

บทความวิจัย และบทความวิชาการ

BROADCASTING



พฤติกรรม的开รับชมและความพึงพอใจ
ที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
MEDIA EXPOSURE AND SATISFACTION
TOWARDS THE DIGITAL TELEVISION TRANSITION
OF PEOPLE IN BANGKOK METROPOLITAN

ชีนสุมล บุนนาค
วันนี อับดุลฮานี

พฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่าน สู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

MEDIA EXPOSURE AND SATISFACTION TOWARDS THE DIGITAL TELEVISION TRANSITION OF PEOPLE IN BANGKOK METROPOLITAN

ชินสุมล บุนนาค
วันนี อับดุลฮานี

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) พฤติกรรมการรับชมที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล (2) ความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล และ (3) ความสัมพันธ์ของลักษณะประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่า เป็นเพศหญิงจำนวน 290 คน (72.50%) และเพศชายจำนวน 110 คน (27.50%) มีพฤติกรรมรับชมดังนี้ กลุ่มตัวอย่าง 46.00% รู้จักโทรทัศน์ระบบดิจิทัลเพราะได้รับความรู้จากการประชาสัมพันธ์ของ กสทช. และ 26.30% ชอบการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล เนื่องจากคุณภาพและเสียงคมชัด ส่วนใหญ่พบว่ากลุ่มตัวอย่าง 33.40% รับชมระบบดิจิทัลผ่านเคเบิลทีวี ด้านข้อมูลการได้รับและการนำคู่มือทีวีดิจิทัลไปใช้ พบว่า 34.50% ได้รับคู่มือแล้วและใช้แลกกกล่อง Set Top Box ฟรี และกลุ่มตัวอย่าง 16.20% ส่วนใหญ่เลือกรับชม 3 HD มากที่สุด รายการที่ชอบชมที่สุดคือ ละคร (23.80%) และกลุ่มตัวอย่างเปิดรับชมโทรทัศน์ทุกวัน (50.50%) เพศมีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลในด้านคุณภาพในการรับชม อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลในด้านการผลักดันให้เกิดโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของ กสทช. ในส่วนของการแจกคู่มือทีวีดิจิทัล การให้ข้อมูลข่าวสารความรู้เกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของ กสทช. และด้านประเภท/เนื้อหาของรายการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : พฤติกรรมการเปิดรับชม ความพึงพอใจ โทรทัศน์ระบบดิจิทัล การเปลี่ยนผ่าน

ABSTRACT

The objectives of research are to study (1) the media exposure behaviors in relation to the digital television transition, (2) the satisfaction with the digital television transition and (3) the correlation of demographic data and the satisfaction with the digital television transition. Questionnaires were used to collect data from 400 samples comprising 290 female (72.50%) and 110 male (27.50%). Regarding the media exposure behaviors, 46% of the respondents were aware of digital television through public relations and information from the National Broadcasting and Telecommunications Commission (NBTC) and 26.30 % of the respondents liked the digital television transition because of higher quality of picture and sound. Most of the respondents (33.40%) watched digital television through digital cable systems. In terms of information reception and the redemption of digital TV subsidy vouchers, it is found that 34.50% of the respondents redeemed free Set Top Boxes and 16.20% of the respondents watched 3 HD at most. The favorite programs were dramas (23.80%) and most of the respondents watched digital television everyday (50.50%). Gender had an influence on the satisfaction of the digital television transition regarding the quality of exposure. Different ages significantly influenced the satisfaction at 0.05 levels with the digital television transition regarding the following spheres ; the NBTC's encouragement on digital television by distributing digital television subsidy vouchers, providing information about digital television by NBTC, and the format and content of programs.

Keywords : Exposure behavior, the satisfaction, Digital Television, the transition

บทบาทและความสำคัญของปัญหา

กิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยเริ่มขึ้นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2498 ด้วยระบบโทรทัศน์ขาวดำ ได้ปรับเปลี่ยนเป็นระบบโทรทัศน์สีในปี พ.ศ. 2510 และได้ขยายโครงข่ายครอบคลุมทั่วทั้งประเทศในเวลาต่อมา กิจการโทรทัศน์โดยเฉพาะระบบภาคพื้นดินถือเป็นบริการขั้นพื้นฐานที่มีความหลากหลายและประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ด้วยคุณสมบัติที่สามารถให้ได้ทั้งภาพ เสียง ความรวดเร็ว และความสมจริง ทำให้ความนิยมในการรับชมโทรทัศน์เพิ่มขึ้นจนถือว่าสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อสังคมมาก ปัจจุบันกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทยได้มีการเปลี่ยนผ่านการแพร่ภาพโทรทัศน์จากยุคแอนะล็อกเข้าสู่ยุคดิจิทัลเมื่อปี พ.ศ. 2557 ซึ่งถือเป็นวิวัฒนาการของกิจการโทรทัศน์ครั้งสำคัญ และนับว่าเป็นเรื่องที่น่าสนใจ เพราะนอกจากจะเป็นการพัฒนาเทคโนโลยีแล้ว ยังเป็นการเปลี่ยนระบบอุตสาหกรรมการแพร่ภาพโทรทัศน์ของประเทศไทยให้พลิกโฉมไปจากเดิมที่มีแค่ 6 ช่องผูกขาดในฟรีทีวีก็เพิ่มเป็น 48 ช่อง ซึ่งแบ่งเป็น 3 ประเภท คือบริการสาธารณะจำนวน 12 ช่อง บริการธุรกิจจำนวน 24 ช่อง และบริการชุมชนจำนวน 12 ช่อง ทำให้มีผู้มีส่วนประกอบกิจการในลักษณะการเป็นเจ้าของ (Ownership) มากขึ้น ส่งผลให้เกิดการแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้รุนแรงขึ้น ซึ่งจะช่วยเพิ่มทางเลือกในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนผู้บริโภคให้ได้รับบริการที่มีความหลากหลายด้วยคุณภาพที่ดีกว่าเดิม

ดังนั้น คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้ประกาศกรอบเวลาของแผนการเปลี่ยนผ่านจากโทรทัศน์ระบบแอนะล็อกเป็นโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภายในระยะเวลา 4 ปี นับตั้งแต่ปี 2555-2559 เริ่มต้นจากการเปิดใช้คลื่นดิจิทัลก่อน จากนั้นจึงยุติการให้บริการระบบแอนะล็อก โดย กสทช. ประกาศเริ่มส่งสัญญาณโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2557 ทั้งนี้ สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช., ม.ม.ป.) ได้กำหนดพื้นที่นำร่องในการออกอากาศโทรทัศน์ระบบดิจิทัล 11 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร นครราชสีมา เชียงใหม่ สงขลา อุบลราชธานี สุราษฎร์ธานี ระยอง สิงห์บุรี สุโขทัย ขอนแก่น และอุดรธานี เมื่อมีการเปลี่ยนผ่านมาใช้เทคโนโลยีโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ทำให้สามารถออกอากาศได้มากถึง 48 ช่องรายการ ด้วยคุณภาพของภาพและเสียงที่ดีกว่าเดิม สามารถรองรับการให้บริการมัลติมีเดียใหม่ๆ และยังช่วยลดการใช้พลังงานของประเทศ และพัฒนาประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรคลื่นความถี่วิทยุให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นอีกหลายเท่าตัวด้วยขนาดคลื่นความถี่วิทยุที่เท่ากัน ซึ่งทำให้ประชาชนมีโอกาสเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและบริการที่มีความหลากหลายจากผลของจำนวนช่องรายการที่เพิ่มขึ้นด้วยคุณภาพที่ดีกว่าเดิม และส่งผลให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิต สังคม และเศรษฐกิจของประเทศโดยตรง

จากการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลในครั้งนี้ จึงส่งผลต่อพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ของประชาชน เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นจำนวนช่องรายการที่เพิ่มขึ้นจากเดิม 6 ช่อง เพิ่มขึ้นเป็น 48 ช่อง อุปกรณ์ที่ต้องรองรับการรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล การครอบคลุมของพื้นที่ที่รองรับสัญญาณ เนื้อหา และประเภทของรายการที่เปลี่ยนแปลงและถูกจัดให้เป็นหมวดหมู่ ช่วงเวลาในการออกอากาศ ซึ่งประชาชนอาจยังไม่มีความพร้อม ไม่มีความรู้ความเข้าใจ ทั้งในเรื่องของการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล ความพร้อมในเรื่องของอุปกรณ์รับสัญญาณ วิธีและช่องทางในการรับชม นโยบายการแจกคุปของ กสทช. สำหรับแลกซื้อกล่องรับสัญญาณดิจิทัล หรือแลกซื้อโทรทัศน์ใหม่ หรือแม้แต่แนวโน้มของธุรกิจทีวีดิจิทัล ธุรกิจโฆษณาสำหรับโทรทัศน์ระบบดิจิทัล สิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนส่งผลต่อพฤติกรรมการรับชมและความพึงพอใจของประชาชน ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการรับชมและความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประชาชน โดยเลือกศึกษาจากประชาชนผู้ที่เปิดรับชมโทรทัศน์ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นหนึ่งในพื้นที่ที่ถูกกำหนดให้เป็นพื้นที่นำร่องในการรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัลประกอบกับกรุงเทพมหานครนั้นเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยีของประเทศไทย ซึ่งมีประชากรอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก อีกทั้งการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล ทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐสถานียโทรทัศน์ในฐานะผู้ส่ง และโดยเฉพาะภาคประชาชนในฐานะผู้รับต้องมีความพร้อมเพื่อรองรับการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล และสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ทั่วทุกครัวเรือน โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชมที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย
 - 1.1 การค้นหาข้อมูล และความคิดเห็น
 - 1.2 การซื้อ หรือการใช้อุปกรณ์ และวิธีการแลกคุปของทีวีดิจิทัล
 - 1.3 การเลือกเปิดรับสื่อ
 - 1.3.1 การเลือกเปิดรับชมช่องรายการ
 - 1.4 การเลือกรับรู้
 - 1.4.1 ความสนใจในประเภทของรายการ
 - 1.4.2 ความถี่ในการรับชม
 - 1.5 การเลือกจดจำ
 - 1.5.1 การเลือกวันในการรับชม

- 1.5.2 การเลือกช่วงเวลาในการรับชม
- 1.6 ปัจจัยที่มีผลต่อการตอบสนองความต้องการในการเปิดรับสื่อ
 - 1.6.1 เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance)
 - 1.6.2 เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decisions)
 - 1.6.3 เพื่อต้องการข้อมูลในการสนทนา (Discussions)
 - 1.6.4 เพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participating)
 - 1.6.5 เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น (Reinforcement)
 - 1.6.6 เพื่อความบันเทิง (Relaxation and Entertainment)
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย
 - 2.1 ด้านการผลักดันให้เกิดโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของ กสทช. ในส่วนของการแจกคู่มือทีวีดิจิทัล
 - 2.2 ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ เกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของ กสทช.
 - 2.3 ด้านคุณภาพในการรับชม
 - 2.4 ด้านจำนวนช่องรายการ
 - 2.5 ด้านประเภทของรายการ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ลักษณะประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงข้อมูลพฤติกรรมการรับชมที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัล
2. ได้ทราบถึงข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการเปลี่ยนผ่านโทรทัศน์ระบบดิจิทัล
3. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการปรับปรุงแก้ไข และทราบแนวโน้มในการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประชาชน อีกทั้ง ทำให้การเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะส่วนงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กสทช. ผู้ผลิตรายการ ผู้ให้บริการช่องรายการ ฯลฯ ใช้เป็นข้อมูลเพื่อทำให้ผู้ชมสามารถรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัลได้ทุกครั้งเร็วขึ้น และเพิ่มปริมาณของผู้ชมให้มากยิ่งขึ้น
4. เพื่อสามารถนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด หรือ กำหนดเนื้อหาประเภทรายการให้

สอดคล้องกับพฤติกรรมมารับชมและความพึงพอใจของกลุ่มผู้รับชมโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ได้แก่ เอเยนซีโฆษณา ผู้ผลิตรายการ ผู้ให้บริการช่องรายการ ในการผลิตเนื้อหาหรือประเภทของรายการที่สอดคล้องกับพฤติกรรมมารับชมที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประชาชน

ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา เน้นศึกษาพฤติกรรมมารับชมและความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเน้นเฉพาะการรับชมและความพึงพอใจของผู้ชมผ่านสื่อโทรทัศน์เท่านั้น

2. ขอบเขตด้านประชากร

2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ คนกรุงเทพมหานคร จำนวน 5,741,509 ล้านคน (สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล, 2557) ซึ่งเป็นผู้รับชมโทรทัศน์

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ คนกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นผู้ที่รับชมโทรทัศน์จำนวน 400 ตัวอย่าง แบ่งออกเป็น นักเรียนนักศึกษา 200 ตัวอย่าง และคนทำงาน 200 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นพื้นที่นาร่องในการส่งสัญญาณโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ผู้ศึกษาจึงเลือกคนกรุงเทพมหานครและเป็นผู้ที่รับชมโทรทัศน์เป็นประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยใช้หลักการกระจายตัวประชากรของกรุงเทพมหานคร ได้แบ่ง 50 เขต ออกเป็น 6 กลุ่มเขต ดังนี้ (1) กลุ่มกรุงเทพกลาง (2) กลุ่มกรุงเทพ (3) กลุ่มกรุงเทพเหนือ (4) กลุ่มกรุงเทพตะวันออก (5) กลุ่มกรุงเทพเหนือ (6) กลุ่มกรุงเทพใต้ (สำนักงานการศึกษา กรุงเทพมหานคร, 2558)

3. ขอบเขตด้านระยะเวลาการศึกษาระหว่างเดือน มกราคม 2558 - พฤษภาคม 2558

สมมติฐานการศึกษา

ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศและอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลแตกต่างกัน

นิยามศัพท์

โทรทัศน์ระบบดิจิทัล หรือโทรทัศน์ดิจิทัล คือ การส่งผ่านของเสียงและวิดีโอ โดยสัญญาณดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพสูงทั้งความคมชัดของภาพและเสียง โดยมีการใช้สัญญาณและการประมวลผลในลักษณะเดียวกับคอมพิวเตอร์ ซึ่งสามารถที่จะส่งข้อมูลได้มากกว่าแบบเดิมเมื่อเทียบในหนึ่งช่องสัญญาณ และมีคุณภาพของภาพและเสียงดีกว่าด้วย และระบบดิจิทัลเป็นระบบการรับส่งสัญญาณภาพและเสียงมีข้อมูลที่มีการเข้ารหัสเป็นดิจิทัล มีค่า “0” กับ “1” เท่านั้น โดยมีกระบวนการต่างๆ ที่จะทำให้การแปลงสัญญาณภาพและเสียงให้เป็นดิจิทัล มีการบีบอัดข้อมูลทำการเข้ารหัสข้อมูลก่อนที่จะส่งผ่านตัวกลางไปสู่ผู้รับปลายทาง

โทรทัศน์ระบบแอนะล็อก คือ โทรทัศน์ที่ใช้อยู่แพร่หลายในปัจจุบันเป็นระบบโทรทัศน์ที่แพร่สัญญาณโดยการนำเอาสัญญาณภาพมาผสมกับสัญญาณวิทยุ แพร่ภาพเป็นแบบ AM และผสมสัญญาณเสียงเข้ากับคลื่นและแพร่สัญญาณเป็นแบบ FM ซึ่งใช้ช่องความถี่ตามมาตรฐานในย่านความถี่ VHF (Very High Frequency) ขนาด 7 เมกะเฮิร์ตซ์ และมาตรฐานในย่านความถี่ UHF (Ultra High Frequency) ขนาด 8 เมกะเฮิร์ตซ์ ที่ต้องใช้ช่องความถี่กว้างขนาดนี้ เนื่องจากว่าข้อมูลภาพแบบแอนะล็อกเป็นข้อมูลที่มีขนาดใหญ่มาก เป็นระบบการรับส่งสัญญาณภาพและเสียงเป็นสัญญาณเชิงเส้นทั้งในภาคการส่งสัญญาณและภาครับสัญญาณซึ่งภาพและเสียงคมชัดในระดับหนึ่ง

พฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ หมายถึง การแสดงออก การกระทำ อารมณ์ความรู้สึกต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรับชมรายการโทรทัศน์ ซึ่งมีลักษณะพฤติกรรมการรับชม ได้แก่ ความสนใจในการรับชมด้านรูปแบบรายการ ความสนใจในการรับชมด้านเนื้อหา ความสนใจในการรับชมด้านปัจจัยต่างๆ ความถี่ในการรับชม ช่วงเวลา และระยะเวลาในการติดตามรับชม

ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจของมนุษย์เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรมไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนและต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคลจึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นสิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของบุคคลนั้นให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้น

การเปลี่ยนผ่าน หมายถึง กระบวนการยุติการออกอากาศโทรทัศน์ระบบแอนะล็อกเดิมไปสู่ระบบดิจิทัลซึ่งมีการใช้มาตรฐาน DVB-T2 เป็นมาตรฐานโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศในอาเซียนร่วมกัน

กรอบแนวคิดในการศึกษา

ลักษณะประชากรศาสตร์

ของประชาชนในเขต

กรุงเทพมหานคร

- เพศ
- อายุ
- สถานภาพ
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- ภูมิลำเนา/ที่อยู่อาศัย
- ประเภทที่อยู่อาศัย



พฤติกรรมการรับชมที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล

- การค้นหาข้อมูล และความคิดเห็น
- การซื้อหรือการใช้อุปกรณ์ และคู่มือทีวีดิจิทัล
- การเลือกเปิดรับสื่อ
- การเลือกรับรู้
- การเลือกจดจำ
- ปัจจัยที่มีผลต่อการตอบสนองความต้องการในการเปิดรับสื่อ

ความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล

- ด้านการผลักดันให้เกิดโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของ กสทช. ในส่วนของการแจกคู่มือทีวีดิจิทัล
- ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของ กสทช.
- ด้านคุณภาพในการรับชม
- ด้านจำนวนช่องรายการ
- ด้านประเภทของรายการ

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

บททวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนผ่านโทรทัศน์ระบบแอนะล็อกสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล

กิจการโทรทัศน์นั้นถือได้ว่าเป็นกิจการที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมโดยรวมของประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อประชาชนในหลายด้าน อาทิ ความคิด ความเชื่อ พฤติกรรม และการใช้ชีวิต การเปลี่ยนไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลจึงส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพชีวิตของประชาชน รวมถึงความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดการพัฒนา

ทางด้านความเป็นอยู่ ความคิด ความเข้าใจต่อสังคมภายนอก และมีโอกาสที่จะเลือกในสิ่งที่ตรงกับความต้องการของตนเองมากยิ่งขึ้น แต่เดิมจนถึงปัจจุบันประเทศไทยมีการส่งสัญญาณโทรทัศน์แบบภาคพื้นดิน หรือ Terrestrial Broadcasting ระบบแอนะล็อก (Analog) โดยส่งคลื่นความถี่ผ่านอากาศไปยังเสาหนวดกุ้งหรือก้างปลาตามที่อยู่อาศัยของประชาชน ในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินนั้น สามารถแบ่งออกเป็น 3 ยุค (Generation) คือ (สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5, 2557)

ยุคที่ 1 ยุคโทรทัศน์ขาว-ดำ (พ.ศ. 2490-2510)

ยุคที่ 2 ยุคโทรทัศน์สี (พ.ศ. 2510-2555)

ยุคที่ 3 ยุคโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (พ.ศ. 2557-ปัจจุบัน)

ซึ่งในยุคกิจการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล หรือยุคที่ 3 นี้ ได้มีการเปลี่ยนโครงสร้างการประกอบกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ โดยจะมีการประกอบกิจการที่แยกออกจากกันระหว่างผู้ผลิตรายการ ผู้ให้บริการโทรทัศน์ (ช่องรายการ) ผู้ให้บริการโครงข่าย ผู้ให้บริการลูกค้า และสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างจากยุคที่ 1 และ 2 ซึ่งมีเพียงผู้ผลิตรายการและผู้แพร่เสียงแพร่ภาพไปยังผู้ชมผ่านทางสถานีโทรทัศน์เท่านั้น

หนึ่งในประเด็นสำคัญของการเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์จากแอนะล็อกสู่ระบบดิจิทัล คือ การเลือกใช้มาตรฐานเทคโนโลยี คือ มาตรฐาน DVB-T2 (Second Generation Digital Terrestrial Television Broadcasting System) ซึ่งมีประสิทธิภาพเชิงเทคโนโลยีสูงสุด และยอมรับกันโดยทั่วไปว่าเป็นมาตรฐานที่จะมีประสิทธิภาพสูงสุดในอนาคตอีกยาวนาน ตลอดจนมีประสิทธิภาพทางเศรษฐศาสตร์ หากประชาชนจำเป็นที่จะต้องรับภาระในการจัดหาอุปกรณ์ภาครับโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ในฐานะภาครัฐที่มีอำนาจในการเลือกมาตรฐานจึงควรเลือกมาตรฐานที่ประชาชนมีภาระน้อยที่สุด ดังนั้น การเลือกมาตรฐานที่ประชากรส่วนใหญ่ของโลกเลือกใช้จะส่งผลให้เกิดการผลิตอุปกรณ์เป็นจำนวนมากซึ่งจะทำให้เกิดความประหยัดเชิงขนาด (Economy of Scale) และทำให้ราคาอุปกรณ์ของมาตรฐานนั้นๆ มีราคาลดลง ซึ่งจากการพิจารณาข้อมูลที่เกี่ยวข้องพบว่ามาตรฐาน DVB-T2 เป็นมาตรฐานที่จำนวนประเทศประกาศรับรองมากที่สุด อาทิ ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศอินเดีย และประเทศรัสเซีย เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาคอาเซียน ดังนั้น ประเทศต่างๆ ในภูมิภาคอาเซียนต่างมีความจำเป็นที่จะต้องมีการเปลี่ยนผ่านเช่นกันและประเทศต่างๆ เหล่านั้นต่างก็มีความจำเป็นที่จะต้องพิจารณาเลือกมาตรฐานโทรทัศน์ เช่นเดียวกับประเทศไทย ดังนั้น รัฐบาลของประเทศต่างๆ จึงมีแนวคิดที่ร่วมกันพิจารณาให้ประเทศต่างๆ ภายในภูมิภาคอาเซียนเลือกใช้มาตรฐานเดียวกันเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพทางเศรษฐศาสตร์

นอกจากนี้ ยุทธศาสตร์การเปลี่ยนผ่านไปสู่การรับส่งสัญญาณวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ได้มีการกำหนดระยะเวลาในการดำเนินงาน อาทิ ให้มีการเริ่มรับส่งสัญญาณวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลภายใน 4 ปี มีมาตรการส่งเสริมสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาการผลิตอุปกรณ์รับส่งสัญญาณวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ภายใน 3 ปี มีมาตรการส่งเสริมสนับสนุนอุปกรณ์รับส่งสัญญาณวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลสำหรับผู้มีรายได้น้อยภายใน 3 ปี และมีจำนวนครัวเรือนในเมืองใหญ่ที่สามารถรับส่งสัญญาณวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ภายใน 5 ปี (กสทช., ม.ม.ป.)

ในปี 2558 กสทช. ได้เริ่มพิจารณาจัดทำแผนการยุติการรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ในระบบแอนะล็อก (Analogue Switch-Off : ASO) พร้อมทั้งการใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ที่ได้คืนจากการยุติระบบแอนะล็อก (Digital Dividend) โดยการพิจารณาจัดทำแผนการยุตินั้นจะคำนึงถึงความพร้อมของประชาชน ผู้ประกอบกิจการ และประเทศโดยรวม รวมถึงกรอบระยะเวลาในการยุติของกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนที่ได้กำหนดช่วงเวลายุติการออกอากาศโทรทัศน์ในระบบแอนะล็อกอยู่ภายในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2558-2563 (อิสริย์ ประดิษฐ์ธีระ, 2555)

ในเบื้องต้น กสทช. ได้กำหนดช่องรายการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลทั้งหมด 48 ช่อง โดยแบ่งเป็นช่องรายการบริการชุมชน 12 ช่อง (แต่ละเขตบริการ) ช่องรายการบริการสาธารณะ 12 ช่อง (ระดับชาติ) โดยช่องรายการทั้ง 2 ประเภท จะเป็นการให้ใบอนุญาตแบบใช้วิธีการคัดเลือก (Beauty Contest) และช่องรายการบริการทางธุรกิจ 24 ช่อง (ระดับชาติ) จะใช้วิธีคัดเลือกโดยวิธีการประมูลคลื่นความถี่ (Auction) ตามที่พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553 ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้ ได้มีการแบ่งช่องรายการบริการทางธุรกิจออกเป็น 4 ประเภทได้แก่ ช่องรายการเด็ก เยาวชน และครอบครัว 3 ช่อง ช่องรายการข่าวสารและสาระ 7 ช่อง ช่องรายการทั่วไปแบบความคมชัดปกติ (Standard Definition: SD) 7 ช่อง และช่องรายการทั่วไปแบบความคมชัดสูง (High Definition: HD) 7 ช่อง (กสทช., ม.ม.ป.)

2. ความรู้เกี่ยวกับคู่มือทีวีดิจิทัล

หลังจากถกเถียงกันมานานเรื่องการสนับสนุนการเข้าสู่ยุคดิจิทัลทีวีของไทยว่าภาครัฐฯ โดย กสทช. เป็นเจ้าภาพหลักจะมีแนวทางอย่างไร หลายวิธีถูกนำเสนอเพื่อเป็นตัวเลือกในการลดภาระของประชาชน จนในที่สุดได้มีมติที่เป็นเอกฉันท์กำหนดว่าจะแจก “คู่มือ” เพื่อเป็นส่วนลดในการซื้อกล่องหรือโทรทัศน์สำหรับรับส่งสัญญาณดิจิทัลทีวีในราคาอุดหนุนครัวเรือนละ 690 บาท ซึ่ง กสทช. จะแจก

คุปองถึงมือทุกคนเร็วเรื่อนที่มีสิทธิราว 22 ล้านครัวเรือนในช่วงแรก จากนั้นจึงจะพิจารณาขยายสิทธิต่อไปยังประชาชนกลุ่มอื่นๆ การแจกคุปองทีวีดิจิทัล ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้วงการโทรทัศน์ไทยก้าวเข้าสู่ยุคทีวีดิจิทัลอย่างเต็มตัว กสทช. เตรียมจัดส่งคุปองสนับสนุนค่าอุปกรณ์รับชมทีวีดิจิทัล รอบที่ 1 จำนวน 21 จังหวัด เริ่ม 10 ตุลาคม 2557 โดยจะส่งคุปองทีวีดิจิทัลทางไปรษณีย์ไทยแบบลงทะเบียน ผลตอบรับจากการแจกคุปอง 21 จังหวัดแรก ทำให้ทาง กสทช. ยอมรับว่ายังต้องทำการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงประชาชนมากกว่านี้ เพราะมีหลายส่วนยังเข้าไม่ถึงข้อมูล ทาง กสทช. เองก็มีแนวคิดที่จะอนุมัติงบประมาณอีกจำนวนหนึ่งเพื่อณรงค์และสร้างความเข้าใจให้กับ 21 จังหวัดที่กำลังจะแจกคุปองในเดือนพฤศจิกายน 2557 โดยมี 3 ประเด็นหลักๆ คือ (กสทช., 2557)

(1) ประชาชนต้องรู้ว่าบ้านของตนอยู่ในพื้นที่ที่มีการแจกคุปองหรือไม่ เพราะแจกครั้งละ 21 จังหวัด ไม่ได้แจกพร้อมกันทั่วประเทศ และแต่ละจังหวัดก็อาจไม่ครอบคลุมทุกอำเภอ เพราะ กสทช. ทำการแจกแค่พื้นที่ที่สัญญาณดิจิทัลทีวีไปถึงเท่านั้น

(2) กสทช. จะพิจารณาแจกคุปองกลุ่มแรกให้กับทะเบียนบ้านที่มีเจ้าบ้านก่อน ส่วนกลุ่มต่อมาจะพิจารณาในทะเบียนบ้านที่ไม่มีเจ้าบ้านแต่มีผู้อยู่อาศัย รวมทั้งกลุ่มทะเบียนบ้านชั่วคราว และกลุ่มบ้านเช่า ซึ่งในกลุ่มหลังนี้ กสทช. กำลังพิจารณาหาหลักเกณฑ์ในการรับรองสิทธิเพื่อให้การแจกคุปองเป็นไปอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม

(3) ไม่ยกเลิกสิทธิให้ใคร เว้นแต่ว่าเต็มใจ แต่ถ้ามีการถูกบังคับก็ขอให้ร้องเรียนมาทาง กสทช. โดย กสทช. ตั้งเป้าว่าจะแจกคุปองให้ประชาชนทั่วประเทศแล้วเสร็จภายในระยะเวลา 3 ปี แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความรวดเร็วของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้วย เพราะตอนนี้บางจังหวัดก็ยังไม่ได้ กสทช. ตั้งใจจะขยายโครงข่ายในปีแรกไว้ที่ 50% ปีที่ 2 80% ปีที่ 3 90% ปีที่ 4 95% เพราะฉะนั้นคุปองจะถูกส่งไปพร้อมกับสัญญาณทีวีไปถึง

3. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure Behavior)

Klapper (1960) กล่าวว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเป็นกระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ขั้นตอน ได้แก่

(1) การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) หมายถึง แนวโน้มของคนเราที่จะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความในใจที่มีอยู่เดิมรวมทั้งพยายามหลีกเลี่ยงไม่สื่อสารในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจของตน หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิม ซึ่งการเลือกเปิดรับสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลนั้นถือเป็นการตอบสนองหรือการแก้ปัญหาจากการรับชมระบบแอนะล็อกที่มีสัญญาณไม่ชัดเจน เป็นต้น

(2) การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ ได้แก่ วัย อายุการศึกษา อาชีพ รายได้ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนเลือกจะเปิดรับสื่อประเภทใดแบบใดตามความชอบและความสนใจ และมีแนวโน้มแสวงหาข่าวสารที่สนับสนุนการตัดสินใจนั้น (Reinforcement Information) มากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ขัดแย้งกับสิ่งที่กระทำลงไป เป็นต้น

(3) การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) หลังจากที่คุณเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว บุคคลก็จะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายของสารนั้นตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น ดังนั้น บุคคลมักจะบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่พอใจของตน

(4) การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำเนื้อหาสาระของข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ เข้าไว้เป็นประสบการณ์ของตนเอง เพื่อจะนำไปใช้ในโอกาสต่อไปด้วย และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ เรื่องที่ขัดแย้งหรือเรื่องที่ค้านกับความคิดของตนเอง ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับเท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารให้มีความมั่นคงยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น กล่าวคือ ความพร้อมที่จะจดจำสารของผู้รับสารจึงมักเกิดขึ้นกับคนที่พร้อมจะเข้าใจ และพร้อมที่จะลืมสำหรับคนที่ไม่พร้อมจะเข้าใจ

นอกจากนี้ ประมะ สตะเวทิน (2546) อธิบายไว้ว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับสารนั้น และบุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อต้องการตอบสนองความต้องการของตนเอง 6 ประการดังนี้ (1) เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์รอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันเหตุการณ์และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรรู้ (2) เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อเหตุการณ์รอบๆ ตัว (3) เพื่อต้องการข้อมูลในการสนทนา (Discussions) โดยการเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นได้ (4) เพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participating) การมีส่วนร่วมในเหตุการณ์และความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบๆ ตัว (5) เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยเสริมสร้างความคิดเห็นให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (6) เพื่อความบันเทิง (Relaxation and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินรวมทั้งการผ่อนคลายอารมณ์ของผู้รับสาร

จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้เป็นกรอบแนวคิดการศึกษาในด้านพฤติกรรม การรับชมที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล ประกอบด้วย การค้นหาข้อมูลและความคิดเห็น การซื้อ หรือการใช้อุปกรณ์ และคู่มือทีวีดิจิทัล การเลือกเปิดรับสื่อ การเลือกรับรู้ การเลือกจดจำ ปัจจัยที่มีผลต่อการตอบสนองความต้องการในการเปิดรับสื่อเพื่อศึกษาและทราบถึงข้อมูลพฤติกรรม การรับชมที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัล

4. แนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Use and Gratification/Satisfaction Theory)

เป็นการศึกษาในแง่จิตวิทยาสังคมทางด้านความเชื่อและความคิดเห็นส่วนบุคคล โดยที่บุคคลจะเป็น ผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ ในการสื่อสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง (กาญจนา แก้วเทพ, 2545) นอกจากนี้ สุรพงษ์ โสชนะเสถียร (2533) กล่าวว่า การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้น เป็นแนวคิดทาง ด้านการสื่อสารในแง่ที่ผู้รับสารคือตัวจักรที่จะตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก การศึกษาตามแนวคิดนี้เป็นการศึกษาที่เน้นผู้รับสาร (Media Consumer) เป็นจุดเริ่มต้น โดยศึกษาว่า ผู้รับสารนั้นมีกระบวนการอย่างไรในการเลือกเปิดรับสื่อหนึ่งๆ กระบวนการดังกล่าว หมายถึงพฤติกรรม การสื่อสาร (Communication Behavior) ที่ครอบคลุมถึงภูมิหลังของผู้รับสาร ด้วยเหตุนี้ การใช้สื่อ และความพึงพอใจในการสื่อสารประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้ 1) ผู้รับสารในฐานะเป็นผู้ที่มีบทบาทรุก (Active) และมีวัตถุประสงค์เสมอในการสื่อสารหรือเปิดรับสาร (Goal Directed) 2) การใช้สื่อหรือ การเปิดรับสื่อหนึ่งๆ ที่เลือกสรรมาแล้วก็เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง ไม่ใช่เป็นการ เปิดรับสารที่เลื่อนลอยหรือเป็นผลชักจูงใจจากผู้ส่งสารแต่เพียงอย่างเดียว 3) ความพึงพอใจในสื่อ เกิดขึ้นเมื่อการเปิดรับสื่อหรือการใช้สื่อที่เลือกแล้วนั้นเป็นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นในทางกลับกันผู้ส่งสาร จำเป็นต้องแข่งขันกันเพื่อการบริการให้ประชาชน ผู้รับสารพึงพอใจมิใช่เกิดจากตัวผู้ส่งสารเองนั้นพอใจ

นอกจากนี้ แคทซ์และคณะ (Katz, et al., 1973) ได้ศึกษาถึงทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความ พึงพอใจ ซึ่งจะเน้นและให้ความสำคัญกับผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ เพื่อสนอง ความต้องการของตนเอง ซึ่งเป็นการศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับสภาวะทางสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิด ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวแล้วนำไปสู่การเปิดรับสื่อในรูปแบบต่างๆ อันก่อให้เกิด การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ ซึ่งสามารถสรุปเป็นความต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อหรือ การรับสื่อของผู้รับสารในแง่ต่างๆ 5 รูปแบบ ดังนี้ 1) ความต้องการที่จะรู้ (Cognitive Needs) คือ ความต้องการด้านความข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความคิด และความเข้าใจ 2) ความต้องการด้านอารมณ์

(Affective Needs) คือ ความต้องการด้านความคิดเห็น ความบันเทิงและความสุนทรีย์ 3) ความต้องการการไม่แปลกแยก (Personal Integrative Needs) คือ ความต้องการในการสร้างความมั่นคงให้กับตนเอง ด้านความน่าเชื่อถือ ความสนใจ ความมั่นคง และสถานภาพของ ตนเอง 4) ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Social Integrative Needs) คือ ความเชื่อมั่นในการติดต่อสัมพันธ์ทางสังคมกับคนในครอบครัว เพื่อน และคนอื่นๆ ในสังคม 5) ความต้องการที่ปลดปล่อยตัวจากความตึงเครียด (Tension Release Needs) คือ ความต้องการหันเหและหลีกเลี่ยงความกดดันและปัญหาต่างๆ ในชีวิตประจำวันโดยหันไปหาสิ่งบันเทิงใจในสื่อมวลชนเพื่อลดความเครียด จากแนวคิดนี้ ผู้วิจัยนำมาใช้กรอบแนวคิดความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประชาชนในฐานะผู้รับสารดังนี้ 1) ด้านการผลักดันให้เกิดโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของ กสทช. ในส่วนของการแจกคู่มือที่วิดิทัศน์ 2) ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ เกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของ กสทช. 3) ด้านคุณภาพในการรับชม 4) ด้านจำนวนช่องรายการ 5) ด้านประเภทของรายการ

วิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการรับชมและความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ชมโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรของผู้รับชมโทรทัศน์ที่แน่นอน ผู้ศึกษาจึงได้ใช้สูตรการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากร และกำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% ระดับความมีนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 ตัวอย่าง และเพื่อป้องกันความผิดพลาดในการตอบแบบสอบถาม จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น ดังนั้น จึงกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นจำนวนเท่ากับ 400 ตัวอย่าง เพื่อเป็นตัวแทนของประชากร โดยกำหนดเป็นนักศึกษา 200 ตัวอย่าง และคนทำงาน 200 ตัวอย่าง ในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้หลักการกระจายตัวของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร (สำนักงานการศึกษา กรุงเทพมหานคร, 2558) ซึ่งแบ่ง 50 เขตออกเป็น 6 กลุ่ม ดังนี้

(1) กลุ่มกรุงเทพกลาง ประกอบด้วย เขตพระนคร เขตดุสิต เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตดินแดง เขตสัมพันธวงศ์ เขตห้วยขวาง เขตพญาไท เขตราชเทวี และเขตวังทองหลาง

(2) กลุ่มกรุงเทพใต้ ประกอบด้วย เขตปทุมวัน เขตบางรัก เขตสาทร เขตบางคอแหลม เขตยานนาวา เขตคลองเตย เขตวัฒนา เขตพระโขนง เขตสวนหลวง และเขตบางนา

(3) กลุ่มกรุงเทพเหนือ ประกอบด้วย เขตจตุจักร เขตบางซื่อ เขตลาดพร้าว เขตหลักสี่ เขตดอนเมือง

เขตสายไหม และเขตบางเขน

(4) กลุ่มกรุงเทพตะวันออก ประกอบด้วย เขตบางกะปิ เขตสะพานสูง เขตบึงกุ่ม เขตคันนายาว เขตลาดกระบัง เขตมีนบุรี เขตหนองจอก เขตคลองสามวา และเขตประเวศ

(5) กลุ่มกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย เขตธนบุรี เขตคลองสาน เขตจอมทอง เขตบางกอกใหญ่ เขตบางกอกน้อย เขตบางพลัด เขตตลิ่งชัน และเขตทวีวัฒนา

(6) กลุ่มกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย เขตภาษีเจริญ เขตบางแค เขตหนองแขม เขตบางขุนเทียน เขตบางบอน เขตราชบุรีบูรณะ และเขตทุ่งครุ

ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยแบ่งได้เป็น 3 แบบ ดังนี้

(1) Purposive Sampling เป็นการเลือกตัวอย่างโดยให้เป็นไปโดยเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของผู้ทำการศึกษา เช่น ทำการแบ่งเขตในกรุงเทพมหานครเป็น 6 กลุ่มเขต

(2) ใช้ Quota Sampling สำหรับนักเรียนนักศึกษา 200 ตัวอย่าง และคนทำงาน 200 ตัวอย่าง

(3) Convenience Sampling เป็นการเลือกตัวอย่างเพราะความสะดวกหรือง่ายต่อการศึกษา เช่น ลงพื้นที่เก็บข้อมูลตามโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา มหาวิทยาลัยทั้งรัฐและเอกชน และสถานที่ทำงานที่มีที่ตั้งตาม 6 กลุ่มเขตนั้นๆ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้ศึกษาได้สร้างเครื่องมือและขั้นตอนการสร้างเครื่องมือหรือแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการรับชมที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิและหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคได้เท่ากับ 0.9442 จากการทดลองเก็บกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 30 ชุด



ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการรับชมและความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ข้อมูลพฤติกรรมการรับชมที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล
3. ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล
4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน เป็นเพศหญิงมากที่สุดมีจำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.50 และรองลงมาเป็นเพศชาย มีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 มีอายุระหว่าง 20–29 ปี มากที่สุด มีจำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 มีสถานภาพโสดมากที่สุด มีจำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 79.00 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือ เทียบเท่ามากที่สุด มีจำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 79.50 มีอาชีพนักศึกษามากที่สุด มีจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 มีรายได้เฉลี่ย ไม่เกิน 10,000 บาท มากที่สุดมีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 มีภูมิลำเนา/ที่อยู่อาศัยอยู่ที่ กรุงเทพมหานคร มากที่สุด มีจำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 และมีที่อยู่อาศัยเป็นประเภทบ้านเดี่ยวมากที่สุด มีจำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00

2. ข้อมูลพฤติกรรมการรับชมที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล (n=400)

2.1 ตาราง 2.1 จำแนกตามการรู้จักโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (สามารถตอบได้หลายข้อ)

การรู้จักโทรทัศน์ระบบดิจิทัล	จำนวน	ร้อยละ
รู้จัก เพราะได้รับความรู้จากการประชาสัมพันธ์ของ กสทช.	253	46.00
รู้จัก เพราะมีบุคคลอื่นอธิบายให้ฟัง	134	24.40
รู้จัก เพราะศึกษาด้วยตนเองผ่านสื่อต่างๆ	136	24.70
ไม่รู้จัก แต่คิดว่าจะค้นหาข้อมูล	18	3.30
ไม่รู้จัก และไม่คิดว่าจะค้นหาข้อมูล	9	1.60
รวม	550	100.00

จากตารางที่ 2.1 พฤติกรรมการรับชมที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับการรู้จักโทรทัศน์ระบบดิจิทัล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบว่า รู้จัก เพราะได้รับความรู้จากการประชาสัมพันธ์ของ กสทช. มากที่สุด มีจำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคือ รู้จัก เพราะศึกษาด้วยตนเองผ่านสื่อต่างๆ มีจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 24.70 รู้จัก เพราะมีบุคคลอื่นอธิบายให้ฟัง มีจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 24.40 เป็นต้น

2.2 ตารางที่ 2.2 จำแนกตามการเลือกคำตอบเกี่ยวกับความคิดเห็นกับการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล และการรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (สามารถเลือกตอบได้หลายข้อ)

ความคิดเห็นกับการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล และการรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล	จำนวน	ร้อยละ
ชอบ เพราะระบบการส่งสัญญาณภาพแบบใหม่ประหยัดพลังงาน และรับฟังได้หลายภาษา	130	13.90
ชอบ เพราะคุณภาพของภาพและเสียงคมชัดดีกว่าเดิม	246	26.30
ชอบ เพราะมีจำนวนช่องเพิ่มขึ้นกว่าเดิม	218	23.30
ชอบ เพราะมีรายการหลากหลายประเภทเพิ่มขึ้น	181	19.40
ไม่ชอบ เพราะสับสนจำเลขช่องไม่ได้	86	7.30
ไม่ชอบ เพราะเนื้อหารายการไม่น่าสนใจ ไม่มีคุณภาพ	26	2.80
ไม่ชอบ เพราะหาช่องที่ดูประจำไม่เจอ	38	4.10
ไม่ชอบ เพราะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนอุปกรณ์	22	2.40
ไม่ชอบโทรทัศน์ระบบดิจิทัล	5	0.50
รวม	934	100.00

จากตารางที่ 2.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ชอบการรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัลเพราะคุณภาพของภาพและเสียงคมชัดดีกว่าเดิม มากที่สุด มีจำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 26.30 รองลงมาคือ ชอบ เพราะมีจำนวนช่องเพิ่มขึ้นกว่าเดิม มีจำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 23.30 ชอบ เพราะมีรายการหลากหลายประเภทเพิ่มขึ้น มีจำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 19.40 เป็นต้น

2.3 ตารางที่ 2.3 จำแนกตามอุปกรณ์ในการรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (สามารถเลือกตอบได้หลายข้อ)

อุปกรณ์ในการรับชมโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
เสาอากาศปลา/หนวดกิ้ง และดูโทรทัศน์ระบบแอนะล็อก (ทีวีภาคพื้นดิน)	40	8.20
เสาอากาศปลา/หนวดกิ้ง ต่อกับกล่อง Set Top Box และดูโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ทีวีภาคพื้นดิน)	113	23.20
เสาอากาศปลา/หนวดกิ้ง ต่อกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัล	32	6.60
TV Digital Built-in (ทีวีภาคพื้นดิน)		
จานดาวเทียม	140	28.70
เคเบิลทีวี	163	33.40
รวม	488	100.00

จากตารางที่ 2.3 สามารถอธิบายพฤติกรรมในการรับชมที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับอุปกรณ์ในการรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล มีผู้ที่ตอบคำถาม 400 คน และมีคำตอบทั้งสิ้น 488 คำตอบ ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบว่า เคเบิลทีวี มากที่สุด มีจำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 33.40 รองลงมาคือ จานดาวเทียม มีจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 28.70 เสาอากาศปลา/หนวดกิ้ง ต่อกับกล่อง Set Top Box และดูโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ทีวีภาคพื้นดิน) มีจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 23.20



2.4 ตารางที่ 2.4 จำแนกตามการได้รับและการนำคู่มือทีวีดิจิทัลไปใช้

การได้รับ และการนำคู่มือทีวีดิจิทัลไปใช้	จำนวน	ร้อยละ
ได้รับแล้ว แต่ยังไม่ได้ใช้	132	33.00
ได้รับแล้ว และใช้แลกกล่อง Set Top Box ฟรี (กรณีกล่องมูลค่า 690 บาท)	138	34.50
ได้รับแล้ว และใช้เป็นส่วนลดในการซื้อกล่อง Set Top Box (กรณีกล่องมูลค่าเกิน 690 บาท)	36	9.00
ได้รับแล้ว และใช้เป็นส่วนลดในการซื้อ TV Digital Built-in	6	1.50
ยังไม่ได้รับ	88	22.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2.4 สามารถอธิบายพฤติกรรมการรับชมที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของผู้ตอบแบบสอบถามถึงข้อมูลการได้รับและการนำคู่มือทีวีดิจิทัลไปใช้ ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับคู่มือแล้ว และใช้แลกกล่อง Set Top Box ฟรี (กรณีกล่องมูลค่า 690 บาท) มากที่สุด มีจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมาคือได้รับแล้ว แต่ยังไม่ได้ใช้ มีจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 ยังไม่ได้รับ มีจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 เป็นต้น

2.5 จำแนกตามช่องที่เลือกรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้หลายข้อ พบว่าช่อง 3 HD มากที่สุด มีจำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 16.20 รองลงมาคือ ช่อง 7 HD มีจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 14.40 ช่อง Workpoint Creative TV มีจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ช่อง GMM One มีจำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 10.70 ช่อง GMM Channel มีจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30 ช่อง 29 MONO TV มีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ช่อง Thairath TV มีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 4.40

2.6 จำแนกตามประเภทของรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลที่รับชม โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้หลายข้อพบว่า คือ ลำดับที่ 1 เป็นรายการประเภท รายการละคร จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.80 ลำดับที่ 2 เป็นรายการประเภท รายการภาพยนตร์ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ลำดับที่ 3 เป็นรายการประเภท รายการบันเทิง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00

2.7 จำแนกตามความถี่ในการรับชม พบว่า มีความถี่ในการรับชม 6-7 วัน มากที่สุด มีจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมา คือ 2-3 วัน มีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 ต่ำกว่า 2 วัน มีจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.30 และ 4-5 วัน มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.30

2.8 จำแนกตามวันในการรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล พบว่า ลำดับที่ 1 รับชมทุกวัน จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 ลำดับที่ 2 รับชมวันเสาร์-วันอาทิตย์ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.80 และลำดับที่ 3 รับชมวันศุกร์-วันอาทิตย์ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50

2.9 จำแนกตามช่วงเวลาในการรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จะรับชมในช่วงเวลา 20.01 - 23.00 น. มากที่สุด จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.30 ลำดับที่ 2 ช่วงเวลา 18.01 - 20.00 น. จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 และลำดับที่ 3 ช่วงเวลา 06.01 - 08.00 น. จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30

2.10 ตารางที่ 2.10 จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับชมโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์	325	34.60
เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ	54	5.80
เพื่อต้องการข้อมูลในการสนทนา	115	12.30
เพื่อต้องการมีส่วนร่วม	45	4.80
เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น	56	6.00
เพื่อความบันเทิง	343	36.60
รวม	938	100.00

จากตารางที่ 2.10 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล พบว่า มีผู้ที่ตอบคำถาม 400 คน และมีคำตอบทั้งสิ้น 938 คำตอบ ดังนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบว่าเพื่อความบันเทิงมากที่สุด มีจำนวน 343 คน คิดเป็นร้อยละ 36.60 รองลงมาคือ เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ มีจำนวน 325 คน

คิดเป็นร้อยละ 34.60 เพื่อต้องการข้อมูลในการสนทนา มีจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 12.30 เป็นต้น

3. ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล

ตารางที่ 3.1 แสดงความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 1) การผลักดันให้เกิดโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของ กสทช. 2) การให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของ กสทช. 3) คุณภาพในการรับชม 4) จำนวนช่องรายการ และ 5) ประเภท/เนื้อหาของรายการ

ความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่าน สู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล	ค่าเฉลี่ย	S.D	แปลผล
1. ด้านการผลักดันให้เกิดโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของ กสทช. ในส่วนของการแจกคู่มือทีวีดิจิทัล			
1.1 การแจกคู่มือเพื่อเป็นส่วนลดหรือแลกซื้ออุปกรณ์	3.58	1.00	มาก
1.2 ราคาคู่มือ 690 บาท	3.21	1.02	ปานกลาง
1.3 ระยะเวลาในการแจก และขั้นตอนการใช้คู่มือ	3.14	0.98	ปานกลาง
1.4 สถานที่ในการแลกหรือใช้คู่มือ	3.29	0.97	ปานกลาง
รวม	3.31	0.99	ปานกลาง
2. ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ เกี่ยวกับโทรทัศน์ ระบบดิจิทัลของ กสทช.			
2.1 ความรู้ ความเข้าใจที่ได้จากการให้ข้อมูล	3.44	0.87	มาก
2.2 ช่องทาง และวิธีการในการให้ข้อมูล	3.41	0.86	มาก
2.3 ระยะเวลา และความถี่ในการให้ข้อมูล	3.34	0.92	ปานกลาง
รวม	3.40	0.88	ปานกลาง

ความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่าน สู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล	ค่าเฉลี่ย	S.D	แปลผล
3. ด้านคุณภาพในการรับชม			
3.1 คุณภาพความคมชัดของภาพคมชัดมากขึ้น	3.88	0.85	มาก
3.2 คุณภาพเสียงเป็นระบบเสียงหลายมิติ Surround System	3.76	0.86	มาก
3.3 คุณภาพของสัญญาณไม่มีปัญหาเรื่องสัญญาณรบกวน	3.45	0.93	มาก
3.4 สามารถเลือกรับชมรายการได้ตามเวลาที่สะดวกโดย สามารถชมรายการย้อนหลังได้	3.64	0.92	มาก
3.5 กลุ่มคนพิการสามารถเข้าถึงการรับชมได้มากขึ้น	3.50	0.88	มาก
รวม	3.65	0.89	มาก
4. ด้านจำนวนช่องรายการ			
4.1 มีจำนวนช่องรายการเพิ่มขึ้นจากเดิม 6 ช่อง เป็น 48 ช่อง	3.78	0.94	มาก
4.2 มีการแบ่งประเภทของช่องรายการที่เฉพาะเจาะจง คือ บริการสาธารณะ 12 ช่อง บริการชุมชน 12 ช่อง และ บริการทางธุรกิจ 24 ช่อง	3.70	1.28	มาก
4.3 มีการแบ่งประเภทของช่องบริการทางธุรกิจ 24 ช่อง ออกเป็น รายการเด็กเยาวชนและครอบครัว (SD) 3 ช่อง รายการข่าวสารและสาระ (SD) 7 ช่อง รายการทั่วไป แบบความคมชัดมาตรฐาน (SD) 7 ช่อง และรายการ ทั่วไปแบบความคมชัดมาตรฐานสูง (HD) 7 ช่อง	3.68	0.83	มาก
รวม	3.72	1.02	มาก

ความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่าน สู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล	ค่าเฉลี่ย	S.D	แปลผล
5. ด้านประเภท/เนื้อหาของรายการ			
5.1 มีการแบ่งประเภท/เนื้อหาของรายการออกเป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจน สามารถรับชมได้เฉพาะเจาะจง ซึ่งมี 16 ประเภท	3.59	0.84	มาก
5.2 บริการทางธุรกิจมีการแบ่งประเภท/เนื้อหาของรายการที่ชัดเจน สามารถรับชมได้เฉพาะเจาะจง เช่น รายการเด็กเยาวชนและครอบครัว (SD) รายการข่าวสารและสาระ (SD) รายการทั่วไปแบบความคมชัดมาตรฐาน (SD) รายการทั่วไปแบบความคมชัดมาตรฐานสูง (HD)	3.63	0.82	มาก
รวม	3.61	0.83	มาก
รวมทั้ง 5 ด้าน	3.54	0.92	มาก

จากตารางที่ 3.1 พบว่า ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล รวมทั้ง 5 ด้านของผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความพึงพอใจมาก สามารถสรุปรายด้านได้ ดังนี้

1. ความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล ด้านการผลักดันให้เกิดโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของ กสทช. ในส่วนของการแจกคู่มือทีวีดิจิทัล ผลจากการสำรวจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการแจกคู่มือเพื่อเป็นส่วนลดหรือแลกซื้ออุปกรณ์ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=3.58) รองลงมาคือ สถานที่ในการแลก หรือใช้คู่มือ (ค่าเฉลี่ย=3.29) ราคาคู่มือ 690 บาท (ค่าเฉลี่ย=3.21) และระยะเวลาในการแจก และขั้นตอนการใช้คู่มือ มีความพึงพอใจน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย=3.14) ตามลำดับ

2. ความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของ กสทช. ผลจากการสำรวจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจที่ได้จากการให้ข้อมูล มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=3.44) รองลงมาคือ ช่องทาง และวิธีการในการให้ข้อมูล (ค่าเฉลี่ย=3.41) และระยะเวลา และ ความถี่ในการให้ข้อมูล มีความพึงพอใจน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย=3.34) ตามลำดับ

3. ความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล ด้านคุณภาพในการรับชม ผลจากการสำรวจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกี่ยวกับคุณภาพความคมชัดของภาพคมชัดมากขึ้น มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=3.88) รองลงมาคือ คุณภาพเสียงเป็นระบบเสียงหลายมิติ Surround System (ค่าเฉลี่ย=3.76) สามารถเลือกรับชมรายการได้ตามเวลาที่สะดวกโดยสามารถชมรายการย้อนหลังได้ (ค่าเฉลี่ย=3.64) กลุ่มคนพิการสามารถเข้าถึงการรับชมได้มากขึ้น (ค่าเฉลี่ย=3.50) และคุณภาพของสัญญาณไม่มีปัญหาเรื่องสัญญาณรบกวน มีความพึงพอใจน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย=3.45) ตามลำดับ

4. ความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล ด้านจำนวนช่องรายการ ผลจากการสำรวจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกี่ยวกับมีจำนวนช่องรายการเพิ่มขึ้นจากเดิม 6 ช่อง เป็น 48 ช่อง มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=3.78) รองลงมาคือ มีการแบ่งประเภทของช่องรายการที่เฉพาะเจาะจง คือบริการสาธารณะ 12 ช่อง บริการชุมชน 12 ช่อง และบริการทางธุรกิจ 24 ช่อง (ค่าเฉลี่ย=3.70) และมีการแบ่งประเภทของช่องบริการทางธุรกิจ 24 ช่อง ออกเป็น รายการเด็กเยาวชน และครอบครัว(SD) 3 ช่อง รายการข่าวสารและสาระ (SD) 7 ช่อง รายการทั่วไปแบบความคมชัดมาตรฐาน (SD) 7 ช่องและ รายการทั่วไปแบบความคมชัดมาตรฐานสูง (HD) 7 ช่อง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย=3.68) ตามลำดับ

5. ความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล ด้านประเภท/เนื้อหาของรายการ ผลจากการสำรวจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกี่ยวกับบริการทางธุรกิจมีการแบ่งประเภท/เนื้อหาของรายการ ที่ชัดเจน สามารถรับชมได้เฉพาะเจาะจง เช่น รายการเด็กเยาวชนและครอบครัว (SD) รายการข่าวสารและสาระ (SD) รายการทั่วไปแบบความคมชัดมาตรฐาน (SD) รายการทั่วไปแบบความคมชัดมาตรฐานสูง (HD) มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย=3.63) รองลงมาคือมีการแบ่งประเภท/เนื้อหาของรายการออกเป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจน สามารถรับชมได้เฉพาะเจาะจง ซึ่งมี 16 ประเภท (ค่าเฉลี่ย=3.59) ตามลำดับ

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ และอายุ ส่งผลให้ความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลแตกต่างกัน โดยแยกเป็นสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานย่อยที่ 1 เพศมีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล

4.1 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างเพศกับความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล

ความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่าน สู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล	ค่าเฉลี่ย		T	Sig.
	ชาย	หญิง		
1.การผลักดันให้เกิดโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ของ กสทช. ในส่วนของการแจกคู่มือ ทีวีดิจิทัล	3.28	3.32	-0.32	0.45
2.การให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ เกี่ยวกับ โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของ กสทช.	3.29	3.44	-1.15	0.43
3.คุณภาพในการรับชม	3.55	3.68	-1.11	0.05*
4.จำนวนช่องรายการ	3.68	3.73	-0.46	0.10
5.ประเภท/เนื้อหาของรายการ	3.50	3.65	-1.58	0.47

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.1 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์โดยใช้ Independent-Sample t-test สามารถสรุปได้ว่า เพศมีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล ในด้านคุณภาพในการรับชม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่เพศไม่มีผลต่อความความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลในด้านการผลักดันให้เกิดโทรทัศน์ระบบดิจิทัล การให้ข้อมูลข่าวสาร จำนวนช่องรายการ และประเภท/เนื้อหาของรายการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



สมมติฐานย่อยที่ 2 อายุที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลแตกต่างกัน

4.2 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างอายุกับความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล

ความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล	ค่าเฉลี่ย							F	Sig.
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	มากกว่า 60 ปี			
1.การผลักดันให้เกิดโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ของ กสทช. ในส่วนของการแจกคู่มือทีวีดิจิทัล	3.39	3.32	3.33	2.97	3.02	4.75	4.76		*0.00
2.การให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ของ กสทช.	3.67	3.32	3.26	3.39	3.53	3.33	2.84		*0.03
3.คุณภาพในการรับชม	3.67	3.68	3.58	3.54	3.83	3.80	1.64		0.35
4.จำนวนช่องรายการ	3.02	3.75	3.64	3.44	3.69	3.55	2.27		0.11
5.ประเภท/เนื้อหาของรายการ	1.47	1.48	1.38	1.36	1.55	1.20	2.86		*0.04

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.2 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์โดยใช้ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) สามารถสรุปได้ว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลแตกต่างกัน ในด้านการผลักดันให้เกิดโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ของ กสทช. ในส่วนของการแจกคู่มือทีวีดิจิทัล ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ เกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของ กสทช. และด้านประเภท/เนื้อหาของรายการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ถือว่ายอมรับสมมติฐานการวิจัยขณะที่ด้านอื่นๆ คือ คุณภาพในการรับชม และจำนวนช่องรายการ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของช่วงอายุที่แตกต่างกัน

บทสรุปและการอภิปรายผล

1. การรู้จักโทรทัศน์ระบบดิจิทัล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักเพราะได้รับความรู้จากการประชาสัมพันธ์ของ กสทช. มากที่สุด รองลงมาคือ รู้จัก เพราะศึกษาด้วยตนเองผ่านสื่อต่างๆ และรู้จัก เพราะมีบุคคลอื่นอธิบายให้ฟัง ตลอดจนความคิดเห็นกับการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล และการรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบเพราะคุณภาพของภาพและเสียงคมชัดดีกว่าเดิม มากที่สุด รองลงมาคือ ชอบ เพราะมีจำนวนช่องเพิ่มขึ้นกว่าเดิม และชอบ เพราะมีรายการหลากหลายประเภทเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กาญจนา วาณิชกรและคณะ (2552) พบว่า การปรับเปลี่ยนการแพร่ภาพโทรทัศน์ภาคพื้นดินจากระบบแอนะล็อกเป็นระบบดิจิทัลจะทำให้เกิดประโยชน์และส่งผลกระทบทางตรงต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 2 กลุ่มหลักๆ ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคหรือประชาชนทั่วไป และกลุ่มสถานีโทรทัศน์หรืออุตสาหกรรมโทรทัศน์ โดยกลุ่มผู้บริโภคหรือประชาชนทั่วไป มีโอกาสในการรับชมโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลที่มีความคมชัดมากขึ้นกว่าระบบแอนะล็อก และจำนวนช่องที่มีรายการที่หลากหลายมากขึ้น กลุ่มสถานีโทรทัศน์หรืออุตสาหกรรมโทรทัศน์ สามารถขยายจำนวนช่องรายการเพื่อเพิ่มความหลากหลายและตรงความต้องการของผู้ชมกลุ่มต่างๆ มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมทบ เต็มบุญบารมี (2557) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ก่อนเข้าสู่ยุคดิจิทัล พบว่าการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ของอุตสาหกรรมสื่อกำลังจะเกิดขึ้นภายในปี 2557 ด้วยระบบดิจิทัลจากเดิมที่มีสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี 6 ช่อง เพิ่มขึ้นเป็น 48 ช่อง คุณภาพของภาพและเสียงที่เพิ่มขึ้นระดับ HD การแข่งขันทางธุรกิจที่มากขึ้นโทรทัศน์ เป็นช่องทางการสื่อสารที่มีผู้เข้าถึงมากที่สุด นอกจากนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ อิศริย์ ประดิษฐ์ธีระ (2555) ที่พบว่า ในทางเศรษฐกิจผลกระทบต่อการแข่งขันอย่างเสรีของสถานีโทรทัศน์ ผู้ผลิตรายการ และผู้ประกอบการด้านการผลิตรายการจะก่อให้เกิดการพัฒนา “อุตสาหกรรมการผลิตเนื้อหาหารายการและอิเล็กทรอนิกส์ (Content and Electronics)” ส่งผลดีต่อผู้รับชม และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมดังกล่าว และการพัฒนาเทคโนโลยีการบริการรูปแบบใหม่ๆ อาทิเช่น HDTV, Interactive TV, Pay-Per-View, Mobile TV, Picture Radio จะก่อให้เกิดอุตสาหกรรมการผลิตเทคโนโลยีสมัยใหม่ ที่จะกลายเป็นการประกอบอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ในอนาคต แต่ในช่วงเปลี่ยนผ่านประเทศไทยยังไม่สามารถผลิตอุปกรณ์เครื่องส่งโทรทัศน์ และอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ในการถ่ายทำได้เอง ต้องนำเข้าจากประเทศผู้นำทางเทคโนโลยี ซึ่งหมายถึงประเทศไทยยังเป็นประเทศผู้ซื้อตลอดช่วงเวลาของการเปลี่ยนผ่านนั่นเอง

2. อุปกรณ์ในการรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัลผ่านเคเบิลทีวี มากที่สุด รองลงมาคือ จานดาวเทียม และเสาข้างปลา/หนวดกุ้ง ต่อกับกล่อง

Set Top Box คู่มือโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ทีวีภาคพื้นดิน) ส่วนการได้รับและการนำคู่มือทีวีดิจิทัลไปใช้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับคู่มือแล้ว และใช้แลกกกล่อง Set Top Box ฟรี (กรณีกล่องมูลค่า 690 บาท) มากที่สุด รองลงมาคือได้รับแล้ว แต่ยังไม่ได้อ่าน และยังไม่ได้รับ นอกจากนี้ ยังพบว่าการใช้คู่มือแลกกกล่อง Set Top Box เพียงแค่ 34.50% ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าอีก 33.00% มีการแลกกกล่องแต่ไม่เกิดการใช้งาน และอีก 22% ยังไม่ได้รับคู่มือ ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง 33.40% นั้นรับชมผ่านระบบเคเบิลทีวีอยู่แล้ว ดังนั้น การที่ประชาชนจะนำคู่มือไปแลกกกล่อง Set Top Box นั้น อาจจะมองว่าเป็นเรื่องยุ่งยากและบางครั้งแลกกมาแล้วไม่ได้ใช้ ซึ่งถึงแม้แลกกกล่อง Set Top Box นี้จะสามารถใช้กับเครื่องรับโทรทัศน์แบบเก่าได้ แต่ก็ไม่สามารถรับสัญญาณได้ครบทุกช่อง และยังไม่อยากเสียค่าใช้จ่ายเปลี่ยนโทรทัศน์ที่เป็นระบบดิจิทัล ตลอดจน ยังไม่เห็นความแตกต่างระบบสัญญาณความคมชัดของระบบดิจิทัลที่ผ่านแลกกกล่อง Set Top Box และระบบเคเบิล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อิศริย์ ประดิษฐ์ธีระ (2555) ที่พบว่า การเปลี่ยนผ่านมีผลกระทบต่อผู้บริโภคโดยตรงในเรื่องค่าใช้จ่ายในเรื่องอุปกรณ์การรับสัญญาณ ถึงแม้ว่า กสทช. จะประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับทีวีดิจิทัลไปแล้ว แต่มีความเข้าใจยังไม่ทั่วถึง โดยงานวิจัยนี้พบว่า มีกลุ่มตัวอย่าง 24.70% ที่ศึกษาเกี่ยวกับทีวีดิจิทัลด้วยตนเองผ่านสื่อ และทราบจากบุคคลอื่นอธิบาย 24.40% และผลจากการทดสอบสมมุติฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านการผลักดันให้เกิดโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ของ กสทช. ในส่วนของการแจกคู่มือทีวีดิจิทัลนั้นพบว่ามีความสัมพันธ์กับอายุในทุกช่วงตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปจนถึงช่วง 60 ปีขึ้นไป

3. การเลือกรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัลช่องใด ผู้ตอบแบบสอบถามรับชมช่อง 3 HD มากที่สุด รองลงมาคือ ช่อง 7 HD ช่อง Workpoint Creative TV ช่อง GMM One และช่อง GMM Channel และขอบประเภทของรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ลำดับที่ 1 เป็นรายการประเภทรายการละคร ลำดับที่ 2 เป็นรายการประเภท รายการภาพยนตร์ และลำดับที่ 3 เป็นรายการประเภทรายการบันเทิง โดยมีความถี่ในการรับชม ดังนี้ มีความถี่ในการรับชม 6-7 วัน มากที่สุด รองลงมา คือ 2-3 วัน และต่ำกว่า 2 วัน โดยมีการรับชมทุกวัน และในช่วงเวลา 20.01-23.00 น. มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสมทบ เต็มบุญบารมี (2557) พบว่าช่วงเวลาที่นิยมรับชมมากที่สุด คือ เวลา 21.00-22.00 น. มีผู้ชมโทรทัศน์ถึงร้อยละ 30 ของประชากร รูปแบบรายการที่ได้รับความนิยมในการรับชมสูงสุด คือละคร และภาพยนตร์ที่วีระบบแอนะล็อกช่อง 7 และช่อง 3 เดิมครองส่วนแบ่งตลาดรวมกันถึง ร้อยละ 80 แต่การขยายตัวของทีวีดาวเทียม หรือแซทเทลไลท์ทีวี กับเคเบิลทีวีที่มีจำนวนครัวเรือนที่ติดตั้งอุปกรณ์ดังกล่าวถึงร้อยละ 66 หรือ 1,548,000 ครัวเรือน ทำให้ผู้ชมกระจายไปในแต่ละช่องเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านอุปกรณ์ในการรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล โดยส่วนมาก ประชาชนยังคงรับชมผ่านเคเบิลทีวี หากจะมีการสนับสนุนให้รับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (ทีวีภาคพื้นดิน) ให้มากที่สุด ก็ควรสนับสนุนให้ประชาชนรับชมผ่านเสาข้างปลา/หมวดกึ่ง ต่อกับกล่อง Set Top Box หรือเสาข้างปลา/หมวดกึ่ง ต่อกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัล TV Digital Built-in (ทีวีภาคพื้นดิน) ให้มากขึ้น และให้ความรู้เรื่องอุปกรณ์รับสัญญาณให้มากขึ้น เปลี่ยนทัศนคติให้เห็นความจำเป็นในการยุติระบบแอนะล็อก และข้อดีของระบบดิจิทัล

2. ด้านการได้รับและการนำคู่มือทีวีดิจิทัลไปใช้ พบว่า ประชาชนได้รับแล้ว แต่ยังไม่ได้ใช้ถึง 22% เป็นเพราะเหตุใด และถ้ายังไม่ได้รับจะทำอย่างไร จึงควรประชาสัมพันธ์ให้มีการใช้คู่มือขยายเวลาการใช้คู่มือและตรวจสอบกรณีที่ประชาชนยังไม่ได้รับคู่มือสามารถรับย้อนหลังได้หรือไม่

3. ด้านการเลือกรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล พบว่า 5 ลำดับที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือก คือ รับชมช่อง 3 HD มากที่สุด รองลงมาคือ ช่อง 7 HD ช่อง Workpoint Creative TV ช่อง GMM One และช่อง GMM Channel จะเห็นได้ว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ยังคงรับชมช่อง 3 HD มากที่สุด และ ช่องทีวีดิจิทัลช่องใหม่ กำลังมีแนวโน้มผู้ชมเพิ่มขึ้น มากกว่าช่องทีวีเดิมบางช่อง ดังนั้นช่องทีวีเดิมบางช่อง ควรมีการปรับเนื้อหาของรายการ กลยุทธ์ทางการตลาด ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับชมของประชาชน

4. ประเภทของรายการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลที่รับชม โดยผู้ตอบแบบสอบถามเรียงลำดับการรับชม เป็น 3 ลำดับ คือ ลำดับที่ 1 เป็นรายการประเภทรายการละคร ลำดับที่ 2 เป็นรายการประเภทรายการภาพยนตร์ และลำดับที่ 3 เป็นรายการประเภทรายการบันเทิง ข้อมูลส่วนนี้ทำให้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์ระบบดิจิทัล และสามารถนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับชมของกลุ่มผู้รับชมโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ได้แก่ เอเจนซีโฆษณา ผู้ผลิตรายการ ผู้ให้บริการช่องรายการ ในการผลิตเนื้อหาหรือประเภทของรายการที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับชมที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประชาชน

5. วันในการรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล โดยผู้ตอบแบบสอบถามเรียงลำดับการรับชม เป็น 3 ลำดับ คือ ลำดับที่ 1 รับชมทุกวัน ลำดับที่ 2 รับชมวันเสาร์-วันอาทิตย์ และลำดับที่ 3 รับชม

วันศุกร์-วันอาทิตย์ และช่วงเวลาในการรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล โดยผู้ตอบแบบสอบถามเรียงลำดับการรับชม เป็น 3 ลำดับ คือ ลำดับที่ 1 ช่วงเวลา 20.01-23.00 น. ลำดับที่ 2 ช่วงเวลา 18.01-20.00 น. และลำดับที่ 3 ช่วงเวลา 06.01-08.00 น. ข้อมูลตรงส่วนนี้ สามารถนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมในการรับชม ของกลุ่มผู้รับชมโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ได้แก่ เอเจนซีโฆษณา ผู้ผลิตรายการ ผู้ให้บริการช่องรายการ ในการผลิตเนื้อหาหรือประเภทของรายการ ตามวันและเวลาที่สอดคล้องกับพฤติกรรมในการรับชมที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประชาชน

6. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับชมโทรทัศน์ระบบดิจิทัล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเพื่อความบันเทิง มากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ และเพื่อต้องการข้อมูลในการสนทนา ข้อมูลส่วนนี้ ผู้ผลิตรายการสามารถนำไปเป็นปัจจัยในการพิจารณาผลิตเนื้อหาของสื่อให้ตรงตามความต้องการและตอบสนองความต้องการของผู้รับชมได้ เนื่องจากการพัฒนาเทคโนโลยี ทำให้สื่อเกิดการหลอมรวมกับสื่ออื่นๆ ได้ (Media Convergence) ผู้ชมจึงมีโอกาสนในการเลือกทั้ง “เนื้อหา” (Message) และ “ช่องทาง”(Channel) ที่เหมาะสมกับลักษณะการดำเนินชีวิตของตนเอง

ในด้านความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ได้ทำการศึกษา มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านการผลักดันให้เกิดโทรทัศน์ระบบดิจิทัล ของ กสทช. ในส่วนของการแจกคู่มือทีวีดิจิทัล ผลจากการสำรวจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกี่ยวกับระยะเวลาในการแจก/ขั้นตอนการใช้คู่มือที่น้อยที่สุด ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องควรพิจารณาและเร่งดำเนินการในส่วนนี้ให้ทันกับความต้องการของประชาชน

2. ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ เกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลของ กสทช. ผลจากการสำรวจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกี่ยวกับระยะเวลา/ความถี่ในการให้ข้อมูลน้อยที่สุด ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีการให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ เกี่ยวกับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

1. จากข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีภูมิลำเนา/ที่อยู่อาศัยอยู่ที่กรุงเทพฯ ตะวันออก เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่แท้จริง ควรแบ่งกลุ่มตัวอย่างให้กระจายครอบคลุมทุกพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร
2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมและความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประชาชนในเขตปริมณฑลและต่างจังหวัดด้วย เพื่อจะได้ทราบพฤติกรรมและความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลในภาพรวม
3. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมและความพึงพอใจที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประชาชนอยู่เสมอ เนื่องจากพฤติกรรมและความพึงพอใจจะสามารถเปลี่ยนแปลงได้เสมอ ซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์ในการรับชมโทรทัศน์ ระบบดิจิทัล ความครอบคลุมของสัญญาณ เนื้อหาของรายการ เพื่อจะได้ทราบข้อมูลที่แท้จริง และเป็นปัจจุบันมากที่สุด อีกทั้งเพื่อเป็นข้อมูลให้กับเอเยนซีโฆษณา ผู้ผลิตรายการ ผู้ให้บริการช่องรายการ ในการผลิตเนื้อหาหรือประเภทของรายการที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับชมที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประชาชน

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2547). *ทฤษฎีและพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร* (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- กาญจนา วานิชกรและคณะ. (2552). *โครงการศึกษาวิจัยแนวทางการจัดทำนโยบายการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบโทรทัศน์ดิจิทัลสำหรับประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ.
- นที สุกุลรัตน์. บทความวิชาการ. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 16 มีนาคม 2558, จาก <http://www.drnattee.com/>
- ภาสกร เรืองรองและคณะ (มกราคม-มิถุนายน, 2557) *โทรทัศน์ดิจิทัล (Digital Television) วารสารเทคโนโลยีการศึกษาและมีเดียคอนเวอร์เจนซ์*, 1(1), 19-38.
- ประมะ สตะเวทิน. (2546). *การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี*. พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- สมทบ เต็มบุญบารมี. (2557). *พฤติกรรมกรรมการรับชมโทรทัศน์ก่อนเข้าสู่ยุคดิจิทัล*. กรุงเทพฯ: เอกสารการประชุมผลผลิตรายการอาวูโส สำนักการรายการ Thai PBS.
- สำนักงานการศึกษา กรุงเทพมหานคร. (2558). กลุ่มเขตกรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 16 มีนาคม 2558, จาก <http://www.bangkokeducation.in.th/article-details.php?id=89>
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.). (2557). *แนวโน้มการให้บริการทีวีดิจิทัลในปี 2557*. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2558, จาก <http://bcp.nbt.go.th/news/detail/1446>
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.). (ม.ม.ป.) *บทความดิจิทัลทีวี*. สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2558, จาก <http://digital.nbt.go.th/people.php>
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2558) *ประกาศแผนการเปลี่ยนระบบการรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์เป็นระบบดิจิทัล* สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2558, จาก <http://www.supinya.com/wp-content/uploads/2013/05>

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (กสทช.)
(กรกฎาคม – สิงหาคม, 2557). รู้จักสื่อรู้จักสิทธิ. วารสารสำหรับผู้บริโภคสื่อวิทยุ – โทรทัศน์. 2(10)

สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล.(2557). สถิติกรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2558, จาก [http://www.bangkok.go.th/upload/user/00000130/Logo/statistic/stat2557\(thai\).pdf](http://www.bangkok.go.th/upload/user/00000130/Logo/statistic/stat2557(thai).pdf)

สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5. (2557). การเปลี่ยนผ่านสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล. แผนกเทคนิค
โทรทัศน์ ทน.ททบ. สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2558, จาก http://www.tv5.co.th/technics/tv_digital_in_the_future.html

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). *การสื่อสารกับสังคม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อิสริย์ ประดิษฐ์ธีระ. (พฤษภาคม, 2555). ความเหลื่อมล้ำของระบบโทรทัศน์ดิจิทัลในประเทศไทยกับการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบ โทรทัศน์ดิจิทัลของประชาคมอาเซียน. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.)*, 18(2), 199-211.

Katz, E.,J.G. Blumler and M. Gurevitch.(1974). Uses and gratifications research. *Public Opinion Q.* 37, 509-523.

Klapper, J. T. (1960). *The effects of mass communication*. New York: The free.