

[วิจารณ์ , ฐิติ หน้า 213-231]



พฤติกรรมกาเปิดรับรายการข่าวและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับรายการ ข่าวสถานีโทรทัศน์ TNN24 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

News Program Exposure and Factors Influencing Selective
“TNN24” Television Station of Bangkokians

วิจารณ์ รัตนปริคณณ์* วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

ฐิติ วิทยาสรรณะ** วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

Viroon Rattanaprikon. College of Communication Arts. Rangsit University.

Thiti Vittayasarana. College of Communication Arts. Rangsit University.

Email: suratsu@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมกาเปิดรับรายการข่าวและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับรายการข่าว สถานีโทรทัศน์ TNN24 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมกาเปิดรับรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ TNN24 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ TNN24 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งมีการศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้

กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุ 20 - 30 ปี มากที่สุด รองลงมา คือ 31 - 40 ปี และ 41 - 50 ปี ซึ่งมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด รองลงมา คือ ปริญญาโท และมีมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. และ กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด รองลงมา คือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และข้าราชการ ตามลำดับ

ในส่วนของพฤติกรรมกาเปิดรับรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ TNN24 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างติดตามรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ TNN24 ระยะเวลา 4 ปี ขึ้นไป มากที่สุด รองลงมา คือ มากกว่า 3 ปี - 4 ปี และต่ำกว่า 1 ปี และ 1 - 2 ปี กลุ่มตัวอย่างรับชมรายการข่าว TNN GOOD MORNING NEWS มากที่สุด รองลงมา คือ เจาะลึก ข่าวร้อน และ TNN MIDNIGHT NEWS โดยรับชมรายการในช่วงเช้า (Early Morning) 06.00 - 09.00 น. มากที่สุด รองลงมา คือ ช่วงดึก (Late Night) 21.00 - 24.00 น. และ ช่วงระหว่างวัน (Daytime) 09.00 - 16.00 น. ซึ่งรับชมรายการผ่านสื่อโทรทัศน์ (Television) มากที่สุด รองลงมา คือ เฟซบุ๊ก (Facebook) และยูทูบ (Youtube) ตามลำดับ

* วิจารณ์ รัตนปริคณณ์ : นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

** ฐิติ วิทยาสรรณะ (ผศ.ดร.) : อาจารย์ประจำวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ TNN24 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแต่ละด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ TNN24 โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า ปัจจัย ด้านคู่แข่ง มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับสูง รองลงมา คือ ปัจจัยด้านองค์ประกอบรายการ และ ปัจจัยด้าน ช่องทางการออกอากาศเสริมทางออนไลน์

คำสำคัญ : พฤติกรรมการเปิดรับรายการข่าว, ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับรายการข่าว

Abstract

The research aimed to study the News Program Exposure and Factors Influencing Selective of "TNN24" Television Station of Bangkokians. The researcher used quantitative research method with purposive sampling from a sample of 200 people for the data analysis by specialized computer programs for statistical analysis. The results of the study are as follows:

The study showed that most samples were male, rather than female, Most of them aged 20 - 30 years old, followed by 31 - 40 years old and 41 - 50 years old. The majority of them has bachelor degree followed by masters and high school or vocational graduates. Most of their occupations were private employees, state employees and civil servants respectively.

In parts of the news program exposure and factors influencing selection of "TNN24" television station of Bangkokians, most of the samples preferred favorite programs in TNN24 television for more than 4 years, followed by the group of more than 3 years - 4 years, less than 1 year, and 1 - 2 years. Most samples were interested in TNN GOOD MORNING NEWS, JOR LUEK KHAO RON and TNN MIDNIGHT NEWS. Most of them watched programs during the early morning (06.00 - 09.00 AM), late night (21.00 - 24.00 PM) and daytime (09.00 AM - 16.00 PM) respectively. The most popular channel to receive news was from television followed by Facebook and YouTube. For the factors influencing the selection of "TNN24" television station news programs of people in Bangkok, the study found that the sample opinions about each factor influencing decision to watch TNN24's news programs were integral. With a thorough analysis, the research indicated that the rival factor highly influenced their decision making followed by the factor of program components and the factor of the additional online channels.

Keywords: News Program Exposure, Factors Influencing Selective News Program

บทนำ

ในปัจจุบันสภาพสังคมไทยมีการขยายตัวและเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ประชาชนส่วนใหญ่ มีความมุ่งหวังที่จะแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เพื่อช่วยให้ตนเองได้รับทราบถึงสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม อีกทั้งเพื่อนำมาใช้ในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป สื่อมวลชนประเภทสื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อหนึ่งที่มีความนิยมอย่างแพร่หลาย เนื่องจากเข้าถึงได้ง่ายต่อการรับรู้และทำความเข้าใจ รวมไปถึงยังสามารถมองเห็นได้ทั้งภาพและเสียงภายในเวลาเดียวกัน โทรทัศน์จึงได้เปรียบกว่าการนำเสนอข่าวผ่าน

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

สื่อ ประเภทอื่น ๆ ถึงแม้จะเป็นการรายงานข่าวประเภทเดียวกันก็ตาม

การนำเสนอรูปแบบเนื้อหาการผ่านสื่อโทรทัศน์โดยเฉพาะรายการข่าวนั้นเปรียบเสมือนกระจกสะท้อนความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในสังคม ทำให้ประชาชนได้รับรู้ข่าวสารในแต่ละวัน บางข่าวทำให้ประชาชนรู้ว่าเกิดอะไรขึ้นในสังคมที่พวกเขากำลังเผชิญอยู่เพื่อหาหนทางแก้ไข หรือบางข่าวก็สะท้อนให้รัฐบาลเห็นถึงความเดือดร้อนของประชาชนในแต่ละพื้นที่และเร่งแก้ปัญหาให้ลดลง ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าข่าวโทรทัศน์ไม่ได้มีหน้าที่เป็นเพียงสื่อมวลชนและนำเสนอข่าวอย่างเดียว หากแต่เป็นสื่อที่มีบทบาทในการพัฒนาสังคมด้วยการนำเสนอข่าวที่เป็นประโยชน์หรือแนวทางในการพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน แม้ว่าข่าวโทรทัศน์มีข้อจำกัดในการนำเสนอได้ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง แตกต่างจากข่าวในหนังสือพิมพ์ที่มีการนำเสนอได้อย่างละเอียดหรือเจาะลึกกว่า แต่ข่าวโทรทัศน์ก็สามารถสร้างประเด็นข่าวและกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคมได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว (นารินทร์ ไตสำลี, 2552)

ปัจจุบันรายการข่าวทางโทรทัศน์ยังคงได้รับความสนใจจากผู้ชมจำนวนมาก เพราะข่าวทางโทรทัศน์สามารถรวบรวมภาพข่าว รวมถึงการวิเคราะห์ข่าวจากผู้ดำเนินรายการร่วมด้วย จึงทำให้ผู้ชมสามารถรับชมได้ในเวลาต่าง ๆ ตามที่ตนเองสะดวก ส่งผลให้สื่อโทรทัศน์กลายเป็นทางเลือกในการรับข้อมูลข่าวสารแทนสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ และสื่อออนไลน์ที่ประชาชนนอกเมืองไม่สามารถเข้าถึงได้ และถือว่าการรับชมรายการข่าว มีความสำคัญในการรับรู้ข่าวสารประจำวันเป็นอย่างมาก ที่จะทำให้ผู้ชมสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ เช่น ทำให้รับรู้ความเคลื่อนไหวของการเมือง สังคม เศรษฐกิจ ฯลฯ โดยในแต่ละสถานีโทรทัศน์ก็ยังได้มีการปรับรูปแบบของรายการเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด (จิตวดี จิตประพันธ์, 2556, น. 2)

ปี พ.ศ. 2555 คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) มีหน้าที่ในการดำเนินการจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ได้มีมติต่อแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ โดยมียุทธศาสตร์เพื่อเปลี่ยนผ่านจากการส่งสัญญาณโทรทัศน์ด้วยระบบแอนะล็อกไปสู่การใช้ระบบดิจิทัล ภายในระยะเวลา 4 ปี จนกระทั่งเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2557 ประเทศไทยได้เริ่มมีการทดลองส่งสัญญาณโทรทัศน์ระบบดิจิทัล โดยเริ่มทดลองในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเป็นวันแรก และจะเริ่มยุติการรับส่งสัญญาณโทรทัศน์ระบบแอนะล็อกในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งถือว่าเป็นปรากฏการณ์ใหม่ในวงการสื่อสารมวลชนประเภทโทรทัศน์ให้มีคุณภาพสูงขึ้นทั้งความคมชัดของภาพและเสียง ซึ่งระบบดิจิทัลสามารถส่งข้อมูลได้มากกว่าระบบแอนะล็อกในหนึ่งช่องสัญญาณ จากเดิมที่มีการแบ่งช่องสัญญาณโทรทัศน์ระบบแอนะล็อกของไทยมีเพียง 6 ช่องสัญญาณเท่านั้น แต่เมื่อเป็นโทรทัศน์ระบบดิจิทัลจึงสามารถแบ่งได้เพิ่มขึ้นถึง 48 ช่องสัญญาณ ทำให้เกิดช่องรายการใหม่ ๆ ขึ้นมาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนที่เป็นผู้บริโภคจะได้รับชมเนื้อหาการรายการโทรทัศน์ที่หลากหลาย (เหมือนตะวัน สุทธิวิจิตรวรรณ, 2559) ส่งผลให้ทุกช่องที่วิดิทัศน์มีการพัฒนา ปรับปรุงรูปแบบ และวิธีการนำเสนอให้มีความน่าสนใจเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชม

สถานีโทรทัศน์ TNN24 (Thai News Network) เป็นสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลสถานีหนึ่งที่มียุทธศาสตร์ ในการนำเสนอข่าวอย่างเต็มรูปแบบ อยู่ภายใต้การบริหารงานของบริษัท ทูวูนิชั่น จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งเมื่อวันที่ 9 กันยายน 2550 เดิมชื่อ ยูบีซี นิวส์ (UBC News) ต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็น ทูวูนิชั่น 24 (True News 24) แล้วจึงเปลี่ยนเป็นชื่อปัจจุบันในวันที่ 1 มกราคม 2551 หลังจากนั้นเมื่อวันที่ 16 ตุลาคม 2553 สถานีโทรทัศน์ TNN24 ได้เริ่มส่งสัญญาณการออกอากาศในระบบ Free To Air เพื่อขยายฐานผู้ชมทั่วประเทศและทั่วโลก โดยสามารถรับชม TNN24 ผ่านทางจาน DTV และ PSI ช่อง 60 หรือที่ระบบ KU - Band ความถี่ 12604 H 30000 และ C - Band ความถี่ 3600 H 26667 จากนั้นเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2555 สถานีโทรทัศน์ TNN24 ได้

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

ปรับปรุงระบบ ส่งสัญญาณและการออกอากาศใหม่เป็นระบบโทรทัศน์ความละเอียดสูง (High Definition) และเริ่มออกอากาศช่อง TNN24 ระบบ HD ซึ่งระยะแรกออกอากาศทางระบบดิจิทัลเคเบิลใยแก้วของ ทูริทัศน์ ที่ช่อง 124 ต่อมาได้เปลี่ยนเลขช่องไปยัง ทูริทัศน์ ช่อง 121 แต่ในปัจจุบันออกอากาศทางทูริทัศน์ ช่อง 111 ทั้งระบบ จานดาวเทียมและระบบดิจิทัลเคเบิลใยแก้ว พร้อมกันนี้ช่อง TNN24 ระบบ SD ยังได้ปรับสัดส่วนภาพจาก 4:3 เป็น 16:9 อีกด้วย และเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2557 สถานีโทรทัศน์ TNN24 ได้เริ่มออกอากาศมาสู่ทีวีในระบบดิจิทัลแบบภาคพื้นดินโดยออกอากาศทางช่องหมายเลข 16 ผ่านเสาสัญญาณ มัลติเพล็กซ์ 2 ของกองทัพบก จนถึงปัจจุบัน

สำหรับสถานีโทรทัศน์ TNN24 นั้น มีการนำเสนอให้เป็นไปตามจุดยืนของสถานี คือ การเป็นสถานีข่าว ที่นำเสนอข่าวสดทุกรายการ เป็นสถานีข่าว 24 ชั่วโมงอย่างแท้จริง มีกองบรรณาธิการข่าว 7 กองข่าว คือ การเมือง เศรษฐกิจ สังคม - อาชญากรรม กีฬา ภูมิภาค เกษตร - เทคโนโลยี และต่างประเทศ เพื่อเปิดพื้นที่ให้กับกลุ่มผู้ชมทุกเพศ ทุกวัย ทุกการศึกษา ทุกอาชีพ และทุกระดับชั้นให้ได้รับการนำเสนอข่าวสารอย่างตรงประเด็น เป็นกลาง มีความรวดเร็ว และทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน โดยมีการนำเสนอรายการข่าวตามวันและเวลา ดังต่อไปนี้

Time	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday
06.00 - 08.00 น.	TNN GOOD MORNING NEWS				
08.00 - 09.00 น.	TNN NEWS				
10.00 - 10.05 น.	TNN HEADLINE NEWS (1)				
11.00 - 11.05 น.	TNN HEADLINE NEWS (2)				
12.00 - 12.05 น.	TNN HEADLINE NEWS (3)				
12.00 - 14.00 น.	TNN DAY NEWS				
14.00 - 14.05 น.	TNN HEADLINE NEWS (4)				
15.00 - 15.05 น.	TNN HEADLINE NEWS (5)				
15.00 - 16.00 น.	TNN NEWS				
16.00 - 16.05 น.	TNN HEADLINE NEWS (6)				
17.00 - 17.05 น.	TNN HEADLINE NEWS (7)				
17.30 - 18.00 น.	TNN NEWSROOM				
หมายเหตุ:					
วันจันทร์ - วันพฤหัสบดี 18.30 - 18.00 น. เดินหน้าประเทศไทย					
18.30 - 20.00 น. TNN NEWSROOM (2)					
วันศุกร์ 18.00 - 19.45 น. TNN NEWSROOM (2)					
19.30 - 20.15 น. ข่าวในพระราชสำนัก					

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

20.00 - 20.05 น.	TNN HEADLINE NEWS (8)
20.00 - 20.30 น.	ข่าวในพระราชสำนัก
20.30 - 21.40 น.	เจาะลึก ข่าวร้อน
22.10 - 22.15 น.	TNN HEADLINE NEWS (9)
23.00 - 24.00 น.	TNN MIDNIGHT NEWS

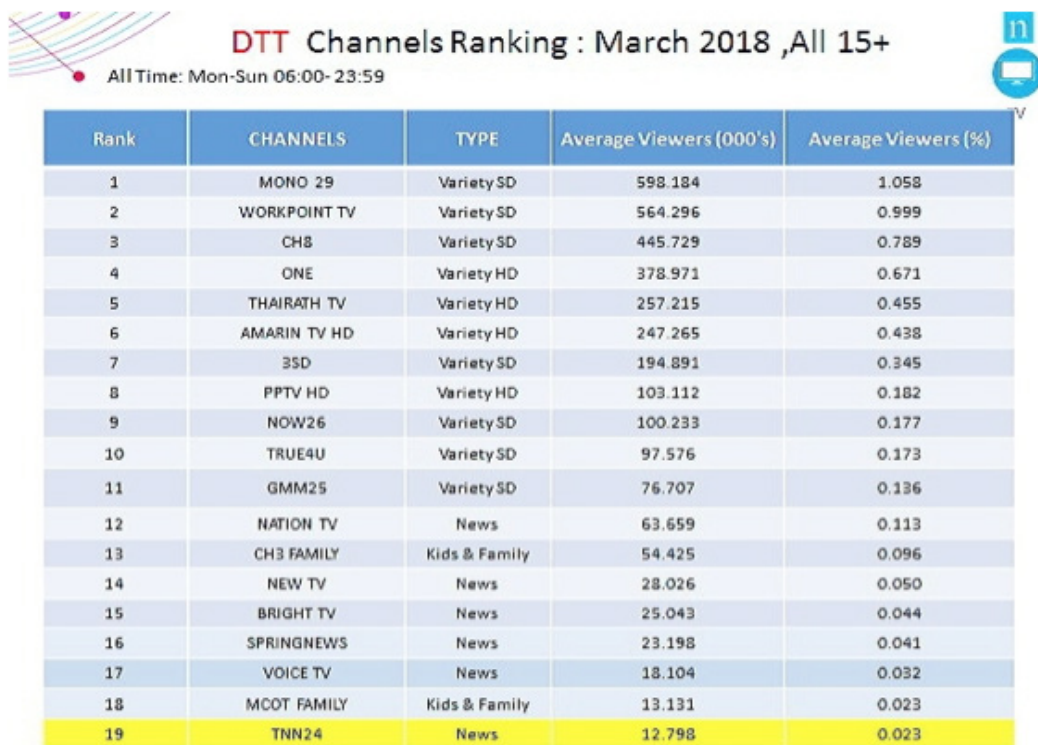
รูปที่ 1.1 แสดงเวลาในการออกอากาศรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ TNN24 (วันจันทร์ - วันศุกร์)
ที่มา: สถานีโทรทัศน์ TNN24, 2561

Time	Saturday	Sunday
08.00 - 11.00 น.	ห้องข่าวสดสัปดาห์	
11.00 - 11.05 น.	TNN HEADLINE NEWS (1)	
12.00 - 12.05 น.	TNN HEADLINE NEWS (2)	
12.00 - 14.00 น.	TNN DAY NEWS	
14.00 - 14.05 น.	TNN HEADLINE NEWS (3)	
15.00 - 15.05 น.	TNN HEADLINE NEWS (4)	
16.00 - 16.05 น.	TNN HEADLINE NEWS (5)	
17.00 - 17.05 น.	TNN HEADLINE NEWS (6)	
หมายเหตุ:		
	วันเสาร์	18.30 - 20.00 น. TNN NEWSROOM (1)
	วันอาทิตย์	18.30 - 19.00 น. TNN NEWSROOM (1)
	วันอาทิตย์	19.00 - 20.00 น. TNN NEWSROOM (1)
20.00 - 20.05 น.	TNN HEADLINE NEWS (7)	
20.00 - 20.30 น.	ข่าวในพระราชสำนัก	
20.30 - 21.30 น.	เจาะลึก ข่าวร้อน	
22.10 - 22.15 น.	TNN HEADLINE NEWS (8)	
23.00 - 24.00 น.	TNN MIDNIGHT NEWS	

รูปที่ 1.2 แสดงเวลาในการออกอากาศรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ TNN24 (วันเสาร์ - วันอาทิตย์)
ที่มา: สถานีโทรทัศน์ TNN24, 2561

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

TNN 24 ถือได้ว่าเป็นสถานีข่าวที่ยึดหลักการของการนำเสนอข่าวตรงประเด็น โดยให้ความสำคัญกับหลักจรรยาบรรณวิชาชีพ เน้นความเป็นกลาง นำเสนอประเด็นข่าวสำคัญต่าง ๆ ที่อยู่ในความสนใจของสังคม เจาะลึกเนื้อหาข่าว รวมไปถึงขยายความประเด็นให้ได้ครอบคลุมทุกสถานการณ์ ตลอดจนการเชิญวิทยากรที่มีความรู้ในเรื่องนั้น ๆ มาให้ข้อมูลเพิ่มเติม ไม่มีการวิเคราะห์หรือฟันธงว่าใครผิดใครถูกนอกเหนือจากความเป็นจริง (สถานีโทรทัศน์ TNN24, 2561) แต่จากผลการสำรวจพบว่า เรตติ้งของสถานีโทรทัศน์ TNN24 กลับมีลำดับท้าย ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น เนื่องจากจุดยืนของทางองค์กรเป็นสถานีข่าว ทำให้ไม่มีรายการละคร หรือรายการวาไรตี้ที่หลากหลายมากพอ และเมื่อเปรียบเทียบกับเรตติ้งกับสถานีข่าวในกลุ่มของทีวีดิจิทัลสถานีโทรทัศน์ TNN24 อยู่ลำดับสุดท้ายอีกเช่นเดียวกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสถานีโทรทัศน์ TNN24 นำเสนอเฉพาะรายการข่าวแต่เพียงอย่างเดียวและตลอด 24 ชั่วโมง ดังกล่าวข้างต้น



DTT Channels Ranking : March 2018 ,All 15+
All Time: Mon-Sun 06:00-23:59

Rank	CHANNELS	TYPE	Average Viewers (000's)	Average Viewers (%)
1	MONO 29	VarietySD	598.184	1.058
2	WORKPOINT TV	VarietySD	564.296	0.999
3	CH8	VarietySD	445.729	0.789
4	ONE	VarietyHD	378.971	0.671
5	THAIRATH TV	VarietyHD	257.215	0.455
6	AMARIN TV HD	VarietyHD	247.265	0.438
7	3SD	VarietySD	194.891	0.345
8	PPTV HD	VarietyHD	103.112	0.182
9	NOW26	VarietySD	100.233	0.177
10	TRUE4U	VarietySD	97.576	0.173
11	GMM25	VarietySD	76.707	0.136
12	NATION TV	News	63.659	0.113
13	CH3 FAMILY	Kids & Family	54.425	0.096
14	NEW TV	News	28.026	0.050
15	BRIGHT TV	News	25.043	0.044
16	SPRINGNEWS	News	23.198	0.041
17	VOICE TV	News	18.104	0.032
18	MCOT FAMILY	Kids & Family	13.131	0.023
19	TNN24	News	12.798	0.023

รูปที่ 1.3 แสดง DTT Channels Ranking: March 2018 ที่มา: สถานีโทรทัศน์ TNN24, 2561

จากแนวคิดของ Comstock & Others (1987 อ้างถึงใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534, น. 64 - 71) แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันอาจจะส่งผลถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกันด้วย ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของสถานีโทรทัศน์ TNN24

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรม的开รับรายการข่าวและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ TNN24 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม的开รับรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ TNN24 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ TNN24 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร แล้วนำผลการวิจัยที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนา และแก้ไขรูปแบบการนำเสนอรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ TNN24 ให้ดียิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรม的开รับรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ TNN24 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะทางประชากร
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ TNN24 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) สถานีโทรทัศน์ TNN24 สามารถนำผลการวิจัยมาเป็นสารสนเทศเพื่อการปรับปรุงและพัฒนา รูปแบบการนำเสนอรายการข่าวให้ดียิ่งขึ้น และสอดคล้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานครและผู้รับสารกลุ่มอื่นต่อไปในอนาคต

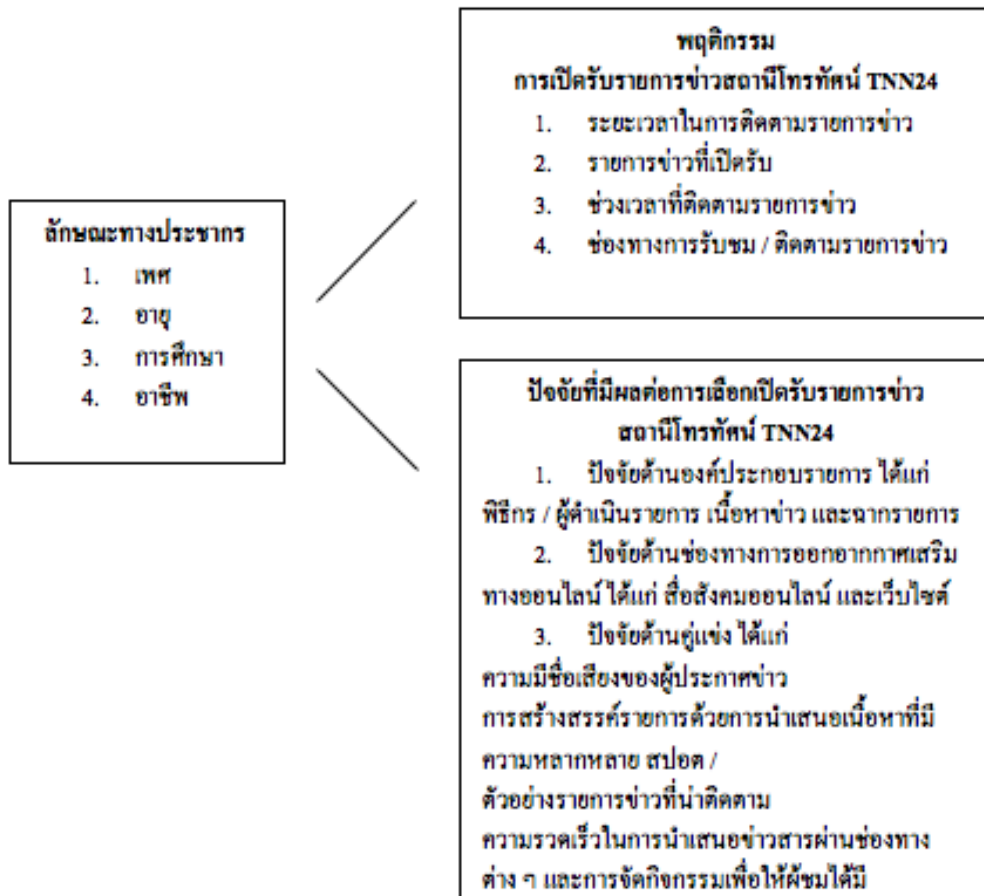
แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรม的开รับรายการข่าวและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ TNN24 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการศึกษา ดังนี้

- 1) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของ Comstock & Others (1987) ที่อธิบายถึงลักษณะทางประชากรทั้งเรื่องเพศ อายุ การศึกษา และรายได้
- 2) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับสารจากสื่อมวลชนของ McCombs & Becker (1979) ที่อธิบายถึงความต้องการของบุคคลในการเปิดรับสารจากสื่อมวลชน และธีรารักษ์ โปธิสุวรรณ (2556) ที่ได้อธิบายถึงปัจจัยที่มีความสำคัญกับการจัดรายการ
- 3) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับหลักการจัดและผลิตรายการโทรทัศน์ของ McCavitt and Pringle (1986) ที่อธิบายถึงช่วงเวลากับการเปิดรับสารจากสื่อมวลชน
- 4) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดและการส่งเสริมรายการของ ลักษณะ คัลลายแก้ว (2558) ที่ได้อธิบายถึงการส่งเสริมรายการและการใช้สื่อใหม่หรือสื่อออนไลน์
- 5) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับรายการข่าวโทรทัศน์ของประชัน วัลลิโก (2539) ที่ได้อธิบายถึงคุณค่าของข่าวที่ประชาชนให้ความสนใจและเลือกที่จะเปิดรับ

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย (Conceptual Framework)



จากกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ลักษณะทางประชากรของประชาชน ไม่ว่าจะเป็น เพศ อายุ การศึกษา หรือว่าอาชีพที่แตกต่างกัน อาจมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ TNN24 แตกต่างกันได้ด้วย

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ TNN24 นั้นประกอบด้วยปัจจัยด้านองค์ประกอบรายการ ได้แก่ พิธีกร / ผู้ดำเนินรายการ เนื้อหาข่าว และฉากรายการ ตลอดจนปัจจัยด้านช่องทางการออกอากาศเสริมทางออนไลน์ ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์ และเว็บไซต์ รวมไปถึงปัจจัยด้านคู่แข่ง ได้แก่ ความมีชื่อเสียงของผู้ประกาศข่าว การสร้างสรรค์รายการด้วยการนำเสนอเนื้อหาที่มีความหลากหลาย สปอต / ตัวอย่างรายการข่าวที่น่าติดตาม ความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวสารผ่านช่องทางต่าง ๆ และการจัดกิจกรรมเพื่อให้ผู้ชมได้มีส่วนร่วมร่วมกับรายการ

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่เป็นเป้าหมายหลักในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชนทั้งเพศชายและเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ TNN24 ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 12,798 คน (สถานีโทรทัศน์ TNN24, 2561) และเนื่องจากข้อจำกัดทางด้านระยะเวลาผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน จากประชาชนที่เปิดรับรายการข่าว ผ่านทางสถานีโทรทัศน์ รวมไปถึงประชาชนผู้ติดตามสื่อสังคมออนไลน์และเว็บไซต์ของสถานีโทรทัศน์ TNN24 ซึ่งทั้งนี้ก็ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายหลักของทางสถานีที่ได้กำหนดไว้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีวิธีการสร้างแบบสอบถาม ดังนี้

- 1) ศึกษาวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อนำมากำหนดขอบเขตและประเด็นของการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาในครั้งนี้
- 2) ศึกษาตามทฤษฎี หลักการ แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย (Conceptual Framework)
- 3) นำขอบเขตและประเด็นการเก็บรวบรวมข้อมูล และกรอบแนวคิดของการวิจัย (Conceptual Framework) มาพิจารณาประกอบกัน เพื่อระบุคำถามของการวิจัย (Research Question) และสร้างโครงสร้างการเก็บข้อมูลของแบบสอบถาม
- 4) นำโครงสร้างการเก็บข้อมูลมาสร้างข้อคำถาม ออกแบบรูปแบบคำถาม และการตอบ เพื่อให้เก็บรวบรวมให้ได้ข้อมูลจากการตอบคำถามได้อย่างครบถ้วน
- 5) นำแบบสอบถามฉบับร่างเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบแล้วทำการปรับปรุง แก้ไข ตามคำแนะนำ
- 6) นำแบบสอบถามไปทดสอบความเที่ยงตรงกับผู้เชี่ยวชาญได้แก่ บรรณาธิการข่าวการเมือง บรรณาธิการข่าวสังคม และบรรณาธิการข่าวศิลปวัฒนธรรมและบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ TNN24 จำนวน 3 ท่าน
- 7) นำแบบสอบถามที่มีความเที่ยงตรงมาทดสอบความน่าเชื่อถือ โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มนอกตัวอย่างก่อน (Pre - test) จำนวน 30 คน และเมื่อผ่านไป 1 เดือน ผู้วิจัยได้นำไปทดสอบกับกลุ่มเดิม อีกครั้ง (Post - test) แล้วจึงนำข้อมูลดังกล่าวมาหาค่าความน่าเชื่อถือ
- 8) นำข้อมูลที่ได้จากการทดสอบความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือ มาปรับปรุงแบบสอบถาม ฉบับร่าง แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบและแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญจนเป็นฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์เพื่อหาค่าทางสถิติ ด้วยระบบคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป แล้วนำผลการคำนวณมาเขียนวิเคราะห์เพื่อนำเสนอผลงาน โดยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างในประเด็นต่อไปนี้ 1) ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ 2) พฤติกรรมการเปิดรับรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ TNN24 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และ 3) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือก

เปิดรับรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ TNN24 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลตามลักษณะประชากร

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุ 20 - 30 ปี มากที่สุด รองลงมา คือ 31 - 40 ปี และ 41 - 50 ปี ซึ่งมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด รองลงมา คือ ปริญญาโท และมัธยมศึกษา ตอนปลาย / ปวช. และกลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด รองลงมา คือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และข้าราชการ ตามลำดับ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ TNN24 ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างติดตามรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ TNN24 ระยะเวลา 4 ปี ขึ้นไป มากที่สุด รองลงมา คือ มากกว่า 3 ปี - 4 ปี และต่ำกว่า 1 ปี และ 1 - 2 ปี กลุ่มตัวอย่างรับชมรายการข่าว TNN GOOD MORNING NEWS มากที่สุด รองลงมา คือ เจาะลึก ข่าวร้อน และ TNN MIDNIGHT NEWS โดยรับชมรายการในช่วงเช้า (Early Morning) 06.00 - 09.00 น. มากที่สุด รองลงมา คือ ช่วงดึก (Late Night) 21.00 - 24.00 น. และช่วงระหว่างวัน (Daytime) 09.00 - 16.00 น. ซึ่งรับชมรายการผ่านสื่อโทรทัศน์ (Television) มากที่สุด รองลงมา คือ เฟซบุ๊ก (Facebook) และยูทูบ (Youtube) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ TNN24 ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแต่ละด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ TNN24 โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาโดยละเอียด พบว่า ปัจจัยด้านคู่แข่ง มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับสูง รองลงมา คือ ปัจจัยด้านองค์ประกอบรายการ และปัจจัยด้านช่องทางการออกอากาศเสริมทางออนไลน์ ซึ่งสามารถนำเสนอแต่ละด้าน ได้ดังนี้

1) ปัจจัยด้านองค์ประกอบรายการ

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาโดยละเอียด พบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบรายการเกี่ยวกับเนื้อหาข่าว มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับสูง รองลงมา คือ ปัจจัยด้านองค์ประกอบรายการเกี่ยวกับฉากรายการ และปัจจัยด้านองค์ประกอบรายการเกี่ยวกับพิธีกร / ผู้ดำเนินรายการ ตามลำดับ

1.1) ปัจจัยด้านองค์ประกอบรายการเกี่ยวกับพิธีกร / ผู้ดำเนินรายการ มีผลต่อการตัดสินใจรับชมรายการข่าวอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาโดยละเอียด พบว่า พิธีกร / ผู้ดำเนินรายการ คือ คุณชนิธรนันท์ ปุณณะนิติ และคุณทิน โชคกมลกิจ มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับสูง รองลงมา คือ คุณสุจารี เทพอาวุธ และคุณขวัญชนก เจริญพะกุลไพศาล ตามลำดับ

1.2) ปัจจัยด้านองค์ประกอบรายการเกี่ยวกับเนื้อหาข่าว มีผลต่อการตัดสินใจรับชมรายการข่าวอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาโดยละเอียด พบว่า การนำเสนอข่าวที่ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับสูง รองลงมา คือ การนำเสนอข่าวที่เป็นกระแสและอยู่ในความสนใจของผู้ชม และการนำเสนอข่าว ที่เป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่ใกล้ชิดผู้ชม ตามลำดับ

1.3) ปัจจัยด้านองค์ประกอบรายการเกี่ยวกับฉากรายการ มีผลต่อการตัดสินใจรับชมรายการข่าวอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาโดยละเอียด พบว่า Virtual Studio ระบบห้องส่งเสมือนมีการใช้ฉาก 3 มิติ แผนฉากจริง และ Infographic ออกแบบจากด้วยภาพหรือกราฟิก มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับสูง ตามลำดับ

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

2) ปัจจัยด้านปัจจัยด้านช่องทางการออกอากาศเสริมทางออนไลน์

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาโดยละเอียด พบว่า เว็บไซต์ (Website) มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับสูง และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ตามลำดับ

2.1) ปัจจัยปัจจัยด้านช่องทางการออกอากาศเสริมทางออนไลน์เกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) มีผลต่อการตัดสินใจรับชมรายการข่าวอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาโดยละเอียด พบว่า Facebook - เฟซบุ๊ก มีถ่ายทอดสดรายการข่าวตลอดทั้งวัน นำเสนอคลิปข่าว ภาพข่าว เป็นต้น มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับสูง รองลงมา คือ Youtube - ยูทูบ มีการอัปโหลดคลิปข่าวและรายการต่าง ๆ ของสถานี เพื่อให้ผู้ชมสามารถติดตามย้อนหลังได้ และ Twitter - ทวิตเตอร์ มีการรายงานข่าวด้วยข้อความสั้น ๆ ที่กระชับ และเข้าใจง่ายตามลำดับ

2.2) ปัจจัยด้านช่องทางการออกอากาศเสริมทางออนไลน์เกี่ยวกับเว็บไซต์ (Website) มีผลต่อการตัดสินใจรับชมรายการข่าวอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาโดยละเอียด พบว่า เนื้อหาข่าวที่หลากหลายและเป็นประโยชน์ต่อผู้ชม มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับสูง รองลงมา คือ สามารถลิงค์ไปยังช่องทาง การติดต่อสื่อสารอื่น ๆ ได้ และอัปเดตข้อมูลสม่ำเสมอ ตามลำดับ

3) ปัจจัยด้านคู่แข่ง

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านคู่แข่ง มีผลต่อการตัดสินใจรับชมรายการข่าวอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาโดยละเอียด พบว่า การสร้างสรรค์รายการด้วยการนำเสนอเนื้อหาที่มีความหลากหลาย มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับสูง รองลงมา คือ ความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวสารผ่านช่องทางต่าง ๆ และสปอต / ตัวอย่างรายการข่าวที่น่าติดตาม ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

1) พฤติกรรมการเปิดรับรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ TNN24 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับรายการข่าวและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ TNN24 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศชายเปิดรับรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ TNN24 มากกว่าเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Comstock & Others (1987 อ้างถึงใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2534, น. 64 - 71) ที่ได้อธิบายว่า เพศชายมักจะดูรายการข่าวและกีฬา มากกว่าเพศหญิง แต่เพศหญิงจะนิยมดูรายการละคร นอกจากนี้ ปรเม สตะเวทิน (2533) ยังได้กล่าวว่า เพศหญิงกับเพศชาย มีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของแต่ละเพศไว้แตกต่างกัน อีกทั้งงานวิจัยของ นลพรรณ อาบทิพย์ (2557) ที่ศึกษาเรื่อง การเปิดรับ ความคิดเห็น และการใช้ประโยชน์จากรายการข่าวภาคดึกของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงอีกเช่นเดียวกัน

ส่วนในเรื่องของอายุ จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า ผู้ชมมีอายุ 20 - 30 ปี มากที่สุด รองลงมา คือ 31 - 40 ปี และ 41 - 50 ปี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Schramm et al. (1973, pp. 121 - 122) ที่ได้กล่าวถึงเรื่องอายุ ของผู้รับสารไว้ว่า อายุเป็นเพียงปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้คนมีความเหมือนกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม คนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยมมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนอายุมากจะมีความคิดอนุรักษ์นิยมมากกว่า กลุ่มคนที่มีอายุต่างกันลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็จะต่างกัน คนที่มีอายุมากจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหา ข่าวสารหนักมากกว่าความบันเทิง ส่วนคนที่มีอายุน้อยมักจะดูรายการตลกหรือดนตรีสมัยใหม่ ในทิศทางเดียวกันนั้น Comstock & Others (1987 อ้างถึงใน ยุบล เบญจรงค์กิจ,

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

2534, น. 64 - 71) ได้อธิบายว่า ในวัยผู้ใหญ่ การเปิดรับโทรทัศน์วิทยุและหนังสือพิมพ์มีมาก ๆ พอกัน แต่เมื่อถึงช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป ปริมาณการอ่านหนังสือพิมพ์จะลดลง และเมื่อถึงวัยเกษียณอายุการทำงาน 55 - 60 ปี ปริมาณการดูโทรทัศน์จะเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ ความแตกต่างในเรื่องของอายุย่อมทำให้มีพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันดังที่ ประมะ สตะเวทิน (2533) ได้กล่าวไว้ว่า คนที่ต่างรุ่นต่างวัยจะมีประสบการณ์ ที่แตกต่างกัน จึงทำให้มีทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด และพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

สำหรับในเรื่องของการศึกษา ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ชมมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด รองลง มา คือ ปริญญาโท และมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ประมะ สตะเวทิน (2533) ที่ได้อธิบายว่า การศึกษาเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่ มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้ที่มีความรู้กว้างขวางและเข้าใจการ สื่อสารได้เป็นอย่างดี โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ หาก ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีเวลามากพอก็มักจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์

ในส่วนของอาชีพนั้น ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มาก ที่สุด รองลงมา คือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และข้าราชการ จะเห็นได้ว่าอาชีพต่างกันย่อมทำให้มีพฤติกรรม การเปิดรับรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ TNN24 แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Burgoon (1974, pp. 61 - 64) ได้กล่าวถึงเรื่องสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจไว้ว่า อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และชาติพันธุ์ ตลอดจน พื้นฐานทางครอบครัว ที่ให้เห็นว่าสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารที่มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อ ปฏิกริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติค่านิยม และเป้าหมายที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ประมะ สตะเวทิน (2533) ยังได้อธิบายว่า สถานะ ทางสังคมและเศรษฐกิจ นั้นหมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของ ครอบครัว ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม เป้าหมาย และพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ผู้ที่มีรายได้สูงมักจะใช้สื่อมวลชนมาก และมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหา ข่าวสารหรือเรื่องราวอื่น ๆ เช่น อ่าน ดู หรือฟังเรื่องของการเมือง ปัญหาสังคม และเศรษฐกิจ เป็นต้น

จากข้อมูลข้างต้นนั้นแสดงให้เห็นว่าลักษณะทางด้านประชากรของผู้ชม ไม่ว่าจะเป็นเพศ อายุ การศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันย่อมทำให้มีพฤติกรรม การเปิดรับสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน เช่นเดียวกันกับงาน วิจัยของ ทองยศ จิตตวิริยานุกูล (2553) ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรม การเปิดรับและความคิดเห็นของผู้ชมใน เขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการประเด็นเด็ดเจ็ดสี พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นในการรับชมรายการประเด็นเด็ดเจ็ด สีแตกต่างกัน และงานวิจัยของ นารินทร์ โตสาลี (2553) ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรม การรับชมรายการคุยข่าว ที่มีการส่งข้อความสั้น (SMS) ผ่านทางสถานีโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ลักษณะ ทางด้านประชากร ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครในการรับชมรายการคุยข่าวที่มีการส่งข้อความสั้น (SMS) ผ่านทางสถานีโทรทัศน์ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดทฤษฎีของ Comstock & Others (1987 อ้างถึงใน ยุบล เบญจจรงค์กิจ, 2534, น. 64 - 71) ที่ได้อธิบายว่า ลักษณะทางประชากรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การเปิดรับสารจากสื่อมวลชน

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรม การเปิดรับรายการข่าวและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับรายการ ข่าวสถานีโทรทัศน์ TNN24 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับชมรายการข่าว TNN GOOD MORNING NEWS มากที่สุด รองลงมา คือ เจาะลึก ข่าวร้อน และ TNN MIDNIGHT NEWS

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ McCombs & Becker (1979 อ้างถึงใน ขวัญลดา สุจริตพงศ์, 2549, น. 19 - 20) ที่ได้อธิบายว่า การที่บุคคลจะใช้สื่อมวลชนนั้นก็เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการในการรับรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหว และการสังเกตการณ์รอบตัวเพื่อจะได้รู้ว่าเกิดอะไรขึ้น ให้ทันต่อสถานการณ์ ทันสมัย หรือช่วยในการตัดสินใจในชีวิตประจำวันแต่ละวัน โดยผู้ชมส่วนใหญ่รับชมรายการในช่วงเช้า (Early Morning) 06.00 - 09.00 น. มากที่สุด รองลงมา คือ ช่วงดึก (Late Night) 21.00 - 24.00 น. และช่วงระหว่างวัน (Daytime) 09.00 - 16.00 น. ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ McCavitt and Pringle (1986) ได้อธิบายถึงผู้ที่คาดว่าเป็นผู้ชมในแต่ละช่วงวัน จะมีกลุ่มผู้ชมรายการที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งถือว่าเป็นตัวแปรสำคัญในการตัดสินใจเลือกและวางแผนผังรายการ โดยช่วงเช้า (Early Morning) 06.00 - 09.00 น. กลุ่มผู้ชมจะเป็นเด็กและคนทำงานที่เตรียมออกจากบ้าน แม่บ้าน ผู้เกษียณอายุ ช่วงดึก (Late Night) 21.00 - 24.00 น. กลุ่มผู้ชมจะเป็นผู้ใหญ่และวัยรุ่น และช่วงระหว่างวัน (Daytime) 09.00 - 16.00 น. กลุ่มผู้ชมจะเป็นเด็กก่อนวัยเรียน แม่บ้าน ผู้เกษียณอายุ คนทำงานเป็นกะ จากเพียงถึงบ่าย 2 โมง จะมีกลุ่มคนทำงานที่พักทานอาหาร เวลาบ่าย 3 โมง จะมีกลุ่มเด็กที่กลับจากโรงเรียน

นอกจากนี้ ผู้ชมส่วนใหญ่รับชมรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ TNN24 ผ่านสื่อโทรทัศน์ (Television) มากที่สุด รองลงมา คือ เฟซบุ๊ก (Facebook) และยูทูบ (Youtube) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Lasswell (1948) & Wright (1964) (อ้างถึงใน อรทัย ศรีสันติสุข, 2541, น. 115 - 116) ที่ได้กล่าวไว้ว่า สื่อมวลชนที่ได้รับ การยอมรับ มีอิทธิพล และเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่มได้อย่างทั่วถึงมากที่สุดก็คือ สื่อโทรทัศน์ รายการโทรทัศน์ จึงกลายเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงกว่าสื่ออื่น ๆ ที่ทำหน้าที่ส่งสารผสานกับความต้องการของผู้รับสาร สื่อโทรทัศน์จึงทำหน้าที่สอดรับกับความต้องการของผู้รับสารและความคาดหวังได้เป็นอย่างดี

2) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ TNN24 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับรายการข่าวและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ TNN24 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัย ด้านองค์ประกอบรายการเกี่ยวกับพิธีกร / ผู้ดำเนินรายการ มีผลต่อการตัดสินใจรับชมรายการข่าวอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า พิธีกร / ผู้ดำเนินรายการ คือ คุณชนิตร์นันท์ ปุณณะนิธิ และคุณทิน โชคกมลกิจ มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับสูง รองลงมา คือ คุณสุจารี เทพอาวุธ และคุณขวัญชนก เจริญพะฤไพศาล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ธนภรณ์ โกไศยกานนท์ (2549, น. 27 - 28) ได้อธิบายถึงมาตรฐานการผลิตและนำเสนอรายการข่าวโทรทัศน์ว่า แต่ละสถานีควรมีความคิดริเริ่มเฉพาะตนไม่ซ้ำแบบใครในการเสนอเนื้อหา รูปแบบ และวิธีการนำเสนอในรายการข่าว ตลอดจนการคัดเลือกผู้ประกาศข่าว ผู้วิจารณ์ข่าว และผู้วิเคราะห์ข่าว อีกทั้งจากผลการศึกษาวิจัยของ มนัสนันท์ อภิรมย์วิจิตร (2554) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิงของประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจด้านพิธีกร / ผู้ดำเนินรายการมากที่สุด คือ มีความเป็นกันเอง บุคลิกดี มนุษย์สัมพันธ์ดี สร้างความสนุกในรายการได้

ปัจจัยด้านองค์ประกอบรายการเกี่ยวกับเนื้อหาข่าว มีผลต่อการตัดสินใจรับชมรายการข่าว อยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาโดยละเอียด พบว่า การนำเสนอข่าวที่ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบันมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับสูง รองลงมา คือ การนำเสนอข่าวที่เป็นกระแสและอยู่ในความสนใจของผู้ชม และการนำเสนอข่าวที่เป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่ใกล้ตัวผู้ชม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ประจันต์ วัลลิกโก (2539) ที่ได้กล่าวถึงองค์ประกอบคุณค่าของข่าวที่สำคัญว่าการนำเสนอข่าวที่ดีจะต้องมีความรวดเร็วหรือความทันต่อเวลา (Immediacy Timeliness) โดยเฉพาะวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์มีความได้เปรียบกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ ข่าวที่มีคุณค่าความเป็นข่าว ต้องทันต่อเหตุการณ์ มีความสด ใหม่ ไม่ใช่เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมานานแล้ว รวม

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

ไปถึงต้องเป็นข่าวที่มีความสำคัญ (Important) หรืออยู่ในความสนใจของผู้ฟังเป็นจำนวนมาก และมีความใกล้ชิด (Proximity) กล่าวคือ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและใกล้ชิดกับผู้ชม เป็นเหตุการณ์ในท้องถิ่นหรือเกิดขึ้นในประเทศที่คนส่วนใหญ่รู้จัก ย่อมมีคุณค่าน่าสนใจมากกว่าเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับอีกซีกโลกหนึ่งหรือประเทศที่ไม่ค่อยรู้จัก หรืออยู่ห่างไกลออกไป เช่นเดียวกันกับ ดวงทิพย์ วรพันธุ์ (2532, น. 9 - 10) ยังได้กล่าวถึงรายการข่าวว่าเป็นรายการที่น่าเสนอเกี่ยวกับข้อเท็จจริง จากเหตุการณ์ สถานการณ์ สถานที่จริง และส่งผลกระทบต่อคนจำนวนมาก ดังนั้น ข่าวที่ดีจึงต้อง ทันต่อเหตุการณ์ (Recentness) ข่าวที่มีคุณค่าต้องเน้นปัจจุบัน เกิดขึ้นเร็ว ๆ นี้ เมื่อวานนี้ หรือวันนี้

ปัจจัยด้านองค์ประกอบรายการเกี่ยวกับจากรายการ มีผลต่อการตัดสินใจรับชมรายการข่าวอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาโดยละเอียด พบว่า Virtual Studio ระบบห้องส่งเสมือนมีการใช้จาก 3 มิติ แทนฉากจริง และ Infographic ออกแบบฉากด้วยภาพหรือกราฟิก มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ McCavitt and Pringle (1986) ที่ได้อธิบายว่า ศักยภาพในการผลิตรายการของสถานี โดยทั่วไปสถานีจะผลิตรายการข่าวและรายการวิเคราะห์ข่าวเอง ถ้าสถานีใดมีความพร้อมทั้งบุคลากร เทคโนโลยีอุปกรณ์การผลิต และงบประมาณ สามารถผลิตรายการตอบสนองความสนใจของคนดูและผู้ลงโฆษณาได้เอง ย่อมได้เปรียบ ในการแข่งขันกับสถานีอื่น อีกทั้ง จากผลการวิจัยของ จิตติพงศ์ ศิริประวัตกุล (2558) ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับรายการข่าวภาคค่ำทางช่องดิจิทัลทีวี (NBT HD) สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การปรับกราฟิกโต้ตอบรายการให้ดูมีสีสัน การนำอินโฟกราฟิกมาใช้ในรายการ เพื่อประกอบการรายงานข่าวจะทำให้มีความน่าสนใจมากขึ้น

ปัจจัยปัจจัยด้านช่องทางการออกอากาศเสริมทางออนไลน์เกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) มีผลต่อการตัดสินใจรับชมรายการข่าวอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาโดยละเอียด พบว่า Facebook - เฟซบุ๊ก มีถ่ายทอดสดรายการข่าวตลอดทั้งวัน นำเสนอคลิปข่าว ภาพข่าว เป็นต้น มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับสูง รองลงมา คือ Youtube - ยูทูบ มีการอัปโหลดคลิปข่าวและรายการต่าง ๆ ของสถานี เพื่อให้ผู้ชมสามารถติดตามย้อนหลังได้ และ Twitter - ทวิตเตอร์ มีการรายงานข่าวด้วยข้อความสั้น ๆ ที่กระชับ และเข้าใจง่าย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ธีรารักษ์ โปธิสุวรรณ (2556) ที่ได้อธิบายว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการกระจายเสียง ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีล้วนมีความสำคัญ กล่าวคือ ผู้จัดรายการต้องมีวิสัยทัศน์ รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสื่อ และผู้ใช้สื่อในโลกดิจิทัล เพื่อนำมาปรับใช้ให้การจัดและส่งเสริมรายการของสถานีมีความเหมาะสม นอกจากนี้ ลักษณะ คล้ายแก้ว (2558) ได้กล่าวว่า การสื่อสารยุคดิจิทัลที่นิยมกันอย่างมาก คือ การเปิดเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) หรือแอปพลิเคชัน (Application) ของสถานี เพื่อให้ข้อมูลและเป็นช่องทางในการสื่อสารกับผู้ชมที่สามารถโต้ตอบได้อย่างรวดเร็ว

ปัจจัยด้านปัจจัยด้านช่องทางการออกอากาศเสริมทางออนไลน์เกี่ยวกับเว็บไซต์ (Website) มีผลต่อการตัดสินใจรับชมรายการข่าวอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาโดยละเอียด พบว่า เนื้อหาข่าวที่หลากหลาย และเป็นประโยชน์ต่อผู้ชม มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับสูง รองลงมา คือ สามารถลิงค์ไปยังช่องทาง การติดต่อสื่อสารอื่น ๆ ได้ และอัปเดตข้อมูลสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ลักษณะ คล้ายแก้ว (2558) ที่ได้อธิบายว่า สถานีโทรทัศน์ทุกช่องจะมีเว็บไซต์ที่ให้ผู้ชมรายการเข้าถึงไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอข่าวสารของสถานี รายการเด่นที่กำลังออกอากาศ ตารางเวลาออกอากาศ พร้อมกับดูรายการสด รายการที่ชื่นชอบย้อนหลัง และดาวน์โหลดเพลง หรืออื่น ๆ เพื่อรับฟังให้ข้อเสนอแนะ และเผยแพร่ต่อ เป็นต้น

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

ปัจจัยด้านคู่แข่ง มีผลต่อการตัดสินใจรับชมรายการข่าวอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาโดยละเอียด พบว่า การสร้างสรรค์รายการด้วยการนำเสนอเนื้อหาที่มีความหลากหลาย มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับสูง รองลงมา คือ ความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวสารผ่านช่องทางต่าง ๆ และสปอต / ตัวอย่าง รายการข่าวที่น่าติดตาม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ McCavitt and Pringle (1986) ที่ได้อธิบายถึง การกำหนดกลยุทธ์ โดยคำนึงถึงปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการและตัดสินใจวางแผนรายการในเรื่องความสนใจของผู้ชมว่า หากสถานีพบว่ามียุทธศาสตร์ที่มีความสนใจรายการประเภทใดที่จะสร้างความสนใจได้ ก็ควรผลิตหรือซื้อรายการที่ตอบสนองความสนใจนั้น นอกจากนี้ ลักษณะ คล้ายแก้ว (2558) ยังได้กล่าวว่า รูปแบบการส่งเสริมรายการไปยังผู้ชมสามารถทำได้ทั้ง การส่งเสริมในรายการ การส่งเสริมผ่านสื่อออนไลน์ การส่งเสริมนอกรายการ / การทำกิจกรรมนอกรายการ การโฆษณารายการผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ และการใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ เป็นต้น การส่งเสริมในรายการโทรทัศน์สามารถทำได้หลายวิธี อาทิ การผลิตสปอต โดยนำคลิป สั้น ๆ ที่เป็นตัวอย่างรายการมาประกอบเข้าด้วยกัน ความยาวไม่เกิน 30 วินาที บอกรายละเอียดที่ควรทราบ เช่น วัน เวลาที่จะออกอากาศ เพื่อให้ผู้ชมทราบว่ามีสาระและข้อมูลเนื้อหาอะไรบ้าง บทบาทสำคัญของการส่งเสริมรายการ คือ การสร้างเสริมภาพลักษณ์และซุ้ญดูยืน ของสถานีให้เกิดความแตกต่างและโดดเด่น ทั้งนี้เพราะปัจจัยด้านคู่แข่งถือว่ามีความสำคัญอย่างมากในการจัดรายการดังที่ ธีรารักษ์ โพธิ์สุวรรณ (2556) ได้กล่าวไว้ว่า การวิเคราะห์คู่แข่ง คือ “การรู้เขา รู้เรา” ตามหลักการ ทางธุรกิจ ซึ่งอาจใช้ข้อมูลจากการสำรวจและวิจัยมาประกอบการวิเคราะห์ร่วมกับปัจจัยภายในขององค์กร ในเชิงกลยุทธ์ การเป็นผู้นำตลาด คือ การนำเสนอรายการที่แปลกใหม่ เป็นที่สนใจเป็นรายการแรก ย่อมได้เปรียบในการแข่งขันและแสวงหาผลกำไร ซึ่งโดยภาพรวมนั้นเมื่อพิจารณาโดยละเอียด พบว่า ปัจจัยด้านคู่แข่ง มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับสูง รองลงมา คือ ปัจจัยด้านองค์ประกอบรายการ และปัจจัยด้านช่องทางการออกอากาศเสริมทางออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

1) จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบรายการเกี่ยวกับพิธีกร / ผู้ดำเนินรายการ มีผลต่อการตัดสินใจรับชมรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ TNN24 น้อยกว่าปัจจัยด้านองค์ประกอบรายการเกี่ยวกับเนื้อหาข่าว และปัจจัยด้านองค์ประกอบรายการเกี่ยวกับจากรายการ ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่า ทางสถานีโทรทัศน์ TNN24 ควรจัดหาพิธีกรที่มีชื่อเสียง เป็นคนมีจริยธรรมในอาชีพข่าว ยึดถืออุดมการณ์ รวมถึงมีความเป็นนักข่าวอยู่ในตัว เพราะจำเป็นจะต้องมีความรู้เรื่องข้อมูลข่าวสารและมีความรู้รอบตัวทุกเรื่อง ตลอดจนเป็นบุคคล ที่ประชาชนในสังคมยอมรับ เพื่อดึงกลุ่มผู้ชมให้เพิ่มขึ้น

2) จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการออกอากาศเสริมทางออนไลน์เกี่ยวกับ สื่อสังคมออนไลน์ มีผลต่อการตัดสินใจรับชมรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ TNN24 น้อยกว่าปัจจัยด้านช่องทาง การออกอากาศเสริมทางออนไลน์เกี่ยวกับเว็บไซต์ ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่า ทางสถานีโทรทัศน์ TNN24 ควรนำเสนอข่าวสารผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) ไลน์ (Line) อินสตาแกรม (Instagram) และ ยูทูบ (Youtube) อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้ชมได้หลากหลาย หรือสร้างสรรค์การนำเสนอข่าวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบอินโฟกราฟิก (Infographic) เพราะจะทำให้มีความน่าสนใจและเข้าใจง่าย รวมถึงศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อ แนวโน้มตลาด และคู่แข่ง เพื่อจะได้นำมาพัฒนาเนื้อหา (Content) ให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

3) จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านคู่แข่งเกี่ยวกับสปอต / ตัวอย่างรายการข่าวที่น่าติดตาม มีผลต่อการตัดสินใจรับชมรายการข่าวสถานีโทรทัศน์ TNN24 น้อยกว่าปัจจัยด้านคู่แข่งเกี่ยวกับการสร้างสรรค์รายการด้วยการนำเสนอเนื้อหาที่มีความหลากหลาย และปัจจัยด้านคู่แข่งเกี่ยวกับความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่า ทางสถานีโทรทัศน์ TNN24 ควรผลิตสปอต โดยการนำคลิปสั้น ๆ ที่เป็นตัวอย่างรายการมาประกอบเข้าด้วยกันความยาวไม่เกิน 30 วินาที เพื่อจะได้เป็นการบอกรายละเอียดของรายการข่าวนั้น ๆ อีกทั้ง ยังเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้สถานีมีความแตกต่างและโดดเด่น

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

บรรณานุกรม

- ขวัญลดา สุจริตพงศ์. (2549). การศึกษาความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ต่อรายการโทรทัศน์ประเภท วาไรตี้ ทอล์คโชว์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา: รายการแซดทีวี ซีรีส์แซด. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. [Kwanlada Sujaritpong. (2006). Uses and Gratifications on TV Variety Show Program in Bangkok Metropolitan Area: A Case Study on ZTV Series Z. Bangkok: Faculty of Journalism and Mass Communication Thammasat University.]
- จิตติพงศ์ ศิริประวัตินกุล. (2558). พฤติกรรมการเปิดรับรายการข่าวภาคค่ำทางช่องดิจิทัลทีวี (NBT HD) สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. [Jittipong Siriprawatkul. (2015). A study of Behavior on News Consumption through Digital TV (NBT HD) via the National Broadcasting Services of Thailand of Bangkok Audience. Bangkok: Faculty of Industrial Education and Technology King Mongkut's University of Technology Thonburi.]
- จตุวดี จิตประพันธ์. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการข่าวเช้าทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. [Chutiwadi Chitpraphan. (2013). Factors Influencing the Exposure of TV Morning News of Bangkok People. Bangkok: Faculty of Journalism and Mass Communication Thammasat University.]
- ดวงทิพย์ วรพันธุ์. (2532). ข่าวโทรทัศน์: สภาพแวดล้อมไทยวิธีการแพร่กระจายและการรับรู้. กรุงเทพฯ: สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. [Duangthip Woraphan. (1989). Television News: Thai Environment, How to Spread and Awareness. Bangkok: Thai Khadi Research Institute Thammasat University.]
- ทรงยศ จิตตวิริยานุกูล. (2553). พฤติกรรมการเปิดรับและความคิดเห็นของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการประเด็นเด็ดเจ็ดสี ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. [Songyod Jittaviriyankool. (2010). Behavior Effecting Perception and Opinion towards Pra-Den-Ded-Jed-Sree Program from the Royal Thai Army Television 7 of Audience in Bangkok. Bangkok: Faculty of Journalism and Mass Communication Thammasat University.]
- ธนภรณ์ โกไศยกานนท์. (2549). การผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์เบื้องต้น. กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. [Thanaporn Kosaiyakanon. (2006). Television Production. Bangkok: Faculty of Management Science Suan Dusit University.]
- ธีรารักษ์ โพธิสุวรรณ. (2556). จริยธรรมและกฎหมายในการจัดและผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. [Teerarak Potisuwan. (2013). Ethics and Law in Organizing and Producing Radio Broadcasts. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University.]

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

- นารินทร์ โตล้าลี. (2553). **พฤติกรรมการรับชมรายการคุยข่าวที่มีการส่งข้อความสั้น (SMS) ผ่านทางสถานีโทรทัศน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. [Narin Tosumree. (2010). **Behavior of Bangkok Audience who Send Short Text Message (SMS) via Television**. Bangkok: Faculty of Communication Arts Bangkok University.]
- ประมะ สตะเวทิน. (2533). **หลักนิเทศศาสตร์** (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์. [Parama Satawatin. (1990). **Principles of Communication Arts** (7th ed.). Bangkok: Parbpim.]
- ประชัน วัลลิโก. (2539). **การหนังสือพิมพ์เบื้องต้น** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง. [Prachan Walligo. (1996). **Newspaper introduction** (3th ed.). Bangkok: Ramkhamhaeng University.]
- มนัสนันท์ อภิรมย์วิจิตร. (2554). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิงของประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. [Manussanun Apiromvijit. (2011). **Factors Influencing the Exposure of Audiences with Entertainment News in Bangkok**. Bangkok: Faculty of Journalism and Mass Communication Thammasat University.]
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2534). **การวิเคราะห์ผู้รับสาร**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. [Yubol Benjarongkij. (1991). **Receiver Analysis**. Bangkok: Chulalongkorn University.]
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2554). **การวางแผนและประเมินผลการสื่อสารเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. [Yubol Benjarongkij. (2011). **Planning and Evaluation of Strategic Communication**. Bangkok: Chulalongkorn University.]
- ลักษณา คล้ายแก้ว. (2558). **การจัดและส่งเสริมรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์**. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยรังสิต. [Lucksana Klaikao. (2015). **Radio and Television Programming and Promotion**. Pathumthani: Rangsit University.]
- สถานีโทรทัศน์ TNN24. (2561). **ประวัติความเป็นมา วิสัยทัศน์ นโยบาย และพันธกิจ**. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง. [TNN24 Television Station. (2018). **History, Vision, Policy and Mission**. Bangkok: Author.]
- สถานีโทรทัศน์ TNN24. (2561). **ตารางเวลาการออกอากาศรายการ**. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง. [TNN24 Television Station. (2018). **Broadcast Schedule**. Bangkok: Author.]
- สถานีโทรทัศน์ TNN24. (2561). **รายงานสถิติจำนวนประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับรายการข่าว สถานีโทรทัศน์ TNN24**. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง. [TNN24 Television Station. (2018). **The Statistic Report of Bangkok People who Tune in News Program on TNN24, Television Station**. Bangkok: Author.]
- สถานีโทรทัศน์ TNN24. (2561). **รายงานสรุปเรตติ้งสถานีโทรทัศน์ TNN24 ประจำเดือนมีนาคม 2561**. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง. [TNN24 Television Station. (2018). **TNN24 Television Ratings Summary Report : March 2018**. Bangkok: Author.]

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

- เหมือนตะวัน สุทธิวิริวรรณ. (2559). **การเปิดรับ ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชมรายการต่อทีวีดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. [Mueantawan Sutthiwirawan. (2016). **Viewer's Exposure to Digital TV Channel and their Knowledge, Attitudes and Behaviors towards Digital TV in Bangkok Metropolitan Region**. Bangkok: Faculty of Journalism and Mass Communication Thammasat University.]
- อรัญย์ ศรีสันติสุข. (2541). **บทบาทหน้าที่ของวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์** (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. [Orathai Srisantisook. (1998). **The Role of Radio and Television**. (12th ed.). Bangkok: Sukhothai Thammathirat Open University.]
- Burgoon, M. (1974). **Approaching Speech / Communication**. New York: Holt, Rinehart and Winston Inc.
- McCavitt , W. E. & Pringle, P. K. (1986). **Electronic Media Management**. Boston: Focal Press.
- Schramm, W. (1973). **Channel and Audience in Handbook of Communication**. New York: The Free Press.