม่เหมือนกับเว็บไซต์เพื่อการศึกษาอื่นๆ ที่ส่วนใหญ่เน้นเนื้อหาด้านวิชาการเพียงอย่างเดียว นอกจากนี้แล้วเว็บไซต์เอดดูโซนดอทคอม ยังมีบริการแอปพลิเคชันฟรีบนมือถือ/สื่อสังคมออนไลน์ ทำให้เข้าถึงข้อมูลได้สะดวก เนื่องจากพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้รับสารในยุคนี้มีความเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม มีการใช้มือถือสมาร์ทโฟนมากขึ้น ตลอดจนมีการแชร์ความรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter ซึ่งสามารถตอบสนองต่อผู้ตอบแบบสอบถามได้ในทันทีและเอื้อต่อการเรียนรู้ในทุกๆ ที่ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ใดหรือเวลาใดก็ได้ รวมทั้งเว็บไซต์เอดดูโซนดอทคอมยังมีช่องทางให้ติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นเพื่อสอบถามข้อสงสัย ให้คำแนะนำ หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน และยังมีการแบ่งแยกกลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ไว้อย่างชัดเจน ทำให้ผู้ใช้เว็บไซต์เอดดูโซนดอทคอมสามารถใช้บริการได้ตรงตามความต้องการอย่างสะดวก ด้วยข้อดีของเว็บไซต์เพื่อการศึกษาในหลายประการดังที่กล่าวมาข้างต้น จึงควรส่งเสริมและพัฒนาให้เว็บไซต์ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้เว็บไซต์ให้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์เอดดูโซนดอทคอมที่พึงประสงค์ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอแนะไว้ในตอนท้าย คือ ควรจัดระเบียบโฆษณาในหน้าแรกที่ทำให้ดูรกสายตาเวลาใช้ ควรเพิ่มกากบาทให้กดโฆษณาออก ควรเพิ่มเครื่องมือสืบค้นข้อมูลไปยังเว็บไซต์การศึกษาอื่นๆ ได้ หน้าแรกมีข้อมูลรูปภาพเยอะทำให้โหลดข้อมูลช้า ควรมีการปรับขนาดหรือลดจำนวนรูปภาพลงลดการนำเสนอเนื้อหาลงและควรเน้นสีหรือภาพเพื่อให้ดูน่าสนใจ และแผนที่เว็บไซต์และข้อมูลการติดต่อเป็นข้อมูลที่สำคัญควรอยู่ด้านบนสุดของหน้าเว็บไซต์แรกเพื่อให้ผู้ใช้สามารถติดต่อได้โดยง่าย

สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์เอดดูโซนดอทคอม มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.977\*\* โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับสูง ดังนั้น สามารถอนุมานได้ว่าหากผู้ใช้เว็บไซต์เอดดูโซนดอทคอมมีการใช้ประโยชน์มากเท่าใดก็จะมี ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์มากเท่านั้น กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถาม

สามารถนำข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์เ็ดดูโซนดอทคอมไปใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการศึกษา การทำงาน และชีวิตประจำวัน ดังนั้น ผู้จัดทำเว็บไซต์ควรมุ่งเน้น ทั้งการจัดทำรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์ให้มีความสอดคล้องหลากหลาย ทันสมัย และเป็นประโยชน์ตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้เว็บไซต์ โดยคำนึงถึงความแตกต่างของกลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์ เพื่อให้ผู้ใช้เว็บไซต์เกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ซ้ำ

### ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ในการศึกษาครั้งนี้ศึกษาเฉพาะผู้รับสารในประเด็นการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ หากมีการศึกษาในครั้งต่อไปควรศึกษาในประเด็นอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น การแสวงหาข่าวสารด้านการศึกษา ความต้องการใช้ข่าวสารด้านการศึกษา ความคาดหวังต่อเว็บไซต์ และปัญหาที่พบจากการใช้เว็บไซต์ รวมทั้งศึกษาผู้ส่งสาร เกี่ยวกับการวางแผนดำเนินงาน การกำหนดรูปแบบและเนื้อหาของเว็บไซต์ รวมทั้งสภาพ ปัญหาและแนวทางในการแก้ไขปัญหา ตลอดจนศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับเนื้อหาที่นำเสนอ บนเว็บไซต์เ็ดดูโซนดอทคอมว่ามีลักษณะการนำเสนออย่างไร และลักษณะเนื้อหาใดที่ ตรงกับความต้องการของผู้ใช้เพื่อให้มีความชัดเจนและเป็นแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์ เพื่อการศึกษาต่อไป

2. ควรศึกษาเปรียบเทียบเว็บไซต์เ็ดดูโซนดอทคอมกับเว็บไซต์เพื่อการศึกษาอื่นๆ ทั้งไทยและต่างประเทศ เพื่อให้เห็นภาพรวมที่ชัดเจนเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์เพื่อศึกษาในประเทศไทย ตลอดจนนำจุดเด่นและจุดด้อย ของแต่ละเว็บไซต์มาพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์เพื่อการศึกษาให้เทียบเท่ากับเว็บไซต์ประเภทอื่นๆ

### รายการอ้างอิง

#### ภาษาไทย

- กัลยาณี เลื่องสุนทร. (2553). ปัจจัยที่มีผลกับพฤติกรรมการเยี่ยมชมเว็บไซต์การศึกษา: กรณีศึกษา เว็บไซต์วิชาการดอทคอม. กรุงเทพมหานคร: คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์.

- จรินทร์ ธานีศิลปกุล. (2545). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเว็บไซต์มหาวิทยาลัย  
ธรรมศาสตร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: คณะ  
วารสารศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เบญจวรรณ มณีเนียม. (2554). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักเรียนที่มี  
ต่อเว็บไซต์โรงเรียนจันทร์ประดิษฐารามวิทยาคม. กรุงเทพมหานคร:  
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ประม ะตะเวทิน และคณะ. (2546). เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร.  
นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.
- พรชัย จันทรศุกแสง. (2546). ฝ่าโลก Internet ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร:  
พิมพ์ดี.
- พรรณทิวา จันทรสกุล. (2552). บทบาทของเว็บไซต์การศึกษา [www.thaigoodview.com](http://www.thaigoodview.com) กับการสื่อสารความรู้. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.
- ศุณย์วิจิณวัตรกรมอินเทอร์เน็ทไทย. (2557). สถิติเว็บไซต์การศึกษา. วันที่เข้าถึงข้อมูล  
11 พฤศจิกายน 2557, แหล่งที่มา <http://truehits.net>
- สรวงมณฑ์ สิทธิสมาน. (2557). ปฏิรูปการศึกษาสร้างแหล่งการเรียนรู้ที่มีชีวิตให้เด็ก.  
วันที่เข้าถึงข้อมูล 13 ธันวาคม 2557, แหล่งที่มา <http://www.manager.co.th>
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2552). เด็กไทยหลงทิศนิยมค้นหา  
คำว่าเกมส์และนิยมเว็บไซต์ บันเทิง. วันที่เข้าถึงข้อมูล 6 มกราคม 2558,  
แหล่งที่มา <http://www.thaihealth.or.th>
- เอ็ดดูโซนดอทคอม. (2558). เกี่ยวกับเรา. วันที่เข้าถึงข้อมูล 6 มกราคม 2558,  
แหล่งที่มา <http://www.eduzones.com>

การใช้และความพึงพอใจบริการสื่อออนไลน์  
เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการ  
ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

Usage and Gratifications of Online Financial Services  
Through Financial Transactions  
in Muang Chiang Rai District, Chaing Rai Province

ธรรพร สภารัตน์<sup>1</sup>  
ภูพายัพ ยอดมิ่ง

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้ามีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสื่อออนไลน์เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย 2) ศึกษาความพึงพอใจการใช้บริการสื่อออนไลน์ เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย 3) ศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจการใช้บริการสื่อออนไลน์ เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ระหว่าง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 4) ศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะกระบวนการในการให้บริการสื่อออนไลน์เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ได้แก่ ประชาชนในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ที่ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า

ด้านข้อมูลทั่วไป ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31 - 40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ด้านพฤติกรรมการใช้บริการสื่อออนไลน์ เพื่อทำธุรกรรมทางการเงิน

<sup>1</sup> ธรรพร สภารัตน์ (ศศ.ม. การสื่อสารศึกษา, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2558) และรองศาสตราจารย์ ภูพายัพ ยอดมิ่ง คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

เงินของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย พบว่า ความถี่ในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ ไม่เกิน 2 ครั้ง/เดือน ใช้บริการในช่วงเวลา 08.01-12.00 น. ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (สมาร์ตโฟน) วัตถุประสงค์ที่ใช้บริการ คือ การโอนเงิน เหตุผลที่ใช้บริการ คือ ใช้งานง่าย สะดวก รวดเร็ว ด้านความพึงพอใจการใช้บริการสื่อออนไลน์ เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงรายในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านราคา ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจการใช้บริการสื่อออนไลน์ เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ใช้บริการที่เพศต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ด้านที่มีความพึงพอใจการใช้บริการแตกต่างกัน คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยเพศหญิงมีความพึงพอใจการใช้บริการมากกว่าเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเป็นไปตามสมมติฐาน แต่เมื่อการจำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจการใช้บริการในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการทุกด้านไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ปัญหาที่ผู้ใช้บริการสื่อออนไลน์ เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย พบมากที่สุด คือ ปัญหาด้านเทคนิค ได้แก่ ขั้นตอนการประมวลผลข้อมูลการใช้บริการมีความล่าช้า รองลงมา คือ ฟังก์ชันการใช้งานมีความยุ่งยากและซับซ้อน ส่วนปัญหาที่ผู้ใช้บริการพบน้อยที่สุด คือ ปัญหาด้านรูปแบบบริการ ได้แก่ อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการไม่เหมาะสม

ผู้ให้บริการได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมการใช้บริการสื่อออนไลน์ เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย 3 อันดับแรก คือ 1) ด้านการให้ความช่วยเหลือ ควรจัดพนักงานที่มีความรู้ความเข้าใจระบบและขั้นตอนการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบออนไลน์ไว้บริการตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อช่วยเหลือผู้บริการกรณีที่มีข้อติดขัด 2) ด้านรูปแบบบริการ ควรจัดทำรูปแบบและขั้นตอนการให้บริการหน้าเว็บให้ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน 3) ด้านเทคนิค ควรดูแลระบบการเชื่อมต่อเพื่อเข้าเว็บไซต์ของธนาคารให้มีความเสถียรใช้งานได้อย่างต่อเนื่องไม่สะดุด

## Abstract

The purposes of this study are to analyze web user behavior and gratification, compare the gratification between different online banking services in Muang Chiangrai district, Chiang Rai Province, along with analyzing problems and suggestions about the service providers' operations. The samples are the group of 400 locals living in Chiang Rai who use online financial services, and survey questionnaires are used as data collection method. The finding showed that most informants were female at the age of 31 to 40 with a bachelor's degree, working in private companies, having an income of around THB 10,001 to 20,000.

At the aspect of the web user behavior, the result reflected that the frequency of the online transactions were two times a month via mobile phone, and the time-use statistics revealed that the usage was during 8:01 to 12:00. The services were used for money transfer, and the samples gave reason why they used the services was quick, easy, and user-friendly. The gratification was at high level.

In fact, the result indicated that the gratification towards service centers was the highest and then products and services. The least was pricing.

Furthermore, different gender did not show the difference in the aspect of gratification, except the aspect of products and services in which female samples showed higher level of the gratification at 0.05. This confirmed the hypothesis.

However, in comparison with age, educational background, career, and salary, the overall gratification reflected no different. This did not support the hypothesis.

The findings suggested that problems of online financial services included technical problems such as slow data processing, complicated functions, and unreasonable pricing, respectively. In addition, the sample passed comments about online financial services which could be

categorized into three ranks as follows: 1) there should be live operator service answering questions and responding to users' demands, 2) the procedure for the services should be simple, not complex, and 3) the website should be more stable.

## บทนำ

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามามีบทบาทต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ส่งผลให้พฤติกรรมการใช้ชีวิตของมนุษย์เปลี่ยนแปลง ดังจะเห็นได้จากกระแสการตื่นตัวในการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงและการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้รับการพัฒนารูปแบบการทำงานให้มีความหลากหลายเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจต่างๆ มากมาย รวมไปถึงธุรกิจด้านการเงินการธนาคารก่อให้เกิดการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงและพัฒนาระบบการให้บริการ ที่เรียกว่า ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) เป็นธุรกรรมการเงินบนอินเทอร์เน็ตรูปแบบหนึ่ง ที่ให้เปิดให้บริการเกี่ยวกับธุรกรรมการเงินโดยผ่านเว็บไซต์ของธนาคาร และการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking โดยผู้ใช้บริการสามารถทำรายการโอนเงิน สอบถามยอดเงินคงเหลือ อายัดบัตรเครดิต ชำระค่าสินค้าหรือบริการ เป็นต้น ทั้งนี้ผู้ใช้บริการสามารถทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคารโดยไม่ต้องเสียเวลาไปที่ธนาคาร เพียงแค่ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ก็สามารถจัดการทางการเงินตามความต้องการได้ทันที โดยสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกที่ทุกเวลาตลอด 24 ชั่วโมง ตามความต้องการของผู้ใช้บริการ นับว่าเป็นก้าวสำคัญของการแข่งขันในโลกออนไลน์ของผู้ประกอบการธุรกิจการเงิน

ทั้งนี้ จากรายงานข้อมูลการใช้บริการธุรกรรมทางธนาคารผ่านสื่อออนไลน์ของธนาคารแห่งประเทศไทย (2558 : ออนไลน์) พบว่า ยอดการใช้บริการธุรกรรมทางธนาคารพาณิชย์ผ่านสื่อออนไลน์ได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง สะท้อนให้เห็นว่าปัจจุบันคนไทยมีพฤติกรรมการใช้บริการสื่อออนไลน์มากขึ้น จังหวัดเชียงรายเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเป็นเมืองชายแดนที่มีพื้นที่ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน เป็นประตูสู่ความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง และยังเป็นเมืองศูนย์กลางการพาณิชย์ การศึกษา แหล่งที่อยู่อาศัย และธุรกิจบริการ ส่งผลให้เศรษฐกิจในจังหวัดเชียงราย เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในเขตอำเภอเมืองเชียงราย ด้วยเหตุนี้ ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาการใช้และความพึงพอใจบริการ



สื่อออนไลน์ เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

## ระเบียบวิธีวิจัย

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ ประชาชนในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ที่มีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์

กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ที่มีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ จำนวน 400 ราย ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาค้างนี้ใช้แบบสอบถามวัดระดับพฤติกรรมการใช้และความพึงพอใจการใช้บริการสื่อออนไลน์ เพื่อทำธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการให้เลือกคำตอบ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสื่อออนไลน์ เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการให้เลือกคำตอบ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจการใช้บริการสื่อออนไลน์ เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย มีลักษณะเป็นแบบประมาณค่า Rating Scale

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะการใช้บริการสื่อออนไลน์เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการ มีลักษณะแบบสำรวจรายการให้เลือกคำตอบและแบบปลายเปิดให้แสดงความคิดเห็น

### 2. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ดำเนินการเก็บรวบรวมโดยแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย

2) เก็บแบบสอบถามคืนพร้อมตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้ทั้งหมด

3) นำข้อมูลมาแจกแจงความถี่พร้อมก็นำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

### 3. การจัดทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์โดยหาค่าความถี่ และค่าอัตราร้อยละ แล้วนำเสนอในรูปของตารางพร้อมคำอธิบายได้ตาราง

2) การวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ ทำการวิเคราะห์โดยหาค่าความถี่ และค่าอัตราร้อยละ แล้วนำเสนอในรูปของตารางพร้อมคำอธิบายได้ตาราง

3) การวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจการใช้บริการ

3.1) การหาค่าระดับความพึงพอใจการใช้บริการสื่อออนไลน์ เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการ ทำการวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำเสนอในรูปของตารางพร้อมคำอธิบาย ใช้เกณฑ์วัดระดับความพึงพอใจการใช้บริการ 5 ระดับ

3.2) การเปรียบเทียบความพึงพอใจการใช้บริการสื่อออนไลน์ เพื่อทำธุรกรรมทางการเงิน ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

4) การวิเคราะห์ข้อมูลในตอนี่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะการใช้บริการสื่อออนไลน์เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการ ทำการวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

### ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001- 20,000 บาท

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสื่อออนไลน์ เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ไม่เกิน 2 ครั้ง/เดือน ในช่วงเวลา 08.01-12.00 น. ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (สมาร์ทโฟน) วัตถุประสงค์ที่ใช้บริการ คือ การโอนเงิน เหตุผลที่ใช้บริการ คือ ใช้งานง่าย สะดวก รวดเร็ว

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจการใช้บริการสื่อออนไลน์ เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงรายพบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับ

มาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านสถานที่ให้บริการ และช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ส่วนด้านมีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด ได้แก่ ด้านราคา เมื่อแยกเป็นรายด้าน มีรายละเอียดดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ความพึงพอใจการใช้บริการสื่อออนไลน์เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของ ผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ในภาพรวม

| รายการ                                         | $\bar{X}$ | S.D. | ความพึงพอใจ |
|------------------------------------------------|-----------|------|-------------|
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ                      | 3.72      | .55  | มาก         |
| 2. ด้านราคา                                    | 3.53      | .59  | มาก         |
| 3. ด้านสถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย | 3.92      | .62  | มาก         |
| 4. ด้านส่งเสริมการตลาด                         | 3.55      | .55  | มาก         |
| 5. ด้านบุคลากร                                 | 3.54      | .69  | มาก         |
| 6. ด้านกระบวนการให้บริการ                      | 3.55      | .61  | มาก         |
| 7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ        | 3.64      | .60  | มาก         |
| ทั้งหมด                                        | 3.64      | .48  | มาก         |

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจการใช้บริการสื่อออนไลน์เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ใช้บริการที่เพศต่างกันมีความพึงพอใจการใช้บริการในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อ พิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ด้านที่มีความพึงพอใจการใช้บริการแตกต่างกัน คือ ด้าน ผลิตภัณฑ์และการบริการ โดยเพศหญิงมีความพึงพอใจการใช้บริการมากกว่าเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จึงเป็นไปตามสมมติฐาน แต่เมื่อจำแนกตามอายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้ บริการในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้ บริการ ทุกด้านไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

ปัญหาและข้อเสนอแนะการใช้บริการสื่อออนไลน์เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงรายพบว่า ปัญหาที่พบบ่อยที่สุด คือ ขั้นตอนการประมวลผลข้อมูล การใช้บริการมีความล่าช้า รองลงมาคือ ฟังก์ชันการใช้งานมีความยุ่งยาก และซับซ้อน และปัญหาที่พบน้อยที่สุด คือ อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการไม่เหมาะสม นอกจากนี้ผู้ให้บริการได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการใช้บริการสื่อออนไลน์เพื่อทำธุรกรรมทางการเงิน 3 อันดับแรก คือ ควรจัดพนักงานที่มีความรู้ ความเข้าใจระบบและขั้นตอนการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบออนไลน์ไว้บริการตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อให้สามารถช่วยเหลือผู้บริการกรณีที่มีข้อติดขัด รองลงมาคือ ควรจัดทำรูปแบบและขั้นตอนการให้บริการหน้าเว็บให้ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน และควรดูแลระบบการเชื่อมต่อเพื่อเข้าเว็บไซต์ของธนาคารให้มีความเสถียร ใช้งานได้ต่อเนื่อง ไม่สะดุด

ตารางที่ 2    เปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจการใช้บริการสื่อออนไลน์ เพื่อ  
ทำธุรกรรมทางการเงิน ของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัด  
เชียงราย จำแนกตามเพศ

| รายการ                                              | เพศ       |      |           |      | t     | Sig.  |
|-----------------------------------------------------|-----------|------|-----------|------|-------|-------|
|                                                     | ชาย       |      | หญิง      |      |       |       |
|                                                     | $\bar{X}$ | S.D. | $\bar{X}$ | S.D. |       |       |
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ                           | 3.72      | .53  | 3.73      | .57  | .041  | .034* |
| 2. ด้านราคา                                         | 3.50      | .56  | 3.56      | .61  | 1.005 | .397  |
| 3. ด้านสถานที่ให้บริการและ<br>ช่องทาง การจัดจำหน่าย | 3.90      | .58  | 3.93      | .64  | .492  | .083  |
| 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด                           | 3.54      | .53  | 3.55      | .56  | .318  | .438  |
| 5. ด้านบุคคล                                        | 3.57      | .71  | 3.53      | .68  | .666  | .638  |
| 6. ด้านกระบวนการให้บริการ                           | 3.49      | .59  | 3.59      | .62  | 1.654 | .337  |
| 7. ด้านการสร้างและนำเสนอ<br>ลักษณะ ทางกายภาพ        | 3.66      | .61  | 3.61      | .60  | .834  | .790  |
| ทั้งหมด                                             | 3.63      | .47  | 3.65      | .49  | .336  | .615  |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความ  
พึงพอใจ การใช้บริการสื่อออนไลน์ เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการในเขต  
อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ใช้บริการที่เพศต่างกัน  
มีความพึงพอใจในการใช้บริการ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน  
พบว่า ด้านที่มีความพึงพอใจแตกต่างกัน คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยเพศหญิง  
มีความพึงพอใจในการใช้บริการมากกว่าเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จึงเป็น  
ไปตามสมมติฐาน

**ตารางที่ 3** เปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจการใช้บริการสื่อออนไลน์ เพื่อ  
ทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัด  
เชียงราย จำแนกตามอายุ

| รายการ                                                  | แหล่ง        | SS      | df  | MS   | F     | Sig. |
|---------------------------------------------------------|--------------|---------|-----|------|-------|------|
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์และ<br>การบริการ                        | ระหว่างกลุ่ม | .640    | 4   | .160 | .521  | .721 |
|                                                         | ภายในกลุ่ม   | 121.384 | 395 | .307 |       |      |
|                                                         | รวม          | 122.024 | 399 |      |       |      |
| 2. ด้านราคา                                             | ระหว่างกลุ่ม | .884    | 4   | .221 | .626  | .644 |
|                                                         | ภายในกลุ่ม   | 139.360 | 395 | .353 |       |      |
|                                                         | รวม          | 140.244 | 399 |      |       |      |
| 3. ด้านสถานที่ให้บริการ<br>และช่องทาง การจัด<br>จำหน่าย | ระหว่างกลุ่ม | .490    | 4   | .122 | .318  | .866 |
|                                                         | ภายในกลุ่ม   | 151.944 | 395 | .385 |       |      |
|                                                         | รวม          | 152.434 | 399 |      |       |      |
| 4. ด้านการส่งเสริม การ<br>ตลาด                          | ระหว่างกลุ่ม | 1.771   | 4   | .443 | 1.467 | .211 |
|                                                         | ภายในกลุ่ม   | 119.209 | 395 | .302 |       |      |
|                                                         | รวม          | 120.980 | 399 |      |       |      |
| 5. ด้านบุคลากร                                          | ระหว่างกลุ่ม | 2.913   | 4   | .728 | 1.513 | .197 |
|                                                         | ภายในกลุ่ม   | 190.120 | 395 | .481 |       |      |
|                                                         | รวม          | 193.033 | 399 |      |       |      |
| 6. ด้านกระบวนการให้<br>บริการ                           | ระหว่างกลุ่ม | .627    | 4   | .157 | .420  | .794 |
|                                                         | ภายในกลุ่ม   | 147.417 | 395 | .373 |       |      |
|                                                         | รวม          | 148.043 | 399 |      |       |      |

|                                                 |              |         |     |      |       |      |
|-------------------------------------------------|--------------|---------|-----|------|-------|------|
| 7. ด้านการสร้างและ<br>นำเสนอลักษณะทาง<br>กายภาพ | ระหว่างกลุ่ม | 1.886   | 4   | .471 | 1.309 | .266 |
|                                                 | ภายในกลุ่ม   | 142.309 | 395 | .360 |       |      |
|                                                 | รวม          | 144.194 | 399 |      |       |      |
| <hr/>                                           |              |         |     |      |       |      |
| ทั้งหมด                                         | ระหว่างกลุ่ม | .828    | 4   | .207 | .899  | .464 |
|                                                 | ภายในกลุ่ม   | 90.917  | 395 | .230 |       |      |
|                                                 | รวม          | 91.745  | 399 |      |       |      |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจ การใช้บริการสื่อออนไลน์ เพื่อทำธุรกรรมทางการเงิน ของผู้ให้บริการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ ทุกด้านไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

### อภิปรายผลการวิจัย

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสื่อออนไลน์ เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ให้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความถี่ในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ ไม่เกิน 2 ครั้ง/เดือน ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ ในช่วงเวลา 08.01-12.00 น. ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (สมาร์ตโฟน) วัตถุประสงค์ที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ คือ การโอนเงิน เหตุผลที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ คือ ใช้งานง่าย สะดวก รวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของวรรณนิมล ชูศูนย์ (2551) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องทัศนคติของลูกค้าต่อการบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี พบว่า บริการที่ผู้ใช้บริการใช้เป็นประจำ คือ สอบถามยอดเงินคงเหลือในบัญชี และโอนเงินไปบัญชีบุคคลอื่น และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุวิสา สุรังสินันต์กุล (2551) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง

จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า สาเหตุการเลือกใช้ คือ สะดวกและสามารถใช้ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย ความถี่ในการทำรายการ คือ 1-3 ครั้งต่อเดือน สะท้อนให้เห็นว่ายุคนี้เป็นยุคของการแข่งขันและพัฒนาทางเทคโนโลยีการสื่อสาร ส่งผลให้ผู้ประกอบการธนาคารพาณิชย์นำเทคโนโลยีการสื่อสารออนไลน์มาใช้ในการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการในยุคปัจจุบัน

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจการใช้บริการสื่อออนไลน์ เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ จินดาพร บทสูงเนิน (2554: 3-4) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในเขตจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 8 ด้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก แต่ไม่สอดคล้องกับวัชรระ ตียปรีชญา (2553 : 3-4) ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ต (k-Cyber Banking) ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ผู้ให้ข้อมูลให้ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ช่วงเวลาและพื้นที่ของการวิจัยแตกต่างกัน ประกอบกับเทคโนโลยีการสื่อสารมีการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สิ่งที่บกพร่องได้รับการแก้ไข จึงทำให้ผลการศึกษามีความแตกต่างกัน อีกทั้งรูปแบบการให้บริการทำธุรกรรมทางการเงินของแต่ละธนาคารมีความแตกต่างกัน จึงทำให้ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีความแตกต่างกัน

จากการศึกษาความพึงพอใจการใช้บริการสื่อออนไลน์ เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ทั้ง 7 ด้าน พบว่า ส่วนใหญ่ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจ แต่ละรายการอยู่ในระดับมาก มีเพียงรายการเดียวที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ สามารถใช้บริการได้ทุกที่ ทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งสอดคล้องกับพรลีนี ชนะนิธิธรรม (2555) ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์แบงค์กิ้ง (E-Banking) ของธนาคารกสิกรไทย กรณีศึกษา: นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ลูกค้าพึงพอใจต่อการให้บริการ เนื่องจากสามารถให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง แสดงให้เห็นว่า การให้บริการสื่อออนไลน์เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินได้ ทุกที่ ทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง ของธนาคารสามารถตอบสนองความต้องการและรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้บริการในยุคปัจจุบันได้เป็นอย่างดี จึงทำให้ผู้ให้บริการมี



ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการธนาคารควรตระหนักและให้ความสำคัญในการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ให้มีความหลากหลาย มีเครือข่ายที่กว้างไกล เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อมั่นและประทับใจในการใช้บริการมากยิ่งขึ้น

การเปรียบเทียบความพึงพอใจการใช้บริการสื่อออนไลน์ เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ใช้บริการที่เพศต่างกัน มีความพึงพอใจการใช้บริการในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ด้านที่มีความพึงพอใจการใช้บริการแตกต่างกัน คือ ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ โดยเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการมากกว่าเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งสอดคล้องกับ กมลรัฐ โตจิตา (2556: 174) ได้กล่าวไว้ว่า เพศที่ต่างกัน ส่งผลให้มีความพึงพอใจต่อการให้บริการที่ต่างกัน ดังนั้นความพึงพอใจต่อการใช้บริการสื่อออนไลน์เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของเพศชายและเพศหญิงจึงอาจมีความเหมือนและอาจแตกต่างกันบ้าง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ได้รับกลับมาจากการใช้บริการ ความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เนื่องจากในแต่ละช่วงเวลาบุคคลย่อมมีความคาดหวังต่อการบริการแตกต่างกัน (เอนก สุวรรณบัณฑิต และคณะ. 2548: 174)

การเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจการใช้บริการสื่อออนไลน์ เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการในภาพรวม ไม่แตกต่าง ซึ่งไม่สอดคล้องกับพรทิพย์ ปณิชา (2529: 314) ที่กล่าวไว้ว่า ลักษณะของบุคคลที่มี อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกันส่งผลให้เกิดพฤติกรรมและความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า สังคมในปัจจุบันเป็นสังคมที่เปิดกว้างให้ทุกคนมีโอกาสเข้าถึงสื่อต่างๆ ได้อย่างทั่วถึง ช่องว่างของความแตกต่างระหว่างบุคคลลดลง เทคโนโลยีสื่อสารออนไลน์ได้เข้าถึงทุกคน ทุกอาชีพ ดังนั้นจึงทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

## ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ผู้ประกอบการธนาคารควรส่งเสริมและพัฒนาระบบการให้บริการทั้ง 7 ด้านให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการที่มีอยู่เดิมให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ
2. ผู้ประกอบการธนาคารควรรักษามาตรฐานการให้บริการไว้ และควรส่งเสริมและพัฒนาช่องทางการให้บริการให้มีความหลากหลาย ให้บริการแบบไร้ขีดจำกัดเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้า
3. ผู้ประกอบการธนาคารควรวางแผนกลยุทธ์ด้านราคา เช่น ลดค่าธรรมเนียมหรือบริการอื่นๆ เพื่อเป็นการดึงดูดผู้ใช้บริการให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการของธนาคารและเกิดความพึงพอใจสูงสุด
4. ผู้ประกอบการธนาคารควรปรับปรุงและพัฒนาระบบการประมวลผลข้อมูลการใช้บริการให้มีความรวดเร็ว ถูกต้องและแม่นยำ เพื่อสร้างความมั่นใจในการใช้บริการ
5. ผู้ประกอบการธนาคารควรมีการฝึกอบรมพนักงานเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจระบบและขั้นตอนการให้บริการและควรสร้างแรงจูงใจเพื่อให้พนักงานมีขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน
6. ควรศึกษาวิจัยการใช้และความพึงพอใจบริการสื่อออนไลน์ เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย อย่างต่อเนื่อง
7. ควรศึกษาวิจัยสภาพปัญหาในการให้บริการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์
8. ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้บริการสื่อออนไลน์เพื่อทำธุรกรรมทางการเงิน
9. ควรศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของธนาคารพาณิชย์ ทุกธนาคาร เพื่อการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของแต่ละธนาคารให้มีมาตรฐานเดียวกัน

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กรมรัฐ โตจิรา. (2556). การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ Social Network ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จินดาพร บทองเนิน. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคาร อิเล็กทรอนิกส์ในเขตจังหวัดนครราชสีมา. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. คณะวิทยาศาสตร์ และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. ข้อมูลการใช้บริการธุรกรรมทางธนาคารผ่านสื่อออนไลน์. วันที่เข้าถึงข้อมูล 5 มิถุนายน 2558, แหล่งที่มา <https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/Pages/default.aspx>.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (2529). การวิจัยเพื่อการวางแผนประชาสัมพันธ์. พิมพ์ ครั้งที่ 3 กรุงเทพฯ: บริษัทประการพริก.
- พรสินี ชนะนิธธรรม. (2555). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ แบงก์กิ้ง (E-Banking) ของธนาคารกสิกรไทย กรณีศึกษา: นักศึกษามหาวิทยาลัย เชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วรรณวิมล ชูศูนย์. (2551). ทศนคติของลูกค้าต่อการบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี. การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วัชรระ ตียปรีชญ. (2553). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการธนาคารทาง อินเทอร์เน็ต (K-Cyber Banking) ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขากอนเจริญเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- สุวิสา สุรังสิมันต์กุล. (2551). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เอนก สุวรรณบัณฑิต และคณะ. (2548). จิตวิทยาบริการ. กรุงเทพมหานคร: อุดลพัฒนกิจ.

# แนวโน้มการผลิตรายการโทรทัศน์ขนาดกลางและขนาดเล็กในอนาคต (พ.ศ. 2559 – 2562)

## Television Production Management Trend (2016 – 2019)

ศุภฤกษ์ โพธิ์ไธรัตน์<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “แนวโน้มการผลิตรายการโทรทัศน์ขนาดกลางและขนาดเล็กในอนาคต (พ.ศ. 2559-2562)” มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ คือ 1. ศึกษาการผลิตรายการโทรทัศน์ขนาดกลางและขนาดเล็กในปัจจุบัน 2. ศึกษาแนวโน้มการผลิตรายการโทรทัศน์ขนาดกลางและขนาดเล็กในอนาคต โดยใช้วิธีการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม สัมภาษณ์ บริษัทรับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ และบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ออนไลน์รวมจำนวนทั้งสิ้น 4 แห่ง และวิเคราะห์เนื้อหาจากเอกสารทางวิชาการ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 4 – 20 กรกฎาคม 2559 ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการบริหารจัดการการผลิตรายการโทรทัศน์มี 3 รูปแบบ คือ รูปแบบที่ 1 รับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ตามที่ได้ทำสัญญากับสถานีโทรทัศน์ รูปแบบที่ 2 สถานีโทรทัศน์เป็นผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เอง รูปแบบที่ 3 ผลิตรายการโทรทัศน์ (ออนไลน์) ขึ้นมาเพื่อให้มีผู้ชมจำนวนมากพอจึงนำไปของบประมาณผู้สนับสนุนรายการและรับผลการแบ่งรายได้จากเว็บไซต์ youtube ส่วนแนวโน้มการผลิตรายการโทรทัศน์ในอนาคตมีแนวโน้มเผยแพร่ทางช่องทางโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ควบคู่ไปกับการเผยแพร่ทางช่องทางออนไลน์ พร้อมทั้งสามารถผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์เป็นพิเศษเพื่อนำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ออนไลน์ ในกรณีที่มีผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ที่ต้องใช้บุคลากรในการผลิตจำนวนมากใช้วิธีการว่าจ้างหน่วยงานภายนอกที่รับจ้างถ่ายทำตามสัญญา และมีแนวโน้มใช้เครื่องมืออุปกรณ์ทดแทนการใช้แรงงานคน

---

<sup>1</sup> ศุภฤกษ์ โพธิ์ไธรัตน์ (นศ.ต., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2559) ปัจจุบันตำแหน่งอาจารย์ประจำแขนงวิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ในขณะเดียวกันบุคลากรที่ปฏิบัติงานการผลิตรายการโทรทัศน์ต้องรับผิดชอบการผลิตรายการโทรทัศน์มากยิ่งขึ้น โดยมีความคาดหวังว่าบุคลากรควรปฏิบัติงานได้ตามบทบาทหน้าที่ที่สำคัญ คือ สามารถปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ผลิต ผู้กำกับ ช่างภาพ และตัดต่อได้ด้วยตนเอง

## Abstract

The research entitled “Future Trend towards Television Management (2016-2019)” aims to 1) examine television management in the present and 2) study trend towards television management in the future. In the data collection, the mix of interviews and non participant observation method are employed. Interviews are conducted with television production companies, television producers, and four online television producers. Academic document analysis is also employed to analyze the data gathered from July 4 - 20, 2016.

The findings showed that television management could be categorized into three groups as follows: 1) television production services done according to contract with television stations, 2) programs in which the television stations produced by itself, and 3) online television programs. These online programs were produced to attract adequate audience to seek sponsor, along with earning on YouTube.

Future trend towards television management suggested that television programs would be broadcast both in parallel between digital and online television. In fact, the contents were purposely created for online broadcasting. In the case of programs of their own, the production required a lot of personnel, so they outsourced all relevant works under contract. Furthermore, the trend indicated that equipment was used instead of manpower. Besides, the personnel involved in the production were responsible more for the production process due to the rising expectations of them being able to be a producer, director, photographer, and editor at the same time.

## บทนำ

ธุรกิจด้านสื่อโทรทัศน์ได้รับความนิยมและมีผลกำไรจากการประกอบการสูงสุด ในระหว่างปี พ.ศ. 2524–2540 (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547) เนื่องจากในยุคสมัยนั้น สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อใหม่และมีคุณลักษณะพิเศษที่สำคัญ คือ นำเสนอได้ทั้งภาพและเสียง และสามารถนำเสนอเนื้อหาได้ทันทั่วถึงที่ต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เช่น การรายงานข่าวสด หรือการถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬา หรือการแสดงดนตรีของศิลปิน ที่มีชื่อเสียง แต่ภายหลังจากการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศในลักษณะของสื่อแบบหลอมรวม (Convergence Media) การให้บริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย จากเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนบุคคล และการแพร่หลายการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสื่อสารทำให้พฤติกรรมของประชาชนในประเทศเปลี่ยนแปลงไปจากการรับชมรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ตามวันเวลาที่สถานีเผยแพร่มาเป็นการรับชมรายการโทรทัศน์ย้อนหลังตามความสนใจของผู้รับสาร (มานะ ตีรียาภิวัฒน์, 2559) และผู้รับสารมักข้ามการรับชมโฆษณาทางโทรทัศน์ และการโฆษณาทางโทรทัศน์ไม่ได้มีหลักฐานยืนยันว่ามีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อเลือกใช้บริการของผู้สนับสนุนรายการโทรทัศน์ จึงทำให้เจ้าของสินค้าและบริการลดงบประมาณซื้อช่วงเวลาการโฆษณาทางโทรทัศน์ (ข้อมูลออนไลน์ [positioningmag.com/1091571](http://positioningmag.com/1091571), วันที่สืบค้น 21 กรกฎาคม 2559) ทำให้เจ้าของสถานีโทรทัศน์และผู้ประกอบการการผลิตรายการโทรทัศน์จำเป็นต้องปรับแนวทางการดำเนินธุรกิจรายการโทรทัศน์ ทั้งด้านการลดจำนวนบุคลากรในการผลิตรายการโทรทัศน์ให้ส่วนลด หรือลดยอดค่าให้บริการในการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อให้บริษัทหรือหน่วยงานองค์กรสามารถดำเนินกิจการได้ต่อไป

จากสาเหตุดังกล่าวส่งผลทำให้ปัญหาที่สำคัญการดำเนินงานการบริหารจัดการ และการผลิตรายการโทรทัศน์ในประเด็นที่สำคัญประเด็นแรก คือ ผู้สนับสนุนรายการโทรทัศน์เปลี่ยนแปลงช่องทางการใช้งบประมาณในการสื่อสารการตลาดจากการโฆษณาทางโทรทัศน์ไปใช้ช่องทางการสื่อสารการตลาดด้วยวิธีการอื่น เช่น การจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาด (Special Event) หรือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ (Online Marketing Communication) โดยการจัดกิจกรรมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคโดยตรงและได้รับผลตอบรับทางการตลาดที่ชัดเจนกว่าการโฆษณาทางโทรทัศน์ จากสาเหตุดังกล่าวส่งผลต่อประเด็นปัญหาที่ 2 คือ ผลกำไรในการประกอบการผลิตรายการโทรทัศน์ลดลง แต่ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการโทรทัศน์เท่าเดิมหรือเพิ่มขึ้น

เนื่องจากค่าจ้างบุคลากรมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นจากการกำหนดนโยบายเพิ่มค่าแรงในการจ้างรายวันและอัตราเงินเดือนที่ต้องให้พนักงานของบริษัท จากประเด็นที่ 2 ส่งผลถึงประเด็นปัญหาที่ 3 คือ ส่งผลให้เกิดความเสี่ยงที่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์อาจเลิกผลิตรายการโทรทัศน์แล้วหันไปประกอบธุรกิจอื่นๆ ที่ได้รับประกอบการที่ดีกว่า ซึ่งจะส่งผลให้สถานีโทรทัศน์ขาดรายการโทรทัศน์ที่ต้องเผยแพร่ออกอากาศตามที่กำหนด หากไม่มีรายการที่ออกอากาศ ผู้ให้การสนับสนุนรายการโทรทัศน์จะไม่ให้งบประมาณโฆษณาแก่สถานีโทรทัศน์ต่อไปอันจะนำไปสู่ปัญหาที่สำคัญ คือ ยุติการดำเนินธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์

จากการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการและหัวหน้าฝ่ายผลิตรายการของสถานีโทรทัศน์สี กองทัพบกช่อง 7 ทราบว่าในปัจจุบันสถานีใช้วิธีการจัดจ้างบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็กผลิตรายการโทรทัศน์ สอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้จัดการและเจ้าของบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ที่ให้ข้อมูลว่าสถานีโทรทัศน์ใช้วิธีการจัดจ้างบริษัทเพื่อผลิตรายการโทรทัศน์ตามที่สถานีโทรทัศน์กำหนด เช่น รายการบ้านและสวน The Renovation (ถวัลย์ วงษ์สุวรรณ, สัมภาษณ์ 5 กรกฎาคม 2559) และรายการล่าท้าแปลก (ขวลิต อภิธรรมนิธิ, สัมภาษณ์ 10 กรกฎาคม 2559) เป็นต้น ในปัจจุบันสถานีโทรทัศน์จึงจัดจ้างบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ขนาดเล็ก (มีบุคลากรผลิตประมาณ 1-7 คน) และขนาดกลาง (มีบุคลากรในการผลิตประมาณ 7-15 คน) ที่ใช้กำลังบุคลากรและระยะเวลาในการผลิตน้อยกว่าการผลิตในบริษัทขนาดใหญ่ เพื่อลดภาระความรับผิดชอบในด้านการจัดจ้างการจ่ายเงินเดือนและการจัดการสวัสดิการเพื่อตอบแทนแก่บุคลากรที่ปฏิบัติงานในสถานีโทรทัศน์ขนาดใหญ่ การแก้ไขปัญหาด้วยวิธีการดังกล่าวช่วยลดต้นทุนในการผลิต และยังได้ปริมาณรายการโทรทัศน์เท่ากับการจ้างบุคลากรจำนวนมาก

จากสาเหตุดังกล่าวในฐานะที่ผู้วิจัยเป็นอาจารย์ผู้สอนแขนงวิชาวิทยุโทรทัศน์ หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต แขนงวิชาการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จึงต้องการแสวงหาแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการผลิตรายการโทรทัศน์ทั้งในด้านการบริหารจัดการด้านธุรกิจ แสวงหาด้นแบบการดำเนินงานธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ที่สอดคล้องกับบริบททางเศรษฐกิจในอนาคตที่จะทำให้การบริหารจัดการการผลิตรายการโทรทัศน์มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอันจะทำให้ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปในอนาคตได้ พร้อมทั้งนำแนวทางดังกล่าวมาใช้พัฒนาแผนการสอน เนื้อหาและกิจกรรมการเรียนรู้ของผู้เรียนในหลักสูตรดังกล่าวให้เป็นบัณฑิตที่มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตรงกับ

ความต้องการของตลาดแรงงาน ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาการบริหารจัดการการผลิตรายการโทรทัศน์ในปัจจุบันพร้อมทั้งแสวงหาด้นแบบธุรกิจและการบริหารจัดการองค์กร และกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีแนวโน้มอยู่รอดภายใต้บริบทของเศรษฐกิจในอนาคต

### วัตถุประสงค์

1. ศึกษาการผลิตรายการโทรทัศน์ขนาดกลางและขนาดเล็กในปัจจุบัน
2. ศึกษาแนวโน้มการผลิตรายการโทรทัศน์ขนาดกลางและขนาดเล็กในอนาคต

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการดำเนินการวิจัยโดยใช้กรอบแนวคิดการผลิตรายการโทรทัศน์ 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre-Production) ขั้นตอนที่ 2 ขั้นตอนการผลิต (Production) และขั้นตอนที่ 3 ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production) (ศิริพงษ์ สุทธิโยธิน, 2535; สมสุข หินวิมาน และคณะ, 2557)

ขั้นตอนที่ 1 ขั้นตอนก่อนการผลิต เป็นขั้นตอนที่เริ่มต้นจากการวางแผนการจัดการเพื่อการผลิตรายการโทรทัศน์ หมายถึง เป็นขั้นตอนที่ผู้บริหารหน่วยงานองค์กรจะต้องกำหนดกระบวนการขั้นตอนในการดำเนินงาน เพื่อกระตุ้นและควบคุมให้บุคลากรใช้ทรัพยากรในการดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย ในการผลิตรายการโทรทัศน์ที่กำหนด ทั้งนี้ ผู้บริหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งเจ้าของบริษัท หรือผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จะต้องกำหนดขั้นตอนการดำเนินงาน (Process) การจัดการดำเนินงานในองค์กรด้านบทบาทหน้าที่ของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการโทรทัศน์ เช่น ผู้ผลิต (Producer) ผู้กำกับ (Director) ช่างภาพ (Cameraman) พนักงานตัดต่อ (Editor) เป็นต้นให้ดำเนินงานตามแผนการและกระบวนการที่กำหนด การดำเนินงานในขั้นตอนก่อนการผลิตจะต้องวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายของรายการ รูปแบบ เนื้อหาของรายการ จุดขายของรายการ สถานีโทรทัศน์ ช่วงเวลา ระยะเวลาที่นำเสนอ บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการ งบประมาณที่ใช้ในการผลิตรายการ และการวางกำหนดระยะเวลาในการดำเนินงาน เพื่อดำเนินงานในขั้นตอนต่อไป คือ การเขียนบทรายการโทรทัศน์ ติดต่อประสานงาน แสวงหาสถานที่ถ่ายทำ จัดเตรียมงบประมาณ จัดทำตารางเวลาการถ่ายทำ (Breakdown) จัดประชุมเตรียมความพร้อมก่อนการถ่ายทำ



ขั้นตอนที่ 2 ขั้นตอนการถ่ายทำ เป็นขั้นตอนการบันทึกภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่ง และเสียงตามที่ได้ระบุไว้ในแผนและบทรายการโทรทัศน์ โดยผู้ผลิตรายการ และผู้รับผิดชอบควบคุมการผลิตรายการโดยตรง คือ ผู้กำกับรายการโทรทัศน์ต้องประสานงานเตรียมความพร้อมทั้งบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้กำกับภาพ ผู้กำกับเสียง ช่างภาพ ฝ่ายเทคนิคด้านเสียง ผู้จัดการเวที ผู้จัดการฝ่ายเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ผู้จัดการฝ่ายฉาก ผู้จัดการฝ่ายศิลป์ ช่างแต่งหน้า และฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจัดเตรียมเครื่องมืออุปกรณ์ที่พร้อมสำหรับการถ่ายทำภายในสตูดิโอ และการถ่ายทำภายนอกสตูดิโอ เพื่อให้ได้ภาพและเสียงที่มีคุณภาพที่ดีที่สุดสำหรับการผลิตรายการโทรทัศน์

ขั้นตอนที่ 3 ขั้นตอนหลังการผลิต เป็นขั้นตอนในการลำดับภาพและเสียงให้เป็นไปตามแผนการผลิตและบทรายการโทรทัศน์ โดยต้องมีการแทรกภาพกราฟิกทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว เสียงเพลง เสียงประกอบ และจัดองค์ประกอบศิลป์ที่ปรากฏบนหน้าจอโทรทัศน์ให้สวยงามน่าติดตามรับชม ในปัจจุบันมีขั้นตอนการเพิ่มเติมเทคนิคให้รายการโทรทัศน์มีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับชมรายการโทรทัศน์ เช่น แสดงความคิดเห็น (Comment) ในเฟซบุ๊ก (Facebook) หรือไลน์ (Line) ของรายการโทรทัศน์ ในขณะที่ในประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศอังกฤษผู้รับชมรายการโทรทัศน์สามารถเลือกคำตอบในการถามตอบปัญหา หรือเลือกรับชมตัวเลือกของเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่รายการโทรทัศน์เลือกเอง

## ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้เทคนิคการวิจัย 3 ประเภท คือ การสัมภาษณ์เจ้าของ ผู้ประกอบการ ผู้ผลิต ผู้กำกับ และพนักงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการเพื่อศึกษาแนวทางการผลิตรายการโทรทัศน์ในปัจจุบัน พร้อมทั้งศึกษาแนวโน้มการผลิตรายการโทรทัศน์ในอนาคต พร้อมทั้งการสังเกตการณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงประจักษ์ในการผลิตรายการโทรทัศน์ และวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อมุ่งเน้นการคาดการณ์และการพยากรณ์แนวทางการบริหารจัดการการผลิตรายการโทรทัศน์ในอนาคต โดยมีรายละเอียดการดำเนินงานดังนี้

1. การสัมภาษณ์ (Interview) ผู้วิจัยกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้จัดการ ผู้ประกอบการ ผู้ผลิต ช่างภาพ พนักงานติดต่อของบริษัทที่ผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ 3 แห่ง คือ บริษัท Design on Television (ผลิตรายการบ้านและสวน The Renovation ออกอากาศทาง

สถานีโทรทัศน์อัมรินทร์ทีวี) รวมจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 7 คน บริษัท พี โพร ยู ครีเอชั่น (ผลิตรายการล่าท้าแปลก ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ทรูโฟรยู) รวมจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 5 คน ฝ่ายผลิตรายการรายการแซทโซนโซนมันวันเสาร์ สถานีโทรทัศน์สี กองทัพบกช่อง 7 รวมจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 3 คน และบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ ออนไลน์ 1 บริษัท คือ บริษัทบิลฟ ไอเดีย ครีเอชั่น จำกัด รวมจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 3 คน สาเหตุที่ผู้วิจัยเลือกศึกษาการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อแพร่ภาพออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ 3 แห่ง และบริษัทที่ผลิตรายการโทรทัศน์ออนไลน์ 1 แห่ง สาเหตุที่เลือกบริษัทที่ผลิตรายการโทรทัศน์ออนไลน์เนื่องจากแนวโน้มการผลิตรายการโทรทัศน์ ในปัจจุบันเริ่มให้ความสำคัญแพร่ภาพและเสียงทางสื่อออนไลน์ (ศฤกษ์ โพธิ์ไพธนา, 2559) จึงเลือกศึกษาบริษัทบิลฟ ไอเดีย ครีเอชั่น เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางการเตรียมความพร้อมการบริหารจัดการการผลิตรายการโทรทัศน์ในอนาคต การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ผู้วิจัยใช้ทั้งการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ และการสนทนาในระหว่างการสังเกตการณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องสอดคล้องกับกระบวนการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น

2. การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) โดยสังเกตกระบวนการปฏิบัติงานของบริษัทที่ผลิตรายการโทรทัศน์ทั้ง 4 แห่ง ตามที่บริษัทอนุญาตให้สังเกตการณ์ โดยมีบริษัทที่ได้สังเกตการณ์ตั้งแต่ขั้นตอนก่อนการผลิต การผลิต และหลังการผลิต คือ บริษัท Design on Television ฝ่ายผลิตรายการ รายการแซทโซนโซนมันวันเสาร์ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 และบริษัท บิลฟ ไอเดีย ครีเอชั่น จำกัด ส่วนบริษัทพีโพรยูครีเอชั่น มีโอกาสสังเกตการณ์ในขั้นตอน การผลิต และสัมภาษณ์เจ้าของบริษัท ผู้ผลิต ผู้กำกับ ครีเอทีฟรายการเท่านั้น ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกตการณ์การปฏิบัติงาน และบันทึกภาพนิ่งและ ภาพเคลื่อนไหวในขณะปฏิบัติการในขั้นตอนก่อนการผลิต ขั้นตอนการผลิต และขั้นตอน หลังการผลิต พร้อมทั้งจดบันทึกประจำวันในแต่ละวันที่ได้สังเกตการณ์ จากนั้นนำข้อมูล ที่ได้จากการสังเกตการณ์มาประมวลผลเปรียบเทียบความถูกต้อง ความสอดคล้อง ความแตกต่างระหว่างผลการสัมภาษณ์และผลการสังเกตการณ์เพื่อสรุปเป็นผลการวิจัย ในส่วนของการปฏิบัติงานผลิตรายการโทรทัศน์ในปัจจุบัน

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์ผลิตรายการโทรทัศน์ ในระหว่างวันที่ 4-20 กรกฎาคม 2559 โดยได้รับงบประมาณสนับสนุนจากโครงการ เสริมศักยภาพอาจารย์ใหม่เสริมสายวิชาชีพแขนงวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งเป็นงบประมาณรายได้

ของคณะกรรมการสื่อสารมวลชนปีงบประมาณ 2559

3. การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ ได้แก่ หนังสือ ตำรา เอกสารทางวิชาการ ผลงานวิจัยที่อยู่ในห้องสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และในระบบฐานข้อมูลออนไลน์ที่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่บอกรับเป็นสมาชิก เก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม–31 กรกฎาคม 2559 โดยผู้วิจัยนำผลการสืบค้นข้อมูลมาจัดจำแนกตามหมวดหมู่ประเด็นในการบริหารจัดการการผลิตรายการโทรทัศน์ ได้แก่ การบริหารจัดการงบประมาณ บุคลากร เครื่องมือ อุปกรณ์ และวัสดุในการผลิตรายการโทรทัศน์ กระบวนการบริหารจัดการเพื่อผลิตรายการโทรทัศน์

การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการเก็บข้อมูลทั้ง 3 วิธีการแล้วผู้วิจัยจะได้นำมาวิเคราะห์ประมวลผลและนำเสนอผลการวิจัยจำแนกตามวัตถุประสงค์การวิจัย คือ 1. การผลิตรายการโทรทัศน์ขนาดกลางและขนาดเล็กในปัจจุบัน และ 2. แนวโน้มการผลิตรายการโทรทัศน์ขนาดกลางและขนาดเล็กในอนาคต ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลคาดการณ์แนวโน้มการผลิตรายการโทรทัศน์ในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2560–2562 เท่านั้น เนื่องจากในปัจจุบันนี้เทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วไม่สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าเกินกว่า 5 ปี

## ผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า การดำเนินธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์และแนวทางการผลิตรายการโทรทัศน์ในอนาคตมีลักษณะที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. การผลิตรายการโทรทัศน์ขนาดกลางและขนาดเล็กในปัจจุบัน ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้ประกอบการ ผู้จัดการ ผู้ผลิต และพนักงานระดับปฏิบัติการผลิตรายการโทรทัศน์ทั้ง 4 แห่ง มีความคิดเห็นตรงกันว่า กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ยังคงดำเนินงานตามรูปแบบเดิม 3 ขั้นตอนก่อนการผลิต ขั้นตอนการผลิต และขั้นตอนหลังการผลิต แต่ในปัจจุบันมีความเปลี่ยนแปลงในการจัดการการผลิตรายการโทรทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงไป 4 ประเด็น ดังนี้

1.1 ช่องทางการแพร่ภาพและเสียงของรายการโทรทัศน์ ในปัจจุบันต้องผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ในช่องทางปกติ และนำรายการโทรทัศน์ดังกล่าวอัปโหลดในเว็บไซต์ของบริษัท หรือเว็บไซต์ Youtube หรือระบบปฏิบัติการเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ทีวี (Line TV) หรือช่องทางการสื่อสารออนไลน์อื่นใดที่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ หรือสถานีโทรทัศน์ หรือผู้ให้

การสนับสนุนจัดเตรียมความพร้อมในการออกอากาศไว้ให้

1.2 แหล่งทุนสนับสนุนการผลิตรายการ หรือวิธีการแสวงหารายได้จาก การผลิตรายการโทรทัศน์มี 4 รูปแบบ คือ รูปแบบที่ 1 สถานีโทรทัศน์ขายเวลาโฆษณา ทางโทรทัศน์จากนั้นผลิตรายการโทรทัศน์ด้วยตนเองในกรณีที่ไม่คุ้มค่าในการจ้าง บริษัทภายนอกผลิต รูปแบบที่ 2 สถานีโทรทัศน์นำรายได้จากการขายเวลาโฆษณา ทางสถานีโทรทัศน์มาจ้างบริษัทที่รับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ทั้งในรูปแบบของบริษัท ที่รับจ้างผลิตรายการโทรทัศน์ (Production House) หรือปัจเจกบุคคลที่รับผิดชอบผลิต รายการโทรทัศน์ด้วยตนเอง รูปแบบที่ 3 ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ผลิตรายการโทรทัศน์ แล้วแสวงหาผู้สนับสนุนรายการโทรทัศน์ด้วยตนเองและแสวงหากำไรจากส่วนต่างของ รายได้ที่ได้จากโฆษณาที่หักออกจากค่าใช้จ่ายในการซื้อเวลาเพื่อออกอากาศจากสถานี โทรทัศน์ รูปแบบที่ 4 เป็นรูปแบบการผลิตรายการโทรทัศน์ออนไลน์ที่ผู้ผลิตรายการ โทรทัศน์ใช้งบประมาณและทุนส่วนตัวผลิตรายการโทรทัศน์ขึ้นมาแล้วนำเสนอทางเว็บไซต์ Youtube เพื่อรอโอกาสที่ผู้รับชมจำนวนมากเพียงพอที่จะนำไปเสนอของบประมาณ สนับสนุนการผลิตรายการจากเจ้าของผลิตภัณฑ์และบริการในลักษณะของการโฆษณา ในรายการโทรทัศน์ออนไลน์ (ยุทธนา วงษ์วีระโยธิน, สัมภาษณ์, 15 กรกฎาคม 2559) หรือใช้การนำเสนอรายการในแอปพลิเคชันรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีช่องทางการ นำเสนอขายสินค้าโดยตรงแล้วหักส่วนแบ่งการขายที่ได้จากการเผยแพร่ในระบบปฏิบัติ การนั้น พร้อมกันนี้ผลการสัมภาษณ์และการวิเคราะห์เนื้อหา พบว่า งบประมาณโฆษณา ในรายการโทรทัศน์มีแนวโน้มลดลง เนื่องจากผู้ให้การสนับสนุนรายการโทรทัศน์ใช้ เครื่องมือการสื่อสารการตลาดช่องทางอื่นที่ได้ผลในทางการตลาดมากกว่าการโฆษณา ทางโทรทัศน์ (ถวัลย์ วงษ์สวรรค์, สัมภาษณ์ 5 กรกฎาคม 2559; นิชานันท์ โอทาน, สัมภาษณ์ 20 กรกฎาคม 2559) ดังนั้นฝ่ายขาย และผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จำเป็นต้อง แสวงหาแนวทางการสื่อสารการตลาดอื่นๆ ผ่านรายการโทรทัศน์เพื่อให้ผู้สนับสนุน รายการให้งบประมาณสนับสนุนรายการโทรทัศน์เพิ่มขึ้น

1.3 การบริหารจัดการการผลิตรายการโทรทัศน์ เจ้าของบริษัทและผู้ประกอบการ ตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงและความผันผวนทางด้านเศรษฐกิจที่ผู้สนับสนุน งบประมาณโฆษณารายการโทรทัศน์ลดลง แต่ให้ความสำคัญกับการดำเนินกิจกรรม ทางสื่อสารการตลาดอื่นๆ เพิ่มขึ้น การบริหารจัดการการผลิตรายการโทรทัศน์ในปัจจุบัน จึงปรับเปลี่ยนวิธีการเป็นการลดต้นทุนในการดำเนินการ โดยพบว่ามี การลดต้นทุน ในการดำเนินงาน คือ ลดต้นทุนการจัดจ้างบุคลากร โดยมีรูปแบบที่สำคัญ คือ มีจำนวน

บุคลากรในบริษัทจำนวนจำกัดและมอบหมายให้บุคลากรภายในบริษัทรับผิดชอบหน้าที่ได้หลากหลายหน้าที่สามารถปฏิบัติงานแทนกันได้ (ถวัลย์ วงษ์สุวรรณ, สัมภาษณ์ 5 กรกฎาคม 2559; ยุทธนา วงษ์วีระโยธินสัมภาษณ์, 15 กรกฎาคม 2559, พชรินทร์ ผาภา, สัมภาษณ์ 13 กรกฎาคม 2559) อีกรูปแบบหนึ่ง คือ การจัดจ้างบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการโทรทัศน์เป็นโครงการหรือว่าจ้างการผลิตเป็นตอน ได้แก่ การจัดจ้างครีเอทีฟ ผู้ประสานงาน ช่างภาพ และบุคลากรอื่นๆ เป็นตอนแทนการจ้างบุคลากรเป็นรายเดือน สาเหตุที่เลือกใช้วิธีการดังกล่าวเนื่องจากบุคลากรดังกล่าวมีอิสระในการเลือกปฏิบัติงานด้วยตนเอง และหน้าที่ความรับผิดชอบบางหน้าที่ เช่น ช่างภาพ ผู้กำกับภาพ ที่ดำเนินการในลักษณะผู้ประกอบการอิสระมีเครื่องมืออุปกรณ์ในการถ่ายทำ ไม่จำเป็นต้องแสวงหางบประมาณในการจัดซื้อเพื่อใช้ในการถ่ายทำด้วยตนเอง (ชวลิต อภิธรรมนิธิ, สัมภาษณ์ 10 กรกฎาคม 2559)

ในการวิจัยครั้งนี้พบว่า ในปัจจุบันผู้ประกอบการ ผู้จัดการและระดับผู้บริหารของบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ ตระหนักถึงความสำคัญในการแสวงหาวิธีการอื่นๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ให้การสนับสนุนรายการและแสวงหาแนวทางการพัฒนาแบบจำลองธุรกิจแบบข้ามประเภทธุรกิจ เช่น การจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาดที่ควบคู่ไปกับการผลิตรายการโทรทัศน์ หรือการแสวงหาแนวทางโฆษณาหรือการผลิตรายการโทรทัศน์อื่นๆ เพื่อส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดอันจะทำให้ผู้ประกอบการให้ความสนใจสนับสนุนการผลิตรายการโทรทัศน์มากยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ พชรินทร์ ผาภา (สัมภาษณ์ 13 กรกฎาคม 2559) ได้กล่าวถึงแนวทางการดำเนินการผลิตรายการโทรทัศน์ในลักษณะการจับคู่ทางธุรกิจ (Partner) ได้แก่ การทำสัญญาหรือข้อตกลงร่วมกันระหว่างบริษัทผู้ผลิตเพลงกับรายการแซทไชนคอนมันวันเสาร์ ในการเผยแพร่ผลงานเพลงเพื่อไม่ให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์อันเป็นการเอื้อประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ กล่าวคือ ทางบริษัทได้โปรโมทเพลงของศิลปินภายในบริษัทและช่องลดค่าใช้จ่ายในการซื้อลิขสิทธิ์เพลงเพื่อเผยแพร่ในรายการของตนเอง การละเมิดลิขสิทธิ์อันเป็นการเอื้อประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ กล่าวคือ ทางบริษัทได้โปรโมทเพลงของศิลปินภายในบริษัทและช่องลดค่าใช้จ่ายในการซื้อลิขสิทธิ์เพลงเพื่อเผยแพร่ในรายการของตนเอง

1.4 กระบวนการขั้นตอนการผลิตรายการโทรทัศน์ ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้ประกอบการ ผู้ผลิต ผู้จัดการ และบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการโทรทัศน์ มีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่าการผลิตรายการโทรทัศน์ในปัจจุบันควรกำหนดเนื้อหา

รายการที่มีลักษณะสอดคล้องกับความต้องการเฉพาะของกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มผู้รับสาร และผู้ผลิตจะต้องผลิตเนื้อหารายการที่มีความถนัดเฉพาะ เช่น ผลิตรายการโทรทัศน์ด้านการออกแบบบ้าน การตกแต่งบ้าน (ถวัลย์ วงษ์สุวรรณ, สัมภาษณ์ 5 กรกฎาคม 2559) แร่งบันดาลใจการปฏิบัติด้านนิเทศศาสตร์ (ยุทธนา วงษ์วีระโยธิน, สัมภาษณ์ 15 กรกฎาคม 2559) เป็นต้น ส่วนรูปแบบ เทคนิคการนำเสนอรายการ ควรแสวงหาแนวทางการผลิตรายการที่แปลกใหม่ โดยวิเคราะห์ความต้องการของผู้รับสาร หรือคาดการณ์ความนิยมของผู้รับสารในแต่ละช่วง (ชวลิต อภิธรรมนิธิ, สัมภาษณ์ 10 กรกฎาคม 2559) แต่อย่างไรก็ตามความต้องการและรูปแบบรายการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสารจนได้รับความนิยมยังไม่สามารถคาดการณ์ได้อย่างแน่นอน ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จะต้องปรับตัว และปรับแนวทางการนำเสนอรายการโทรทัศน์อยู่ตลอดเวลา

กระบวนการขั้นตอนการผลิตรายการโทรทัศน์ในปัจจุบันในขั้นตอนการผลิต หรือการถ่ายทำรายการโทรทัศน์ในปัจจุบันนี้ได้นาระบบปฏิบัติการตัดต่อเครื่องมืออุปกรณ์ควบคุมอุปกรณ์กล้อง เครื่องผสมสัญญาณภาพและเสียงในระดับดิจิทัลมาประยุกต์ใช้กับระบบอนาล็อกในบางส่วน ทำให้การปฏิบัติงานในปัจจุบันใช้ผู้ควบคุมเพียงคนเดียวสามารถควบคุมได้ทั้งสัญญาณภาพและสัญญาณเสียง ส่วนอุปกรณ์กล้องที่ใช้ในการถ่ายทำรายการโทรทัศน์พบว่า การผลิตรายการโทรทัศน์ภายนอกสถานที่นิยมใช้กล้องดิจิทัลเลนส์เดี่ยว (Digital Single Lens: DSLR) เนื่องจากอุปกรณ์มีขนาดเล็กเบา สามารถเคลื่อนย้ายได้สะดวก และได้คุณภาพของภาพและเสียงไม่แตกต่างจากกล้องดิจิทัลสำหรับถ่ายทำรายการโทรทัศน์ ส่วนการผลิตรายการโทรทัศน์ในสตูดิโอ โดยเฉพาะการผลิตรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ เช่น รายการแซทโซนโซนมัสวรินทร์ของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ใช้กล้องวีดิทัศน์ระบบดิจิทัลขนาดใหญ่จำนวน 3 กล้องเพื่อถ่ายรายการโทรทัศน์ เนื่องจากเป็นอุปกรณ์พื้นฐานที่ใช้ในการผลิตรายการของสถานีโทรทัศน์ และบริษัทฟรียู ครีเอชั่น ใช้กล้องวีดิทัศน์ระบบดิจิทัลขนาดใหญ่จำนวน 4 กล้องเพื่อถ่ายทำรายการเกมสโว์ เนื่องจากบริษัทที่รับจ้างถ่ายทำรายการโทรทัศน์ใช้ระบบกล้องที่ได้มาตรฐานในการผลิตรายการโทรทัศน์ในสตูดิโอ

กระบวนการขั้นตอนหลังการผลิต ได้แก่ การตัดต่อรายการโทรทัศน์ในปัจจุบันใช้การตัดต่อแบบไม่เรียงลำดับ (Non-Linear) โดยระบบปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ตัดต่อ ได้แก่ โปรแกรม Adobe Premier Pro โปรแกรม Final Cut ควบคุมกับใช้โปรแกรมสำหรับการตกแต่งกราฟิก ได้แก่ Adobe Photo Shop หรือ Illustration

ที่ใช้ประกอบการนำเสนอรายการโทรทัศน์ให้มืองค์ประกอบศิลป์ด้านทัศนมิติที่น่าสนใจ น่าติดตามมากยิ่งขึ้น

2. แนวโน้มการผลิตรายการโทรทัศน์ของบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ขนาดเล็ก และขนาดกลางในอนาคต ผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ผลการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ ข้อมูลหลัก และการวิเคราะห์เนื้อหาเอกสารเพื่อวิเคราะห์แนวโน้มการบริหารจัดการการผลิตรายการโทรทัศน์ในอนาคตสอดคล้องกันในประเด็นของการปรับเปลี่ยนรูปแบบ การบริหารจัดการองค์กร การดำเนินงานการผลิตรายการโทรทัศน์และแบบแผนการ ดำเนินธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ และแนวทางการบริหารจัดการกระบวนการ ขั้นตอนการผลิตรายการโทรทัศน์ดังนี้

2.1 การผลิตรายการโทรทัศน์ในอนาคต ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ต้นแบบ การผลิตรายการโทรทัศน์ในอนาคต ผู้ประกอบการ เจ้าของ ผู้จัดการ ผู้ผลิตรายการ โทรทัศน์โดยเฉพาะผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ขนาดเล็กมีโอกาสในการประกอบธุรกิจ ข้ามสื่อพร้อมไปกับการผลิตรายการโทรทัศน์ออนไลน์และสร้างช่องทางการสื่อสาร การตลาดผ่านการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) โดยมีรูปแบบที่สามารถ ดำเนินการได้ คือ การผสมผสานการดำเนินธุรกิจข้ามประเภท โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาด (Special Event) หรือการจัดประสบการณ์พิเศษ ให้กลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม หรือผู้ชมรายการโทรทัศน์บางกลุ่ม เช่น การจัดกิจกรรม แข่งขันยูทอกีฬา ประเภทการแข่งขัน บีบีกัน (B.B. gun) โดยผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เป็นผู้แสวงหาผู้สนับสนุนการจัดกิจกรรมเพื่อเก็บค่าบริการในการแข่งขันยูทอกีฬา พร้อมทั้ง ผลิตเป็นรายการโทรทัศน์นำเสนอทางเว็บไซต์ หรือสร้างช่องในเว็บไซต์ Youtube เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้สนับสนุนรายการโทรทัศน์ออนไลน์บอกรับการสนับสนุนรายการ ดังกล่าวที่ผลิตขึ้น ถ้าหากผู้สนับสนุนการจัดรายการหรือเจ้าของกิจการที่จัดธุรกิจ ยูทอกีฬายังจ้างให้บริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ผลิตสื่อวีดิทัศน์และจัดกิจกรรมทางการ ตลาดแบบออนไลน์ เช่น ถ่ายภาพ และสร้างอินโฟกราฟิกเพื่อส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมาย รู้จักและใช้บริการการแข่งขันยูทอกีฬามากยิ่งขึ้น (ยุทธนา วงษ์วิระโยธิน, สัมภาษณ์ 15 กรกฎาคม 2559) หรืออีกแนวทางหนึ่งคือการจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อตอบสนอง ความต้องการในการพักผ่อน ผ่อนคลาย เช่น การจัดการท่องเที่ยวในลักษณะของธรรมชาติ บำบัด ดนตรีบำบัด หรือพัฒนาทางด้านอารมณ์ความรู้สึกของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยเก็บค่าบริการในการเข้าร่วมกิจกรรมพร้อมกับการผลิตรายการโทรทัศน์ดังกล่าว พร้อมทั้งประสานไปยังเจ้าของธุรกิจที่ผลิตสินค้า หรือบริการเพื่อจัดกิจกรรมพิเศษ

ทางการตลาดเพื่อเก็บค่าบริการหรือรายได้ หรือแบ่งส่วนรายได้จากการจัดกิจกรรม ที่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จัดขึ้น (ถวัลย์ วงษ์สุวรรณ, สัมภาษณ์ 5 กรกฎาคม 2559)

ในส่วนของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่ปฏิบัติงานในสถานีโทรทัศน์ มีแนวโน้มในการสร้างความร่วมมือทางธุรกิจกับหุ้นส่วนทางธุรกิจ (Partner) เช่น บริษัทที่ผลิตเพลงทำสัญญาหรือข้อตกลงที่อนุญาตให้สถานีโทรทัศน์เผยแพร่ผลงาน ของศิลปินในสังกัดเพื่อเป็นช่องทางในการส่งเสริมการตลาดให้กลุ่มเป้าหมายรู้จัก ศิลปินในสังกัด ในขณะที่เดียวกันสถานีโทรทัศน์ลดค่าใช้จ่ายซื้อลิขสิทธิ์เพื่อเผยแพร่ ผลงานเพลงดังกล่าว เป็นต้น (พัชรินทร์ ผาภา, สัมภาษณ์ 13 กรกฎาคม 2559)

2.2 ช่องทางและรูปแบบการแพร่ภาพและเสียงรายการโทรทัศน์ในอนาคต ควรนำเสนอเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่ตอบสนองความต้องการในการเปิดรับสื่อของ ผู้รับสารเฉพาะบางกลุ่ม และสร้างปฏิสัมพันธ์ในระหว่างการรับชมรายการโทรทัศน์ ที่ผลิตขึ้น เช่น มีส่วนเชื่อมโยง (Link) ในช่องทางโทรทัศน์ออนไลน์เพื่อให้ผู้ชมร่วมสนุก ตอบปัญหาสะสมของรางวัล หรือแสดงความคิดเห็นในขณะที่เผยแพร่รายการโทรทัศน์ ในขณะที่รับชม ในส่วนของการผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์และการเผยแพร่รายการ โทรทัศน์ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ต้องจัดทำทั้งเนื้อหา ช่องทางการนำเสนอทั้งทางการ แพร่ภาพและเสียงทางสถานีโทรทัศน์แบบเดิม การเพิ่มเติมความสามารถในการสืบค้น รายการได้จากเสิร์ชเอนจิน (Search Engine) เช่น [www.google.co.th](http://www.google.co.th) ที่เชื่อมโยง เข้ากับเว็บไซต์ หรือช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่บริษัทจัดทำขึ้นมาเป็นพิเศษ หรือ สร้างระบบปฏิบัติการเพื่อให้ผู้รับชมสามารถสืบค้นและรับชมรายการโทรทัศน์ของสถานี โทรทัศน์หรือของบริษัทได้ภายหลังจากออกอากาศไปแล้ว

2.3 เนื้อหารายการโทรทัศน์ในอนาคต ผู้ประกอบการและผู้ผลิตรายการ โทรทัศน์ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้นำเสนอว่า การผลิตรายการโทรทัศน์ในอนาคต ควรนำเสนอเนื้อหารายการโทรทัศน์เพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มของ ผู้รับสาร เช่น รายการสารคดี ไม่นำเสนอเนื้อหาสาระความรู้ทั่วไป แต่นำเสนอใน รูปแบบของสาระความรู้เฉพาะบางเรื่องที่ผู้ผลิตมีความเชี่ยวชาญ หรือมีความรู้เฉพาะ ด้านที่ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตรายการโทรทัศน์รายอื่นไม่สามารถทำได้ จากผลการ สัมภาษณ์ ถวัลย์ วงษ์สุวรรณ (สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2559) กรรมการผู้จัดการบริษัท Design on Television สำเร็จการศึกษาด้านการออกแบบและสร้างสรรค์ด้านสถาปัตยกรรม และมีประสบการณ์ในด้านการออกแบบและการตกแต่งบ้าน จึงมุ่งเน้นการผลิตรายการ การตกแต่งบ้านและการให้คำแนะนำการออกแบบบ้านและพื้นที่บ้าน และยุทธนา



วงษ์วีระโยธิน (สัมภาษณ์, 15 กรกฎาคม 2559) กรรมการผู้จัดการบริษัท บิลิฟ โอเดีย ครีเอทีฟ จำกัด สำเร็จการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ มีประสบการณ์การผลิตรายการโทรทัศน์และมีเครือข่ายผู้ประกอบการวิชาชีพด้านวารสารศาสตร์และงานด้านนิเทศศาสตร์ มุ่งเน้นผลิตรายการโทรทัศน์ออนไลน์เพื่อให้ความรู้ในการปฏิบัติงานด้านวารสารศาสตร์ และงานนิเทศศาสตร์เพื่อนำเสนอเป็นรายการโทรทัศน์ออนไลน์ เผยแพร่ทางเว็บไซต์ Youtube

2.4 การดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์ทั้งขั้นตอนก่อนการผลิต ขั้นตอนการผลิต และขั้นตอนหลังการผลิตรายการโทรทัศน์ในอนาคดยังคงมีแนวปฏิบัติการผลิตรายการโทรทัศน์เช่นเดิม แต่มีรายละเอียดของแนวโน้มการปรับเปลี่ยน และพัฒนาการผลิตรายการโทรทัศน์ดังนี้

2.4.1 ขั้นตอนก่อนการผลิตรายการโทรทัศน์ มีแนวโน้มที่จะต้องจัดเตรียมแสวงหาการจัดสร้างการผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีลักษณะการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมรายการแบบเวลาจริงที่นำเสนอรายการโทรทัศน์ (Real Time) เพื่อให้ผู้ชมรายการโทรทัศน์ได้รับประสบการณ์และมีส่วนร่วมในการรับชมรายการโทรทัศน์ และต้องจัดเตรียมความพร้อมในการออกแบบทั้งทางด้านทัศนศิลป์ที่ปรากฏในหน้าจอ เช่น กราฟิกที่ใช้ประกอบในรายการ การจัดตกแต่งฉากหลังทั้งที่เป็นวัสดุอุปกรณ์จริง และภาพที่เกิดจากการใช้กราฟิกคอมพิวเตอร์ ในอนาคตมีแนวโน้มใช้การตกแต่งฉากหลังด้วยกราฟิกจากคอมพิวเตอร์เนื่องจากสามารถเปลี่ยนฉากได้ตลอดเวลาและมีค่าใช้จ่ายน้อยกว่าการสร้างฉากจากวัสดุอุปกรณ์จริง เป็นต้น พร้อมกันนี้การผลิตรายการโทรทัศน์ในอนาคตต้องพัฒนาการด้านไอที เช่น เพลง เสียงประกอบ รายการโทรทัศน์และผสมผสานระหว่างองค์ประกอบทางด้านทัศนศิลป์และไอทีให้มีลักษณะสวยงามน่าติดตามเช่นเดียวกับการรับชมภาพยนตร์ซึ่งจะทำให้ผู้รับชมรายการโทรทัศน์เพิ่มความสนใจในการรับชมมากยิ่งขึ้น

2.4.2 ขั้นตอนการผลิตรายการโทรทัศน์ในอนาคตมีแนวโน้มลดจำนวนบุคลากรในการผลิตรายการโทรทัศน์ลงเพื่อลดค่าใช้จ่ายต้นทุนในการจ้างงานบุคลากรลงและนำเครื่องมืออุปกรณ์เทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศสมัยใหม่มาทดแทนการใช้แรงงานคน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาเครื่องมืออุปกรณ์สำหรับการถ่ายทำเพื่อให้ผู้กำกับภาพ หรือผู้ผลิตรายการควบคุมด้วยคนควบคุมเพียงคนเดียว เช่น ลดจำนวนพนักงานถ่ายภาพ หรือช่างภาพโดยนำอุปกรณ์กล้องถ่ายทำรายการโทรทัศน์พร้อมระบบปฏิบัติการที่สามารถจับภาพของนักแสดง ผู้ดำเนินรายการ ผู้ร่วมรายการ (ถวัลย์

วงศ์สุวรรณ, สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2559; ขวลิต อภิธรรมนิธิ, สัมภาษณ์ 10 กรกฎาคม 2559) การผลิตรายการโทรทัศน์ในอนาคตมีแนวโน้มลดจำนวนบุคลากรในการทำงานลง เช่น ช่างภาพ และพนักงานเทคนิคและตัดต่อ โดยมีแนวโน้มนำเครื่องมืออุปกรณ์และโปรแกรมคอมพิวเตอร์มาใช้ในการผลิตรายการมากยิ่งขึ้น โดยในปัจจุบันพบว่ามีบริษัทผลิตกล้องพยายามพัฒนากล้องถ่ายทำรายการโทรทัศน์ที่ใช้โปรแกรมในการจับภาพนักแสดง ผู้ดำเนินรายการตามที่ถูกกำหนดความต้องการโดยกดปุ่มแทนที่จะใช้พนักงานช่างภาพเป็นผู้จับภาพ และในส่วนของการผลิตงานศิลป์ หรืองานกราฟิกในรายการโทรทัศน์ แต่พบภาพหน้าที่ความรับผิดชอบรายการโทรทัศน์แต่ละบุคคลมีแนวโน้มต้องรับผิดชอบงานมากขึ้นเพื่อให้ได้งานที่มีประสิทธิภาพ

2.4.3 ขั้นตอนหลังการผลิตรายการโทรทัศน์ ในอนาคตยังใช้ระบบปฏิบัติการตัดต่อจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์ แต่จะพัฒนาระบบการจัดเก็บภาพและเสียงลงในฐานข้อมูล หรือคลังข้อมูล หรือเซิร์ฟเวอร์ของสถานีโทรทัศน์และมีแนวโน้มการเชื่อมโยงสัญญาณไร้สายจากเครื่องบันทึกภาพและเสียงลงในฐานข้อมูลที่จัดเตรียมไว้ให้โดยตรงโดยไม่ต้องบันทึกลงในหน่วยความจำของกล้องวิดีโอ ทั้งนี้เพื่อรองรับเครื่องมืออุปกรณ์การถ่ายทำรายการโทรทัศน์ในระบบความคมชัดสูงโดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบ 4K ที่ต้องใช้หน่วยความจำในการบันทึกจำนวนมาก ระบบการจัดเก็บข้อมูลด้วยวิธีการดังกล่าวทำให้พนักงานตัดต่อสะดวกในการนำข้อมูลภาพและเสียงที่บันทึกไว้มาตัดต่อรายการโทรทัศน์ และลดความเสี่ยงอันเกิดจากไฟล์ข้อมูลภาพและเสียงหายไปจากหน่วยความจำของกล้องวิดีโอ

## อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์และประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. นิยามความหมายรายการโทรทัศน์ในอนาคตแตกต่างจากรายการโทรทัศน์แบบสื่อดั้งเดิม ความหมายรายการโทรทัศน์แบบสื่อดั้งเดิมที่หมายถึง การเผยแพร่ภาพและเสียงที่มีรูปแบบการนำเสนอประเภทใดประเภทหนึ่งออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ใดสถานีโทรทัศน์หนึ่ง ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเป็นประจำ และมีระยะเวลาในการออกอากาศที่แน่นอน แต่จากผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ผู้ผลิตและผู้ประกอบการผลิตรายการโทรทัศน์ได้นำเสนอแนวทางการกำหนดความหมาย รูปแบบ และลักษณะของรายการโทรทัศน์ในอนาคต คือ รายการที่นำเสนอภาพนิ่งภาพเคลื่อนไหวที่มีเนื้อหา

เฉพาะด้าน นำเสนอผ่านทางช่องทางการสื่อสารทั้งทางสถานีโทรทัศน์ เผยแพร่ทางเว็บไซต์ หรือระบบปฏิบัติการ (Application) เพื่อเผยแพร่ภาพและเสียงที่ผู้ผลิตนำเสนอ ลักษณะรูปแบบของรายการมีลักษณะผสมผสานหลากหลายรูปแบบไม่สามารถแยกออกได้ชัดเจน ขึ้นอยู่กับความคิดสร้างสรรค์ของผู้ผลิตรายการเพื่อตอบสนองความต้องการรับชมของกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะเฉพาะ พร้อมกันนี้ทั้งรายการโทรทัศน์และช่วงเวลาการนำเสนอเปิดโอกาสให้ผู้รับชมรายการเลือกรับชมทางช่องทางการสื่อสารและช่วงเวลาที่ต้องการได้ (ถวัลย์ วงษ์สุวรรณ, 5 กรกฎาคม 2559; ขวลิขิต อภิธรรมนิต, สัมภาษณ์ 10 กรกฎาคม 2559; ยุทธนา วงษ์วีระโยธิน, 15 กรกฎาคม 2559; พชรินทร์ ผาภา, 13 กรกฎาคม 2559)

2. รูปแบบการเผยแพร่และการเข้าถึงรายการโทรทัศน์ที่ผลิตขึ้น ในอนาคตการเปลี่ยนแปลงในด้านภูมิทัศน์ของสื่อ ทำให้รูปแบบและช่องทางการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ผลิตเนื้อหา การเข้าถึงรายการโทรทัศน์ และการมีส่วนร่วม หรือมีปฏิสัมพันธ์กับรายการโทรทัศน์ไม่ได้จำกัดเพียงกับเปิดรายการโทรทัศน์รับชมเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะองค์รวมกล่าว คือ รายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์เดิมที่มีอยู่เป็นเพียงช่องทางการสื่อสารของสื่อดั้งเดิม (Traditional Media) เพื่อให้คนทั่วไปได้รับรู้และรู้จัก เนื้อหารายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศทางช่องทางดังกล่าวสามารถนำมาฉายซ้ำเผยแพร่ทางเว็บไซต์ต่างๆ เช่น เว็บไซต์ของบริษัทและผู้ให้บริการเผยแพร่เนื้อหารายการโทรทัศน์ เช่น [www.youtube.com](http://www.youtube.com) หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Line TV พร้อมกันนี้ในปัจจุบันมีการจัดทำระบบปฏิบัติการ (Application) เพื่อให้ผู้รับชมรายการโทรทัศน์ดาวน์โหลดมาไว้ในมือถือเพื่อรับชมรายการโทรทัศน์เฉพาะช่อง และมีการจัดให้บริการของผู้ให้บริการ เช่น ระบบปฏิบัติการ Buggado TV หรือระบบ Click ที่มีการนำเสนอรายการโทรทัศน์ที่สถานีโทรทัศน์ผลิตขึ้น และได้รวบรวมเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่ผู้ที่สนใจ หรือผู้ที่มีความสามารถในการผลิตรายการโทรทัศน์นำมาเผยแพร่ในช่องทางดังกล่าว ลักษณะพิเศษของรายการโทรทัศน์ดังกล่าว คือ สามารถหาผู้สนับสนุนรายการที่เป็นผู้ผลิตสินค้าบริการมาเผยแพร่ในรายการโทรทัศน์ดังกล่าว หากผู้รับชมรายการโทรทัศน์ในระบบปฏิบัติการดังกล่าวสามารถสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ได้จากการรับชมรายการโทรทัศน์ดังกล่าว การใช้ระบบการให้การสนับสนุนดังกล่าวสอดคล้องกับความต้องการของผู้ให้การสนับสนุนรายการและมีแนวโน้มได้รับเงินทุนหรืองบประมาณในการสนับสนุนการผลิตรายการและ หรือการจัดกิจกรรมพิเศษ (Special Event) ของรายการโทรทัศน์ได้ต่อไป

ซึ่งจะกล่าวถึงในข้อที่ 2 และ 3

3. รายการโทรทัศน์ในอนาคตมีแนวทางการปรับเปลี่ยนทั้งในด้านกลุ่มเป้าหมาย เนื้อหา รูปแบบ เทคนิคการนำเสนอ และวิธีการสร้างปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายของ รายการทั้งในรูปแบบการตอบโต้ผ่านเครื่องมือที่เปิดรับ เช่น เมื่อมีรายการโทรทัศน์ที่ ออกอากาศทั้งทางสถานีโทรทัศน์ทั่วไป และออกอากาศทางโทรทัศน์ออนไลน์ แล้วผู้ผลิต รายการสามารถจัดกิจกรรมการเล่นเกมส์ทายผลการแข่งขัน แสดงความคิดเห็น แชรเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้อง และจัดประสบการณ์ตรงในการเดินทางไป รับชมการฝึกซ้อม การแข่งขันของนักกีฬาที่ตนเองชื่นชอบ โดยใช้เครือข่ายความร่วมมือ ในการสร้างประสบการณ์ตรงให้เกิดขึ้นกับผู้รับชมรายการ และมีแนวโน้มที่จัดรายการ โทรทัศน์ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมาย หรือผู้รับชมรายการโทรทัศน์ได้รับประสบการณ์ตรง เข้าร่วมกิจกรรมที่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จัดขึ้น เช่น การแข่งขันกีฬา หรือการท่องเที่ยว เป็นต้น

รูปแบบและวิธีการให้การสนับสนุนรายการโทรทัศน์ที่ผลิตขึ้นไม่ได้ใช้วิธีการผลิต สปอตโฆษณาเพียงอย่างเดียว แต่มีการนำเสนอในแง่มุมของการโฆษณาแฝง แนะนำ สินค้าผ่านการแสดงของตัวละคร (Tie In) หรือการแสดงการทดลองใช้สินค้าในรายการ โทรทัศน์ หรือเป็นการแสดงข้อดีข้อเสียของสินค้าและบริการที่เป็นผู้สนับสนุนรายการ โดยตรง หรือนำเสนอเป็นข่าวหรือบทความพิเศษเฉพาะหากผู้ผลิตรายการโทรทัศน์นั้น มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้านจริง เช่น ในกรณีที่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์มีความรู้ ความเชี่ยวชาญเรื่องระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและสามารถผลิตรายการทดสอบและ แสดงการทดลองใช้สินค้าทางสื่อโทรทัศน์ดั้งเดิม หรือเป็นที่รู้จักในโลกออนไลน์ หรือ ที่เรียกว่าเป็นเน็ตไอดอลทางด้านการทดสอบและทดลองใช้สินค้าเทคโนโลยีสารสนเทศ บุคคลนั้นอาจหาผู้สนับสนุนรายการโดยนำสินค้าเทคโนโลยีสารสนเทศแบบใหม่ ได้แก่ โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบอัจฉริยะหรือสมาร์โฟน แท็บเล็ต หรืออุปกรณ์ต่อพ่วงนำมา นำเสนอในรายการแล้วมีปุ่มเชื่อมโยง (Link) ให้ผู้รับชมรายการโทรทัศน์สนใจกดเลือก เข้าไปสั่งซื้อสินค้าออนไลน์โดยอาจได้รับส่วนลดพิเศษ หรือมีการจัดการส่งเสริมการขาย (Promotion) ให้อุปกรณ์ต่อพ่วงเพิ่มเติมเพื่อให้ผู้รับชมรายการโทรทัศน์ได้ซื้อสินค้า โดยตรง

## ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. จากผลการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยในอนาคต คือ ควรศึกษากิจกรรมรายการโทรทัศน์ หรือผู้ประกอบการที่ผลิตรายการโทรทัศน์ที่ประสบความสำเร็จในการผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์ออนไลน์และการผลิตสื่อในลักษณะของการผลิตสื่อแบบหลอมรวมเพื่อนำมาวิเคราะห์เงื่อนไข องค์ประกอบ กระบวนการดำเนินงานการผลิตรายการโทรทัศน์ในอนาคตให้ประสบความสำเร็จ

2. ควรมีการศึกษาพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ออนไลน์ ทั้งการใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ การวิจัยเชิงสำรวจ การวิเคราะห์ข้อมูลทฤษฎี และ การวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group Interview) การสัมภาษณ์ (Interview) และการสังเกตพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (observation) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ การบริโภคข้อมูลข่าวสารแบบข้ามสื่ออันจะทำให้ทราบพฤติกรรม การบริโภคสื่อตามสภาพความเป็นจริง แล้วนำมาใช้ประกอบการวางแผนตัดสินใจ พัฒนาการผลิตรายการโทรทัศน์ในอนาคต

พร้อมกันนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่สำคัญเพื่อพัฒนาการผลิตรายการโทรทัศน์และการประกอบธุรกิจการผลิตรายการโทรทัศน์ในอนาคตดังนี้

3. ด้านการบริหารจัดการช่องทางการสื่อสาร ช่องทางการรับชม เพิ่มวิธีการมีปฏิสัมพันธ์

4. ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในอนาคตควรเตรียมความพร้อมในด้านการผลิตเนื้อหา รายการเฉพาะด้านที่ตอบสนองความต้องการอยากรับชม ความสามารถในการมีปฏิสัมพันธ์ หรือการมีส่วนร่วม หรือการจัดประสบการณ์เฉพาะด้านที่ไม่สามารถแสวงหาได้จากการรับชมรายการโทรทัศน์ได้เพียงอย่างเดียว

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

มานะ ตริยาภิวัดน์. (2559). พฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์และการรับรู้ตราสินค้าสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลของกลุ่มผู้ชมวัยรุ่น. รายงานงานวิจัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ศิริพงษ์ สุทธิโยธิน. (2535). การผลิตรายการโทรทัศน์. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์.

ศุภฤกษ์ โพธิ์ไพรัตน์. (2559). การบริหารจัดการหลักสูตรด้านการสื่อสารมวลชน การสื่อสารมวลชน นิเทศศาสตร์ เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ในทศวรรษหน้า. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สมสุข หินวิมาน และคณะ. (2557). ความรู้เบื้องต้นทางวิทยุและโทรทัศน์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2547). สื่อสารมวลชนเบื้องต้น: สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

### ข้อมูลออนไลน์

[positioningmag.com/1091571](https://positioningmag.com/1091571), วันที่เข้าถึงข้อมูล 21 กรกฎาคม 2559.

### สัมภาษณ์

ขวลิต อภิธรรมนิธิ, สัมภาษณ์ 10 กรกฎาคม 2559.

ณิชานันท์ โธทาน, สัมภาษณ์ 20 กรกฎาคม 2559.

ถวัลย์ วงษ์สุวรรณ, สัมภาษณ์ 5 กรกฎาคม 2559.

พัชรินทร์ ผากา, สัมภาษณ์ 13 กรกฎาคม 2559.

ยุทธนา วงษ์วีระโยธิน, สัมภาษณ์, 15 กรกฎาคม 2559.



## วารสารการสื่อสารมวลชน Journal of Mass Communication

คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

239 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200

โทรศัพท์ : 0-5394-2703

โทรสาร : 0-5394-2704

Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University

239 Huay Kaew Road, Suthep, Muang District, Chiang Mai, Thailand, 50200

Tel : 0-5394-2703

Fax : 0-5394-2704

[www.masscomm.cmu.ac.th](http://www.masscomm.cmu.ac.th)