



การรับรู้คุณสมบัติ ความสามารถในการใช้งาน และการเปิดรับชม  
รายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์

โดย

นางสาวปรัชญาภรณ์ มกุลพานิช

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน  
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ปีการศึกษา 2559  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การรับรู้คุณสมบัติ ความสามารถในการใช้งาน และการเปิดรับชม  
รายการโทรทัศน์ทางเฟสบุ๊กไลฟ์

โดย

นางสาวปรัชญาภรณ์ มกุลพานิช



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน  
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ปีการศึกษา 2559  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

PERCEPTION OF FEATURES, USING ABILITY AND  
EXPOSURE OF TV PROGRAMS IN FACEBOOK LIVE

BY

MISS PATCHAYAPON MAKULPANICH



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE  
REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS  
PROGRAM IN MASS COMMUNICATION ADMINISTRATION  
FACULTY OF JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION  
THAMMASAT UNIVERSITY  
ACADEMIC YEAR 2016  
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางสาวปรัชญาภรณ์ มกุลพานิช

เรื่อง

การรับรู้คุณสมบัติ ความสามารถในการใช้งาน และการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารสื่อสารมวลชน)

เมื่อ วันที่ 11 กรกฎาคม พ.ศ. 2560

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อังฉรา ปิ่นทรานวงศ์)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

.....  
(อาจารย์ ดร.โมไนยพล รณเวช)

กรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พจนา ฐูปแก้ว)

คณบดี

.....  
(รองศาสตราจารย์พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การรับรู้คุณสมบัติ ความสามารถในการใช้งาน และการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์
ชื่อผู้เขียน	นางสาวปรัชญาภรณ์ มกุลพานิช
ชื่อปริญญา	วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	การบริหารสื่อสารมวลชน วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	อาจารย์ ดร.โมไนยพล รณเวช
ปีการศึกษา	2559

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการใช้งานเพชบุ๊กไลฟ์กับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์ของผู้ชม ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามกับผู้ชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์ ได้แก่ รายการ The Mask Singer รายการ I Can See Your Voice Thailand รายการปริศนาฟ้าแลบ รายการซูวิทย์ดีแสดหน้า และรายการตื่นมาคุย จำนวน 300 คน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 25 - 34 ปี และมีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี สำหรับการรับรู้คุณสมบัติของเพชบุ๊กไลฟ์โดยรวมอยู่ในระดับสูง ร้อยละ 80 โดยผู้ชมส่วนใหญ่รับรู้ว่าจะชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์มีการทราบความคิดเห็นของผู้อื่น ขณะรับชมถ่ายทอดสด และการแสดงอารมณ์ความรู้สึกด้วยอีโมติคอน

สำหรับการทดสอบสมมติฐานพบว่า การรับรู้คุณสมบัติของเพชบุ๊กไลฟ์ของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการใช้งานเพชบุ๊กไลฟ์ของผู้ชม การรับรู้คุณสมบัติของเพชบุ๊กไลฟ์ทั้งในด้านความถี่และระยะเวลาไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์ ส่วนความสามารถในการใช้งานเพชบุ๊กไลฟ์ทั้งในด้านความถี่และระยะเวลาไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์

**คำสำคัญ:** การเปิดรับชมรายการ, การรับรู้, ความสามารถในการใช้งาน, รายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์

Independent Study Title	PERCEPTION OF FEATURES, USING ABILITY AND EXPOSURE OF TV PROGRAMS IN FACEBOOK LIVE
Author	Miss Patchayapon Makulpanich
Degree	Master of Arts
Department/Faculty/University	Mass Communication Administration Journalism and Mass Communication Thammasat University
Independent Study Advisor	Monaiphol Ronnavej, Ph.D.
Academic Year	2016

### ABSTRACT

This research aims to study the relation between using ability and exposure of TV programs in Facebook Live with quantitative research. The research surveys by using questionnaire with 300 audiences of TV programs in Facebook Live such as “The Mask Singer”, “I Can See Your Voice Thailand”, “The Flash Quiz”, “Chuwit Tee Saek Nah” and “Woody Talk Show”.

The research was found that the majority of sampling group is people aged from 25 to 34 years old with Bachelor degree graduation. They perceive Facebook features in high level at 80 percent; they can see the other audience’s opinion and also express their feeling with the emoticon while watching live streaming.

The result was found that the perception of features is related to using ability. In case of the perception of features, the frequency and timing aren’t related to exposure of TV programs in Facebook Live. Using ability, the frequency and timing aren’t related to exposure of TV programs in Facebook Live as well.

**Keywords:** Exposure of TV Programs, Perception, Using Ability, TV Programs in Facebook Live

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำการค้นคว้าอิสระเล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีด้วยความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก อาจารย์ ดร. โมไนยพล รมนเวช อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้สละเวลาในการให้คำปรึกษา ข้อคิดเห็นในการ ทำวิจัยเพื่อเป็นแนวทางที่ถูกต้อง และความช่วยเหลือในการติดตามการจัดทำการค้นคว้าอิสระเล่มนี้ ในทุกขั้นตอน นอกจากนี้ยังได้รับความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัจฉรา ปัทมธนาวงศ์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พงณา ฐูปแก้ว ที่กรุณารับเป็นกรรมการสอบวิชาค้นคว้าอิสระ และให้ คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการศึกษา ตลอดจนคณาจารย์คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนทุก ท่านที่ได้ถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ต่างๆ ที่สามารถนำมาต่อยอดการทำค้นคว้าอิสระเล่มนี้ได้ เป็นอย่างดี จึงขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณครอบครัวและญาติพี่น้องที่ให้กำลังใจและให้การสนับสนุน การศึกษาในทุกๆ ด้านมาโดยตลอด รวมทั้งขอขอบคุณเพื่อนพ้องทุกท่าน ไม่ว่าจะเป็น เพื่อนสนิท ได้แก่ นก ญี่ปุ๋น นุช มด จอย ที่รับฟัง เป็นกำลังใจ เข้าใจ และให้ความช่วยเหลือตลอดการทำค้นคว้า อิสระเล่มนี้ ขอขอบคุณเพื่อน MCA 18 ที่คอยแจ้งข่าวสารและแนะนำขั้นตอนการดำเนินงาน ต่าง ๆ ในการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง พี่ทราย พี่จิ๊ก พี่บุต พี่น้ำหวาน น้องโจ และน้องแก้ว ที่ได้มอบ มิตรภาพอันดีงาม ข้าพเจ้ารู้สึกโชคดีมากที่ได้รู้จักพี่สาวและน้องสาวที่น่ารักเหล่านี้ ที่คอยเป็นกำลังใจ ให้คำปรึกษาแก่ข้าพเจ้าเสมอมา ตลอดจนได้ร่วมทุกข์ร่วมสุขและให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกันมา โดยตลอด 2 ปี ขอขอบคุณเพื่อนจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เพื่อนร่วมงาน และ เพื่อนบนเฟซบุ๊ก ซึ่งทุก ๆ ท่านล้วนเป็นส่วนสำคัญในการทำให้การศึกษาในครั้งนี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ขอขอบคุณจากใจมา ณ โอกาสนี้

นางสาวปรัชญาภรณ์ มกุลพานิช

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญภาพ	(8)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 ปัญหาวิจัย	7
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	7
1.4 สมมติฐานการวิจัย	8
1.5 ขอบเขตของการวิจัย	8
1.6 นิยามศัพท์	8
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้	11
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี	13
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ	16
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร	20
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์	22



2.6 แนวคิดเกี่ยวกับเฟซบุ๊กและเฟซบุ๊กไลฟ์	25
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	35
2.8 กรอบแนวคิดการวิจัย	39
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย</b>	<b>40</b>
3.1 รูปแบบการวิจัย	40
3.2 ประชากรเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่าง	40
3.2.1 ประชากรเป้าหมาย	40
3.2.2 ขนาดตัวอย่าง	40
3.2.3 วิธีการเลือกตัวอย่าง	41
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	42
3.4 เกณฑ์การให้คะแนน	43
3.5 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	46
3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล	46
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล	46
<b>บทที่ 4 ผลการวิจัย</b>	<b>48</b>
4.1 ลักษณะทางประชากร	48
4.2 การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์	50
4.3 ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์	52
4.4 การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์	54
4.5 การทดสอบสมมติฐาน	57
<b>บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	<b>66</b>
5.1 สรุปผลการวิจัย	67
5.1.1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	69
5.3 อภิปรายผลการวิจัย	76
5.4 ข้อเสนอแนะ	79

	(7)
รายการอ้างอิง	81
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก	86
ประวัติผู้เขียน	90



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 แสดงการสุ่มเลือกตัวอย่างตามสัดส่วนจำนวนการรับชมรายการแต่ละรายการ	41
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของเพศ	48
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของอายุ	49
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการศึกษาสูงสุด	49
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้ชม	50
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้ชม	51
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้ชม	52
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้ชม	53
4.8 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์	54
4.9 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระยะเวลาในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์	56
4.10 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์จะมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์	58
4.11 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์จะมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์	61
4.12 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์จะมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์	62
4.13 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์จะมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์	63
4.14 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์จะมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์	64
5.1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1	70
5.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 2.1	72
5.3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 2.2	73
5.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 3.1	74
5.5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 3.2	75

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1	1
1.2	3
1.3	5
1.4	5
2.1	12
2.2	15
2.3	17
2.4	26
2.5	28
2.6	29
2.7	29
2.8	31
2.9	31
2.10	32
2.11	32
2.12	32
2.13	32
2.14	33
2.15	33
2.16	34
2.17	34
2.18	35
2.19	39

## บทที่ 1

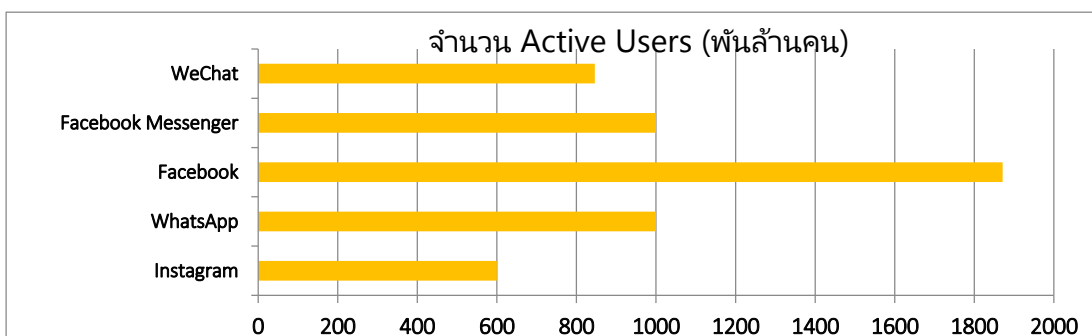
### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญ

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เริ่มเป็นที่นิยมและแพร่หลายอย่างมากที่สหรัฐอเมริกาตั้งแต่ปี ค.ศ.1997 และยังคงขยายตัวเรื่อยมาจนถึงทุกวันนี้ โดยปัจจุบันมีเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่รู้จักกันดีทั่วโลก อาทิ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ทัมเบลอร์ เป็นต้น (วัฒน ภูวทิศ, 2557) ด้วยความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย รวมทั้งทำให้คนทั่วไปสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้ด้วยตัวเองได้ จึงทำให้เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมอย่างทวีคูณ

นอกจากนี้เครือข่ายสังคมออนไลน์ยังเข้ามามีบทบาทและมีอิทธิพลในการติดต่อสื่อสารของผู้คนมากขึ้น เนื่องจากเป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญที่เปลี่ยนการสื่อสารของผู้คนไปอย่างมาก กล่าวได้ว่าในชีวิตประจำวันไม่ว่าจะเป็นเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ฯลฯ ต่างเข้ามาช่วยในการติดต่อสื่อสารกันของผู้คนให้ง่ายขึ้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้นผ่านการส่งข้อความตัวอักษร ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว และเมื่อพฤติกรรมของผู้คนเปลี่ยนไปเครือข่ายสังคมออนไลน์ก็กลายมาเป็นสิ่งที่มีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตและการทำธุรกิจ ผ่านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการจ้างข่าวสาร ทำให้สื่อมวลชนที่ต้องการเผยแพร่ข้อมูลหันมาใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อรองรับการเติบโตของการเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้คนมากขึ้น

จากสถิติผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทั่วโลกจากเว็บไซต์ Statista ([www.statista.com](http://www.statista.com)) ระบุว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดประจำเดือนมกราคม ปี 2560 วัดจากผู้ใช้ที่ใช้งานอยู่ (Active Users) 5 อันดับแรก ได้แก่ เฟซบุ๊ก เฟซบุ๊กแมสเซนเจอร์ วอทส์แอป วีแชท และอินสตาแกรม ตามลำดับ ดังภาพที่ 1.1

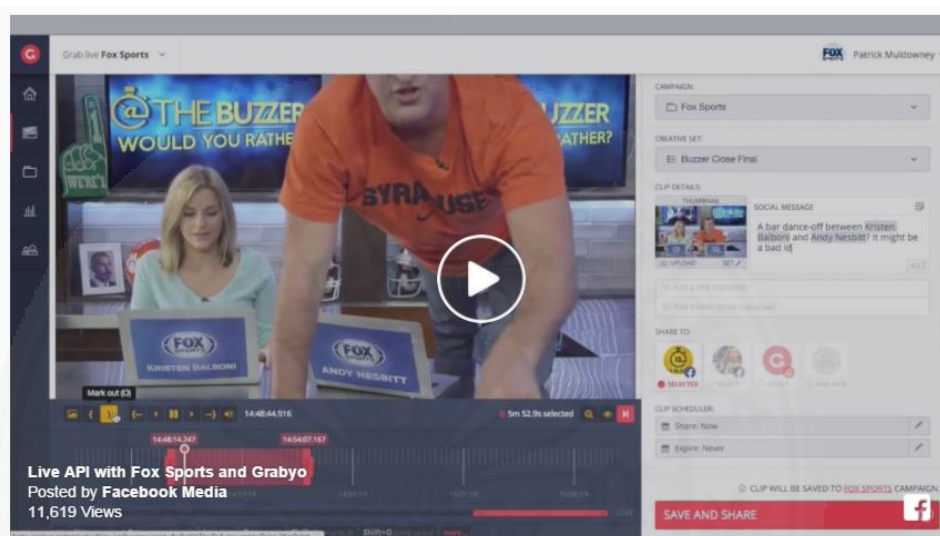


ภาพที่ 1.1 เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดทั่วโลกประจำเดือนมกราคม ปี 2560, โดยเว็บไซต์ Statista

จากภาพที่ 1.1 แสดงให้เห็นว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ยอดนิยม นั้น ส่วนหนึ่งเป็นเครือข่ายที่มีจุดกำเนิดจากเว็บไซต์ และอีกส่วนหนึ่งเกิดจากแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน โดยเฟซบุ๊กเป็นผู้นำตลาดเครือข่ายสังคมออนไลน์ซึ่งมียอดผู้ใช้ที่ใช้งานอยู่ (Active Users) มากถึง 1.8 พันล้านคน โดยข้อมูลจากเว็บไซต์ Statista ยังระบุอีกว่า ผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เกินกว่า 100 ล้านคนกระจุกตัวอยู่ที่สหรัฐอเมริกา แต่ด้วยอิทธิพลจากฝั่งตะวันตกทำให้ประเทศแถบเอเชียมีอัตราการเติบโตสูงขึ้น ซึ่งรวมถึงประเทศไทยด้วยเช่นกัน (Leading Social Networks Worldwide as of January 2017, Ranked by Number of Active Users (In Millions), 2560 โดย เว็บไซต์ Statista.) โดยประเทศไทยติดอันดับ 1 ใน 100 ประเทศในโลกที่มีคนใช้โทรศัพท์มือถือมากกว่าประชากรในประเทศ สอดคล้องกับจำนวนหมายเลขโทรศัพท์มือถือเมื่อเทียบกับประชากร (Penetration Rate) ซึ่งในไตรมาส 3/2559 ที่ผ่านมาจำนวนหมายเลขโทรศัพท์มากถึงร้อยละ 128 ด้านพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยในปี 2559 ที่สำรวจโดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) ระบุว่า โทรศัพท์มือถือกลายเป็นอุปกรณ์หลักที่ผู้ใช้นิยมใช้เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตมากถึงร้อยละ 85.5 และมีการใช้งานเฉลี่ยที่ 6.2 ชั่วโมงต่อวัน (1 ใน 4 ของวัน) โดยกิจกรรมยอดนิยม 5 อันดับแรก คือ การพูดคุยผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ค (ร้อยละ 86.8) รองลงมาเป็นการรับชมวิดีโอผ่านยูทูป (ร้อยละ 66.6) อ่านอีเมล (ร้อยละ 55.7) การค้นข้อมูล (ร้อยละ 54.4) และทำธุรกรรมทางการเงิน (ร้อยละ 45.9) ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมจากคน Generation Y และ Generation Z 3 อันดับแรก คือ ยูทูป เฟซบุ๊ก และไลน์ แต่ในมิติของความถี่ เฟซบุ๊กมีปริมาณการใช้งานบ่อยที่สุด รองลงมาเป็นไลน์และยูทูป (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2559)

เว็บไซต์เฟซบุ๊กเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้สามารถสร้างเฟซบุ๊กแฟนเพจของตนเองให้ผู้ใช้คนอื่นได้เป็นที่รู้จักซึ่งกันและกัน ได้รู้จักเพื่อนใหม่ ได้เจอกับเพื่อนเก่า ตลอดจนรู้จักเพื่อนของเพื่อนเปรียบเสมือนเครือข่ายใยแมงมุมที่เชื่อมโยงถึงกันได้ ผู้ใช้สามารถเพิ่มข้อมูลส่วนตัว รูปภาพ วิดีโอ ความสนใจด้านต่างๆ ได้อย่างอิสระ รวมทั้งสามารถเขียนสถานะ และแบ่งปันข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้ผู้ใช้ที่เป็นเพื่อนกับตนเองทราบและสามารถเขียนตอบได้อย่างทันที เฟซบุ๊กจึงเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีคุณสมบัติครบครัน สามารถทำกิจกรรมต่างๆ ได้หลากหลายด้วยความพิเศษนี้เองจึงทำให้เฟซบุ๊กเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวางทั่วโลก อย่างไรก็ตามการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้รับสารในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไป การสื่อสารด้วยข้อความและภาพนิ่งจึงกลายเป็นเรื่องธรรมดา ต่างจากเนื้อหา หรือ คอนเทนต์ (Content) ประเภทวิดีโอที่ถือเป็นคอนเทนต์หนึ่งได้รับความนิยมสูงขึ้นทั้งในเฟซบุ๊กและสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ ไม่ว่าจะเป็น ยูทูป อินสตาแกรม ไลน์ โดยในที่นี้ ผู้วิจัยใช้คำว่า คอนเทนต์ เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าใจมากขึ้น โดยคอนเทนต์ประเภทวิดีโอได้รับความนิยมอย่างมากเห็นได้จากการใช้วิดีโอเป็นตัวกระตุ้นยอดการกดถูกใจและการแบ่งปัน เพราะวิดีโอเข้าถึงผู้รับสารได้ง่าย เนื่องจากมีความพร้อมทั้งข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ด้วยเหตุนี้

เมื่อเฟซบุ๊กเห็นความสำคัญของคอนเทนต์ประเภทวิดีโอ จึงได้พัฒนาคุณสมบัติออกมาเป็นเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) ที่ช่วยเปิดประสบการณ์การแบ่งปันเรื่องราวของตนเองแบบเรียลไทม์ในรูปแบบวิดีโอแก่ผู้ชมคนอื่นๆ ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้รับชมอย่างทั่วถึง โดยวิธีการถ่ายทอดสดด้วยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ สมาร์ทโฟนที่เชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตและคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตพร้อมทั้งใช้ฟังก์ชันในเฟซบุ๊กที่เรียกว่า Live API เพื่อเชื่อมต่อกล้องและระบบถ่ายทำจากภายนอกให้เข้าไปแพร่ภาพผ่านระบบเฟซบุ๊กไลฟ์ได้



ภาพที่ 1.2 ตัวอย่างหน้า Live API เมื่อถ่ายทอดสดผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์. จาก Fox Sports used Grabyo to generate “live instant replay” video clips from a Facebook Live broadcast while it was still in progress, โดย Facebook.

นอกจากนี้ ความสำคัญของเฟซบุ๊กไลฟ์ยังสะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนจากยุทธศาสตร์ของเฟซบุ๊กปี 2560 ที่มาร์ก ซัคเกอร์เบิร์กผู้บริหารระดับสูงของเฟซบุ๊กได้แสดงให้เห็นทิศทางของเฟซบุ๊กในปี 2560 ว่า วิดีโอคือสิ่งสำคัญที่เป็น “เมกะเทรนด์” ที่มีน้ำหนักทัดเทียมกับอุปกรณ์พกพา สิ่งที่เฟซบุ๊กลงมือทำ คือ เน้นความสำคัญของวิดีโอเป็นอันดับแรก (Video first) บนแพลตฟอร์มเคชั่นทุกตัวในเครือ (รวมถึงอินสตาแกรมและแมสเซนเจอร์) โดยจะพัฒนาให้การถ่ายและแชร์วิดีโอที่ดีที่สุดเท่าที่เป็นไปได้ นอกจากการแบ่งปันวิดีโอแล้วเฟซบุ๊กมีแผนการที่จะปรับปรุงเรื่องการค้นพบวิดีโอใหม่ๆ โดยเพิ่มป้ายวิดีโอในแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กเพื่อแนะนำวิดีโอยอดนิยม และวิดีโอที่น่าจะเหมาะสมกับผู้ใช้แต่ละคน ป้ายแสดงรายการวิดีโอที่ออกแบบมาเพื่อคนที่อยากรับชมวิดีโอและอยากทราบความเปลี่ยนแปลงบนโลกใบนี้และในอนาคตถ้ามีวิดีโอที่เป็นรายการหลายๆ ตอน (Episodic) ก็สามารถติดตามรายการตอนใหม่ได้จากป้ายนี้ และในส่วนประเด็นเรื่องวิดีโอถ่ายทอดสด (Facebook Live) มาร์ก ซัคเกอร์เบิร์ก ระบุว่าคืนวันสิ้นปี 2559 ที่ผ่านมามีคนถ่ายทอดสดไลฟ์มาก



เป็นประวัติการณ์ และเฟซบุ๊กก็พยายามทดลองแนวทางการถ่ายทอดสดแบบใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นไลฟ์แบบ 360 องศา เอฟเฟกต์หน้ากากและกล้องขณะถ่ายทอดสด รวมถึงการไลฟ์เฉพาะเสียงอย่างเดียว (Brand Inside, 2560) ซึ่งจากปรากฏการณ์ของเฟซบุ๊กไลฟ์ที่ได้รับความนิยมสอดคล้องกับข้อมูลที่ว่า ผู้บริโภคคนไทยกำลังอยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านสู่ยุคโทรศัพท์สมาร์ทโฟนอย่างเต็มตัว โดยร้อยละ 62 ของคนทั่วโลกใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟนเพื่อรับชมข้อมูลต่างๆ มากกว่า 30 ครั้งต่อวัน ขณะที่ในประเทศไทย ผู้คนใช้เวลาบนโทรศัพท์สมาร์ทโฟนเฉลี่ย 160 นาทีต่อวัน สำหรับประเด็นที่น่าสนใจ คือ อัตราเฉลี่ยการรับชมวิดีโอต่างๆ บนโทรศัพท์สมาร์ทโฟนของคนไทยในปัจจุบันสูงถึง 150 นาทีต่อวัน ซึ่งเป็นตัวเลขที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยทั่วโลกถึงร้อยละ 60 จึงไม่นับว่าเป็นเรื่องที่น่าแปลกใจเมื่อกระแสเฟซบุ๊กไลฟ์ได้รับความนิยมเป็นอย่างยิ่งในปัจจุบัน

ทั้งนี้ สื่อมวลชนจึงหันมาใช้วิธีการนำเสนอที่แตกต่างและตอบโจทย์ผู้รับสารได้อย่างครบครันมากขึ้นด้วยการใช้เฟซบุ๊กไลฟ์เป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดสดรายการของช่องตนเอง หรือถ่ายทอดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ณ ช่วงเวลาหนึ่งเพื่อให้ผู้ติดตาม และคนทั่วโลกได้รับชมอย่างพร้อมเพรียงกันและทันทั่วถึง เนื่องด้วยคุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์ที่สามารถเชื่อมต่อได้ทันทีไม่ยุ่งยากทำให้ง่ายต่อการรับชมรายการแบบเรียลไทม์ นอกจากนี้ขณะรับชมการถ่ายทอดสดวิดีโอสามารถเขียนความคิดเห็นเพื่อสนทนาร่วมกันมีส่วนร่วมกับผู้ชมคนอื่นและแสดงอารมณ์ความรู้สึกผ่านอีโมติคอนรูปต่างๆ ได้ รวมไปถึงยังสามารถแบ่งปันวิดีโอและบันทึกวิดีโอไว้รับชมย้อนหลังได้อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของจากโซเซียล เบเกอร์ส (โพสด์ทูเดย์, 2560) ที่ระบุว่า การนำเสนอข่าวของสำนักข่าวในปี 2559 ที่ผ่านมานั้นมีความเปลี่ยนแปลง ซึ่งเกิดขึ้นทั่วโลกไม่ใช่แค่เฉพาะในประเทศไทย ซึ่งโซเซียล เบเกอร์สได้รวบรวมโพสด์จากเฟซบุ๊กและทวีเตอร์ของสำนักข่าว 500 อันดับแรกจากทั่วโลกในช่วงเดือน มกราคม – กันยายน 2559 พบว่าจำนวนโพสด์ของเฟซบุ๊กไลฟ์เติบโตขึ้นอย่างน่าตกใจ โดยเดือนกันยายน 2559 มีการใช้เฟซบุ๊กไลฟ์จากสำนักข่าวถึง 250 แห่ง ซึ่งเห็นได้อย่างชัดเจนว่าสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลต่างหันมาใช้ช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์เป็นอีกหนึ่งช่องทางสำคัญในการเผยแพร่รายการ สอดคล้องกับผลของ Thailand's Most Social Power Brand 2016 ที่นำเสนอภาพรวมของประเภทธุรกิจทั้ง 8 ประเภทซึ่งเป็นการจัดอันดับในช่วง 1 มกราคม – 30 มิถุนายน 2559 ที่ผ่าน มา และสำหรับประเภทธุรกิจที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดคือ กลุ่มธุรกิจ Digital TV ด้วยคะแนนสูงถึงร้อยละ 90.4 อันดับสองคือ กลุ่มธุรกิจ Consumer อยู่ที่ร้อยละ 51.7 คะแนน ส่วนอันดับ 3 และ 4 คือ กลุ่มธุรกิจ Retail และกลุ่มธุรกิจ Bank & Finance ที่ร้อยละ 33 และ 33 ตามลำดับ อันดับที่ 5 คือ กลุ่มธุรกิจ Automobile ร้อยละ 20.9 อันดับที่ 6 คือกลุ่มธุรกิจ IT & Digital ร้อยละ 20.6 อันดับที่ 7 คือ กลุ่มธุรกิจ Real Estate ร้อยละ 13.8 และสุดท้ายอันดับ 8 คือ กลุ่มธุรกิจ E-Commerce ร้อยละ 10.4





ภาพที่ 1.3 8 ประเภทธุรกิจที่ทรงพลังบนโซเชียลมีเดีย จาก Thailand's Most Social Power Brand 2016 จัดอันดับแบรนด์ทรงพลังบนโลกโซเชียลมีเดียประจำปี 2559, โดย Thoth Zocial.

กลุ่มธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัล (Digital TV) มีการแข่งขันทางการตลาดสูงมาก ทุกสถานีต่างพากันนำเสนอรายการที่น่าสนใจในรูปแบบของตัวเอง โดยช่องที่ทำการตลาดออนไลน์ได้มีประสิทธิภาพมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 ได้แก่ เวิร์คพอยท์ โดเด่นด้วยรายการที่เพิ่มความสนุกสนาน อาทิ ปริศนาฟ้าแลบ และชิงร้อยชิงล้าน เป็นต้น ส่วนอันดับที่ 2 อย่างจีเอ็มเอ็ม 25 โดเด่นด้วยซีรีส์ที่นำเสนอโดยนักแสดงวัยรุ่น อาทิ ไทอารีตี้ซีรีส์ และ Club Friday เป็นต้น สำหรับช่อง 7 HD อยู่ในอันดับที่ 3 เพราะฐานผู้ชมที่มากอยู่แล้ว ถึงจะเปลี่ยนมาเป็นโทรทัศน์ดิจิทัลแต่ลักษณะเด่นของละครช่อง 7 ก็ยังคงอยู่ แถมยังเพิ่มเติมรายการใหม่ๆ เข้ามา ทำให้ตรงใจหลากหลายกลุ่มผู้ชมมากขึ้น (Thailand's Most Social Power Brand 2016, 2559) สอดคล้องกับที่ ญัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง บล็อกเกอร์ และผู้เชี่ยวชาญด้านคอนเทนต์ มาร์เก็ตติ้ง (Positioningmag, 2559) กล่าวว่า เฟซบุ๊กไลฟ์เป็นอีกหนึ่งรูปแบบของการแสดงคอนเทนต์จากแต่ก่อนที่ทำคอนเทนต์ได้แค่ข้อความและรูปภาพ แต่ปัจจุบันทำเป็นภาพเคลื่อนไหวได้ ซึ่งการถ่ายทอดสดนั้นมีเสน่ห์ในเรื่องของเวลาเข้ามาเป็นมิติสำคัญ สามารถถ่ายทอดคอนเทนต์แบบเรียลไทม์ได้เลย



ภาพที่ 1.4 ช่องโทรทัศน์ดิจิทัลที่ทำการตลาดออนไลน์ได้มีประสิทธิภาพมากที่สุด 3 อันดับ จาก Thailand's Most Social Power Brand 2016 จัดอันดับแบรนด์ทรงพลังบนโลกโซเชียลมีเดียประจำปี 2559, โดย Thoth Zocial.

ในปัจจุบัน สื่อมวลชนอย่างสื่อโทรทัศน์ก็ได้หันมาใช้เฟซบุ๊กไลฟ์กันมากขึ้น เห็นได้จากหลายช่องได้เลือกถ่ายทอดสดรายการผ่านทางเฟซบุ๊กไลฟ์ไปพร้อมๆ กับการออกอากาศทาง

โทรทัศน์ สำหรับสถานีโทรทัศน์ที่ต้องการถ่ายทอดสดรายการผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ต้องเตรียมฮาร์ดแวร์ (อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์) และซอฟต์แวร์ให้พร้อมสำหรับใช้งาน โดยต้องมีการสมัครลงชื่อเข้าใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจก่อน (Facebook Fanpage) จึงจะสามารถถ่ายทอดสดรายการทางเฟซบุ๊กไลฟ์ได้ จากนั้นเมื่อจะถ่ายทอดสดต้องตั้งชื่อคลิปถ่ายทอดสดและเลือกตั้งค่าเป็นสาธารณะเพื่อให้เข้าถึงผู้ชมได้อย่างทั่วถึง และหากตั้งชื่อเรื่องเรียบร้อยแล้วให้คลิกคำว่า Go Live เพื่อเริ่มถ่ายทอดสดโดยจะมีการนับถอยหลัง 3 2 และ 1 เมื่อรายการได้เริ่มถ่ายทอดสดทางเฟซบุ๊กไลฟ์แล้วระบบจะส่งแจ้งเตือนไปยังผู้ใช้งานเฟซบุ๊กที่กดถูกใจและกดติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจนั้นๆ ว่ากำลังมีการแพร่ภาพสดโดยอัตโนมัติ และหลังจากที่การถ่ายทอดสดจบลงแล้ววิดีโอจะถูกบันทึกลงบนไทม์ไลน์เฟซบุ๊กแฟนเพจซึ่งผู้ชมสามารถรับชมย้อนหลังได้ภายหลัง

สำหรับรายการโทรทัศน์ที่มีผู้ชมทางเฟซบุ๊กไลฟ์มากที่สุด โดยอ้างอิงข้อมูลจากตัวเลขของจำนวนผู้ชมรายการทางเฟซบุ๊กไลฟ์ตลอดทั้งรายการ โดยเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 29 พฤษภาคม 2560 – วันที่ 2 มิถุนายน 2560 พบว่า มีรายการที่มีจำนวนการรับชมต่อครั้งสูงสุดในรอบ 1 สัปดาห์มากกว่า 100,000 ครั้ง ได้แก่ รายการ The Mask Singer ออกอากาศทางช่องเวิร์คพอยท์ ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 20.00- 21.45 น. มีจำนวนการรับชม 970,982 ครั้ง รายการ I Can See Your Voice Thailand ออกอากาศทางช่องเวิร์คพอยท์ ทุกวันพุธ เวลา 20.00 – 21.45 น. มีจำนวนการรับชม 328,330 ครั้ง รายการปริศนาฟ้าแลบ ออกอากาศทางช่องเวิร์คพอยท์ ทุกวันจันทร์ – วันศุกร์ เวลา 19.15 – 20.00 น. มีจำนวนการรับชม 215,336 ครั้ง รายการ ซูวิทย์ดีแสบหน้า ออกอากาศทางช่องไทยรัฐทีวี ทุกวันจันทร์ – วันศุกร์ เวลา 20.30 น. เป็นต้นไป มีจำนวนการรับชม 141,966 ครั้ง และรายการตื่นมาคุย ออกอากาศทางช่อง 9 Mcot HD ทุกวันจันทร์ – วันศุกร์ เวลา 08.00 น. มีจำนวนการรับชม 104,073 ครั้ง (จากเฟซบุ๊กแฟนเพจ [www.facebook.com/workpoint](http://www.facebook.com/workpoint) [www.facebook.com/thairathtv](http://www.facebook.com/thairathtv) และ [www.facebook.com/WOODYTALKSHOW](http://www.facebook.com/WOODYTALKSHOW)) สอดคล้องกับสมปรารถนา นาวงษ์ โปรดิเวเซอร์รายการแฟ้มสี่สวน ทางช่อง 9 และเจ้าของเฟซบุ๊กแฟนเพจ อีจัน (มติชน, 2560, น.19) ให้เหตุผลถึงการที่หลายคนเลือกทำรายการผ่านทางเฟซบุ๊กควบคู่ไปกับการทำงานโทรทัศน์ว่า เป็นอีกช่องทางของการสื่อสารที่ง่าย เข้าถึงผู้ชมได้อย่างรวดเร็ว วิธีการเปิดรับชมไม่ซับซ้อนมาก และสื่อออนไลน์สามารถกระจายข้อมูลได้ดี อีกทั้งการตอบสนองระหว่างผู้ผลิตกับผู้ชมสามารถทำได้อย่างรวดเร็วแบบนาทีต่อนาทีเพราะข้อจำกัดของโทรทัศน์ไม่สามารถทราบได้ว่ามีผู้ชมจำนวนมากน้อยเท่าใดและผู้ชมชื่นชอบเนื้อหาที่นำเสนอหรือไม่ แต่เฟซบุ๊กถ้ารับชมแล้วการตอบสนองไม่ปรากฏก็สามารถจัดการรับมือได้ทันที จากที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ นับว่าเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญอีกจุดหนึ่งที่สื่อมวลชนต้องพิจารณาในการก้าวสู่การใช้ช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์อย่างจริงจังมากขึ้น เพราะพฤติกรรมของผู้รับสารเปลี่ยนแปลงไป ความรวดเร็วและความสด (Realtime) คือ สิ่งสำคัญที่ผู้รับสารในยุคปัจจุบันนี้ต้องการ

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง การรับรู้คุณสมบัติ ความสามารถในการใช้งาน และการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ เพื่อนำผลวิจัยที่ได้ไปใช้ในการกำหนดและวางแผนการถ่ายทอดรายการสดผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ชม รวมทั้งสามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับและพัฒนาคอนเทนต์ที่ต้องการถ่ายทอดสดวิดีโอทางเฟซบุ๊กไลฟ์ขององค์กรธุรกิจต่างๆ ให้ตรงกับพฤติกรรมของผู้รับสารมากยิ่งขึ้น

## 1.2 ปัญหาวิจัย

1. ผู้ชมมีการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์อย่างไร
2. ผู้ชมมีความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์อย่างไร
3. ผู้ชมมีการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์อย่างไร
4. การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์หรือไม่ อย่างไร
5. การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์หรือไม่ อย่างไร
6. ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์หรือไม่ อย่างไร

## 1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้ชม
2. เพื่อศึกษาความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้ชม
3. เพื่อศึกษาการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้ชม
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์กับความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้ชม
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์กับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้ชม
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์กับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้ชม

#### 1.4 สมมติฐานของการวิจัย

1. การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์
2. การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์
3. ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์

#### 1.5 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเรื่อง “การรับรู้คุณสมบัติ ความสามารถในการใช้งาน และการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากผู้ชมที่รับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ ซึ่งมีอายุ 15 ปีขึ้นไป และเคยรับชมรายการฯ ไม่น้อยกว่า 3 เดือน อย่างน้อย 1 รายการ ประกอบด้วย รายการโทรทัศน์ที่ถ่ายทอดสดรายการตั้งแต่ต้นจนจบรายการผ่านทางเฟซบุ๊กไลฟ์ จำนวน 5 รายการ คือ รายการ The Mask Singer รายการ I Can See Your Voice Thailand รายการปริศนาฟ้าแลบ รายการ ซูวิทย์ดีแสดหน้า และรายการตื่นมาคุย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในวันที่ 1 - 30 มิถุนายน 2560

#### 1.6 นิยามศัพท์

เฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook live) หมายถึง การถ่ายทอดสดวิดีโอผ่านทางเว็บไซต์เฟซบุ๊กซึ่งเป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยม โดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ อาทิ สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์พกพา เป็นต้น ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเพื่อถ่ายทอดสดวิดีโอ โดยสามารถเชิญผู้อื่นมาร่วมรับชมได้ อีกทั้งผู้ชมยังสามารถแบ่งปันวิดีโอที่ตนชื่นชอบไปยังหน้าเฟซบุ๊กของตนเพื่อให้ผู้อื่นรับชมได้ด้วย ซึ่งหลังจากที่สิ้นสุดการถ่ายทอดสดวิดีโอแล้วสามารถบันทึกวิดีโอเหล่านั้นเก็บไว้เพื่อรับชมย้อนหลัง โดยมี URL ในการเข้าชมเฟซบุ๊กไลฟ์ คือ [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

รายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ หมายถึง รายการ The Mask Singer รายการ I Can See Your Voice Thailand รายการปริศนาฟ้าแลบ รายการ ซูวิทย์ดีแสดหน้า และรายการตื่นมาคุย ที่ถ่ายทอดสดรายการตั้งแต่ต้นจนจบรายการผ่านทางเฟซบุ๊กไลฟ์พร้อมกับการออกอากาศทางโทรทัศน์ในเดือนมิถุนายน 2560 และมีผู้รับชมจำนวนมาก

ลักษณะทางประชากร หมายถึง คุณลักษณะส่วนตัวโดยทั่วไปของผู้ชมที่รับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์ ประกอบด้วย เพศ อายุ และ ระดับการศึกษา

การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์ หมายถึง ความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์ และระยะเวลาในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์ในแต่ละครั้ง

การรับรู้คุณสมบัติของเพชบุ๊กไลฟ์ หมายถึง ความรู้และความเข้าใจในลักษณะซึ่งเป็นองค์ประกอบของเพชบุ๊กไลฟ์ต่อการรับชมวิดีโอของผู้ชม ดังนี้

- การเขียนความคิดเห็นเพื่อสนทนาร่วมกับผู้อื่น  
 - การแสดงอารมณ์ความรู้สึกด้วยอีโมติคอน ได้แก่ ภูมิใจ รักเลย ว้าว ฮ่าๆ เศร้า และ โกรธ เป็นต้น

- การกดถูกใจความคิดเห็นของผู้อื่น
- การทราบความคิดเห็นของผู้อื่นขณะรับชมถ่ายทอดสด
- การทราบระยะเวลาที่ถ่ายทอดสด
- การรับชมถ่ายทอดสดแบบเต็มหน้าจอแบบทั้งแนวตั้งและแนวนอน
- การเปิดและปิดความคิดเห็นขณะรับชมถ่ายทอดสด
- การแบ่งปันวิดีโอขณะรับชมถ่ายทอดสด
- การบันทึกวิดีโอไว้ในเพชบุ๊กตนเอง
- การรับแจ้งเตือนเมื่อมีการถ่ายทอดสดรายการ
- การรับชมวิดีโอย้อนหลัง
- การเชิญเพื่อนในเพชบุ๊กของตนเองมารับชมรายการที่ตนเองรับชมอยู่

ความสามารถในการใช้งานเพชบุ๊กไลฟ์ หมายถึง ศักยภาพในการใช้คุณสมบัติต่างๆ ในเพชบุ๊กไลฟ์เพื่อรับชมรายการโทรทัศน์ได้ ดังนี้

- การเขียนความคิดเห็นเพื่อสนทนาร่วมกับผู้อื่น  
 - การแสดงอารมณ์ความรู้สึกด้วยอีโมติคอน ได้แก่ ภูมิใจ รักเลย ว้าว ฮ่าๆ เศร้า และ โกรธ เป็นต้น

- การกดถูกใจความคิดเห็นของผู้อื่น
- การทราบความคิดเห็นของผู้อื่นขณะรับชมถ่ายทอดสด
- การทราบระยะเวลาที่ถ่ายทอดสด
- การรับชมถ่ายทอดสดแบบเต็มหน้าจอแบบทั้งแนวตั้งและแนวนอน
- การเปิดและปิดความคิดเห็นขณะรับชมถ่ายทอดสด
- การแบ่งปันวิดีโอขณะรับชมถ่ายทอดสด

- การบันทึกวิดีโอไว้ในเฟซบุ๊กตนเอง
- การรับแจ้งเตือนเมื่อมีการถ่ายทอดสดรายการ
- การรับชมวิดีโอย้อนหลัง
- การเชิญเพื่อนในเฟซบุ๊กของตนเองมารับชมรายการที่ตนเองรับชมอยู่

### 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การศึกษาครั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนารูปแบบการผลิตรายการโทรทัศน์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชม
2. การศึกษาครั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการวางแผนและการเลือกใช้เฟซบุ๊กไลฟ์ให้เหมาะสมกับรายการมากขึ้น
3. การศึกษาครั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้ไปประยุกต์ใช้กับงานประเภทอื่นต่อไป

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของการศึกษาเรื่อง “การรับรู้คุณสมบัติความสามารถในการใช้งาน และการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์” โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการอธิบายขยายความ และสนับสนุนผลที่ได้จากการวิจัย ประกอบด้วย

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์
- 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับเพชบุ๊กและเพชบุ๊กไลฟ์
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.8 กรอบแนวคิดการวิจัย

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

##### 2.1.1 ความหมายของการรับรู้

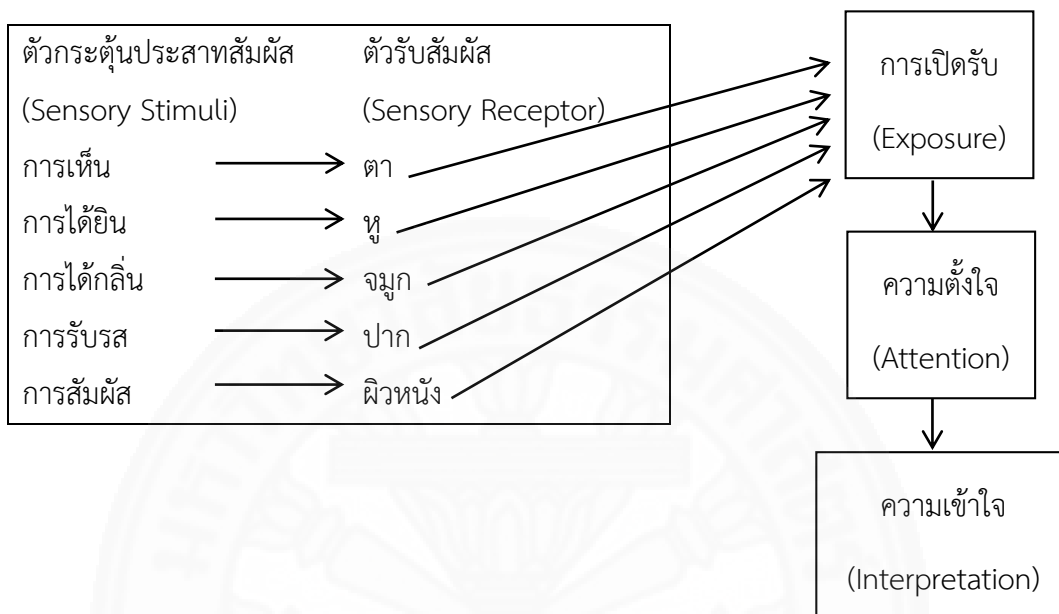
ชิฟแมน และคานุก (Schiffman & Kanuk, 2000, p. 146) ให้ความหมาย การรับรู้ว่าเป็นกระบวนการที่บุคคลแต่ละคนมีการเลือกการประมวลผล แปล หรือตีความต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ ผ่านอวัยวะรับสัมผัสทั้งหลายได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น และผิวหนัง เข้าไปยังสมองในรูปของไฟฟ้าและเคมี สมองจึงเป็นคลังเก็บข้อมูลมหาศาลที่จะตีความสิ่งเร้าหรือข่าวสารนั้นโดยอาศัยการเทียบเคียงกับข้อมูลที่เคยสะสมไว้ก่อน หรือที่เรียกว่าประสบการณ์เดิม

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2550, น. 199) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ข่าวสารว่าเป็นการแปลความหมายข่าวสารทันทีที่ผู้บริโภครับรู้และมุ่งความสนใจไปที่ตัวกระตุ้น กระบวนการรับรู้จะถูกรวมตัว มุ่งไปที่การจัดรูปแบบ (Organizing) จัดรวมเป็นหมวดหมู่ (Categorizing) และทำการตีความหมายข่าวสารที่เข้ามาสู่ความนึกคิดนั้น



### 2.1.2 กระบวนการของการรับรู้

แผนภาพแบบจำลองของกระบวนการรับรู้ (Solomon, 2007 อ้างถึงใน จิรวัดน์ วงศ์ธงชัย, 2555) ดังนี้



ภาพที่ 2.1 กระบวนการรับรู้

การเปิดรับ (Exposure) เกิดจากการมีสิ่งกระตุ้นที่เข้ามากระทบก่อให้เกิดการรับรู้ความรู้สึก (Sensation) ซึ่งการรับรู้ความรู้สึกจะอาศัยประสาทสัมผัส (Senses) ทั้ง 5 ได้แก่ การได้ยิน การดมกลิ่น การลิ้มรส การมองเห็น การสัมผัสโดยที่บุคคลแต่ละบุคคลจะรับรู้ของสิ่งเดียวกันแตกต่างกันไปนั้น เป็นผลมาจากการบวนการ 3 กระบวนการ (Kotler, 2003 อ้างถึงใน จิรวัดน์ วงศ์ธงชัย, 2555) คือ การเลือกที่จะสนใจ (Selective Attention) การเลือกที่จะบิดเบือน (Selective Distortion) และการเลือกที่จะจดจำ (Selective Retention)

ความตั้งใจ (Attention) ในการจำแนกรายละเอียดความรู้สึกที่เกิดขึ้นตามความรู้สึกในจิตใจ ความรู้และประสบการณ์ของผู้บริโภค

ความเข้าใจหรือการตีความ (Comprehension/Interpretation) ในข้อมูลซึ่งไม่ได้หมายความว่า จะถูกต้องเสมอไป การตีความนั้น จะขึ้นอยู่กับ ความเชื่อ ทศนคติและประสบการณ์ การประมวลความรู้สึกความเข้าใจที่เกิดขึ้นจากสิ่งที่รับรู้

กล่าวโดยสรุป การรับรู้ของแต่ละบุคคลจะมีขอบเขตการรับรู้และตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่ต่างกันผ่านตัวรับสัมผัสซึ่งการฝึกฝน ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมต่างส่งผลให้แต่ละคนมีการรับรู้ที่ต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องทราบว่าผู้ชมมีการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กโลก



อย่างไรก่อนที่จะนำข้อมูลไปประกอบการวิเคราะห์กับ ความสามารถในการใช้งานและการเปิดรับชม รายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์ เพราะการรับรู้ที่เกิดขึ้นในตัวบุคคลจะทำให้เกิดการยอมรับ เทคโนโลยีตามมาและนำไปสู่การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์ต่อไป อย่างไรก็ตาม ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาประเด็นการรับรู้ของผู้ชมที่มีต่อคุณสมบัติของเพชบุ๊กไลฟ์ในเบื้องต้น เท่านั้นยังไม่ได้ผ่านการตีความต่อสิ่งที่รับรู้ใดๆ ทั้งสิ้น

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

### 2.2.1 ความหมายของเทคโนโลยี

Heinich Molenda และ Russell (1993) กล่าวว่าเทคโนโลยี หมายถึง สิ่งที่มีมนุษย์ พัฒนาขึ้นเพื่อช่วยในการทำงานหรือแก้ปัญหาต่าง ๆ อาทิ อุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องจักร วัสดุ หรือ แม้กระทั่งที่ไม่ได้เป็นสิ่งของที่จับต้องได้ อาทิ กระบวนการต่าง ๆ เป็นต้น

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2552) กล่าวว่า เทคโนโลยี หมายถึง การนำ ความรู้ทางธรรมชาติวิทยาและต่อเนื่องมาถึงวิทยาศาสตร์มาเป็นวิธีการปฏิบัติและประยุกต์ใช้เพื่อช่วย ในการทำงานหรือแก้ปัญหาต่าง ๆ อันก่อให้เกิดวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร แม้กระทั่งองค์ ความรู้นามธรรม อาทิ ระบบหรือกระบวนการต่าง ๆ เพื่อให้การดำรงชีวิตของมนุษย์ง่ายและสะดวก ยิ่งขึ้น

### 2.2.2 ความหมายของการยอมรับเทคโนโลยี

Rogers (2003) ให้คำนิยาม การยอมรับเทคโนโลยีหมายถึง การตัดสินใจที่จะนำ เทคโนโลยีนั้นไปใช้อย่างเต็มที่ โดยการยอมรับของบุคคลเกิดขึ้นเป็นกระบวนการ เริ่มตั้งแต่บุคคลได้ สัมผัสกับเทคโนโลยีถูกชักจูงให้ยอมรับ ตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธ ปฏิบัติตามการตัดสินใจ และ ยืนยันการปฏิบัตินั้น กระบวนการนี้อาจจะใช้เวลาช้าหรือเร็วขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ คือ ตัวบุคคล และลักษณะของเทคโนโลยี

ขวัญตา กิระวิศาสิก (2542) กล่าวว่า การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง การตัดสินใจ ใช้เทคโนโลยีทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม โดยระยะเวลาในการตัดสินใจยอมรับนั้นไม่มีกำหนด แน่นอนตายตัว ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของเทคโนโลยีนั้น ๆ

### 2.2.3 กระบวนการยอมรับเทคโนโลยี

Rogers (1983 อ้างถึงใน อรทัย เลื่อนวัน, 2555) กล่าวว่า การยอมรับเทคโนโลยี เป็นผลมาจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นต่อเนื่องอย่างเป็นกระบวนการ ซึ่งมีแนวคิดกระบวนการยอมรับ เทคโนโลยีดังนี้

1. ขั้นตระหนักหรือขั้นตื่นตัว (Awareness Stage) เป็นขั้นที่บุคคลรู้ว่ามีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่หรือนวัตกรรมเกิดขึ้นแต่ยังขาดความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีนั้น
2. ขั้นสนใจ (Interest Stage) บุคคลเริ่มมีความสนใจในเทคโนโลยีและพยายามแสวงหาข้อมูลหรือความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับเทคโนโลยีนั้น
3. ขั้นประเมินผล (Evaluation Stage) บุคคลจะประเมินผลในสมองของตนโดยลองนึกว่าถ้ายอมรับเทคโนโลยีนั้นมาใช้แล้วจะเหมาะสมกับเหตุการณ์ในปัจจุบันหรืออนาคตหรือไม่ จะให้ผลคุ้มค่ากับการเสี่ยงหรือไม่
4. ขั้นทดลอง (Trial Stage) บุคคลจะนำเทคโนโลยีมาลองใช้หรือลองปฏิบัติในวงจำกัดก่อนเพื่อดูว่าเทคโนโลยีนั้นมีประโยชน์เข้ากับสถานการณ์ของตนหรือไม่
5. ขั้นยอมรับ (Adoption Stage) บุคคลยอมรับเทคโนโลยีโดยนำเทคโนโลยีนั้นมาใช้อย่างเต็มที่สม่ำเสมอ

#### 2.2.4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี

ปัทมาพร ไคร์วานิช (2551 อ้างถึงใน ศักกรินทร์ ต้นสุพงษ์, 2557) กล่าวว่า การยอมรับเทคโนโลยีนั้น มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ ดังนี้

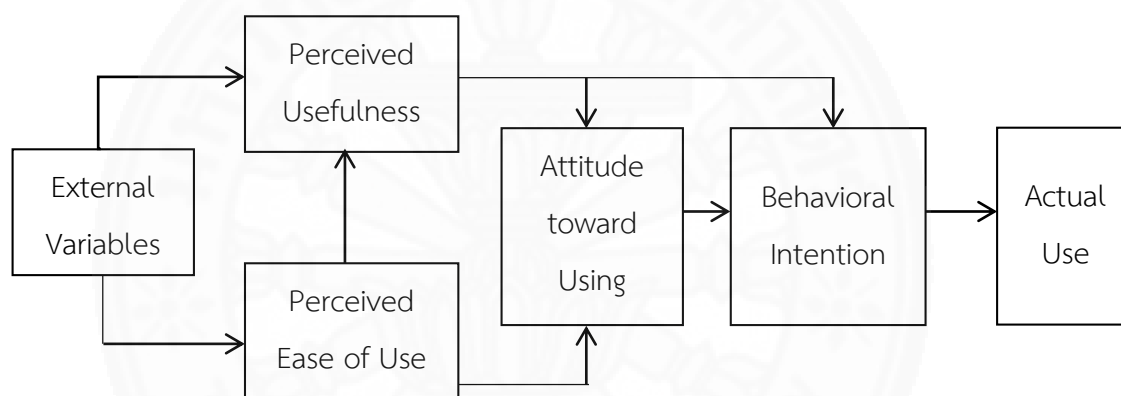
1. ปัจจัยเงื่อนไขหรือสภาวะการณ์ทั่วไป ได้แก่
  - 1.1. สภาพเศรษฐกิจ หากมีสภาพเศรษฐกิจดีก็จะมีแนวโน้มที่จะยอมรับการเปลี่ยนแปลงได้ง่ายกว่า เร็วกว่า สภาวะ ที่มีสภาพเศรษฐกิจแย่
  - 1.2. สภาพทางสังคมและวัฒนธรรมมวลชนที่อยู่ในชุมชน หรือสังคมที่รักษาขนบธรรมเนียมประเพณีเก่า ๆ อย่างเคร่งครัดมากกว่า มีลักษณะการแบ่งชนชั้นทางสังคมอย่างเด่นชัดกว่า มีลักษณะการทำงานเพื่อส่วนรมน้อยกว่า มีค่านิยมและความเชื่อที่เป็นอุปสรรคต่อการเปลี่ยนแปลงมากกว่า มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ช้าลง และยอมรับในปริมาณที่น้อยกว่า
  - 1.3. สภาพทางภูมิศาสตร์พื้นที่ที่มีสภาพทางภูมิศาสตร์ที่สามารถติดต่อกับท้องที่อื่น ๆ โดยเฉพาะท้องที่ที่มีเทคโนโลยีมากกว่า จะมีผลทำให้เกิดแนวโน้มในการยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เร็วกว่าและในปริมาณที่มากกว่า
2. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่
  - 2.1. บุคคลเป้าหมายหรือผู้รับการเปลี่ยนแปลง ได้แก่
    - พื้นฐานทางบุคคล เพศหญิงยอมรับการเปลี่ยนแปลงเร็วกว่า เพศชายกลุ่มที่มีระดับการศึกษาและประสบการณ์สูงจะยอมรับเร็วกว่า และกลุ่มคนที่มีอายุน้อยกว่าจะมีการยอมรับเร็วกว่ากลุ่มคนที่มีอายุมากขึ้น
    - พื้นฐานในการติดต่อสื่อสาร ประสิทธิภาพในการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน รวมทั้งความคิดที่มีเหตุผลเป็นสิ่งที่ช่วยให้เกิดการยอมรับมากขึ้น

- พื้นฐานในเรื่องอื่น ๆ บุคคลที่มีแรงจูงใจ มีความพร้อมทางด้านจิตใจมีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีที่นำมาเพื่อการเปลี่ยนแปลง จะมีแนวโน้มที่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงมากกว่า และเร็วกว่า

2.2. คุณลักษณะของเทคโนโลยีที่ง่ายต่อการปฏิบัติและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของบุคคลจะส่งผลต่อการยอมรับที่รวดเร็วกว่า

### 2.2.5 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี

ทั้งนี้ แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model:TAM) เสนอโดย Davis (1989 อ้างถึงใน ศักรินทร์ ต้นสุพงษ์, 2557) คือการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับหรือการตัดสินใจที่จะใช้เทคโนโลยีใหม่ ว่าผู้ใช้จะใช้เมื่อไรและจะมีแนวโน้มการใช้งานอย่างไร แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยการรับรู้จะทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยี ดังนี้



ภาพที่ 2.2 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีนี้ อธิบายได้ว่า ตัวแปรภายนอก (External Variables) อาทิ ข้อมูลประชากร (Demographic) ประสบการณ์ (Previous Experience) เป็นต้น มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน และการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน

การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานเทคโนโลยี คือ ปัจจัยที่กำหนดการรับรู้ในแต่ละบุคคลว่าเทคโนโลยีมีส่วนช่วยพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานได้อย่างไร และเป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้ด้วย

การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน คือ ปัจจัยที่กำหนดในแง่ปริมาณหรือความสำเร็จที่ได้รับว่าตรงกับความต้องการหรือที่คาดหวังไว้หรือไม่ โดยผู้ใช้เชื่อว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้มีความง่ายในการใช้งาน สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องอาศัยความพยายามมากนัก ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีด้วย

ทัศนคติที่มีต่อการใช้งานได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี และการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน ในขณะที่ความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้งานได้รับอิทธิพลจากทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี และส่งผลให้เกิดการยอมรับการใช้งานจริงในที่สุด

ทั้งนี้ ในงานวิจัยเรื่องนี้ได้นำแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีที่อธิบายถึงการรับรู้ประโยชน์การใช้งาน และการรับรู้ว่าเป็นเทคโนโลยีที่ง่ายต่อการใช้งาน ซึ่งการรับรู้ดังกล่าวจะส่งผลต่อความสามารถในการใช้เทคโนโลยีในที่สุด ซึ่งผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิดในเรื่องนี้มาเป็นความรู้เพื่อประกอบการวิเคราะห์ผลในแง่ของความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้ชมเพื่อรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ซึ่งในปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างมาก

### 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

การเปิดรับข่าวสารจัดได้ว่าเป็นการรับรู้ในชีวิตประจำวันของมนุษย์อย่างหนึ่ง เพราะมนุษย์ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อแลกเปลี่ยน ความรู้ และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของตน และเพื่ออยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคม การสื่อสารเป็นพื้นฐานของการติดต่อกระบวนการทางสังคม ยิ่งสังคมมีความสลับซับซ้อนและประกอบด้วยคนจำนวนมากขึ้นเท่าไร การสื่อสารจะยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น

โดยทั่วไปมนุษย์เปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ ดังนี้ (พีระ จิโรโสภณ, 2531)

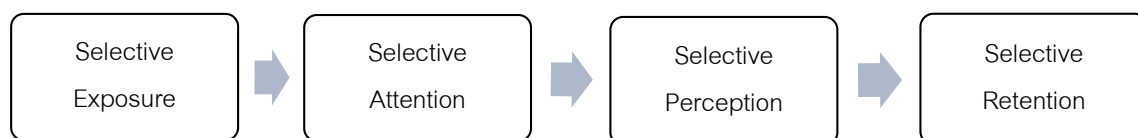
1. เพื่อทราบความเป็นไปของเหตุการณ์รอบตัวทำให้คนรอบรู้ทันต่อสถานการณ์
2. เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจต่อสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นและมีอยู่รอบตัวเราทั้งใกล้และไกล
3. เพื่อสร้างความรู้สึกรู้สึกทำให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่เราได้รับรู้
4. เพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความบันเทิง ผู้บริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจำนวนไม่น้อยที่เปิดรับสื่อมวลชนเพื่อความบันเทิง หรือเพื่อหนีความเป็นจริงที่เผชิญหน้าอยู่สักครู่ไปสู่จินตนาการ หรือฝันลมๆแล้งๆ จากภาพยนตร์ ละคร หรือนวนิยายที่มีอยู่ในสื่อมวลชนประเภทต่างๆ

อย่างไรก็ตาม บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน ดังนั้น ข่าวสารที่หลั่งไหลผ่านเข้ามาไปยังบุคคลจากช่องทางต่างๆ นั้น มักจะถูกคัดเลือกตลอดเวลา (กิติมา สุรสุนธิ, 2533, น. 46-47)

#### 2.3.1 กระบวนการเปิดรับสื่อ

การเปิดรับสื่อของบุคคลเป็นสิ่งที่อธิบายถึงพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของแต่ละบุคคลว่าแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคล หรือสภาพจิตวิทยามีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร โดยมีกระบวนการ

เลือกสรร (Selective Process) ที่แตกต่างกัน ซึ่งแคลปเปอร์ (Klapper 1960, p. 19-25) ได้อธิบายกระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารว่าเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยกลั่นกรอง 4 ขั้นตอนตามลำดับดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2.3 กระบวนการในการเลือกสรรการเปิดรับสื่อ

1. การเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกของการเลือกช่องทางสื่อสาร บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่อย่างหลากหลาย อาทิ การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งเรื่องของทักษะและความชำนาญในการเปิดรับข่าวสารของคนเราก็มีความต่างกัน บางคนถนัดฟังมากกว่าอ่าน ดังนั้นจึงชอบรับฟังวิทยุโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) บุคคลมีแนวโน้มที่จะเลือกให้ความสนใจสารจากแหล่งข่าวใดแหล่งข่าวหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้น ๆ และมักจะหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารอาจมีการเลือกรับรู้และเลือกตีความสารที่ได้รับไปด้วย ตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ผู้รับสารจะมีการตีความหมายข่าวสารที่ได้รับมาตามความเข้าใจของตนเองหรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ความเชื่อ ความต้องการ รวมถึงแรงจูงใจของบุคคลในขณะนั้น ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความหมายเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าวเท่านั้น นอกจากนี้จะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไป ก็อาจยังเกิดการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลตามไปด้วย

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) กล่าวคือ การเลือกให้ความสนใจ รับรู้ และตีความข่าวสารไปในทิศทางที่ตามทัศนคติและความเชื่อของบุคคลนั้น ๆ ซึ่งบุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสาร ในส่วนที่ต้องการจำเข้าไว้เป็นประสบการณ์ และมักจะไม่จดจำในสิ่งที่ตนเองไม่สนใจ หรือขัดแย้งกับ ความคิด ทัศนคติ ของตนเอง ดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับจึงเท่ากับเป็นการเสริมให้ทัศนคติ หรือความคิดเดิมของเรามีความมั่นคงยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ยาก

ขึ้น ผู้รับสารมีสิทธิเลือกเปิดรับสื่อมวลชนตามที่ตนต้องการ ซึ่งมีเหตุผลในการเปิดรับของผู้รับสารแต่ ละคนนั้น มีความแตกต่างกันไป ซึ่งสามารถจำแนกได้ดังต่อไปนี้

1. เพื่อความรู้ หมายถึง การที่ผู้รับสารต้องการข่าวสารเพื่อสนองต่อความต้องการ พื้นฐานของมนุษย์ในด้านความอยากรู้ และความต้องการได้รับการยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของ สังคม ดังนั้น จำเป็นต้องเข้าใจส่วนประกอบของสังคมโดยการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบ หลักร่างๆ คือ

- ข่าวสาร ไม่ว่าจะป็นภายในหรือภายนอกสังคม
- ความรู้ ไม่ว่าจะป็นความรู้ทางด้านวิชาการหรือความรู้รอบตัว
- ความบันเทิง

2. เพื่อความหลากหลาย ทั้งนี้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของมนุษย์ในรูปแบบที่ แตกต่างกันไป อาทิ

- กระตุ้นอารมณ์ เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเข้าใจ ความสนุกสนาน ความ ตื่นเต้น ทั้งนี้ เพื่อต้องการลดความเบื่อหน่ายในชีวิตประจำวัน

- การพักผ่อน เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดที่มากเกินไป หรือลด ความเร่งเร้าในชีวิตประจำวันให้น้อยลง

3. เพื่อประโยชน์ทางสังคม หมายถึง ความจำเป็นของบุคคลที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่ง ของสังคม ดังนั้นการเปิดรับสื่ออาจเป็นการแสดงถึงการยอมรับ การเข้าสมาคมในสังคมและความ ผูกพันต่อผู้อื่น (พีระ จิโรโสภณ , 2540, น. 636-639)

กล่าวโดยสรุป การเปิดรับสื่อของบุคคลจะประกอบด้วยกระบวนการต่าง ๆ โดยเริ่ม จากการเปิดรับสื่อที่มีอยู่อย่างมากมาย การเลือกให้ความสนใจ การเลือกรับรู้และตีความหมาย และ การเลือกจดจำ ตามลำดับ ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ของแต่ละ บุคคล และมีการตีความข่าวสารที่ได้รับมาตามความเข้าใจหรือตามทัศนคติของตน

### 2.3.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคล

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลของ ฮันท์ และ รูเบน (Hunt & Ruben, 1993, p. 65, อ้างถึงใน อภิรดี เถียรอด, 2557, น. 17-18) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การเลือกเปิดรับสื่อของบุคคลไว้ ดังนี้

1. ความต้องการ (Need) เป็นความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทาง ภายและจิตใจมีทั้งความต้องการระดับสูงและระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกบุคคลเลือก ตอบสนองความต้องการของ เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ ฯลฯ



2. ทศนคติและค่านิยม (Attitude and Values) ทศนคติ เป็นความชอบและการมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) กับเรื่องต่าง ๆ ส่วนค่านิยม เป็นหลักพื้นฐานที่ยึดถือ รวมถึงเป็นความรู้สึกที่ว่าควรจะทำหรือไม่ควรทำ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ

3. เป้าหมาย (Goal) บุคคลย่อมกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่าง ๆ ที่กำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

4. ความสามารถ (Capability) เกี่ยวกับความสามารถในการรับรู้เรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษาก็มีอิทธิพลต่อการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเก็บเนื้อหาของข่าวต่าง ๆ ที่ได้รับ

5. การใช้ประโยชน์ (Utility) บุคคลจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6. สไตล์ในการสื่อสารของบุคคล (Communication Style) กล่าวคือ อากัปกริยา การแสดงออกถึงความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบรับฟังวิทยุกระจายเสียง บางคนชอบรับชมโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

7. สภาวะ (Context) หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์ การสื่อสาร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วย มีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร หรือเลือกตีความหมายและจดจำข่าวสาร

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ผู้รับสารแต่ละคนจะพัฒนานิสัยการรับสารที่เป็นผลจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของบุคคลนั้น และจะพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นบุคคลจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่งด้วย

นอกจากนี้ การเปิดรับสื่อยังขึ้นอยู่กับเกณฑ์การเลือกสื่อ ดังต่อไปนี้ (พรทิพย์ วรกิจโกคาทร, 2529, น. 6-7)

1. การเลือกสื่อที่สามารถจัดหามาได้ (Availability) ธรรมชาติของคนเรานั้นจะใช้ความพยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่ได้ยากมากๆ มักจะไม่ได้รับเลือก แต่ถ้าสามารถได้มาไม่ยากนักมักจะเลือกสิ่งนั้น เช่นเดียวกับสื่อ ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก

2. เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistency) กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตน

3. เลือกสื่อที่ต้นสะดวก (Convenience) ในปัจจุบันผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อได้ทั้งทางวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต และสื่อบุคคล ซึ่งแต่ละคนก็จะมีพฤติกรรมการเปิดรับที่แตกต่างกันตามทีต้นสะดวก

4. เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness) ปกติจะมีบุคคลกลุ่มหนึ่งในทุกสังคมที่จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ตามความเคยชิน ซึ่งจะพบในบุคคลที่มีอายุมาก

5. ลักษณะเฉพาะของสื่อ จากที่กล่าวมาทั้ง 4 ข้อข้างต้นนั้น เป็นความต้องการสื่อของผู้รับสารเป็นหลัก แต่ในข้อนี้ก็กลับเป็นคุณลักษณะเฉพาะของสื่อที่มีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร

ในงานวิจัยของแม็คลอยด์ และคณะ (McLeod and Chaffee 1972, p. 123 อ้างถึงใน ดนุพล อุ่จินตามณี, 2545, น.27) ได้ระบุว่าตัวชี้วัดที่ใช้ในการวัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อส่วนใหญ่จะใช้ 2 ตัว คือ

1. วัดจากเวลาที่ใช้สื่อ
2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อโดยแยกตามประเภทของเนื้อหารายการ

อย่างไรก็ตามการวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อมีข้อเสียตรงที่ คำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง อาทิ ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่าง และการมีสื่อใกล้ตัว ด้วยเหตุนี้คำตอบที่วัดได้จากเวลาที่ใช้สื่อจึงไม่สามารถแปลความหมายในทางจิตวิทยาได้ และมักจะให้ผลที่ไม่ชัดเจนเมื่อไปเชื่อมโยงกับความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นเพื่อแก้ไขปัญหานี้ จึงได้มีการวัดตัวแปรในการเปิดรับสื่อมวลชนโดยใช้ความถี่การใช้สื่อเฉพาะเจาะจงลงไป

ดังนั้น การเปิดรับสื่อ หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ทั้งด้านความถี่และระยะเวลาในการเปิดรับสื่อ ซึ่งงานวิจัยนี้ได้นำเอาแนวคิดนี้มาเป็นกรอบในการวิจัยเพื่อนำมาวิเคราะห์ประกอบกับลักษณะทางประชากรและการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์

## 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

ในกระบวนการสื่อสารของมนุษย์นั้น มีองค์ประกอบที่เป็นมนุษย์เกี่ยวข้องอยู่ 2 ฝ่าย คือ ผู้ส่งสารและผู้รับสาร ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน ในการส่งสารออกไปนั้น ผู้ส่งสารต้องคำนึงถึงผู้รับสารเสมอ เพราะผู้รับสารจะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสาร (ปรมะ สตะเวทิน, 2546, น.111)

คำว่า ผู้รับสาร หรือ Media Audience เป็นคำรวมๆ ที่เกิดขึ้นในยุคที่เทคโนโลยีสื่อสารมวลชนหลายประเภท และขยายตัวไปอย่างกว้างขวางเป็นคำที่หมายถึง ผู้อ่าน (Readers) อาทิ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น ผู้ชม (Viewers) อาทิ ผู้ชมโทรทัศน์ ภาพยนตร์ ละครเวที



เป็นต้น และผู้ฟัง (Listeners) อาทิ ผู้ฟังวิทยุ กลุ่มผู้อ่าน ผู้ชม หรือ ผู้ฟัง เหล่านี้เกิดขึ้นตามตัวสื่อ (Media Channel) หรือตามเนื้อหาสาระของสื่อ (Media Content) (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2550, น.520)

หากพูดถึง สื่อสารมวลชน (Mass Communication) หมายถึง รูปแบบการสื่อสารที่ ผู้รับสารจะต้องเป็นกลุ่มชนขนาดใหญ่ ที่มีความหลากหลายและไม่จำเป็นต้องรู้จักหรืออยู่ในสังคมเดียวกันหรือมีประสบการณ์ร่วมกันมาก่อน ผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะลักษณะทางประชากร (Demographics Characteristics) ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา อาชีพ ศาสนา โดยผู้รับข่าวสารที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรม ความสนใจในการรับข่าวสารแตกต่างกันไปด้วย (พิชญพร ประครองใจ, 2558, 102)

ทั้งนี้ การวิเคราะห์ผู้รับสารที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย คือการใช้ตัวแปรที่เป็นคุณสมบัติทางประชากรของผู้รับสารมาเป็นตัวแปรเพื่อวิเคราะห์การเปิดรับและการใช้สื่อของกลุ่มคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน โดยมีหลักการที่ว่าคนเราทำพฤติกรรมตามแรงผลักดันจากภายนอก (Exogeneous Factors) และพฤติกรรมโดยส่วนใหญ่จะเป็นไปตามแบบฉบับที่สังคมวางไว้ อาทิ คนรุ่นใดควรทำพฤติกรรมอย่างไร และสังคมทั่ว ๆ ไปมักจะกำหนดให้บุคคลที่มีคุณสมบัติประชากรแตกต่างกัน มีแบบแผนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน อาทิ อากัปกริยาทำท่าเอียงอายจะดูน่ารักสำหรับหญิงสาว แต่ดูไม่สมวัยสำหรับหญิงชรา เป็นต้น พฤติกรรมการรับสารและใช้สื่อซึ่งเป็นพฤติกรรมทางสังคมอย่างก็เป็นไปตามหลักการดังกล่าว (กาญจนา แก้วเทพ, 2547, น. 371) ซึ่งความเกี่ยวพันหรือความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับการรับสาร (ปรมะ สตะเวทิน, 2546, น. 112) มีรายละเอียดดังนี้

1. เพศ มีความสัมพันธ์ต่อบุคลิกลักษณะ จิตใจ และอารมณ์ สมาชิกในสังคมนั้นๆ มีความแตกต่างทางเพศซึ่งทำให้บุคคลมีพฤติกรรมติดต่อสื่อสารแตกต่างกัน โดยการวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องแสดงให้เห็นว่า เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันทั้งในด้านความคิดทัศนคติ รวมถึงค่านิยม ทั้งนี้ เพราะสังคมและวัฒนธรรมได้กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มที่จะมีความต้องการส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย

2. อายุ เป็นคุณลักษณะทางประชากรที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาของการมีชีวิตอยู่ หรือตามวัยของบุคคล อายุเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสามารถในการทำความเข้าใจในเนื้อหาข่าวสารและการตีความ รวมถึงการรับรู้ต่างๆ ได้มากน้อยต่างกัน และเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสนใจในประเด็นต่างๆ อาทิ ความสำคัญของการศึกษา การเมือง ความสนุกสนาน การเตรียมตัวสร้างอนาคต

เป็นต้น บุคคลที่มีอายุมากมักมองเหตุการณ์หรือปรากฏการณ์ต่างๆ รอบตัวด้วยความระมัดระวังมากกว่าบุคคลที่มีอายุน้อย เนื่องจากกรอบประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน ซึ่งประสบการณ์ที่ผ่านๆ มาจะช่วยขัดเกลามุมมองความคิดของแต่ละบุคคลได้ บุคคลที่มีอายุมากมักใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารต่างๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง บุคคลที่อายุน้อยกว่าจึงมักมีความคิดแบบเสรีนิยม และมองโลกในแง่ดีมากกว่าบุคคลที่อายุมาก นอกจากนี้ อายุยังเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจด้วย กล่าวคือ บุคคลที่มีอายุมากขึ้นโอกาสที่คนจะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจจะน้อยลง จากการศึกษาของทอแรนซ์ (Torrance , 1962 อ้างถึงใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2546) สรุปว่า ความคิดละเอียดลออซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของความคิดสร้างสรรค์ พบว่า อายุที่เพิ่มขึ้นของเด็กจะทำให้มีความคิดที่รอบคอบเพิ่มมากขึ้น อายุหรือวัยจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บุคคลแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม

3. การศึกษา ในที่นี้หมายถึงระดับการศึกษาที่ได้รับจากสถานศึกษาและได้รับจากประสบการณ์ของชีวิต การศึกษาบ่งบอกถึงความสามารถในการเลือกรับข่าวสาร เพราะการศึกษาเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทักษะและพฤติกรรมแตกต่างกัน ซึ่งการศึกษาเป็นตัวแปรที่สำคัญมากต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารของผู้รับสาร กล่าวคือ บุคคลที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีความได้เปรียบในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์ มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง เข้าใจสารได้ดี และมีความรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งจะไม่เชื่อหรือยอมรับอะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลที่เพียงพอ โดยคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย และคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาน้อยกว่ามักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ หากผู้ที่มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอคนเหล่านี้จะใช้ทั้งสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ และสื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดผู้ที่มีการศึกษาสูงมักจะแสวงหาข่าวสารจากสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อประเภทอื่น

จากที่กล่าวมาข้างต้น การทำความเข้าใจความแตกต่างทางลักษณะทางประชากรของกลุ่มเป้าหมายจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาตัวแปรลักษณะทางประชากรของผู้ชมโดยจำแนกลักษณะทางประชากรออกเป็น เพศ อายุ และระดับการศึกษา

## 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) หมายถึง สื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม (Social Tool) เพื่อใช้สื่อสารระหว่างกันบนเครือข่ายทางสังคม (Social

Network) ผ่านทางเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใดๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยเน้นให้ผู้ใช้ทั้งที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วม (Collaborative) อย่างสร้างสรรค์ ในการผลิตเนื้อหาขึ้นเอง (User-Generate Content: UGC) ในรูปของข้อมูล ภาพ และเสียง

นุชจรินทร์ ขอบดำรงธรรม (2553) กล่าวว่า สังคมออนไลน์ (Online Social Network) คือสังคมที่ผู้คนสามารถทำความรู้จัก แบ่งปันความสนใจ และเชื่อมโยงต่อกันบนโลกอินเทอร์เน็ต โดยอาศัยรูปแบบ “บริการเครือข่ายสังคม หรือ Social Network Service (SNS)” ซึ่งเป็นรูปแบบของเว็บไซต์ที่ใช้สำหรับเผยแพร่ข้อมูลส่วนตัว รูปภาพ บทความ ความคิดเห็น และสิ่งต่างๆ ที่กลุ่มคนมีความสนใจร่วมกัน เป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน รวมถึงเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ที่ผู้ใช้สามารถช่วยกันสร้างเนื้อหาขึ้นได้ตามความถนัดและความสนใจของแต่ละบุคคลหรือกลุ่มบุคคล

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อหรือช่องทางในการติดต่อในลักษณะของการสื่อสารแบบสองทางผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่บุคคลทั่วไปสามารถนำเสนอและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้ด้วยตนเองออกสู่สาธารณะโดยใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สื่อสารประเภทต่างๆ

อย่างไรก็ตามสื่อสังคมออนไลน์ที่เปรียบเสมือนเป็นสื่อใหม่ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ จนก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงลักษณะการใช้ชีวิตไป E.Rogers ได้แบ่งการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของมนุษย์และประสบการณ์ของบุคคลออกเป็น 3 ลักษณะ (กาญจนา แก้วเทพ, 2553, น. 113) ได้แก่

- ลักษณะ Interactivity ของสื่อ กล่าวคือ แต่เดิมการติดต่อสื่อสารจำเป็นต้องอยู่ในรูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้า แต่เมื่อเกิดสื่อสังคมออนไลน์ขึ้นมาจึงทำให้ความจำเป็นในการสื่อสารของรูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้าลดน้อยลง เพราะสื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามาทำหน้าที่การสื่อสารแบบฉับพลันผ่านอินเทอร์เน็ตซึ่งช่วยลดระยะเวลาในการติดต่อสื่อสาร รวมทั้งลดปัญหาต่างพื้นที่อีกด้วย

- ลักษณะ Individualize หรือ Demassified กล่าวคือ แต่เดิมสื่อมวลชนจะสร้างผู้รับสารในลักษณะของมวลชน คือแพร่กระจายจากผู้ส่งสารจำนวนน้อย ไปสู่ผู้รับสารจำนวนมากได้ในเวลาเดียวกัน แต่เมื่อมีสื่อสังคมออนไลน์เข้ามาจึงเปลี่ยนแปลงลักษณะของผู้รับสารให้สามารถเลือกรับข่าวสารจากสื่อได้เอง อาทิ บุคคลต้องการรับชมละครโทรทัศน์ 2 เรื่องในเวลาเดียวกัน บุคคลอาจจะเลือกเปิดรับละครเรื่องใดเรื่องหนึ่ง แล้วค่อยรับชมละครอีกเรื่องหนึ่งย้อนหลังด้วยเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน ก็ได้

- ลักษณะ Asynchronous Nature of New Communication กล่าวคือ สื่อสังคมออนไลน์ทำให้ผู้รับสารสามารถรับสารทีละเล็กทีละน้อยได้ จากนั้นก็ผู้รับสารจะต้องนำข่าวสารเหล่านั้นมาประกอบกันเอง

#### 2.5.1 ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์สามารถแบ่งเป็นประเภทต่างๆ ที่นิยมใช้งาน (พิชิต วิจิตรบุญรักษ์, 2554) ได้แก่

1. บล็อก (Blogging) บล็อกมาจาก Web+Log แล้วย่อเหลือ Blog คือ ประเภทของระบบการจัดการเนื้อหาที่อำนวยความสะดวกให้ผู้เขียนบล็อกเผยแพร่และแบ่งปันบทความของตนเอง โดยบทความที่โพสต์ลงบล็อกเป็นการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนบล็อก ซึ่งจุดเด่นของบล็อก คือ การสื่อสารถึงกันอย่างเป็นกันเองระหว่างผู้เขียนและผู้อ่านบล็อกผ่าน การแสดงความคิดเห็น (Comment)

2. ทวิตเตอร์และไมโครบล็อก (Twitter and Microblogging) ไมโครบล็อก คือ รูปแบบหนึ่งของบล็อกที่มีการจำกัด ขนาดของการโพสต์ในแต่ละครั้ง ซึ่งทวิตเตอร์เป็นไมโครบล็อกที่จำกัดการโพสต์แต่ละครั้งพิมพ์ได้ไม่เกิน 140 ตัวอักษร ในปัจจุบัน ทวิตเตอร์เป็นที่นิยมใช้งานของผู้คนเพราะใช้งานง่าย และใช้เวลาไม่มากนัก รวมทั้งเป็นที่นิยมขององค์กรต่างๆ ที่ใช้ทวิตเตอร์ในการแจ้งกิจกรรมต่างๆ และความเคลื่อนไหวของธุรกิจ

3. เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) เครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ เว็บไซต์ที่ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสารกับเพื่อนทั้งที่รู้จักมาก่อน หรือรู้จักภายหลังทางออนไลน์ ซึ่งเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์แต่ละแห่งมีคุณลักษณะแตกต่างกันออกไป แต่ส่วนประกอบหลักที่มีเหมือนกัน คือ โปรไฟล์เพื่อแสดงข้อมูลส่วนตัวของเจ้าของบัญชีการเชื่อมต่อเพื่อสร้างเพื่อนกับคนที่รู้จักและไม่รู้จักทางออนไลน์ และการส่งข้อความอาจเป็นข้อความส่วนตัว หรือข้อความสาธารณะ เป็นต้น โดยมีเฟซบุ๊กเป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบัน

4. การแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ (Media Sharing) เว็บไซต์ที่เกี่ยวกับการแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ เป็นเว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถทำการอัปโหลด (Upload) ไฟล์สื่อผสม (Multimedia) ขึ้นสู่เว็บไซต์เพื่อแบ่งปันข้อมูลแก่ผู้ใช้ทั่วไป ซึ่งในปัจจุบันได้รับความนิยมมากเพราะด้วยความที่เป็นสื่อผสมเอง ไม่ว่าจะเป็น รูป สไลด์หรือวิดีโอ รวมทั้งการใช้งานง่ายขึ้นของกล้องดิจิทัล และกล้องวิดีโอ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่นำมาสู่การได้ไฟล์สื่อผสมแบบต่างๆ ออกมา เว็บไซต์ประเภทนี้ที่ได้รับความนิยมคือ YouTube Flickr และ Slideshare อย่างไรก็ตามสื่อสังคมออนไลน์ที่ทำการศึกษาในงานวิจัยนี้ได้แก่ เฟซบุ๊กไลฟ์ ซึ่งเป็นอีกคุณสมบัติหนึ่งของเฟซบุ๊ก

## 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับเฟซบุ๊กและเฟซบุ๊กไลฟ์

### 2.6.1 เฟซบุ๊ก

เฟซบุ๊กเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมไปทั่วโลก เรียกได้ว่าเป็นแหล่งสังคมออนไลน์ที่หลายคนรู้จักกันดีเพราะเฟซบุ๊กมีคุณสมบัติ (Features) มากมายที่ให้ผู้ใช้งานสามารถติดต่อสื่อสารและร่วมทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งหรือหลายๆ กิจกรรมกับผู้ใช้เฟซบุ๊กคนอื่นได้ ไม่ว่าจะเป็นการตั้งประเด็นถามตอบในเรื่องที่สนใจ โพสต์รูปภาพ โพสต์คลิปวิดีโอ เขียนบทความ พูดคุยกันระหว่างบุคคลและเป็นกลุ่ม โดยในปี 2559 มีจำนวนผู้เปิดบัญชีใช้งานเฟซบุ๊กทั่วโลกจำนวนทั้งหมด 1,590 ล้านคน โดย 3 อันดับแรก ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นหนึ่งในประเทศผู้นำด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ประเทศอินเดีย และประเทศบราซิลที่มีการเติบโตด้านตลาดเทคโนโลยีสารสนเทศรวดเร็วไม่แพ้กัน ส่วนประเทศไทยจัดอยู่ในอันดับที่ 8 ของโลกขึ้นมาจากอันดับ 9 ของโลกเมื่อเทียบกับปี 2558 ที่ผ่านมา (Thoth Zocial, 2559) โดยในปี 2560 จอห์น แวกเนอร์ กรรมการผู้จัดการ เฟซบุ๊ก ประเทศไทย (ไทยรัฐ, 2560, น.9) เปิดเผยว่า หลังจากที่เฟซบุ๊กได้จัดตั้งสำนักงานในประเทศไทยทำให้สามารถติดต่อกับลูกค้าในประเทศไทยได้ใกล้ชิดขึ้น โดยขณะนี้มียูสเซอร์ทั้งธุรกิจขนาดใหญ่และขนาดเล็กหลายพันราย และมีฐานผู้ใช้งานสม่ำเสมอ (Active User) เดือนละ 44 ล้านคน นอกจากนี้ เมื่อปี 2559 ที่ผ่านมาเฟซบุ๊กประเทศไทยมีอัตราเจริญเติบโตของฐานผู้ใช้อยู่ละ 20 จากปีก่อนหน้า และในปี 2560 คาดว่าจะทำอัตราเติบโตได้อีก โดยมองว่ามีผู้ใช้งานเฟซบุ๊กผ่านการใช้งานสมาร์ทโฟนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสืบเนื่องมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน นอกจากเข้าใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำแล้ว การรับชมวิดีโอ คอนเทนท์ถือเป็นอีกหนึ่งพฤติกรรมที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยมีจำนวนการรับชมวิดีโอ คอนเทนท์อย่างมากมาย เห็นได้จากสถิติการเติบโตของจำนวนการรับชมผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ ทั้งยูทูบ ไลน์ทีวี รวมถึงมีเฟซบุ๊กไลฟ์เข้ามาอีกหนึ่งผู้เล่นด้วย



ภาพที่ 2.4 จำนวนผู้เปิดบัญชีใช้งานเฟซบุ๊กทั่วโลก จาก Global and Thailand Facebook Population update 2016, โดย Thoth Zocial.

## 2.6.2 เฟซบุ๊กไลฟ์

มาร์ก ซัคเกอร์เบิร์กผู้ก่อตั้งและผู้บริหารเฟซบุ๊กกล่าวถึงยุทธศาสตร์ของเฟซบุ๊กในปี 2560 ว่า วิดีโอ คือสิ่งสำคัญที่สุดของปี 2560 ซึ่งเฟซบุ๊กได้มุ่งเน้นความสำคัญของวิดีโอเป็นอันดับแรก (Video First) บนแอปพลิเคชันทุกตัวในเครือของเฟซบุ๊ก รวมถึงอินสตาแกรมและแมสเซนเจอร์โดยมีการพัฒนาให้การถ่ายและแบ่งปันวิดีโออย่างที่สุดเท่าที่เป็นไปได้ (Facebook, 2017) ซึ่งเห็นได้ว่าเฟซบุ๊กไลฟ์นับเป็นส่วนที่มีการเติบโตอย่างชัดเจนที่สุดของเฟซบุ๊กในปี 2559 ที่ผ่านมา โดยมีจำนวนผู้ใช้งานเพิ่มขึ้นถึง 4 เท่าจากเดิม และนอกจากนี้การถ่ายทอดสดวิดีโอ นั้น เป็นคอนเทนต์ประเภทที่มีคนมีปฏิสัมพันธ์มากขึ้นอย่างมีนัยยะสำคัญ จึงอาจกล่าวได้ว่า มีผู้เผยแพร่ภาพสดรายใหม่ที่หารายได้เกิดขึ้นในทุกๆ วัน ซึ่งเฟซบุ๊กได้พัฒนาและผลักดันเฟซบุ๊กไลฟ์ให้ผู้ใช้เฟซบุ๊กได้ใช้งานเพื่อต่อยอดวิดีโอ คอนเทนต์ และส่งเสริมให้เกิดการใช้เฟซบุ๊กมากขึ้น โดยคอนเทนต์ที่อยู่ในเฟซบุ๊กไลฟ์มี 2 แบบ คือ 1) การถ่ายทอดเหตุการณ์สดในปัจจุบันได้ ทำให้เฟซบุ๊กไลฟ์เป็นช่องทางของผู้มีชื่อเสียง ไม่ว่าจะเป็น ดารา นักแสดง ศิลปิน นักร้อง เพื่อพูดคุยกับกลุ่มคนที่รักและชื่นชอบตน (Fanclub) หรือใช้เฟซบุ๊กไลฟ์ในการขายของออนไลน์อีกทางหนึ่ง และ 2) การนำคอนเทนต์จากโทรทัศน์มาออกอากาศสดแบบคู่ขนานผ่านทางเฟซบุ๊กไลฟ์ ซึ่งคอนเทนต์รายการจากโทรทัศน์มีแนวโน้มในการเติบโตมากยิ่งขึ้น เห็นได้จากกระแสของรายการ The Mask Singer ซีซั่นที่ 1 ซึ่งใน 3 สัปดาห์สุดท้ายของการออกอากาศมีจำนวนการรับชมรายการทางเฟซบุ๊กไลฟ์พร้อมกันมากกว่า 800,000 ครั้ง ในขณะที่ถ่ายทอดสด สะท้อนให้เห็นว่า ผู้บริโภคยังคงรับชมรายการโทรทัศน์แต่เปลี่ยนแพลตฟอร์ม



ด้าน สุรศักดิ์ เหลืองอุษากุล Strategic Planning Director บริษัท แบรินด์เบเกอร์ จำกัด (ผู้จัดการรายวัน 360, 2560) ให้ข้อมูลว่า เฟซบุ๊กได้ตั้งกฎเกณฑ์ในการแบ่งรายได้สำหรับ เฟซบุ๊กไลฟ์แล้ว โดยจัดทำระบบให้ชัดเจนมากขึ้นเป็นรูปแบบโฆษณาคั่นระหว่างคลิปวิดีโอซึ่งใน ขณะที่กำลังถ่ายทอดสดอยู่สามารถเลือกโฆษณาช่วงใดก็ได้ แต่ต้องมีระยะห่างกัน 5 นาที คนที่จะ สามารถลงโฆษณาได้ต้องมีคนติดตามเกิน 2,000-2,500 คน และตอนถ่ายทอดสดต้องมีผู้ชมเกิน 1,000 คน ซึ่งที่ผ่านมาเฟซบุ๊กได้ทดลองระบบดังกล่าวกับผู้มีชื่อเสียงก่อน อาทิ คุณวุฒิตี และเวิร์ค พอยท์ เป็นต้น นอกจากนี้ ญัฐวีร์ ญิวมาวิจักขณ์ Head of Marketing & Development Group M (ผู้จัดการรายวัน 360, 2560) ให้ความเห็นว่า ยุคปัจจุบันนี้มีการเปิดรับคอนเทนต์จากสมาร์ตโฟน มากขึ้น โดยพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันมีความหุนหันพลันแล่นและต้องการความรวดเร็ว ส่วนวิดีโอ คอนเทนต์ที่จะได้รับความสนใจนั้นต้องสร้างความตื่นเต้นและความประทับใจได้อย่าง จริงจัง หรือเป็นคอนเทนต์ที่ผู้ชมไม่ทราบมาก่อน ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับวิดีโอ คอนเทนต์ของผู้คน ในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดนั้นมีความแตกต่างกัน อาทิ รายการ The Mask Singer แม้ว่าจะเป็น รายการที่ได้รับความนิยมอย่างมาก แต่ปรากฏว่าผู้คนต่างจังหวัดไม่เข้าถึงและมีอารมณ์ร่วมกับ รายการดังกล่าว เนื่องจากพวกเขาเหล่านี้ยังคงติดตามและรับชมเฉพาะรายการที่ชื่นชอบมากกว่า เป็นต้น เพราะฉะนั้นจึงต้องมีการใช้ข้อมูล หรือบทวิเคราะห์มาช่วยในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อให้เข้าถึงมากขึ้น

สำหรับ เฟซบุ๊กไลฟ์เป็นโปรแกรมที่ทางสถานีโทรทัศน์ต่างให้ความสนใจเพราะเป็น อีกช่องทางที่เข้าถึงผู้คนจำนวนมาก และสถานีโทรทัศน์สามารถวัดผลได้แบบทันทีด้วย โดย เฟซบุ๊กไลฟ์เป็นการถ่ายทอดสดวิดีโอผ่านทางเฟซบุ๊กด้วยลักษณะการถ่ายทอดสด หรือ ไลฟ์ สตรีมมิ่ง (Live Streaming) แทนการโพสต์ภาพ โพสต์ข้อความ โดยผู้ใช้งานสามารถกดไปที่สัญลักษณ์ ถ่ายทอดสดเพื่อถ่ายทอดสดวิดีโอให้ผู้ติดตามและสมาชิกในเฟซบุ๊กได้รับชม และวิดีโอนี้ยังถูกเก็บไว้ใน หน้าเฟซบุ๊กของผู้ถ่ายทอดสดด้วย ส่วนผู้ชมนอกจากการได้รับชมแบบทันทีแล้ว (Real Time) ยัง สามารถรับชมย้อนหลังได้ด้วย ซึ่งผู้ถ่ายทอดสดเป็นได้ทั้งบุคคลทั่วไปที่ใช้เฟซบุ๊กตนเองในการ ถ่ายทอดสดวิดีโอและเฟซบุ๊กแฟนเพจก็สามารถถ่ายทอดสดวิดีโอได้ด้วยซึ่งบุคคลที่กดถูกใจและ ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเหล่านั้นก็จะสามารถรับชมวิดีโอได้เช่นเดียวกัน โดยเมื่อถ่ายทอดสดต้องใช้ อินเทอร์เน็ตที่มีสัญญาณชัดเจน ครอบคลุม เพื่อให้การถ่ายทอดสดเป็นไปอย่างราบรื่น และการ ถ่ายทอดสดผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ไม่ได้จำกัดเพียงแค่การใช้สมาร์ตโฟนอย่างเดียวเท่านั้น เพราะผู้ ถ่ายทอดสดสามารถใช้โปรแกรมเอพีไอ ((Application Programming Interface : API) หรือส่วนต่อ ประสานโปรแกรมประยุกต์ สำหรับการถ่ายทอดสดได้แล้วซึ่งวิธีการเช่นนี้สื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อ โทรทัศน์ได้นิยมนำมาใช้กันอย่างแพร่หลาย (มติชนรายวัน, 2559)

ทั้งนี้ ในปี 2560 เฟซบุ๊กได้มุ่งเน้นการเป็นผู้นำของแพลตฟอร์มไลฟ์ สตรีมมิ่ง (Live Steaming) รวมถึงการผลักดันโฆษณาในการถ่ายทอดสดเพื่อเพิ่มการความถี่ในการถ่ายทอดสดให้มากขึ้น โดยจะมีการทำงานร่วมกันของเฟซบุ๊กกับผู้ผลิตคอนเทนต์รายใหญ่ๆ เพื่อสร้างคอนเทนต์พิเศษสำหรับการรับชมบนเฟซบุ๊กโดยเฉพาะ ซึ่งในอนาคตผู้ใช้งานจะได้เห็นปรากฏการณ์ใหม่ๆ ของการรับชมรายการทางเฟซบุ๊กไลฟ์ แต่อย่างไรก็ตาม แม้ว่าคนในยุคปัจจุบันชื่นชอบการเปิดรับคอนเทนต์ผ่านอินเทอร์เน็ต แต่การรับชมภาพยนตร์ รับชมละคร หรือรายการที่ชื่นชอบหากเป็นไปได้พวกเขามีความปรารถนาให้รายการเหล่านั้นอยู่บนจอโทรทัศน์มากกว่า ดังนั้น เฟซบุ๊กจึงจำเป็นต้องผลักดันเรื่องดังกล่าวโดยการพัฒนาคุณสมบัติเฟซบุ๊กไลฟ์ด้วยวิธีการใช้งานที่ไม่ซับซ้อนเกินไปซึ่งเหมาะสมสำหรับผู้ชม (Andrew Hutchinson, 2559)

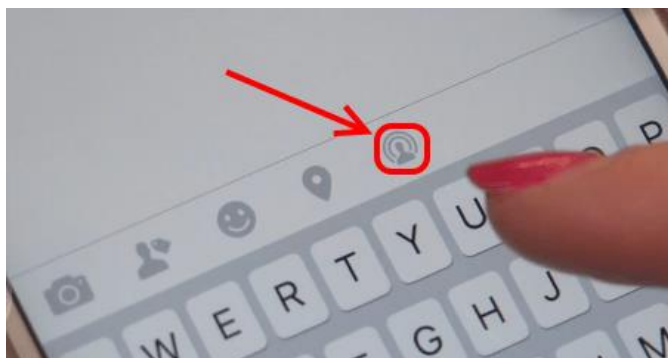
### 2.6.2.1 ขั้นตอนการเข้าใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์



ภาพที่ 2.5 หน้าเข้าใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ที่ปรากฏบนหน้าจอ จาก วิธีเปิดใช้งาน Facebook Live, โดย 1000 TIPsIT

การเข้าใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์สามารถเข้าใช้งานได้ที่แอปพลิเคชันเฟซบุ๊กผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่เชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ต หากต้องการถ่ายทอดสดสามารถกดสัญลักษณ์การแพร่ภาพสดที่ปรากฏบนหน้าเฟซบุ๊ก จากนั้นจะปรากฏหน้าเฟซบุ๊กไลฟ์ขึ้นมาเพื่อให้พิมพ์ชื่อวิดีโอและรายละเอียดที่ต้องการให้ปรากฏขณะถ่ายทอดสด จากนั้นจึงกดคำว่า Go Live เพื่อถ่ายทอดสดต่อไป

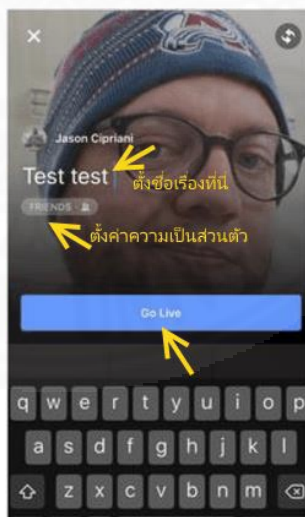




### เริ่มถ่ายทอดสด

ภาพที่ 2.6 ปุ่มถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ จาก วิธีเปิดใช้งาน Facebook Live, โดย 1000 TIPsIT

เมื่อตั้งชื่อวิดีโอที่จะถ่ายทอดสดเรียบร้อยแล้ว ผู้ถ่ายทอดสดสามารถเลือกความเป็นส่วนตัวว่าจะเผยแพร่เฉพาะกลุ่มใด อาทิ กลุ่มเพื่อนทั้งหมด กลุ่มสาธารณะ หรือเฉพาะกลุ่มที่กำหนดขึ้นเอง อย่างไรก็ตาม สื่อมวลชนที่ต้องการถ่ายทอดรายการให้ผู้ชมได้รับชมอย่างทั่วถึงนั้นต้องตั้งค่าเป็นสาธารณะเท่านั้น และเมื่อวิดีโอที่ถ่ายทอดสดเรียบร้อยแล้วจะถูกบันทึกไว้ในหน้าเฟซบุ๊กซึ่งสามารถรับชมย้อนหลังได้



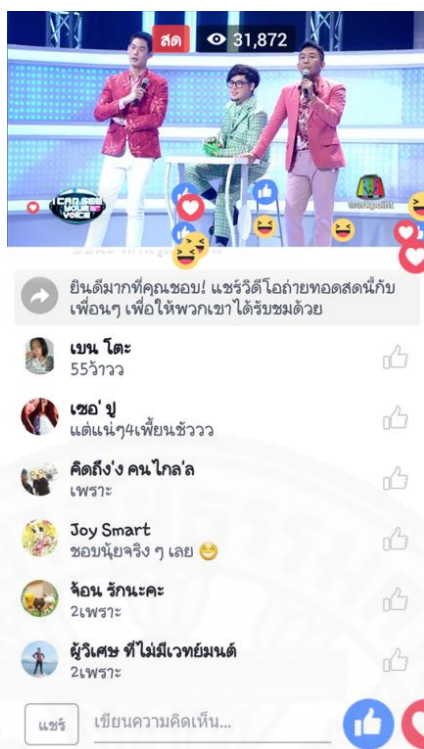
ภาพที่ 2.7 ปุ่ม Go live เมื่อพร้อมถ่ายทอดสด จาก วิธีเปิดใช้งาน Facebook Live, โดย 1000 TIPsIT

#### 2.6.2.2 คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์

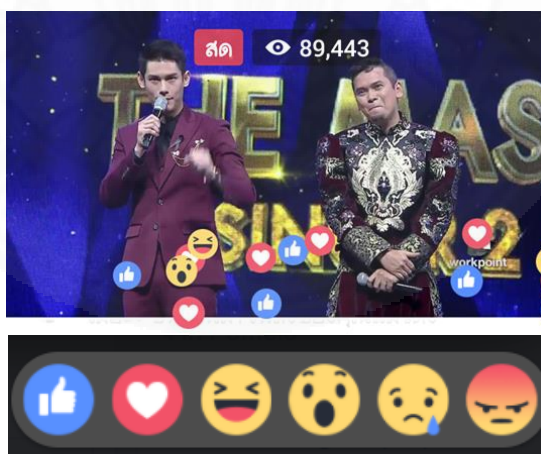
เฟซบุ๊กไลฟ์ช่องทางการสื่อสารที่ทำให้คนทั่วโลกเห็นการกระทำ หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบโลก โดยการถ่ายทอดสดวิดีโอมีความสะดวกกว่าเดิมมากขึ้น โดยเริ่มแรก

เฟซบุ๊กไลฟ์เปิดให้ผู้ใช้งานสามารถถ่ายทอดสดวิดีโอได้ในระยะเวลา 1 ชั่วโมงครึ่ง จากนั้นได้ขยายระยะเวลาการถ่ายทอดสดเป็น 4 ชั่วโมง และล่าสุดเฟซบุ๊กได้เปิดระบบเฟซบุ๊กไลฟ์แบบ 24 ชั่วโมง หรือที่เรียกว่า คอนตินิวอัส ไลฟ์ วิดีโอ (Continuous Live Video) ซึ่งทำให้ไม่ต่างกับการมีสถานีโทรทัศน์ 24 ชั่วโมงที่แต่เดิมต้องใช้ต้นทุนมหาศาล โดยผู้ใช้งานสามารถถ่ายทอดสดวิดีโอได้ตลอด 24 ชั่วโมง แต่อย่างไรก็ตามคอนตินิวอัส ไลฟ์ วิดีโอไม่ใช่แอปพลิเคชันหรือโปรแกรมทั่วไป แต่เป็นเอพีไอ ซึ่งต้องใช้ความรู้ทางเทคนิคการพัฒนาซอฟต์แวร์และเครื่องมือเฉพาะ โดยต้องให้ทางเฟซบุ๊กสำนักงานใหญ่อนุญาตเปิดให้ใช้ได้ ด้วยคุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์ที่โดดเด่นและใช้งานง่ายทำให้ผู้ใช้งานทั่วไปรวมไปถึงสื่อมวลชนอย่างสื่อโทรทัศน์นำเฟซบุ๊กไลฟ์มาใช้ในการเผยแพร่วิดีโอของตนเอง (ThaiPBS, 2559) โดยเฟซบุ๊กไลฟ์มีคุณสมบัติในมิติการรับชมวิดีโอผ่านทางสมาร์ทโฟนและคอมพิวเตอร์ (Facebook Live, 2017) ดังนี้

**สนทนาอย่างมีส่วนร่วมกับผู้ใช้งาน** โดยเฟซบุ๊กไลฟ์สามารถสร้างการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมแบบเรียลไทม์ ทั้งฟังความคิดเห็นของผู้ชม ตอบคำถามผู้ชม และติดตามว่าผู้ชมนั้นแสดงอารมณ์ความรู้สึก (Live Reactions) อย่างไร ซึ่งผู้ชมสามารถส่งอีโมติคอนแสดงอารมณ์ความรู้สึกระหว่างการรับชมเข้าสู่วิดีโอได้ โดยมี 6 รูปแบบ ได้แก่ Like (ถูกใจ) Love (รัก) Haha (ฮาๆ) Wow (ว้าว) Sad (เศร้า) และ Angry (โกรธ) ซึ่งจะปรากฏในวิดีโอไม่นานและหายไป โดยผู้ชมสามารถส่งอีโมติคอนได้ตลอดเวลาการรับชม นอกจากนี้ผู้ใช้งานยังสามารถทราบความคิดเห็นและกดถูกใจความคิดเห็นของผู้อื่นขณะรับชมถ่ายทอดสดได้



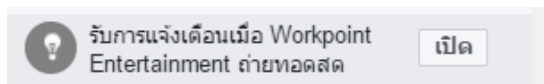
ภาพที่ 2.8 ตัวอย่างการแสดงความคิดเห็นทางเฟซบุ๊กไลฟ์ จาก รายการ I Can See Your Voice Thailand



ภาพที่ 2.9 ตัวอย่างการแสดงความอารมณ์ความรู้สึก Live Reactions ในเฟซบุ๊กไลฟ์ จาก รายการ The Mask Singer 2

เข้าถึงผู้ชมได้หลากหลายและเชื่อมต่อโดยทันที โดยผู้ใช้งานเฟซบุ๊กสามารถติดตามรับชมถ่ายทอดสดทางเฟซบุ๊กไลฟ์ได้ โดยมีการแจ้งเตือนของทางเฟซบุ๊กที่ผู้ใช้งานได้กดถูกใจ

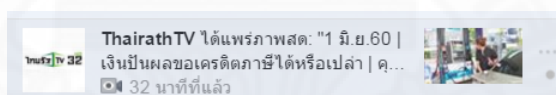
กดติดตามและกดรับแจ้งเตือนเมื่อมีการถ่ายทอดสดรายการ เพื่อที่จะได้เข้ามาชมรายการนั้นได้ทันเวลา



ภาพที่ 2.10 ตัวอย่างการรับแจ้งเตือนเมื่อมีการถ่ายทอดสดทางเฟซบุ๊กไลฟ์ จาก เฟซบุ๊กแฟนเพจ Workpoint Entertainment

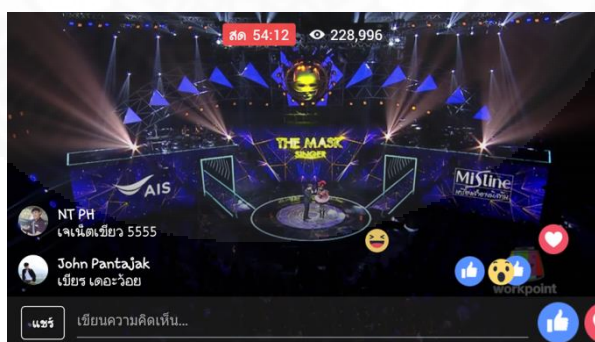


ภาพที่ 2.11 ตัวอย่างการแจ้งเตือนเมื่อมีการถ่ายทอดสดทางเฟซบุ๊กไลฟ์ จาก เฟซบุ๊กแฟนเพจ Woody



ภาพที่ 2.12 ตัวอย่างการแจ้งเตือนเมื่อมีการถ่ายทอดสดทางเฟซบุ๊กไลฟ์ จาก เฟซบุ๊กแฟนเพจ Thairath TV

รับชมได้เต็มหน้าจอ เฟซบุ๊กไลฟ์รองรับการแสดงผลการถ่ายทอดสดวิดีโอในแบบแนวตั้งและแนวนอน



ภาพที่ 2.13 ตัวอย่างการแสดงผลใหญ่ขึ้นแบบเต็มจอในลักษณะแนวนอน จาก รายการ The Mask Singer 2

**ทราบระยะเวลาการถ่ายทอดสดและจำนวนผู้ชม ณ ขณะนั้นโดยทันที**  
 ในขณะที่ถ่ายทอดสด เฟซบุ๊กไลฟ์จะแสดงระยะเวลาที่กำลังถ่ายทอดสดตั้งแต่เริ่มต้นจนจบรายการ  
 รวมทั้งจำนวนผู้ชมที่รับชมรายการพร้อมกันและจำนวนผู้รับชมตลอดทั้งรายการ



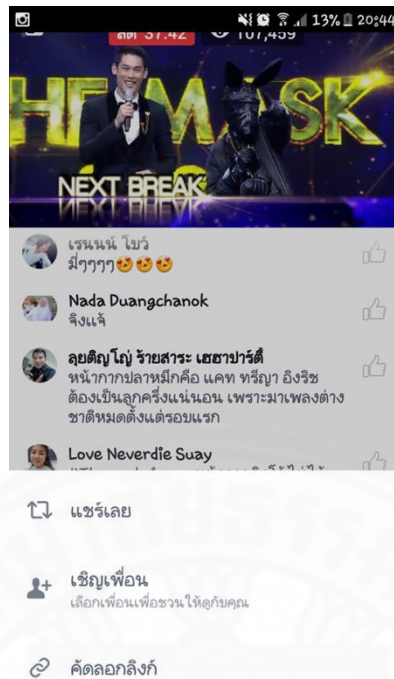
ภาพที่ 2.14 ตัวอย่างระยะเวลาการถ่ายทอดสดรายการและจำนวนผู้ชมรายการพร้อมกันทาง  
 เฟซบุ๊กไลฟ์ จาก รายการ The Mask Singer 2



ภาพที่ 2.15 ตัวอย่างจำนวนผู้ชมรายการทางเฟซบุ๊กไลฟ์ตลอดทั้งรายการ จาก รายการ ดีันมากยุค

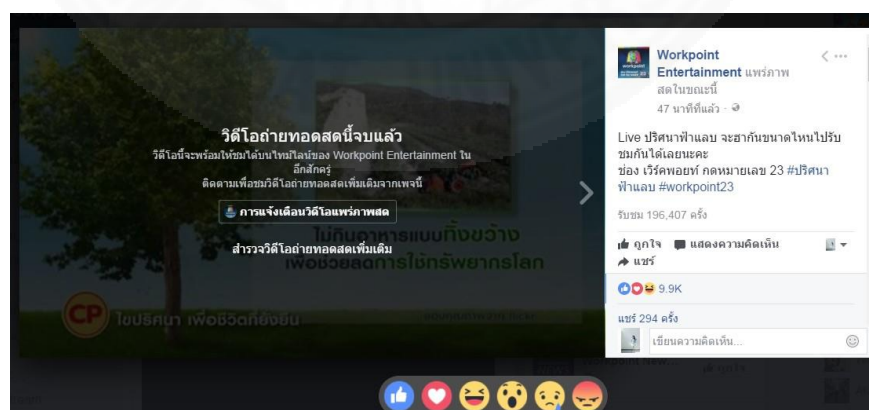
**เปิดและปิดคอมเมนต์ขณะรับชมได้** โดยสามารถเปิดและปิดกล่อง  
 คอมเมนต์รวมถึงอีโมติคอนต่างๆ และสามารถเลือกโชว์คอมเมนต์แบบพื้นหลังโปร่งใสได้ โดยการ  
 เลื่อนซ้ายหรือขวา เพื่อเป็นการเปิดหรือปิดการแสดงคอมเมนต์ในขณะที่กำลังรับชมวิดีโอ

**สร้างปฏิสัมพันธ์กับเพื่อน** ด้วยการกดแบ่งปันวิดีโอ (Share) ที่กำลัง  
 ถ่ายทอดสดไปยังหน้าเฟซบุ๊กของตนเอง รวมทั้งสามารถกดเชิญเพื่อนในเฟซบุ๊กของตนเองมารับชม  
 รายการที่ตนเองกำลังรับชมอยู่ได้ทันที



ภาพที่ 2.16 ตัวอย่างการแบ่งปันวิดีโอที่ถ่ายทอดสดด้วยการแชร์บนเฟซบุ๊กตนเอง คัดลอกลิงก์และเชิญเพื่อนของตนเองมารับชมรายการด้วยกัน จาก รายการ The Mask Singer 2

รับชมวิดีโอย้อนหลังได้ เมื่อการถ่ายทอดสดได้จบลงแล้ว วิดีโอเหล่านั้นจะถูกบันทึกไว้ในเฟซบุ๊กของผู้ถ่ายทอดสดเพื่อให้ผู้ชมสามารถรับชมวิดีโอย้อนหลังได้ นอกจากนี้ ผู้ชมยังสามารถบันทึกวิดีโอไว้ในเฟซบุ๊กตนเองได้อีกด้วย



ภาพที่ 2.17 ตัวอย่างวิดีโอที่ถ่ายทอดสดจบแล้วจะถูกบันทึกบนหน้าเฟซบุ๊กของผู้ถ่ายทอดสด โดยผู้ชมสามารถรับชมย้อนหลังได้ จาก รายการปริศนาฟ้าแลบ





ภาพที่ 2.18 ตัวอย่างวิดีโอที่สามารถรับชมย้อนหลังได้ จาก รายการชูวิทย์ดี แลกหน้า

ด้วยคุณสมบัติเหล่านี้ของเฟซบุ๊กไลฟ์ทำให้ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วและใช้กันอย่างแพร่หลายทั่วโลกโดยมีจำนวนการรับชมมากกว่า 3 เท่าเมื่อเทียบกับวิดีโอปกติ และถือเป็นอีกเครื่องมือที่เหมาะสมกับการใช้ชีวิตของมนุษย์ในปัจจุบันที่บุคคลธรรมดาต้องการแสดงตัวตนบนโลกออนไลน์ รวมถึงองค์กร สื่อมวลชน ศิลปิน นักแสดง พิธีกร ผู้ดำเนินรายการ ผู้ประกอบการหรือนักการตลาด ฯลฯ ที่นำเฟซบุ๊กไลฟ์มาใช้สร้างโอกาสเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ ด้วย

จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าว จะเป็นแนวทางในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยต้องการศึกษาการรับรู้คุณสมบัติ ความสามารถในการใช้งาน และการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ โดยอาศัยแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ การรับรู้ การยอมรับเทคโนโลยี การเปิดรับสื่อ ลักษณะประชากร และเฟซบุ๊กไลฟ์มาเป็นพื้นฐานความรู้และนำมาใช้เป็นหลักในการวิเคราะห์ผลต่อไป

## 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาค้นคว้าพบว่า งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง “การรับรู้คุณสมบัติ ความสามารถในการใช้งาน และการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์” มีดังนี้

งานวิจัยของ สยมพล ศรพรหม (2558) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับชมออนไลน์ที่วิบนสมาร์ทโฟนของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร” จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่เปิดรับชมออนไลน์ที่วิบนสมาร์ทโฟนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 28-32 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่รับชมออนไลน์ที่วิบนสมาร์ทโฟน 3-4 วันต่อสัปดาห์ รับชม 1-2 ชั่วโมงต่อวัน รับชมในเวลาก่อนนอน 20.01- 24.00 น. รับชมทุกที่ที่มีโอกาสและมีเวลาและตั้งใจชมออนไลน์ที่วิบนสมาร์ทโฟน โดยลักษณะประชากร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีการเลือกเปิดรับชมออนไลน์ที่วิบนสมาร์ทโฟนแตกต่างกัน

ด้านเหตุผลของคนส่วนใหญ่ที่เลือกเปิดรับชมออนไลน์ที่วิ-bin สมาร์ทโฟน เพราะสามารถติดตามรับชมรายการได้ไม่ว่าอยู่ที่ใด สามารถสืบค้นรับชมรายการย้อนหลังได้ง่าย ได้รับความบันเทิงและสนุกสนาน เพื่อผ่อนคลายความเครียด อีกทั้งใช้เวลาน้อยกว่าการรับชมโทรทัศน์เพราะสามารถเลือกไม่รับชมในสิ่งที่ไม่สนใจได้ ข้อมูลมีการอัปเดตอย่างรวดเร็ว ตลอดจนสามารถหยุดรับชมเมื่อมีธุระและกลับมารับชมใหม่ได้โดยสามารถรับรู้ความคิดเห็นของสังคมผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์คได้ทันที

จากงานวิจัยนี้ทำให้ผู้วิจัยทราบว่า การรับชมออนไลน์ที่วิ-bin สมาร์ทโฟนยังคงได้รับความนิยมเนื่องด้วยคุณสมบัติที่โดดเด่น สามารถรับชมได้ทุกที่ทุกเวลา สามารถสืบค้นรายการและรับชมย้อนหลังได้ อีกทั้งการรับชมออนไลน์ที่วิ-bin สามารถรับรู้ความคิดเห็นของคนอื่นในโซเชียลเน็ตเวิร์คได้ทันที ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊คไลฟ์ต่อไป

งานวิจัยของ ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว (2558) ศึกษาเรื่อง “การยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ (SNS) ของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย (Gen Y)” จากผลการการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-25 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี รองลงมาเป็นระดับสูงกว่าปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทหรือลูกจ้าง ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ด้านการรับรู้ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยรวมในระดับมากเพราะเครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้เรียนหรือทำงานสะดวกรวดเร็วกว่ามากที่สุด รองลงมาคือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้เกิดชุมชนออนไลน์ที่สามารถหาข้อมูลและแลกเปลี่ยนข้อมูลกับบุคคลอื่นในชุมชนออนไลน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยรวมในระดับมาก เพราะว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้การติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นได้ทุกที่และทุกเวลาที่ต้องการ และมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับปานกลาง โดยใช้ ไลน์ เฟซบุ๊ก และยูทูป ซึ่งกลุ่มตัวอย่างใช้เวลาในเครือข่ายสังคมออนไลน์ในแต่ละครั้ง 16-30 นาที โดยความถี่ในการเข้าใช้ในแต่ละวันมากกว่า 15 ครั้งต่อวัน และช่วงเวลาที่นิยมเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ ช่วง 20.01-24.00 น. โดยมีวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ ความบันเทิง รองลงมาติดต่อสื่อสาร และค้นคว้าข้อมูลเพื่อแลกเปลี่ยน โดยจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

จากงานวิจัยนี้ทำให้ผู้วิจัยทราบว่า การรับรู้ในการใช้ผู้ที่เปิดรับชมรายการทางสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ บันยูทูป เนื่องจากการใช้งานที่ง่ายและสะดวก รวดเร็ว ทำให้การรับชมรายการทางสื่อสังคมออนไลน์ได้รับความนิยม ซึ่งผู้วิจัยจะนำมาเปรียบเทียบกับการศึกษาการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊คไลฟ์ต่อไป



งานวิจัยของ ศุภสิริ สุขมนต์ (2558) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต ทัศนคติ และการเปิดรับชมโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ตของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย” ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 18-23 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท โดยส่วนใหญ่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านบ้านและครอบครัว กับรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นด้านบันเทิง ในด้านการเปิดรับชมโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ต พบว่ามีการเปิดรับชมโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ต โดยเฉลี่ย 6 ครั้ง/สัปดาห์ผ่านสมาร์ตโฟนบ่อยที่สุด โดยเปิดรับชมช่วง 18.01 - 24.00 น. และรับชมทางยูทูปบ่อยที่สุด ส่วนรูปแบบรายการที่รับชมบ่อยที่สุด คือรายการที่ออกอากาศทางฟรีทีวีแล้วสามารถรับชมย้อนหลังได้ ประเภทรายการที่รับชมบ่อยที่สุด คือประเภทบันเทิงและสาระบันเทิง โดยมีเหตุผลที่เปิดรับชมเพื่อความบันเทิง กีฬา ภาพยนตร์ กลุ่มเจนเอเรชั่นวายมีทัศนคติเชิงบวกต่อการเปิดรับชมโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ต และมีความตั้งใจมากต่อแนวโน้มที่มีต่อการเปิดรับชมโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ตต่อไป นอกจากนี้ยังพบว่าลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับชมโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน รวมถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับชมโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน ส่วนการเปิดรับชมโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ตรูปแบบการดำเนินชีวิต ทัศนคติ และการเปิดรับชมโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ตของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย

จากงานวิจัยนี้ผู้วิจัยสามารถนำไปอธิบายถึงการเปิดรับชมรายการในปัจจุบันที่คนหันมารับชมผ่านทางจอสมาร์ตโฟนมากขึ้น การรับชมโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ตยังคงมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นจากทัศนคติและรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย

งานวิจัยของ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2558) ศึกษาเรื่อง “สำรวจพฤติกรรมของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล” จากผลการวิจัยพบว่า สัดส่วนการรับชมรายการโทรทัศน์ออนไลน์ของคนไทยมีสัดส่วนร้อยละ 37.4 ของจำนวนประชากรไทยทั้งหมด โดยคาดว่าภายในปี 2563 ตลาดผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อแพร่ภาพบนโทรทัศน์ออนไลน์โดยเฉพาะจะมีมูลค่าถึง 1,880 – 2,190 ล้านบาท ซึ่งเติบโตมากกว่า 3 เท่าจากมูลค่าตลาดผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อแพร่ภาพบนโทรทัศน์ออนไลน์โดยเฉพาะในปี 2558 โดยแนวโน้มการรับชมรายการผ่านโทรทัศน์ออนไลน์มาจากการขยายตัวของสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ตสู่ผู้บริโภคในวงกว้าง รวมถึงการขยายโครงข่ายอินเทอร์เน็ตอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดช่องทางโทรทัศน์ออนไลน์ใหม่ๆ มากขึ้น ซึ่งผู้ผลิตรายการโทรทัศน์หลายแห่งต่างใช้ช่องทางออนไลน์ในการแพร่ภาพมากขึ้นด้วย ด้วยความได้เปรียบในด้านคุณสมบัติต่างๆ ของช่องทางโทรทัศน์ออนไลน์ที่อยู่ในรูปแบบของสื่อโซเชียลมีเดีย อาทิ ยูทูป ไลน์ทีวี เป็นต้น ไม่ว่าจะเป็นคุณสมบัติการมีปฏิสัมพันธ์สองทางระหว่างผู้ผลิตรายการกับผู้ชมที่เอื้อให้ผู้ชมสามารถติชมรายการและโต้ตอบกับผู้ผลิตรายการได้ ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้และสนุกกับเนื้อหารายการมากขึ้น อย่างไรก็ตามพบว่า กลุ่มผู้ชมร้อยละ 68.4 ของกลุ่มผู้ชมทั้งหมดรับชมรายการผ่านโทรทัศน์ออนไลน์ และกลุ่มผู้ชม

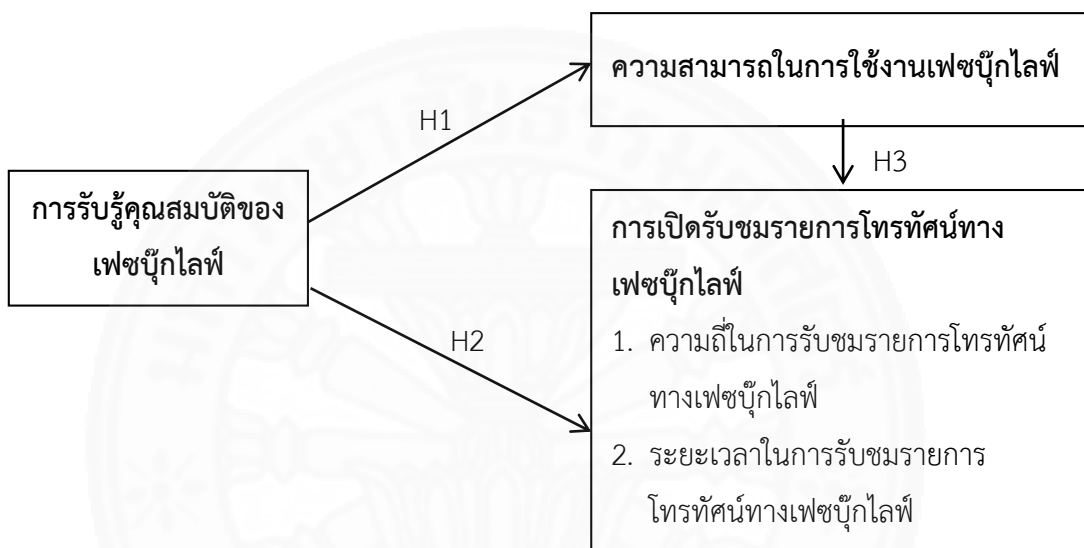
โทรทัศน์ออนไลน์ส่วนใหญ่ร้อยละ 84.9 ของผู้ชมโทรทัศน์ออนไลน์ทั้งหมด คือกลุ่มคนวัยทำงานอายุ 25-40 ปี โดยรายการบนช่องโทรทัศน์ออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ละคร และซีรีส์ ร้อยละ 79.8 เพลง ร้อยละ 46.2 รายการวาไรตี้ ร้อยละ 41.2 ข่าว ร้อยละ 38.7 และ กีฬา ร้อยละ 31.9 นอกจากนี้ ด้านรูปแบบการรับชมรายการบนช่องทางโทรทัศน์ออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นการรับชมแบบย้อนหลัง อาทิ รายการในกลุ่มละครและซีรีส์ใช้เวลาในการรับชมค่อนข้างนานและต้องการความต่อเนื่องในการรับชม โดยไม่แตกต่างจากการรับชมผ่านระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิม รวมถึงผู้ชมบางกลุ่มชื่นชอบรายการเป็นพิเศษจึงรับชมรายการซ้ำ ในขณะที่รายการกลุ่มวาไรตี้ ผู้ชมต้องการชมเฉพาะเนื้อหาในช่วงที่น่าสนใจและใช้เวลาในการรับชมไม่นานเมื่อเปรียบเทียบกับรายการรับชมผ่านระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิม นอกจากนี้ผู้ชมโทรทัศน์ออนไลน์ยังมีพฤติกรรมที่ต้องการมีปฏิสัมพันธ์แบบสองทางกับทางรายการ อาทิ การแสดงความคิดเห็นทางอินเทอร์เน็ตในรูปแบบต่างๆ เป็นต้น ในขณะที่ผู้ชมโทรทัศน์ออนไลน์บางส่วนยังต้องการรับชมเนื้อหารายการที่มีความแตกต่างหรือมีเนื้อหาเพิ่มเติมจากการรับชมผ่านระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิม

จากงานวิจัยนี้ผู้วิจัยสามารถนำไปอธิบายถึงพฤติกรรมของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลที่ส่วนใหญ่เปิดรับชมรายการผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งรวมถึงสื่อสังคมออนไลน์ด้วย ซึ่งจะ เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาเรื่องการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์ต่อไป

งานวิจัยของ ศูนย์สำรวจความคิดเห็น นิด้าโพล สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ และ ไนน์เอ็นเตอร์เทน บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) (2560) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการรับชมติดตามรายการประเภทต่างๆ ของคนไทย” จากผลการวิจัยโดยการสำรวจคนไทยกลุ่มตัวอย่าง 1,250 คน ที่กระจายทุกภูมิภาค ทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ พบว่า ปัจจุบันเป็นยุคโซเชียลมีเดียจึงมีหลายรายการที่ปรับเปลี่ยนการออกอากาศไปออกอากาศทางช่องทางอื่นแทนที่จะสามารถรับชมได้เพียงหน้าจอโทรทัศน์เท่านั้น โดยประชาชนส่วนใหญ่ร้อยละ 77.28 เลือกรับชมหรือติดตามรายการประเภทต่างๆ ผ่านทางโทรทัศน์ และอีกร้อยละ 13.92 ชื่นชอบในการรับชมผ่านทางยูทูป ขณะที่ผู้ชมรับชมรายการผ่านเว็บไซต์ร้อยละ 3.68 ส่วนเพชบุ๊กมีผู้ชมรับชมรายการ ร้อยละ 2.96 และมีผู้ชมรับชมรายการผ่านไลน์ทีวี ร้อยละ 1.28 ส่วนผู้ที่ไม่สามารถรับชมผ่านโทรทัศน์หรือผู้พิการทางสายตารับฟังทางวิทยุกระจายเสียงร้อยละ 0.88 สำหรับเหตุผลที่ประชาชนส่วนใหญ่ร้อยละ 38.22 เลือกรับชมหรือติดตามรายการประเภทต่างๆ ผ่านทางช่องทางเหล่านั้นเนื่องจากความสะดวก ด้านสื่อ อุปกรณ์ เครื่องมือ อาทิ โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต และสัญญาณอินเทอร์เน็ต รองลงมาความสะดวกด้านการเลือกเวลา สถานที่ในการรับชมเองได้ ร้อยละ 37.66 และอีกร้อยละ 16.19 รู้สึกมีความเป็นส่วนตัวในการรับชมดี ขณะที่กลุ่มคนอีกร้อยละ 6.73 เลือกชมช่องทางที่ตัวเองเลือก เพราะประหยัดค่าใช้จ่าย และอีกร้อยละ 1.20 ชอบรับชมทางสื่อออนไลน์ เพราะไม่มีโฆษณามาขัดอรรถรสในการรับชมและสามารถกดข้ามได้

จากงานวิจัยนี้ผู้วิจัยสามารถนำไปอธิบายถึงพฤติกรรมการรับชมติดตามรายการประเภทต่างๆ ของคนไทย ซึ่งข้อมูลจะครอบคลุมไปจนถึงเหตุผลที่คนส่วนใหญ่เลือกรับชมรายการทางสื่อออนไลน์ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาเรื่องการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ต่อไป

## 2.8 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2.19 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

#### 3.1 รูปแบบการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การรับรู้คุณสมบัติ ความสามารถในการใช้งาน และการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยวิธีการเก็บข้อมูล ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว (Cross-Sectional Study)

#### 3.2 ประชากรเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่าง

##### 3.2.1 ประชากรเป้าหมาย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ชมที่รับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์ ซึ่งมีอายุ 15 ปี ขึ้นไป และเคยรับชมรายการฯ ไม่น้อยกว่า 3 เดือน อย่างน้อย 1 รายการ ประกอบด้วย รายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่ทางเพชบุ๊กไลฟ์ จำนวน 5 รายการ คือ รายการ The Mask Singer รายการ I Can See Your Voice Thailand รายการปริศนาฟ้าแลบ รายการซูวิทย์ดีแสดกหน้า และรายการตื่นมาคุย ทั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรของผู้ชมที่แน่นอน

##### 3.2.2 ขนาดตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ชมที่รับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์ โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดขนาดของตัวอย่างโดยคำนวณจากสูตร Taro Yamane ซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ร้อยละ 95 และกำหนดความคลาดเคลื่อนไว้ที่ร้อยละ 6 หรือ 0.06 ดังนี้

สูตร	$n$	=	$\frac{1}{e^2}$
โดยที่	$n$	=	ขนาดตัวอย่าง
	$e$	=	ความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่าง
แทนค่าตามสูตร			
	$n$	=	$\frac{1}{0.06^2}$
	$n$	=	$\frac{1}{0.0036}$
	$n$	=	277.78

ดังนั้น จากการคำนวณขนาดตัวอย่างตามสูตรของ Taro Yamane ได้จำนวนตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นจำนวน 278 คน แต่ในการวิจัยใช้ขนาดตัวอย่างจำนวน 300 คน

### 3.2.3 วิธีการเลือกตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ตามสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างซึ่งแบ่งตามจำนวนการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ จำนวน 5 รายการ คือ รายการ The Mask Singer รายการ I Can See Your Voice Thailand รายการปริศนาฟ้าแลบ รายการซูวิทย์ดีแสดหน้า และรายการตื่นมาคุย ดังนี้

ตารางที่ 3.1

แสดงการสุ่มเลือกตัวอย่างตามสัดส่วนจำนวนการรับชมรายการแต่ละรายการ

รายการ	จำนวนการรับชมรายการ (n)	สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง (x)
รายการ The Mask Singer	970,982 ครั้ง	165 คน
รายการ I Can See Your Voice Thailand	328,330 ครั้ง	56 คน
รายการปริศนาฟ้าแลบ	215,336 ครั้ง	37 คน
รายการซูวิทย์ดีแสดหน้า	141,966 ครั้ง	24 คน
รายการตื่นมาคุย	104,073 ครั้ง	18 คน
<b>รวมจำนวนการรับชมรายการรวม ทั้งหมด 5 รายการ (N)</b>	<b>1,760,687 ครั้ง</b>	<b>300 คน</b>

จากตารางที่ 3.1 อ้างอิงข้อมูลจากตัวเลขของจำนวนผู้ชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ตลอดทั้งรายการ โดยเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 29 พฤษภาคม 2560 – วันที่ 2 มิถุนายน 2560 จากเฟซบุ๊กแฟนเพจ [www.facebook.com/workpoint](http://www.facebook.com/workpoint) [www.facebook.com/thairathtv](http://www.facebook.com/thairathtv) และ [www.facebook.com/WOODYTALKSHOW](http://www.facebook.com/WOODYTALKSHOW)

หลังจากนั้นใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ในการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนที่ได้คำนวณไว้ ใน 2 รูปแบบ คือ แจกแบบสอบถามตัวต่อตัว จำนวน 150 ชุดและแจกแบบสอบถามออนไลน์จำนวน 150 ชุดโดยสร้างแบบสอบถามออนไลน์ด้วย Google Forms หลังจากสร้างแบบสอบถามเสร็จแล้วผู้วิจัยแจกแบบ

สอบถามผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ดังนี้ เฟซบุ๊ก (Facebook) ได้แก่ แจกแบบสอบถามบน เฟซบุ๊กแฟนเพจของแต่ละรายการผ่านทางกล่องข้อความ (Inbox) และกลุ่มเพื่อนในเฟซบุ๊ก ของผู้วิจัยที่เคยรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ดังกล่าว และ ไลน์ (LINE) ซึ่งเป็นกลุ่มเพื่อนในไลน์ของผู้วิจัยที่เคยรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ดังกล่าว โดยผู้วิจัยได้ระบุคำถามเพื่อคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม (Screening Question) ในแบบสอบถาม ได้แก่ “ปัจจุบันท่านมีอายุ 15 ปีขึ้นไปใช่หรือไม่” “ปัจจุบันท่านเปิดรับชมรายการใดผ่านทางเฟซบุ๊กไลฟ์” และ “ท่านรับชมรายการใดทางเฟซบุ๊กไลฟ์มากที่สุด” หลังจากนั้นทำการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ต่อไป

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด (Closed Ended Questions) โดยแบ่งเนื้อหาของคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ซึ่งเป็นคำถามปลายปิด จำนวน 3 ข้อ ได้แก่

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์ ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายปิด ได้แก่

- การเขียนความคิดเห็นเพื่อสนทนาร่วมกับผู้อื่น
- การแสดงอารมณ์ความรู้สึกด้วยอีโมติคอน ได้แก่ ภูมิใจ รักเลย ว้าว ฮ่าๆ เศร้า และ โกรธ
- การกดถูกใจความคิดเห็นของผู้อื่น
- การทราบความคิดเห็นของผู้อื่นขณะรับชมถ่ายทอดสด
- การทราบระยะเวลาที่ถ่ายทอดสด
- การรับชมถ่ายทอดสดแบบเต็มหน้าจอแบบทั้งแนวตั้งและแนวนอน
- การเปิดและปิดความคิดเห็นขณะรับชมถ่ายทอดสด
- การแบ่งปันวิดีโอขณะรับชมถ่ายทอดสด
- การบันทึกวิดีโอไว้ในเฟซบุ๊กตนเอง
- การรับแจ้งเตือนเมื่อมีการถ่ายทอดสดรายการ

- การรับชมวิดีโอย้อนหลัง  
 - การเชิญเพื่อนในเฟซบุ๊กของตนเองมารับชมรายการที่ตนเองรับชมอยู่

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ ซึ่งเป็นคำถามแบบ  
 ปลายปิด ได้แก่

- การเขียนความคิดเห็นเพื่อสนทนาร่วมกับผู้อื่น
  - การแสดงอารมณ์ความรู้สึกด้วยอีโมติคอน ได้แก่ ภูมิใจ รักเลย ว้าว ฮ่าๆ เศร้า และ โกรธ
  - การกดถูกใจความคิดเห็นของผู้อื่น
  - การทราบความคิดเห็นของผู้อื่นขณะรับชมถ่ายทอดสด
  - การทราบระยะเวลาที่ถ่ายทอดสด
  - การรับชมถ่ายทอดสดแบบเต็มหน้าจอแบบทั้งแนวตั้งและแนวนอน
  - การเปิดและปิดความคิดเห็นขณะรับชมถ่ายทอดสด
  - การแบ่งปันวิดีโอขณะรับชมถ่ายทอดสด
  - การบันทึกวิดีโอไว้ในเฟซบุ๊กตนเอง
  - การรับแจ้งเตือนเมื่อมีการถ่ายทอดสดรายการ
  - การรับชมวิดีโอย้อนหลัง
  - การเชิญเพื่อนในเฟซบุ๊กของตนเองมารับชมรายการที่ตนเองรับชมอยู่
- ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ ซึ่งเป็น

คำถามแบบปลายปิดแบบ Rating Scale ได้แก่

- ความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์
- ระยะเวลาในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์

### 3.4 เกณฑ์การให้คะแนน

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนที่ใช้ในการวิจัย ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์ โดยแบ่งเกณฑ์การให้  
 คะแนนเป็น 2 ระดับ ดังนี้

ระดับการรับรู้	คะแนน
รับรู้	1
ไม่รับรู้	0

กำหนดการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์ ดังนี้  
 ระดับคะแนน 9 - 12 หมายถึง มีระดับการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์สูง

ระดับคะแนน 5 - 8 หมายถึง มีระดับการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์กลาง

ระดับคะแนน 0 - 4 หมายถึง มีระดับการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์ต่ำ

**ส่วนที่ 3** คำถามเกี่ยวกับความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ โดยแบ่งเกณฑ์การให้คะแนนเป็น 2 ระดับ ดังนี้

ระดับความสามารถในการใช้งาน	คะแนน
----------------------------	-------

สามารถใช้งานได้	1
-----------------	---

ไม่สามารถใช้งานได้	0
--------------------	---

กำหนดการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของระดับความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ ดังนี้

ระดับคะแนน 9 - 12 หมายถึง มีระดับความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์สูง

ระดับคะแนน 5 - 8 หมายถึง มีระดับความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์กลาง

ระดับคะแนน 0 - 4 หมายถึง มีระดับความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ต่ำ

**ส่วนที่ 4** คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ ดังนี้

ด้านความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์โดยแบ่งเกณฑ์การให้คะแนนเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความถี่ในการรับชม	คะแนน
------------------------	-------

รับชมมากที่สุด	5
----------------	---

รับชมมาก	4
----------	---

รับชมปานกลาง	3
--------------	---

รับชมน้อย	2
-----------	---

รับชมน้อยที่สุด	1
-----------------	---

ไม่เคยชมเลย	0
-------------	---

หลังจากนั้นผลรวมของคะแนนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจะถูกนำมาหาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงห่าง} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 0}{5} \\ &= 1 \end{aligned}$$

จากสูตรการคำนวณข้างต้น กำหนดการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของระดับความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ ดังนี้



ค่าเฉลี่ย 4.01 – 5.00 หมายถึง รับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุรีไลฟ์ในระดับมากที่สุด  
 ค่าเฉลี่ย 3.01 – 4.00 หมายถึง รับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุรีไลฟ์ในระดับมาก  
 ค่าเฉลี่ย 2.01 – 3.00 หมายถึง รับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุรีไลฟ์ในระดับปานกลาง  
 ค่าเฉลี่ย 1.01 – 2.00 หมายถึง รับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุรีไลฟ์ในระดับน้อย  
 ค่าเฉลี่ย 0.01 – 1.00 หมายถึง รับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุรีไลฟ์ในระดับน้อยที่สุด

ด้านระยะเวลาในการรับรายการโทรทัศน์ทางเพชบุรีไลฟ์ ใช้โดยแบ่งเกณฑ์การให้

คะแนนเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับระยะเวลาในการรับชม	คะแนน
ชมทั้งรายการ	5
ชมเกือบทั้งรายการ	4
ชมครึ่งรายการ	3
ชมไม่ถึงครึ่งรายการ	2
ชมน้อยกว่าครึ่งรายการ	1
ไม่เคยชมเลย	0

หลังจากนั้นผลรวมของคะแนนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจะถูกนำมาหาค่าเฉลี่ยและแปล

ความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงห่าง} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 0}{5} \\ &= 1 \end{aligned}$$

จากสูตรการคำนวณข้างต้น กำหนดการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของระยะเวลาในการรับชมรายการทางเพชบุรีไลฟ์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.01 – 5.00 หมายถึง รับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุรีไลฟ์ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.01 – 4.00 หมายถึง รับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุรีไลฟ์ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.01 – 3.00 หมายถึง รับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุรีไลฟ์ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.00 หมายถึง รับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุรีไลฟ์ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 0.01 – 1.00 หมายถึง รับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุรีไลฟ์ในระดับน้อยที่สุด

### 3.5 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม ก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริงโดยใช้วิธีการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาจัดทำแบบสอบถาม แล้วนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรง ได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ความครอบคลุมของเนื้อหา และตัวแปรที่ต้องการศึกษา เพื่อให้แบบสอบถามมีความถูกต้องเหมาะสม และสมบูรณ์

### 3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามทั้ง 2 รูปแบบ คือ แจกแบบสอบถามตัวต่อตัว และแจกแบบสอบถามออนไลน์โดยสร้างแบบสอบถามออนไลน์ด้วย Google Forms หลังจากสร้างแบบสอบถามเสร็จแล้วผู้วิจัยแจกแบบสอบถามผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ดังนี้ เฟซบุ๊ก (Facebook) ได้แก่ แจกแบบสอบถามบนเฟซบุ๊กแฟนเพจของแต่ละรายการผ่านทางกล่องข้อความ (Inbox) และกลุ่มเพื่อนในเฟซบุ๊กของผู้วิจัยที่เคยรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ดังกล่าว และ ไลน์ (LINE) ซึ่งเป็นกลุ่มเพื่อนในไลน์ของผู้วิจัยที่เคยรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ดังกล่าว โดยก่อนการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้กำหนดคำถามเพื่อคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม (Screening Question) ได้แก่ “ปัจจุบันท่านมีอายุ 15 ปีขึ้นไปใช่หรือไม่” “ปัจจุบันท่านเปิดรับชมรายการใดผ่านทางเฟซบุ๊กไลฟ์” และ “ท่านรับชมรายการใดทางเฟซบุ๊กไลฟ์มากที่สุด” หลังจากนั้นทำการเก็บข้อมูล โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม (Self-Administered Questionnaire)

### 3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้องเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการลงรหัส และประมวลผล เพื่อคำนวณหาค่าทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติที่ในการวิเคราะห์ข้อมูล 2 ประเภท ได้แก่

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency Distributions) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

(Standard Deviation) เพื่อใช้อธิบายลักษณะทางประชากร การรับรู้คุณสมบัติ ความสามารถในการใช้งาน และการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในสมมติฐานการวิจัยว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ Pearson Correlation



## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การรับรู้คุณสมบัติ ความสามารถในการใช้งาน และการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์” ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเลือกใช้วิธีการสำรวจ (Survey Research) ด้วยวิธีการเก็บข้อมูล ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียวโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผลการวิจัยสามารถแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

#### 4.1 ลักษณะทางประชากร

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้ทำการศึกษาเรื่องเพศ อายุ และระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์ โดยได้นำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามตารางที่ 4.1-4.3 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1

แสดงจำนวนและร้อยละของเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	67	22.3
หญิง	233	77.7
รวม	300	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 77.7 เป็นเพศหญิง และส่วนที่เหลือร้อยละ 22.3 เป็นเพศชาย

## ตารางที่ 4.2

แสดงจำนวนและร้อยละของอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15 - 19 ปี	16	5.3
20 - 24 ปี	43	14.3
25 - 34 ปี	196	65.3
35 - 44 ปี	35	11.7
45 - 54 ปี	5	1.7
55 - 60 ปี	3	1.0
61 ปีขึ้นไป	2	0.7
รวม	300	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 65.3 มีอายุ 25 - 34 ปี รองลงมา ร้อยละ 14.3 มีอายุ 20- 24 ปี ร้อยละ 11.7 มีอายุ 35 - 44 ปี ร้อยละ 5.3 มีอายุ 15 - 19 ปี ร้อยละ 1.7 มีอายุ 45 - 54 ปี ร้อยละ 1.0 มีอายุ 55 - 60 ปี และร้อยละ 0.7 มีอายุ 61 ปีขึ้นไป ตามลำดับ

## ตารางที่ 4.3

แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	26	8.7
ปริญญาตรี	205	68.3
สูงกว่าปริญญาตรี	69	23.0
รวม	300	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 68.3 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี รองลงมาร้อยละ 23.0 มีระดับการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และร้อยละ 8.7 มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ

## 4.2 การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์

ตารางที่ 4.4

แสดงจำนวนและร้อยละของการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้ชม

คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์	รับรู้		ไม่รับรู้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การทราบความคิดเห็นของผู้อื่นขณะรับชมถ่ายทอดสด	296	98.7	4	1.3
การแสดงอารมณ์ความรู้สึกด้วยอีโมติคอน ได้แก่ ลูกใจ รักเลย ว้าว ฮ่าๆ เศร้า และ โกรธ	295	98.3	5	1.7
การเขียนความคิดเห็นเพื่อสนทนาร่วมกับผู้อื่น	291	97.0	9	3.0
การรับชมวิดีโอย้อนหลัง	279	93.0	21	7.0
การกดถูกใจความคิดเห็นของผู้อื่น	273	91.0	27	9.0
การรับชมถ่ายทอดสดแบบเต็มหน้าจอแบบตั้งแนวตั้งและแนวนอน	270	90.0	30	10.0
การแบ่งปันวิดีโอขณะรับชมถ่ายทอดสด	261	87.0	39	13.0
การรับแจ้งเตือนเมื่อมีการถ่ายทอดสดรายการ	251	83.7	49	16.3
การทราบระยะเวลาที่ถ่ายทอดสด	242	80.7	58	19.3
การเปิดและปิดความคิดเห็นขณะรับชมถ่ายทอดสด	225	75.0	75	25.0
การเชิญเพื่อนในเฟซบุ๊กของตนเองมารับชมรายการที่ตนเองรับชมอยู่	192	64.0	108	36.0
การบันทึกวิดีโอไว้ในเฟซบุ๊กตนเอง	157	52.3	143	47.7

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ว่ามี ทราบความคิดเห็นของผู้อื่นขณะ รับชมถ่ายทอดสด ร้อยละ 98.7 รองลงมา การแสดงอารมณ์ความรู้สึกด้วยอิโมติคอน ได้แก่ ภูมิใจ รักเลย ว้าว ฮ่าๆ เศร้า และ โกรธ ร้อยละ 98.3 การเขียนความคิดเห็นเพื่อสนทนาร่วมกับผู้อื่น ร้อยละ 97.0 การ รับชมวิดีโอย้อนหลัง ร้อยละ 93.0 การกดถูกใจความคิดเห็นของผู้อื่น ร้อยละ 91.0 การรับชมถ่ายทอดสด แบบเต็มหน้าจอแบบทั้งแนวตั้งและแนวนอน ร้อยละ 90.0 การแบ่งปันวิดีโอขณะรับชมถ่ายทอดสด ร้อย ละ 87.0 การรับแจ้งเตือนเมื่อมีการถ่ายทอดสดรายการ ร้อยละ 83.7 ทราบระยะเวลาที่ถ่ายทอดสด ร้อย ละ 80.7 การเปิดและปิดความคิดเห็นขณะรับชมถ่ายทอดสด ร้อยละ 75.0 การเชิญเพื่อนในเฟซบุ๊กของ ตนเองมารับชมรายการที่ตนเองรับชมอยู่ ร้อยละ 64.0 และการบันทึกวิดีโอไว้ในเฟซบุ๊กตนเอง ร้อยละ 52.3 ตามลำดับ

#### ตารางที่ 4.5

แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้ชม

รับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์	จำนวน	ร้อยละ
รับรู้ระดับสูง	240	80.0
รับรู้ระดับปานกลาง	54	18.0
รับรู้ระดับต่ำ	6	2.0
รวม	300	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์ในระดับสูง ร้อยละ 80 รองลงมา รับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์ในระดับปานกลาง ร้อยละ 18 และรับรู้คุณสมบัติของ เฟซบุ๊กไลฟ์ในระดับต่ำ ร้อยละ 2 ตามลำดับ

### 4.3 ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์

ตารางที่ 4.6

แสดงจำนวนและร้อยละของความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้ชม

คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์	สามารถใช้งานได้		ไม่สามารถใช้งานได้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การแสดงอารมณ์ความรู้สึกด้วยอีโมติคอน ได้แก่ ภูมิใจ รักเลย ว้าว ฮ่าๆ เศร้า และ โกรธ	291	97.0	9	3.0
การทราบความคิดเห็นของผู้อื่นขณะรับชมถ่ายทอดสด	290	96.7	10	3.3
การเขียนความคิดเห็นเพื่อสนทนาร่วมกับผู้อื่น	288	96.0	12	4.0
การรับชมวิดีโอย้อนหลัง	271	90.3	29	9.7
การกดถูกใจความคิดเห็นของผู้อื่น	270	90.0	30	10.0
การรับชมถ่ายทอดสดแบบเต็มหน้าจอแบบตั้งแนวตั้งและแนวนอน	266	88.7	34	11.3
การแบ่งปันวิดีโอขณะรับชมถ่ายทอดสด	258	86.0	42	14.0
การรับแจ้งเตือนเมื่อมีการถ่ายทอดสดรายการ	245	81.7	55	18.3
การทราบระยะเวลาที่ถ่ายทอดสด	239	79.7	61	20.3
การเปิดและปิดความคิดเห็นขณะรับชมถ่ายทอดสด	219	73.0	81	27.0
การเชิญเพื่อนในเฟซบุ๊กของตนเองมารับชมรายการที่ตนเองรับชมอยู่	187	62.3	113	37.7
การบันทึกวิดีโอไว้ในเฟซบุ๊กตนเอง	164	54.7	136	45.3

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สามารถแสดงอารมณ์ความรู้สึกด้วยอีโมติคอน ได้แก่ ภูมิใจ รักเลย ว้าว ฮ่าๆ เศร้า และ โกรธ ร้อยละ 97.0 รองลงมา ทราบความคิดเห็นของผู้อื่นขณะรับชมถ่ายทอดสด ร้อยละ 96.7 การเขียนความคิดเห็นเพื่อสนทนาร่วมกับผู้อื่น ร้อยละ 96.0 การรับชมวิดีโอย้อนหลัง ร้อยละ 90.3 การกดถูกใจความคิดเห็นของผู้อื่น ร้อยละ 90.0 การรับชมถ่ายทอดสดแบบเต็มหน้าจอแบบตั้งแนวตั้งและแนวนอน ร้อยละ 88.7 การแบ่งปันวิดีโอขณะ



รับชมถ่ายทอดสด ร้อยละ 86.0 การรับแจ้งเตือนเมื่อมีการถ่ายทอดสดรายการ ร้อยละ 81.7 ทราบระยะเวลาที่ถ่ายทอดสด ร้อยละ 79.7 การเปิดและปิดความคิดเห็นขณะรับชมถ่ายทอดสด ร้อยละ 73.0 การเชิญเพื่อนในเฟซบุ๊กของตนเองมารับชมรายการที่ตนเองรับชมอยู่ ร้อยละ 62.3 และ การบันทึกวิดีโอไว้ในเฟซบุ๊กตนเอง ร้อยละ 54.7 ตามลำดับ

#### ตารางที่ 4.7

แสดงจำนวนและร้อยละของระดับความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้ชม

ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์	จำนวน	ร้อยละ
ความสามารถในการใช้งานระดับสูง	233	77.7
ความสามารถในการใช้งานระดับปานกลาง	60	20.0
ความสามารถในการใช้งานระดับต่ำ	7	2.3
รวม	300	100

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ในระดับสูง ร้อยละ 77.7 รองลงมา ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ในระดับปานกลาง ร้อยละ 20 และความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ในระดับต่ำ ร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

#### 4.4 การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์

ตารางที่ 4.8

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์

ประเด็น	ระดับพฤติกรรมการรับชม						รวม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เคยชมเลย				
1. รายการ The Mask Singer	190 (63.3)	79 (26.3)	30 (10.0)	1 (0.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	300 (100)	4.53	.686	มากที่สุด
2. รายการ I Can See Your Voice Thailand	156 (52.0)	96 (32.0)	41 (13.7)	7 (2.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	300 (100)	4.34	.799	มากที่สุด
3. รายการปริศนาฟ้าแลบ	81 (27.0)	87 (29.0)	114 (38.0)	18 (6.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	300 (100)	3.77	.916	มาก
4. รายการซูวิทย์ดีแสดหน้า	32 (10.7)	105 (35.0)	113 (37.7)	47 (15.7)	1 (0.3)	2 (0.7)	300 (100)	3.38	.930	มาก
5. รายการตื่นมาคุย	15 (5.0)	86 (28.7)	122 (40.7)	62 (20.7)	12 (4.0)	3 (1.0)	300 (100)	3.07	.970	มาก
รวม								3.82	.414	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ ระดับมาก (3.82) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการรับชมโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ ดังนี้ รายการ The Mask Singer ระดับมากที่สุด (4.53) รองลงมา รายการ I Can See Your Voice Thailand ระดับมากที่สุด (4.34) รายการปริศนาฟ้าแลบ ระดับมาก (3.77) รายการซูวิทย์ดีแสบหน้า ระดับมาก (3.38) และรายการตื่นมาคุย ระดับมาก (3.07) ตามลำดับ



ตารางที่ 4.9

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระยะเวลาในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุรีกไลฟ์

ประเด็น	ระดับระยะเวลาในการรับชม						รวม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
	ชมทั้งรายการ	ชมเกือบทั้งรายการ	ชมครึ่งรายการ	ชมไม่ถึงครึ่งรายการ	ชมน้อยกว่าครึ่งรายการ	ไม่เคยชมเลย				
1. รายการ The Mask Singer	167 (55.7)	103 (34.3)	26 (8.7)	3 (1.0)	1 (0.3)	0 (0.0)	300 (100)	4.44	.722	มากที่สุด
2. รายการ I Can See Your Voice Thailand	92 (30.7)	121 (40.3)	75 (25.0)	11 (3.7)	1 (0.3)	0 (0.0)	300 (100)	3.97	.857	มาก
3. รายการปริศนาฟ้าแลบ	42 (14.0)	116 (38.7)	102 (34.0)	40 (13.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	300 (100)	3.53	.893	มาก
4. รายการซูวิทย์ดีแสดหน้า	27 (9.0)	82 (27.3)	144 (48.0)	40 (13.3)	5 (1.7)	2 (0.7)	300 (100)	3.27	.908	มาก
5. รายการตื่นมาคุย	6 (2.0)	86 (28.7)	133 (44.3)	69 (23.0)	3 (1.0)	3 (1.0)	300 (100)	3.05	.853	มาก
รวม								3.65	.436	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ ระดับมาก (3.65) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการรับชมโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ ดังนี้ รายการ The Mask Singer ระดับมากที่สุด (4.44) รองลงมา รายการ I Can See Your Voice Thailand ระดับมาก (3.97) รายการปริศนาฟ้าแลบ ระดับมาก (3.53) รายการซูวิทย์ดีแสดกหน้า ระดับมาก (3.27) และรายการตื่นมาคุย ระดับมาก (3.05) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาระดับระยะเวลาในการรับชมรายการในแต่ละรายการ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ชมรับชมรายการ The Mask Singer ทั้งรายการ ร้อยละ 55.7 ผู้ชมรับชมรายการ I Can See Your Voice Thailand เกือบทั้งรายการ ร้อยละ 40.3 ผู้ชมรับชมรายการปริศนาฟ้าแลบ เกือบทั้งรายการ ร้อยละ 38.7 ผู้ชมรับชมรายการซูวิทย์ดีแสดกหน้า ครึ่งรายการ ร้อยละ 48 และผู้ชมรับชมรายการตื่นมาคุย ครึ่งรายการ ร้อยละ 44.3

#### 4.5 การทดสอบสมมติฐาน

การศึกษาเรื่อง “การรับรู้คุณสมบัติ ความสามารถในการใช้งาน และการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์” โดยได้กำหนดสมมติฐานไว้ 3 ข้อ ดังต่อไปนี้

1. การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์
2. การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์
3. ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์

ในการทดสอบสมมติฐานจะใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ Pearson Correlation เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานตามความเหมาะสมกับระดับการวัดของตัวแปร ตามตาราง 4.10-4.14 ดังต่อไปนี้

**สมมติฐานการวิจัยที่ 1** การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์

ตารางที่ 4.10

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์จะมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำงานเฟซบุ๊กไลฟ์

ตัวแปร	การรับชม ถ่ายทอดสด แบบเต็ม หน้าจอฯ	การกด ถูกใจความ คิดเห็นฯ	การรับแจ้ง เตือนเมื่อมี การถ่าย ทอดสดฯ	การรับชม วิดีโอ ย้อนหลัง	การแบ่งปัน วิดีโอขณะ รับชม ถ่ายทอดสด	การแสดง อารมณ์ ความรู้สึก ด้วยอีโมติ คอน	การทราบ ระยะเวลา ที่ถ่าย ทอดสด	การเปิดและ ปิดความ คิดเห็นฯ	การบันทึก วิดีโอไว้ใน เฟซบุ๊ก ตนเอง	การเชิญเพื่อน ในเฟซบุ๊กของ ตนเองมา รับชมฯ	การเขียน ความ คิดเห็นฯ	การทราบ ความคิดเห็น ของผู้อื่นฯ	การรับรู้ คุณสมบัติ ของ เฟซบุ๊กไลฟ์
การรับชมถ่ายทอดสดแบบเต็มหน้าจอฯ	.687* (.000)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
การกดถูกใจความคิดเห็นฯ	-	.633* (.000)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
การรับแจ้งเตือนเมื่อมีการถ่ายทอดสดฯ	-	-	.630* (.000)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
การรับชมวิดีโอย้อนหลัง	-	-	-	.618* (.000)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
การแบ่งปันวิดีโอขณะรับชมถ่ายทอดสด	-	-	-	-	.615* (.000)	-	-	-	-	-	-	-	-
การแสดงอารมณ์ความรู้สึกด้วยอีโมติคอน	-	-	-	-	-	.588* (.000)	-	-	-	-	-	-	-
การทราบระยะเวลาที่ถ่ายทอดสด	-	-	-	-	-	-	.571* (.000)	-	-	-	-	-	-

ตารางที่ 4.10

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์จะมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำงานเฟซบุ๊กไลฟ์ (ต่อ)

ตัวแปร	การรับชม ถ่ายทอดสด แบบเต็ม หน้าจอฯ	การกด ถูกใจ ความ คิดเห็น ของผู้อื่น	การรับแจ้ง เตือนเมื่อมี การถ่าย ทอดสดฯ	การรับชม วิดีโอ ย้อนหลัง	การแบ่ง ปันวิดีโอ ขณะรับชม ถ่ายทอดสด	การแสดง อารมณ์ ความรู้สึกด้วย อิมติคอน	การทราบ ระยะเวลา ที่ถ่าย ทอดสด	การเปิดและ ปิดความ คิดเห็นฯ	การบันทึก วิดีโอไว้ใน เฟซบุ๊ก ตนเอง	การเชิญเพื่อน ในเฟซบุ๊กของ ตนเองมา รับชมฯ	การเขียน ความ คิดเห็นฯ	การทราบ ความคิดเห็น ของผู้อื่นขณะ รับชมฯ	การรับรู้ คุณสมบัติ ของ เฟซบุ๊กไลฟ์
การเปิดและปิดความ คิดเห็นฯ	-	-	-	-	-	-	-	.568* (.000)	-	-	-	-	-
การบันทึกวิดีโอไว้ใน เฟซบุ๊กตนเอง	-	-	-	-	-	-	-	-	.565* (.000)	-	-	-	-
การเชิญเพื่อนในเฟซบุ๊ก ของตนเองมารับชมฯ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.564* (.000)	-	-	-
การเขียนความคิดเห็นฯ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.562* (.000)	-	-
การทราบความคิดเห็นของ ผู้อื่นฯ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.464* (.000)	-
ความสามารถในการทำงาน เฟซบุ๊กไลฟ์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.793* (.000)

\* Sig. < .05



จากตารางที่ 4.10 พบว่า โดยรวมการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig. < .05) โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก หมายความว่า การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์สูงจะมีความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์สูง ในขณะที่ การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์ต่ำจะมีความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ต่ำ ทั้งนี้ขนาดความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับสูงมาก

เมื่อพิจารณาแยกตามความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์กับความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ในแต่ละข้อ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig. < .05) พบว่า การรับชมถ่ายทอดสดแบบเต็มหน้าจอแบบทั้งแนวตั้งและแนวนอนมีความสัมพันธ์มากที่สุด โดยมีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง รองลงมา การกดถูกใจความคิดเห็นของผู้อื่นมีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง การรับแจ้งเตือนเมื่อมีการถ่ายทอดสดรายการ มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง การรับชมวิดีโอย้อนหลัง มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง การแบ่งปันวิดีโอขณะรับชมถ่ายทอดสด มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง การแสดงอารมณ์ความรู้สึกด้วยอีโมติคอน ได้แก่ ถูกใจ รักเลย ว้าว ฮ่าๆ เศร้า และ โกรธ มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง การทราบระยะเวลาที่ถ่ายทอดสด มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง การเปิดและปิดความคิดเห็นขณะรับชมถ่ายทอดสด มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง การบันทึกวิดีโอไว้ในเฟซบุ๊กตนเอง มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง การเชิญเพื่อนในเฟซบุ๊กของตนเองมารับชมรายการที่ตนเองรับชมอยู่ มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง การเขียนความคิดเห็นเพื่อสนทนาร่วมกับผู้อื่น มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง และการทราบความคิดเห็นของผู้อื่นขณะรับชมถ่ายทอดสด มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

**สมมติฐานการวิจัยที่ 2** การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์

**สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1** การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์

## ตารางที่ 4.11

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์จะมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์

ความถี่ในการรับชม	การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์
รายการ The Mask Singer	.214* (.000)
รายการ I Can See Your Voice Thailand	.142* (.014)
รายการปริศนาฟ้าแลบ	-.053 (.362)
รายการซูวิทย์ดีแสดกหน้า	-.053 (.361)
รายการตื่นมาคุย	.017 (.770)
ความถี่ในการรับชมโดยรวม	.087 (.134)

\* Sig. < .05

จากตารางที่ 4.11 พบว่า การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์โดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig. > .05) เมื่อพิจารณาแยกตามรายการต่างๆ นั้น พบว่า การรับรู้คุณสมบัติเฟซบุ๊กไลฟ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับชมรายการปริศนาฟ้าแลบ รายการซูวิทย์ดีแสดกหน้า และรายการตื่นมาคุย แต่การรับรู้คุณสมบัติเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับชมรายการ The Mask Singer และ รายการ I Can See Your Voice Thailand ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig. < .05) โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก และเมื่อเปรียบเทียบ 2 รายการดังกล่าว พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์กับความถี่ในการรับชมรายการ The Mask Singer มากกว่า รายการ I Can See Your Voice Thailand ทั้งนี้ขนาดความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ

**สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2** การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์

ตารางที่ 4.12

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์จะมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์

ระยะเวลาในการรับชม	การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์
รายการ The Mask Singer	.117* (.043)
รายการ I Can See Your Voice Thailand	.069 (.236)
รายการปริศนาฟ้าแลบ	-.025 (.670)
รายการซูวิทย์ดีแสดหน้า	-.064 (.268)
รายการตื่นมาคุย	.031 (.596)
ระยะเวลาในการรับชมโดยรวม	.017 (.772)

\* Sig. < .05

จากตารางที่ 4.12 พบว่า การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์โดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig. > .05) เมื่อพิจารณาแยกตามรายการต่างๆ นั้น พบว่า การรับรู้คุณสมบัติเฟซบุ๊กไลฟ์ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการรับชม รายการ I Can See Your Voice Thailand รายการปริศนาฟ้าแลบ รายการซูวิทย์ดีแสดหน้า และรายการตื่นมาคุย แต่การรับรู้คุณสมบัติเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการรับชมรายการ The Mask Singer ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig. < .05) โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก ทั้งนี้ขนาดความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ

**สมมติฐานการวิจัยที่ 3** ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์

**สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1** ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์

ตารางที่ 4.13

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์จะมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์

ความถี่ในการรับชม	ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์
รายการ The Mask Singer	.236* (.000)
รายการ I Can See Your Voice Thailand	.166* (.005)
รายการปริศนาฟ้าแลบ	-.058 (.319)
รายการซูวิทย์ดีแสดหน้า	-.042 (.469)
รายการตื่นมาคุย	.036 (.537)
ความถี่ในการรับชมโดยรวม	.112 (.052)

\* Sig. < .05

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์โดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig. > .05) เมื่อพิจารณาแยกตามรายการต่างๆ นั้น พบว่า ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับชมรายการปริศนาฟ้าแลบ รายการซูวิทย์ดีแสดหน้า และรายการตื่นมาคุย แต่ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับชมรายการ The Mask Singer และ รายการ I Can See Your Voice Thailand ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig. < .05)

โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก และเมื่อเปรียบเทียบ 2 รายการดังกล่าว พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์กับความสามารถในการรับชมรายการ The Mask Singer มากกว่ารายการ I Can See Your Voice Thailand ทั้งนี้ขนาดความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ

**สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2** ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์

ตารางที่ 4.14

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์จะมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์

ระยะเวลาในการรับชม	ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์
รายการ The Mask Singer	.125* (.030)
รายการ I Can See Your Voice Thailand	.054 (.354)
รายการปริศนาฟ้าแลบ	.016 (.787)
รายการซูวิทย์ดีแสดหน้า	.036 (.531)
รายการตื่นมาคุย	-.011 (.855)
ระยะเวลาในการรับชมโดยรวม	.050 (.391)

\* Sig. < .05

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์โดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig. > .05) เมื่อพิจารณาแยกตามรายการต่างๆ นั้น พบว่า ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการรับชมรายการ I Can See Your Voice Thailand รายการปริศนาฟ้าแลบ รายการซูวิทย์ดีแสดหน้า และรายการตื่นมาคุย แต่ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์มี

ความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการรับชมรายการ The Mask Singer ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig. < .05) โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก ทั้งนี้ขนาดความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การรับรู้คุณสมบัติ ความสามารถในการใช้งาน และการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์” ซึ่งมีวัตถุประสงค์ต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้ชม
2. เพื่อศึกษาความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้ชม
3. เพื่อศึกษาการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้ชม
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์กับความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้ชม
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์กับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้ชม
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์กับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ของผู้ชม

ทั้งนี้ได้มีการตั้งสมมติฐานการวิจัย ต่อไปนี้

1. การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์
2. การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์
3. ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยวิธีการเก็บข้อมูล ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว (Cross-Sectional Study) ในการศึกษาถึงการรับรู้คุณสมบัติ ความสามารถในการใช้งาน และการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ทั้งนี้ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามตัวต่อตัว และแจกแบบสอบถามผ่านเครือข่ายออนไลน์ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 300 คน

แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเพื่อให้ครอบคลุมประเด็นมากที่สุด ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด (Closed Ended Questions) แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ และระดับการศึกษาสูงสุด ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบกำหนดคำตอบให้ตอบ (Check – List) จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์ ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายปิด จำนวน 12 ข้อ โดยให้เลือกตอบระหว่าง รับรู้ และ ไม่รับรู้

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายปิด จำนวน 12 ข้อ โดยให้เลือกตอบระหว่าง สามารถใช้งานได้ และ ไม่สามารถใช้งานได้

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายปิดแบบ Rating Scale ได้แก่

- ความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์
- ระยะเวลาในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์

## 5.1 สรุปผลการวิจัย

### ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากร

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย ได้แก่ ผู้ชมที่รับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ ซึ่งมีอายุ 15 ปี ขึ้นไป และเคยรับชมรายการฯ ไม่น้อยกว่า 3 เดือน อย่างน้อย 1 รายการ ประกอบด้วย รายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ จำนวน 5 รายการ คือ รายการ The Mask Singer รายการ I Can See Your Voice Thailand รายการปริศนาฟ้าแลบ รายการซูวิทย์ดีแสดหน้า และ รายการตื่นมาคุย จำนวน 300 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 25 - 34 ปี รองลงมา ได้แก่ 20– 24 ปี และส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมา ได้แก่ การศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี

### ส่วนที่ 2 การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์ในระดับสูง ร้อยละ 80 และเมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ถึง ทราบความคิดเห็นของผู้อื่นขณะรับชมถ่ายทอดสด ร้อยละ 98.7 รองลงมา การแสดงอารมณ์ความรู้สึกด้วยอีโมติคอน ได้แก่ ถูกใจ รักเลย ว้าว ฮ่าๆ เศร้า และ โกรธ ร้อยละ 98.3 การเขียนความคิดเห็นเพื่อสนทนาร่วมกับผู้อื่น ร้อยละ 97 การรับชมวิดีโอย้อนหลัง ร้อยละ 93 การกดถูกใจความคิดเห็นของผู้อื่น ร้อยละ 91 การรับชมถ่ายทอดสดแบบเต็มหน้าจอแบบทั้งแนวตั้งและแนวนอน ร้อยละ 90 การแบ่งปันวิดีโอขณะรับชมถ่ายทอดสด ร้อยละ 87 การรับแจ้งเตือนเมื่อมีการถ่ายทอดสดรายการ ร้อยละ 83.7 ทราบระยะเวลาที่ถ่ายทอดสด ร้อยละ 80.7 การเปิดและปิดความคิดเห็นขณะรับชมถ่ายทอดสด ร้อยละ



75 การเชิญเพื่อนในเฟซบุ๊กของตนเองมารับชมรายการที่ตนเองรับชมอยู่ ร้อยละ 64 และการบันทึกวิดีโอไว้ในเฟซบุ๊กตนเอง ร้อยละ 52.3 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ในระดับสูง ร้อยละ 77.7 และเมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สามารถแสดงอารมณ์ความรู้สึกด้วยอีโมติคอน ได้แก่ ถูกใจ รักเลย ว้าว ฮ่าๆ เศร้า และ โกรธ ร้อยละ 97 รองลงมาทราบความคิดเห็นของผู้อื่นขณะรับชมถ่ายทอดสด ร้อยละ 96.7 การเขียนความคิดเห็นเพื่อสนทนาร่วมกับผู้อื่น ร้อยละ 96 การรับชมวิดีโอย้อนหลัง ร้อยละ 90.3 การกดถูกใจความคิดเห็นของผู้อื่น ร้อยละ 90 การรับชมถ่ายทอดสดแบบเต็มหน้าจอแบบตั้งแนวตั้งและแนวนอน ร้อยละ 88.7 การแบ่งปันวิดีโอขณะรับชมถ่ายทอดสด ร้อยละ 86 การรับแจ้งเตือนเมื่อมีการถ่ายทอดสดรายการ ร้อยละ 81.7 ทราบระยะเวลาที่ถ่ายทอดสด ร้อยละ 79.7 การเปิดและปิดความคิดเห็นขณะรับชมถ่ายทอดสด ร้อยละ 73 การเชิญเพื่อนในเฟซบุ๊กของตนเองมารับชมรายการที่ตนเองรับชมอยู่ ร้อยละ 62.3 และ การบันทึกวิดีโอไว้ในเฟซบุ๊กตนเอง ร้อยละ 54.7 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 4 การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์

ผลการศึกษา พบว่า ด้านความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ ระดับมาก (3.82) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ ดังนี้ รายการ The Mask Singer ระดับมากที่สุด (4.53) รองลงมา รายการ I Can See Your Voice Thailand ระดับมากที่สุด (4.34) รายการปริศนาฟ้าแลบ ระดับมาก (3.77) รายการซูวิทย์ดีแสดหน้า ระดับมาก (3.38) และรายการตื่นมาคุย ระดับมาก (3.07) ตามลำดับ

ผลการศึกษา พบว่า ด้านระยะเวลาในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ ระดับมาก (3.65) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ ดังนี้ รายการ The Mask Singer ระดับมากที่สุด (4.44) รองลงมา รายการ I Can See Your Voice Thailand ระดับมาก (3.97) รายการปริศนาฟ้าแลบ ระดับมาก (3.53) รายการซูวิทย์ดีแสดหน้า ระดับมาก (3.27) และรายการตื่นมาคุย ระดับมาก (3.05) ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาระดับระยะเวลาในการรับชมรายการในแต่ละรายการพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ชมรับชมรายการ The Mask Singer ทั้งรายการ ร้อยละ 55.7 ผู้ชมรับชมรายการ I Can See Your Voice Thailand เกือบทั้งรายการ ร้อยละ 40.3 ผู้ชมรับชมรายการปริศนาฟ้าแลบเกือบทั้งรายการ ร้อยละ 38.7 ผู้ชมรับชมรายการซูวิทย์ดีแสดหน้าครึ่งรายการ ร้อยละ 48 และผู้ชมรับชมรายการตื่นมาคุยครึ่งรายการ ร้อยละ 44.3

### 5.1.1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานการวิจัยที่ 1** การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์กับความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์โดยรวม พบว่า การรับรู้คุณสมบัติและความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวก และขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาแยกตามความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์กับความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ในแต่ละข้อ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig. < .05) พบว่า การรับชมถ่ายทอดสดแบบเต็มหน้าจอแบบทั้งแนวตั้งและแนวนอนมีความสัมพันธ์มากที่สุด โดยมีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง รองลงมา การกดถูกใจความคิดเห็นของผู้อื่นมีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง การรับแจ้งเตือนเมื่อมีการถ่ายทอดสดรายการ มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง การรับชมวิดีโอย้อนหลัง มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง การแบ่งปันวิดีโอขณะรับชมถ่ายทอดสด มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง การแสดงอารมณ์ความรู้สึกด้วยอีโมติคอน ได้แก่ ถูกใจ รักเลย ว้าว ฮ่าๆ เศร้า และ โกรธ มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง การทราบระยะเวลาที่ถ่ายทอดสด มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง การเปิดและปิดความคิดเห็นขณะรับชมถ่ายทอดสด มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง การบันทึกวิดีโอไว้ในเฟซบุ๊กตนเอง มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง การเชิญเพื่อนในเฟซบุ๊กของตนเองมารับชมรายการที่ตนเองรับชมอยู่ มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง การเขียนความคิดเห็นเพื่อสนทนาร่วมกับผู้อื่น มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง และการทราบความคิดเห็นของผู้อื่นขณะรับชมถ่ายทอดสด มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 5.1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1

ตัวแปร	การรับชม ถ่ายทอดสด แบบเต็ม หน้าจอฯ	การกด ถูกใจความ คิดเห็นฯ	การรับแจ้ง เตือนเมื่อมี การถ่าย ทอดสดฯ	การรับชม วิดีโอ ย้อนหลัง	การแบ่งปัน วิดีโอขณะ รับชม ถ่ายทอดสด	การแสดง อารมณ์ ความรู้สึกด้วยอี โมติคอน	การทราบ ระยะเวลา ที่ถ่าย ทอดสด	การเปิด และปิด ความ คิดเห็นฯ	การบันทึกวิดีโอ ไว้ในเฟซบุ๊ก ตนเอง	การเชิญ เพื่อนใน เฟซบุ๊กของ ตนเองมา รับชมฯ	การเขียน ความ คิดเห็นฯ	การทราบ ความคิดเห็น ของผู้อื่นฯ	การรับรู้ คุณสมบัติ ของ เฟซบุ๊กไลฟ์
การรับชมถ่ายทอดสดแบบ เต็มหน้าจอฯ	.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
การกดถูกใจความคิดเห็นฯ	-	✓	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
การรับแจ้งเตือนเมื่อมีการ ถ่ายทอดสดฯ	-	-	✓	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
การรับชมวิดีโอย้อนหลัง	-	-	-	✓	-	-	-	-	-	-	-	-	-
การแบ่งปันวิดีโอขณะ รับชมถ่ายทอดสด	-	-	-	-	✓	-	-	-	-	-	-	-	-
การแสดงอารมณ์ ความรู้สึกด้วยอีโมติคอน	-	-	-	-	-	✓	-	-	-	-	-	-	-
การทราบระยะเวลาที่ ถ่ายทอดสด	-	-	-	-	-	-	✓	-	-	-	-	-	-

✓ หมายถึง มีความสัมพันธ์

ตารางที่ 5.1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปร	การรับชม ถ่ายทอดสด แบบเต็ม หน้าจอฯ	การกด ถูกใจ ความ คิดเห็น ของผู้อื่น	การรับแจ้ง เตือนเมื่อมี การถ่าย ทอดสดฯ	การรับชม วิดีโอ ย้อนหลัง	การแบ่ง ปันวิดีโอ ขณะรับชม ถ่ายทอดสด	การแสดง อารมณ์ ความรู้สึกด้วย อิมติคอน	การทราบ ระยะเวลา ที่ถ่าย ทอดสด	การเปิดและ ปิดความ คิดเห็นฯ	การบันทึก วิดีโอไว้ใน เฟซบุ๊กตนเอง	การเชิญ เพื่อนใน เฟซบุ๊กของ ตนเองมา รับชมฯ	การเขียน ความ คิดเห็นฯ	การทราบ ความคิดเห็น ของผู้อื่นขณะ รับชมฯ	การรับรู้ คุณสมบัติ ของ เฟซบุ๊กไลฟ์
การเปิดและปิดความ คิดเห็นฯ	-	-	-	-	-	-	-	✓	-	-	-	-	-
การบันทึกวิดีโอไว้ใน เฟซบุ๊กตนเอง	-	-	-	-	-	-	-	-	✓	-	-	-	-
การเชิญเพื่อนในเฟซบุ๊ก ของตนเองมารับชมฯ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	✓	-	-	-
การเขียนความคิดเห็นฯ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	✓	-	-
การทราบความคิดเห็นของ ผู้อื่นฯ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	✓	-
ความสามารถในการใช้งาน เฟซบุ๊กไลฟ์	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	✓

✓ หมายถึง มีความสัมพันธ์

**สมมติฐานการวิจัยที่ 2** การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์

**สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1** การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์กับความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ พบว่า การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์โดยรวม และเมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า การรับรู้คุณสมบัติเฟซบุ๊กไลฟ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับชมรายการปริศนาฟ้าแลบ รายการซูวิทย์ดีแสดกหน้า และรายการตื่นมาคุย แต่การรับรู้คุณสมบัติเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับชมรายการ The Mask Singer และ รายการ I Can See Your Voice Thailand โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก หมายความว่า ผู้ชมที่มีการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์สูงจะมีความถี่ในการรับชมรายการ The Mask Singer และ รายการ I Can See Your Voice Thailand ทางเฟซบุ๊กไลฟ์สูง และเมื่อเปรียบเทียบ 2 รายการดังกล่าว พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์กับความถี่ในการรับชมรายการ The Mask Singer มากกว่า รายการ I Can See Your Voice Thailand โดยขนาดความสัมพันธ์ของทั้ง 2 รายการอยู่ในระดับต่ำ

ตารางที่ 5.2

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 2.1

ความถี่ในการรับชม	การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์
รายการ The Mask Singer	✓
รายการ I Can See Your Voice Thailand	✓
รายการปริศนาฟ้าแลบ	✗
รายการซูวิทย์ดีแสดกหน้า	✗
รายการตื่นมาคุย	✗
ความถี่ในการรับชมโดยรวม	✗

✓ หมายถึง มีความสัมพันธ์

✗ หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์

**สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2** การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์กับระยะเวลาในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ พบว่า การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์โดยรวม และเมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า การรับรู้คุณสมบัติเฟซบุ๊กไลฟ์ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการรับชมรายการ I Can See Your Voice Thailand รายการปริศนาฟ้าแลบ รายการซูวิทย์ดีแสดกหน้า และรายการตื่นมาคุย แต่การรับรู้คุณสมบัติเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการรับชมรายการ The Mask Singer โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก หมายความว่า ผู้ชมที่มีการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์สูงจะมีระยะเวลาในการรับชมรายการ The Mask Singer ทางเฟซบุ๊กไลฟ์สูง โดยมีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

ตารางที่ 5.3

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 2.2

ระยะเวลาในการรับชม	การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์
รายการ The Mask Singer	✓
รายการ I Can See Your Voice Thailand	✗
รายการปริศนาฟ้าแลบ	✗
รายการซูวิทย์ดีแสดกหน้า	✗
รายการตื่นมาคุย	✗
ระยะเวลาในการรับชมโดยรวม	✗

✓ หมายถึง มีความสัมพันธ์

✗ หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์

**สมมติฐานการวิจัยที่ 3** ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์

**สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1** ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์กับความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ พบว่า ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์โดยรวม และเมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับชมรายการปริศนาฟ้าแลบ รายการซูวิทย์ดีแสดกหน้า และรายการตื่นมาคุย แต่ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับชมรายการ The Mask Singer และ รายการ I Can See Your Voice Thailand โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก หมายความว่า ผู้ชมที่มีความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์สูงจะมีความถี่ในการรับชมรายการ The Mask Singer และ รายการ I Can See Your Voice Thailand ทางเฟซบุ๊กไลฟ์สูง และเมื่อเปรียบเทียบ 2 รายการดังกล่าว พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์กับความถี่ในการรับชมรายการ The Mask Singer มากกว่า รายการ I Can See Your Voice Thailand โดยขนาดความสัมพันธ์ของทั้ง 2 รายการอยู่ในระดับต่ำ

#### ตารางที่ 5.4

##### สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 3.1

ความถี่ในการรับชม	ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์
รายการ The Mask Singer	✓
รายการ I Can See Your Voice Thailand	✓
รายการปริศนาฟ้าแลบ	✗
รายการซูวิทย์ดีแสดกหน้า	✗
รายการตื่นมาคุย	✗
ความถี่ในการรับชมโดยรวม	✗

✓ หมายถึง มีความสัมพันธ์

✗ หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์

**สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2** ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์กับระยะเวลาในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ พบว่า ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์โดยรวม และเมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการรับชมรายการ I Can See Your Voice Thailand รายการปริศนาฟ้าแลบ รายการซูวิทย์ดีแสดกหน้า และรายการตื่นมาคุย แต่ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการรับชมรายการ The Mask Singer โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก หมายความว่า ผู้ชมที่มีความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์สูงจะมีระยะเวลาในการรับชมรายการ The Mask Singer ทางเฟซบุ๊กไลฟ์สูง โดยมีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

ตารางที่ 5.5

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 3.2

ระยะเวลาในการรับชม	ความสามารถในการใช้งานของเฟซบุ๊กไลฟ์
รายการ The Mask Singer	✓
รายการ I Can See Your Voice Thailand	✗
รายการปริศนาฟ้าแลบ	✗
รายการซูวิทย์ดีแสดกหน้า	✗
รายการตื่นมาคุย	✗
ระยะเวลาในการรับชมโดยรวม	✗

✓ หมายถึง มีความสัมพันธ์

✗ หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์



### 5.3 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “การรับรู้คุณสมบัติ ความสามารถในการใช้งาน และการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์” สามารถนำมาอภิปรายผลตามประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

ประเด็นการรับรู้คุณสมบัติของเพชบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการใช้งานเพชบุ๊กไลฟ์ จากผลการศึกษา พบว่า การรับรู้คุณสมบัติของเพชบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการใช้งานเพชบุ๊กไลฟ์ โดยกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้คุณสมบัติของเพชบุ๊กไลฟ์และสามารถใช้งานเพชบุ๊กไลฟ์ได้ในระดับสูงนั้น เกิดจากกลุ่มตัวอย่างรับรู้ว่าเป็นเพชบุ๊กไลฟ์ที่ง่ายต่อการใช้งานและมีประโยชน์ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะใช้งานเพชบุ๊กไลฟ์ สอดคล้องกับทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี ที่กล่าวว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานเทคโนโลยี คือ ปัจจัยที่กำหนดการรับรู้ในแต่ละบุคคลว่าเทคโนโลยีมีส่วนช่วยพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานได้ และเป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้ด้วย ซึ่งการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน ทำให้ผู้ใช้สามารถใช้งานเพชบุ๊กไลฟ์ได้โดยไม่ต้องอาศัยความพยายามมากนัก ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีนั่นเอง กล่าวคือ ผู้ที่จะสามารถใช้งานเพชบุ๊กไลฟ์ในการรับชมวิดีโอได้นั้นต้องเป็นผู้ที่มีการรับรู้ถึงคุณสมบัติต่างๆ ของเพชบุ๊กไลฟ์ก่อน สอดคล้องกับแนวคิดของ Rogers (1983 อ้างถึงใน อรทัย เลื่อนวัน, 2555) ที่กล่าวถึงกระบวนการยอมรับเทคโนโลยีว่า เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยการรับรู้คุณสมบัติและความสามารถในการใช้งานเพชบุ๊กไลฟ์เริ่มจาก การรับรู้ว่ามีเพชบุ๊กไลฟ์ (Awareness Stage) ซึ่งถือเป็นเทคโนโลยีใหม่ที่เกิดขึ้นมา และผู้ใช้เกิดความสนใจในเพชบุ๊กไลฟ์มากขึ้น (Interest Stage) ทำให้มีการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของเพชบุ๊กไลฟ์ในแง่ของการถ่ายทอดสดด้วยตนเองและการรับชมวิดีโอถ่ายทอดสดเพื่อนำมาใช้ในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์ที่ตนเองสนใจจึงเกิดการยอมรับเทคโนโลยี (Adoption Stage) กล่าวคือ ผู้ใช้เพชบุ๊กไลฟ์เปิดรับชมรายการโทรทัศน์และวิดีโอต่างๆ ทางเพชบุ๊กไลฟ์อย่างสม่ำเสมอ รวมไปถึงการใช้เพชบุ๊กไลฟ์ถ่ายทอดสดวิดีโอของตนเอง เพื่อให้ผู้คนทั้งกลุ่มเพื่อน และสาธารณะได้รับชมด้วยเช่นกัน โดยผู้ใช้ส่วนใหญ่เข้าใช้งานเพชบุ๊กไลฟ์ผ่านสมาร์ตโฟน ซึ่งสอดคล้องกับ สยมพล ศรพรหม (2558) ที่กล่าวว่า เหตุผลของคนส่วนใหญ่ที่เลือกเปิดรับชมออนไลน์ที่วิบนสมาร์ตโฟน เพราะสามารถติดตามรับชมรายการได้ไม่ว่าอยู่ที่ใด สามารถสืบค้นรับชมรายการย้อนหลังได้ง่าย ได้รับความบันเทิงและสนุกสนานเพื่อผ่อนคลายความเครียด

ประเด็นการรับรู้คุณสมบัติของเพชบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์ จากผลการศึกษา พบว่า การรับรู้คุณสมบัติของเพชบุ๊กไลฟ์ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์โดยรวม ทั้งในด้านความถี่และระยะเวลาในการรับชมรายการ ประกอบด้วย ชมทั้งรายการ ชมเกือบทั้งรายการ ชมครึ่งรายการ ชมไม่ถึงครึ่งรายการ

ขมน้อยกว่าครึ่งรายการ และไม่เคยชมเลย โดยรายการปริศนาฟ้าแลบ รายการซูวิทย์ดีแสดหน้า และ รายการตื่นมาคุย ทั้ง 3 รายการนี้ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างความถี่และระยะเวลาในการรับชมรายการกับการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์ ส่วนรายการ I Can See Your Voice Thailand มีความสัมพันธ์ด้านความถี่ในการรับชมรายการกับการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์ แต่ไม่มีความสัมพันธ์ด้านระยะเวลาในการรับชมรายการ ส่วนรายการ The Mask Singer มีความสัมพันธ์ทั้งในด้านความถี่และระยะเวลาในการรับชมกับการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์ สอดคล้องกับ กิติมา สุรสนธิ (2533,น.46-47) กล่าวว่า บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน ดังนั้น ข่าวสารที่หลงไหลผ่านเข้ามาไปยังบุคคลจากช่องทางต่างๆ นั้น มักจะถูกคัดเลือกตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้ ถึงแม้รายการปริศนาฟ้าแลบและรายการตื่นมาคุยจะเป็นรายการรูปแบบบันเทิงแต่ผู้ชมก็เลือกเปิดรับชมรายการ The Mask Singer และรายการ I Can See Your Voice Thailand ที่ตนเองให้ความสนใจมากกว่า

สำหรับ รายการ The Mask Singer และรายการ I Can See Your Voice Thailand ของช่องเวิร์คพอยท์เป็นรายการที่ได้รับความนิยมและถูกพูดถึงเป็นอย่างมาก อ้างอิงจากเรตติ้งสูงสุดของผู้ชมรายการ ณ วันที่ 26 มกราคม 2560 โดยรายการ The Mask Singer มีเรตติ้งสูงสุดที่ 10.447 และรายการ I Can See Your Voice Thailand มีเรตติ้งสูงสุดที่ 8.981 (Brand-buffet,2560) ด้วยรูปแบบของรายการเป็นรายการบันเทิงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการร้องเพลง ซึ่งเป็นเนื้อหารายการประเภทหนึ่งที่ถูกผู้ชมให้ความสนใจ สามารถเข้าถึงผู้ชมได้ทุกเพศ ทุกวัย โดยไม่ต้องอาศัยการตีความหรือการทำความเข้าใจในเนื้อหามากนัก ผนวกกับการประชาสัมพันธ์ของรายการที่ให้ข้อมูลกับผู้ชมว่าสามารถรับชมรายการดังกล่าวผ่านทางเฟซบุ๊กไลฟ์ได้ในวันและเวลาใด จึงทำให้ผู้ชมเกิดการรับรู้และทำความเข้าใจในการใช้เฟซบุ๊กไลฟ์เพื่อรับชมรายการเหล่านี้ โดยเฉพาะรายการ The Mask Singer ที่มีความถี่ในการรับชมมากที่สุด ตลอดจนระยะเวลาในการรับชมรายการ ผู้ชมส่วนใหญ่เปิดรับชมทั้งรายการนั้น มาจากหลายองค์ประกอบที่ผนึกเข้าด้วยกัน ได้แก่ รูปแบบของคอนเทนต์ที่แปลกใหม่ โดยรายการ The Mask Singer เป็นการแข่งขันร้องเพลงของผู้มีชื่อเสียงไม่ว่าจะเป็น ดารา นักแสดง ศิลปิน นักร้อง ที่อาศัยการปิดบังความจริงด้วยการใส่หน้ากากเพื่อให้ผู้ชมได้เฝ้าติดตามและเกิดความอยากรู้อยากเห็นในทุกตอนที่รายการออกอากาศ นอกจากนี้ทางช่องเวิร์คพอยท์ซึ่งเป็นผู้ผลิตรายการได้เพิ่มความสุขสนุกสนานและความตลกให้มากขึ้นจากรายการต้นฉบับในประเทศเกาหลีซึ่งสอดคล้องกับลักษณะการรับชมรายการของคนไทย รวมถึงการสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายและหน้ากากที่เน้นความอลังการเพื่อเรียกความสนใจจากผู้ชมได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ องค์ประกอบต่างๆ ที่ทำให้รายการ The Mask Singer ประสบความสำเร็จตามที่ได้กล่าวในข้างต้นแล้วนั้น ด้วยรูปแบบรายการ The Mask Singer ที่เป็นการแข่งขันระหว่างผู้เข้าแข่งขันด้วยการร้องเพลงและเฉลยผู้เข้ารอบในช่วงท้ายรายการ ดังนั้น ถ้าหากผู้ชมไม่รับชมตลอดทั้งรายการก็จะทำให้

พลาดที่จะได้รับข้อมูลสำคัญ ขาดการรับรู้ความต่อเนื่องของข้อมูล รวมทั้งขาดอรรถรสในการร่วมรับชมรายการ ซึ่งแตกต่างจากการรับชมรายการปริศนาฟ้าแลบ รายการตี้นมาคุย และรายการซูวิทย์ดี แสกหน้าให้ผู้ชมเปิดรับชมทั้งรายการหรือรับชมเพียงบางช่วงก็ได้ เนื่องจากไม่ต้องมีการเฝ้าติดตามเพื่อลุ้นผลการแข่งขันหรือเหตุการณ์ที่คาดไม่ถึงถึงเฉกเช่นรายการ The Mask Singer ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้คนส่วนใหญ่รับชมรายการ The Mask Singer ทั้งรายการเพื่อที่จะสามารถรับรู้ข้อมูลและนำไปสนทนากับคนอื่นได้อย่างทันที

อย่างไรก็ตาม โดยรวมการรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ เพราะ ผู้ชมสามารถเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ทั้ง 5 รายการนี้ผ่านช่องทางอื่นๆ ได้ สอดคล้องกับ พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2530, น. 6-7) การเปิดรับสื่อที่ขึ้นอยู่กับหลายองค์ประกอบ ซึ่งผู้ชมสามารถเลือกเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ผ่านสื่อที่ตนเองมีและเป็นสื่อที่ตนเองสะดวกเข้าใช้งาน ไม่ว่าจะเป็น ทางโทรทัศน์ เว็บไซต์ ยูทูป เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ จึงไม่จำเป็นที่ผู้ชมต้องมาเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์เสมอไป

ประเด็นความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ จากการศึกษา พบว่า ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์โดยรวม ทั้งในด้านความถี่และระยะเวลาในการรับชมรายการ ประกอบด้วย ชมทั้งรายการ ชมเกือบทั้งรายการ ชมครึ่งรายการ ชมไม่ถึงครึ่งรายการ ชมน้อยกว่าครึ่งรายการ และไม่เคยชมเลย โดยรายการปริศนาฟ้าแลบ รายการซูวิทย์ดี แสกหน้า และรายการตี้นมาคุย ทั้ง 3 รายการนี้ ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างความถี่และระยะเวลาในการรับชมรายการกับความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ แต่รายการ I Can See Your Voice Thailand มีความสัมพันธ์ด้านความถี่ในการรับชมรายการกับความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ แต่ไม่มีความสัมพันธ์ด้านระยะเวลาในการรับชมรายการ ส่วนรายการ The Mask Singer มีความสัมพันธ์ทั้งในด้านความถี่และระยะเวลาในการรับชมกับความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ สำหรับความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์เพื่อรับชมรายการเหล่านี้ เกิดจากการรับรู้คุณสมบัติต่างๆ ของเฟซบุ๊กไลฟ์ ได้แก่ การเขียนความคิดเห็นเพื่อสนทนาร่วมกับผู้อื่น การแสดงอารมณ์ความรู้สึกด้วยอีโมติคอน ได้แก่ ภูมิใจ รักเลย ว้าว ฮ่าๆ เศร้า และ โกรธ การกดถูกใจความคิดเห็นของผู้อื่น ทราบความคิดเห็นของผู้อื่นขณะรับชมถ่ายทอดสด ทราบระยะเวลาที่ถ่ายทอดสด การรับชมถ่ายทอดสดแบบเต็มหน้าจอแบบทั้งแนวตั้งและแนวนอน การเปิดและปิดความคิดเห็นขณะรับชมถ่ายทอดสด การแบ่งปันวิดีโอขณะรับชมถ่ายทอดสด การบันทึกวิดีโอไว้ในเฟซบุ๊กตนเอง การรับแจ้งเตือนเมื่อมีการถ่ายทอดสดรายการ การรับชมวิดีโอย้อนหลัง และการเชิญเพื่อนในเฟซบุ๊กของตนเองมารับชมรายการที่ตนเองรับชมอยู่ จากผลการวิจัย ศุภสิริ สุขมนต์ (2558) พบว่า ด้านการเปิดรับชมโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับชมโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ต อาทิ ยูทูป

เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ เป็นต้น โดยเฉลี่ย 6 ครั้ง/สัปดาห์ผ่านสมาร์ตโฟนบ่อยที่สุด สะท้อนให้เห็นว่า ผู้ชมไม่ได้ถูกจำกัดอยู่แค่การรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์เท่านั้น แต่ยังมีอีกหลายช่องทางที่ผู้ชมสามารถเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ได้ และยังสามารถรับชมวิดีโออื่นๆ ที่ถ่ายทอดสดผ่านทางเฟซบุ๊กไลฟ์ได้อีกด้วย นอกจากนี้ ผู้ชมส่วนใหญ่มีความคาดหวังในการรับชมรายการทางเฟซบุ๊กไลฟ์ว่าจะได้รับความสะดวกสบายที่มากกว่าการรับชมทางโทรทัศน์ อาทิ การรับชมได้ทุกที่ การรับชมย้อนหลัง การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นด้วยการแสดงความคิดเห็นและอารมณ์ร่วมระหว่างการรับชมได้อย่างทันที การหลีกเลี่ยงจากการรับชมโฆษณาค้นรายการทางโทรทัศน์ เป็นต้น สอดคล้องกับ สยามพลศรพรหม (2558) ที่กล่าวว่า เหตุผลของคนส่วนใหญ่ที่เลือกเปิดรับชมออนไลน์ที่เว็บสมาร์ตโฟน เพราะใช้เวลาน้อยกว่าการรับชมโทรทัศน์ เนื่องจากสามารถเลือกไม่รับชมในสิ่งที่ไม่สนใจได้ ข้อมูลมีการอัปเดตอย่างรวดเร็ว ตลอดจนสามารถหยุดรับชมเมื่อมีธุระและกลับมารับชมใหม่ได้โดยสามารถรับรู้ความคิดเห็นของสังคมผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์คได้ทันที เช่นเดียวกับงานวิจัยของ ศูนย์สำรวจความคิดเห็น นิต้าโพล สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ และ ไนน์เอ็นเตอร์เทน บริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน) (2560) ที่ระบุว่า คนส่วนใหญ่รับชมหรือติดตามรายการประเภทต่างๆ ผ่านทางช่องทางออนไลน์ เนื่องจากความสะดวก ด้านสื่อ อุปกรณ์ เครื่องมือ อาทิ โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต และสัญญาณอินเทอร์เน็ต รองลงมาความสะดวกด้านการเลือกเวลา สถานที่ในการรับชมเองได้ การเลือกรับชมรายการจากช่องทางที่ตัวเองเลือก เพราะประหยัดค่าใช้จ่าย และชอบรับชมทางสื่อออนไลน์เพราะไม่มีโฆษณามาขัดต่อรรถรสในการรับชมและสามารถกดข้ามได้ แต่ในกรณีของรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์เหล่านี้ ยังคงมีการฉายโฆษณาค้นรายการทั้งในรูปแบบของโฆษณาตามรายการที่ฉายทางโทรทัศน์และรูปแบบการโฆษณาที่ผลิตขึ้นเฉพาะเพื่อฉายในเฟซบุ๊กไลฟ์เท่านั้น จึงทำให้ผู้ชมอาจเกิดความเบื่อหน่ายในการรับชมรายการโทรทัศน์ผ่านทางเฟซบุ๊กไลฟ์และไม่เข้าใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์เพื่อรับชมรายการในครั้งต่อไป สอดคล้องกับ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2558) ที่ระบุว่า ส่วนรายการกลุ่มวาไรตี้ ผู้ชมต้องการรับชมเฉพาะเนื้อหาในช่วงที่น่าสนใจและใช้เวลาในการรับชมไม่นานเมื่อเปรียบเทียบกับการรับชมผ่านระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิม

## 5.4 ข้อเสนอแนะ

### 5.4.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การรับรู้คุณสมบัติ ความสามารถในการใช้งาน และการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟซบุ๊กไลฟ์” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

1. ทางผู้ผลิตรายการควรผลิตและนำเสนอรูปแบบรายการให้มีความน่าสนใจ เพื่อให้ผู้ชมจะได้เข้าถึงและใช้เฟซบุ๊กไลฟ์ในการรับชมมากยิ่งขึ้น

2. ผู้ผลิตรายการควรมีการคิดและสร้างสรรค์เพื่อลดข้อจำกัดในการนำเสนอรายการให้มากที่สุด อาทิ ช่วงโฆษณาของรายการ The Mask Singer ที่ทางผู้ผลิตรายการได้จัดทำช่วง นินทาหน้ากาก โดยให้พิธีกรสองคนมาสนทนาเกี่ยวกับการแข่งขันของหน้ากากต่างๆ ในสัปดาห์นั้นพร้อมทั้งแฝงการโฆษณาไปด้วย แทนการฉายโฆษณาแบบเดิมซ้ำไปมาในทุกๆ ช่วง เป็นต้น

สำหรับรายการ I Can See Your Voice Thailand ของช่องเวิร์คพอยท์ เพื่อให้ผู้ชมรับชมรายการนานขึ้นไปจนถึงจบรายการ ผู้ผลิตรายการควรเพิ่มความน่าสนใจของผู้เข้าแข่งขันให้สมจริงมากขึ้น และคัดเลือกกรรมการตลอดจนศิลปินให้มีความสอดคล้องกับรูปแบบรายการด้วย

ด้านรายการปริศนาฟ้าแลบ ของช่องเวิร์คพอยท์ รายการซูวิทย์ดีแสบหน้า ของช่องไทยรัฐทีวี และรายการตื่นมาคุย ของช่อง อสมท ผู้ผลิตรายการควรเน้นการประชาสัมพันธ์ประเด็นที่จะนำเสนอในรายการปริศนาฟ้าแลบ รายการซูวิทย์ดีแสบหน้า และรายการตื่นมาคุย ในแต่ละวันผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้มากยิ่งขึ้นเพื่อย้ำเตือนและกระตุ้นให้ผู้ชมเปิดรับชมรายการเหล่านี้อย่างสม่ำเสมอ

#### 5.4.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเลือกใช้วิธีการสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาการรับรู้คุณสมบัติ ความสามารถในการใช้งาน และการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์ ไม่ได้มีการศึกษาแบบเจาะลึก ดังนั้นเพื่อให้การศึกษาในครั้งต่อไปมีความชัดเจนและได้ข้อมูลที่ลึกซึ้งมากขึ้น ในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้คุณสมบัติ ความสามารถในการใช้งาน และการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ และสามารถนำข้อมูลมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาการถ่ายทอดสดรายการของสถานีโทรทัศน์ให้มีคุณภาพและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาด้านการรับรู้คุณสมบัติ ความสามารถในการใช้งาน และการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์ ดังนั้นการศึกษาในครั้งต่อไปควรศึกษา ด้านทัศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากรับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะในแง่ของการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเพชบุ๊กไลฟ์เท่านั้น ดังนั้นการศึกษาในครั้งต่อไปควรศึกษา ในแง่ของการใช้เพชบุ๊กไลฟ์ในการถ่ายทอดสดรายการ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่รอบด้านและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ดังนั้น การศึกษาในครั้งต่อไปควรศึกษากับกลุ่มตัวอย่างทั้งเพศหญิงและเพศชายในจำนวนที่ใกล้เคียงกันเพื่อให้ข้อมูลที่ได้รับสามารถนำมาอธิบายในภาพรวมของผู้ชมรายการได้อย่างชัดเจนขึ้น



## รายการอ้างอิง

### หนังสือ

- กิติมา สุรสสนธิ. (2533). ความรู้ทั่วไปทางการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์. (2546). จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพมหานคร : ไทยเจริญการพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2553). สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- ประมะ สตะเวทิน. (2546). การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (2559). ผู้รับสาร ในเอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 6. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- พิชญาพร ประครองใจ. (2558). หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิชิต วิจิตรบุญรักษ์. (2554). สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พีระ จิรโสภณ. (2540). ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2552). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเทคโนโลยี ในประมวลสาระชุดวิชาไทยศึกษา หน่วยที่ 1-7. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2547). สื่อสารมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

### วิทยานิพนธ์

- จิรวัดน์ วงตรงชัย. (2555). ปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติของผู้ใช้งานกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ
- ดนุพล อุ่นจินตามณี. (2553). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติเกี่ยวกับการปฏิรูปอุดมศึกษาของนิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหา

บัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชา  
สื่อสารมวลชน.

ศุภสิริ สุขมนต์. (2557). รูปแบบการดำเนินชีวิต ทักษะคติ และการเปิดรับชมโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ต  
ของกลุ่มเจนเนอเรชันวาย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะ  
วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร.

สยมพล ศรพรหม. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับออนไลน์ทีวีบนสมาร์ตโฟนของคนวัยทำงานใน  
กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, สาขาวิชา  
เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน.

อรทัย เลื่อนวัน. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ: กรณีศึกษา กรมการ  
พัฒนาชุมชนศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัย  
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ETDA เผยพฤติกรรมผู้ใช้เน็ตปี 59 ซีเทรนด์ใหม่มาแรง ชงรัฐ-เอกชน จับตา 3G/4G ยังต้องปรับปรุง.  
(2559). สืบค้นจาก [www.etcha.or.th/content/thailand-internet-user-profile-2016-conference.html](http://www.etcha.or.th/content/thailand-internet-user-profile-2016-conference.html). สืบค้นเมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2560

Facebook Live สะเทือนทีวี. (2559). สืบค้นจาก [www.positioningmag.com/1090418](http://www.positioningmag.com/1090418). สืบค้น  
เมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2560

Go Live on Facebook. (2559). สืบค้นจาก [www.live.fb.com/about](http://www.live.fb.com/about). สืบค้นเมื่อวันที่ 20  
กุมภาพันธ์ 2560

Leading social networks worldwide as of January 2017. (2560). สืบค้นจาก [www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users](http://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users). สืบค้น  
เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2560

Live API เมื่อถ่ายทอดสดผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์. (2560). สืบค้นจาก [www.live.fb.com/stream](http://www.live.fb.com/stream). สืบค้น  
เมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2560

Thailand's Most Social Power Brand 2016. (2560). สืบค้นจาก [www.thothsocial.com/thailands-social-power-brand-2016](http://www.thothsocial.com/thailands-social-power-brand-2016). สืบค้นเมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2560

รายการชวัญดีแสดหน้า. (2560). สืบค้นจาก [www.facebook.com/thairathtv](http://www.facebook.com/thairathtv). สืบค้นเมื่อวันที่  
29 พฤษภาคม 2560 – 2 มิถุนายน 2560

รายการต้นมาคุย. (2560). สืบค้นจาก [www.facebook.com/WOODYTALKSHOW](http://www.facebook.com/WOODYTALKSHOW). สืบค้นเมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม 2560 – 2 มิถุนายน 2560

รายการ The Mask Singer รายการ I Can See Your Voice Thailand รายการปริศนาฟ้าแลบ. (2560). สืบค้นจาก [www.facebook.com/workpoint](http://www.facebook.com/workpoint). สืบค้นเมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม 2560 – 2 มิถุนายน 2560

พฤติกรรมกรับชมติดตามรายการประเภทต่างๆ ของคนไทย. (2560). สืบค้นจาก [www.tnamcot.com/view/58c26b30fd12af8c912fa2f5](http://www.tnamcot.com/view/58c26b30fd12af8c912fa2f5). สืบค้นเมื่อวันที่ 28 มิถุนายน 2560

ยุทธศาสตร์ Facebook ปี 2017 จัดหนักวิดีโอ ใต้คอนเซ็ปต์ Video First. (2560). สืบค้นจาก [www.brandinside.asia/facebook-video-first/](http://www.brandinside.asia/facebook-video-first/). สืบค้นเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2560

เผยเบื้องหลังปรากฏการณ์ “The Mask Singer” สอยละครช่อง 3-7 ร่วง! พร้อมลุยซีซั่น2 เม.ย.นี้. (2560). สืบค้นจาก [www.brandbuffet.in.th/2017/02/workpoint-the-mask-singer-phenomenon/](http://www.brandbuffet.in.th/2017/02/workpoint-the-mask-singer-phenomenon/). สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2560

เฟซบุ๊กเปิดพีเจอรี่ใหม่อนุญาตให้ไลฟ์ได้ 24 ชม. หนุนอนาคตกระทรวงการทีวีแน่. (2559). สืบค้นจาก [www.news.thaipbs.or.th/content/252735](http://www.news.thaipbs.or.th/content/252735). สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2560

## Books

Heinich, R., Molenda, M., & Russell, J. D. (1993). Instructional media and the new technologies of instruction (4<sup>th</sup>ed.). New York: Macmillan.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). Consumer Behavior. New Jersey: Prentice-Hall.

Rogers, E. M. (2003). Diffusion of innovations (5<sup>th</sup>ed.). New York: Free Press.

Klapper, J.T. (1960). The Effects of Mass Communication. New York: Basic Books.

## เอกสารอื่นๆ

นุชจรินทร์ ขอบดำรงธรรม. (2553). อิทธิพลของสื่อโฆษณาในเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค. สาขาวิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว. (2558). การยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ (SNS) ของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย (Gen Y). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, คณะมนุษยศาสตร์.

ศักรินทร์ ต้นสุพงษ์. (2555). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันไลน์. (การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ.



ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2558). สํารวจพฤติกรรมของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล. รายงานวิจัย.  
อภิรดี เฉยรอด. (2559). การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์. กรม  
วิทยาศาสตร์การแพทย์, กระทรวงสาธารณสุข.

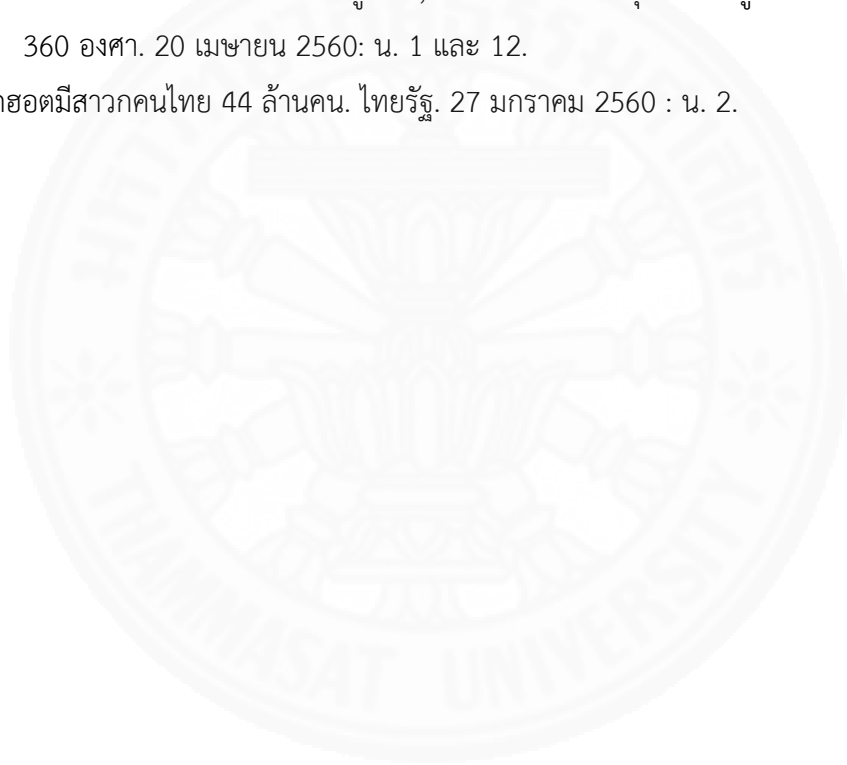
### หนังสือพิมพ์

คอลัมน์ นอกฤดูในทาง: มหาอำนาจโลกโซเซียล. มติชน. 4 กุมภาพันธ์ 2560 : น. 19.

คอลัมน์ INFO INTREND: การเปลี่ยนแปลงของสื่อ. โพสต์ทูเดย์. 2 กุมภาพันธ์ 2560 : น. C2.

ศึก 3 แพลตฟอร์ม วิดีโอ คอนเทนท์ ยูทิวบ์, ไลน์ทีวี และเฟซบุ๊ก ชิงคนดูสนั่นจอ. ผู้จัดการรายวัน  
360 องศา. 20 เมษายน 2560: น. 1 และ 12.

เฟซบุ๊กฮอตมีสาวกคนไทย 44 ล้านคน. ไทยรัฐ. 27 มกราคม 2560 : น. 2.





ภาคผนวก

## ภาคผนวก ก

## แบบสอบถาม

เรื่อง การรับรู้คุณสมบัติ ความสามารถในการใช้งาน และการเปิดรับชม  
รายการโทรทัศน์ทางเฟสบุ๊กไลฟ์

แบบสอบถาม “การรับรู้คุณสมบัติ ความสามารถในการใช้งาน และการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟสบุ๊กไลฟ์” เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระ ตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งผู้วิจัยต้องการทราบข้อมูลเพื่อประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น มิได้มีความมุ่งหวังทางธุรกิจใดๆ จึงใคร่ขอความกรุณาผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านให้ความร่วมมือโดยให้ข้อมูลตามความเป็นจริงเพื่อประโยชน์อย่างสูงสุดทางการศึกษา

## รายละเอียดแบบสอบถาม

1. การวิจัยครั้งนี้ศึกษา การรับรู้คุณสมบัติ ความสามารถในการใช้งาน และการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟสบุ๊กไลฟ์

2. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากร

ส่วนที่ 2 การรับรู้คุณสมบัติของเฟสบุ๊กไลฟ์

ส่วนที่ 3 ความสามารถในการใช้งานเฟสบุ๊กไลฟ์

ส่วนที่ 4 การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟสบุ๊กไลฟ์

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

## แบบสอบถามเพื่อคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม (Screening Question)

1. ปัจจุบันท่านมีอายุ 15 ปีขึ้นไปหรือไม่  (1) ใช่  (2) ไม่ใช่ (จบการทำแบบสอบถาม)

2. ปัจจุบันท่านเปิดรับชมรายการใดผ่านทางเฟสบุ๊กไลฟ์

(1) รายการ The Mask Singer  (2) รายการ I Can See Your Voice Thailand

(3) รายการปริศนาฟ้าแลบ  (4) รายการซูวิทย์ดีแสบหน้า

(5) รายการตื่นมาคุย  (6) ไม่เคย (จบการทำแบบสอบถาม)

3. ท่านรับชมรายการใดทางเฟสบุ๊กไลฟ์มากที่สุด

(1) รายการ The Mask Singer  (2) รายการ I Can See Your Voice Thailand

(3) รายการปริศนาฟ้าแลบ  (4) รายการซูวิทย์ดีแสบหน้า

(5) รายการตื่นมาคุย  (6) ไม่เคย (จบการทำแบบสอบถาม)

## ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากร

### 1.1 เพศ

 (1) ชาย

 (2) หญิง

### 1.2 อายุ

 (1) 15 - 19 ปี

 (2) 20 - 24 ปี

 (3) 25 - 34 ปี

 (4) 35 - 44 ปี

 (5) 45 - 54 ปี

 (6) 55 - 60 ปี

 (7) 61 ปี ขึ้นไป

### 1.3 ระดับการศึกษาสูงสุด

 (1) ต่ำกว่าปริญญาตรี

 (2) ปริญญาตรี

 (3) สูงกว่าปริญญาตรี

## ส่วนที่ 2 การรับรู้คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์ ท่านรับรู้หรือไม่ว่า เฟซบุ๊กไลฟ์มีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์	ระดับ	
	รับรู้ (1)	ไม่รับรู้ (0)
1. การเขียนความคิดเห็นเพื่อสนทนาร่วมกับผู้อื่น		
2. การแสดงอารมณ์ความรู้สึกด้วยอีโมติคอน ได้แก่ ถูกใจ รักเลย ว้าว ฮ่าๆ เศร้า และ โกรธ		
3. การกดถูกใจความคิดเห็นของผู้อื่น		
4. การทราบความคิดเห็นของผู้อื่นขณะรับชมถ่ายทอดสด		
5. การทราบระยะเวลาที่ถ่ายทอดสด		
6. การรับชมถ่ายทอดสดแบบเต็มหน้าจอแบบทั้งแนวตั้งและแนวนอน		
7. การเปิดและปิดความคิดเห็นขณะรับชมถ่ายทอดสด		
8. การแบ่งปันวิดีโอขณะรับชมถ่ายทอดสด		
9. การบันทึกวิดีโอไว้ในเฟซบุ๊กตนเอง		
10. การรับแจ้งเตือนเมื่อมีการถ่ายทอดสดรายการ		
11. การรับชมวิดีโอย้อนหลัง		
12. การเชิญเพื่อนในเฟซบุ๊กของตนเองมารับชมรายการที่ตนเองรับชมอยู่		

### ส่วนที่ 3 ความสามารถในการใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์

ท่านสามารถใช้งานเฟซบุ๊กไลฟ์ในคุณสมบัติต่างๆ ดังต่อไปนี้ได้หรือไม่

คุณสมบัติของเฟซบุ๊กไลฟ์	ระดับ	
	สามารถใช้งานได้ (1)	ไม่สามารถใช้งานได้ (0)
1. การเขียนความคิดเห็นเพื่อสนทนาร่วมกับผู้อื่น		
2. การแสดงอารมณ์ความรู้สึกด้วยอีโมติคอน ได้แก่ ถูกใจ รักเลย ว้าว ฮ่าๆ เศร้า และ โกรธ		
3. การกดถูกใจความคิดเห็นของผู้อื่น		
4. การทราบความคิดเห็นของผู้อื่นขณะรับชม ถ่ายทอดสด		
5. การทราบระยะเวลาที่ถ่ายทอดสด		
6. การรับชมถ่ายทอดสดแบบเต็มหน้าจอแบบตั้ง และแนวนอน		
7. การเปิดและปิดความคิดเห็นขณะรับชมถ่ายทอดสด		
8. การแบ่งปันวิดีโอขณะรับชมถ่ายทอดสด		
9. การบันทึกวิดีโอไว้ในเฟซบุ๊กตนเอง		
10. การรับแจ้งเตือนเมื่อมีการถ่ายทอดสดรายการ		
11. การรับชมวิดีโอย้อนหลัง		
12. การเชิญเพื่อนในเฟซบุ๊กของตนเองมารับชมรายการ ที่ตนเองรับชมอยู่		

#### ส่วนที่ 4 การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟชบุ๊กไลฟ์

##### 4.1 ความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟชบุ๊กไลฟ์

ท่านรับชมรายการต่อไปนี้ทางเฟชบุ๊กไลฟ์บ่อยครั้งเพียงใด

รายการโทรทัศน์ทางเฟชบุ๊กไลฟ์	ระดับความถี่ในการรับชม					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่เคยชมเลย (0)
1. รายการ The Mask Singer						
2. รายการ I Can See Your Voice Thailand						
3. รายการปริศนาฟ้าแลบ						
4. รายการซูวิทย์ดีแสบหน้า						
5. รายการตื่นมาคุย						

##### 4.2 ระยะเวลาในการรับชมรายการโทรทัศน์ทางเฟชบุ๊กไลฟ์

จากรายการที่ท่านเคยรับชมในข้อ 4.1 ท่านใช้ระยะเวลาในการรับชมผ่านเฟชบุ๊กไลฟ์ในระดับใด

รายการโทรทัศน์ทางเฟชบุ๊กไลฟ์	ระดับระยะเวลาในการรับชม					
	ชมทั้งรายการ (5)	ชมเกือบทั้งรายการ (4)	ชมครึ่งรายการ (3)	ชมไม่ถึงครึ่งรายการ (2)	ชมน้อยกว่าครึ่งรายการ (1)	ไม่เคยชมเลย (0)
1. รายการ The Mask Singer						
2. รายการ I Can See Your Voice Thailand						
3. รายการปริศนาฟ้าแลบ						
4. รายการซูวิทย์ดีแสบหน้า						
5. รายการตื่นมาคุย						

**ประวัติผู้เขียน**

ชื่อ

นางสาวปรัชญาภรณ์ มกุลพานิช

วันเดือนปีเกิด

20 กันยายน 2533

วุฒิการศึกษา

ปีการศึกษา 2555 : เทคโนโลยีบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษาและสื่อสารมวลชน

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

