

พฤติกรรมกาารเปิดรับและการรับรู้ข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสด ของประชากรในกรุงเทพมหานคร
 MEDIA EXPOSURE BEHAVIOR AND NEWS PERCEPTION ON KHAOSOD FACEBOOK OF POPULATION IN
 BANGKOK METROPOLITAN

ณัฐญา ชมบริสุทธิ์¹ และ ดร.ปาลิดา ศรีศรภำพล²

Nattaya Chomborisut¹ and Dr. Palida Srisornkompon²

¹สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ กรุงเทพมหานคร 11120

²สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ กรุงเทพมหานคร 11120

¹Program in Retail Business Management, Faculty of Business Administration Panyapiwat Institute of Management, Bangkok 11120, Thailand

²Program in Business Administration, Faculty of Business Administration, Panyapiwat Institute of Management, Bangkok 11120, Thailand

*Corresponding author: E-mail: bows_networkld@hotmail.com

รับบทความ 12 กุมภาพันธ์ 2561 แก้ไขบทความ 4 เมษายน 2561 ตอบรับบทความ 22 เมษายน 2561 เผยแพร่บทความ 15 กรกฎาคม 2562

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมกาารเปิดรับและการรับรู้ข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสด ของประชากรในกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้เป็นเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 6 กลุ่ม คือผู้ที่ติดตามเฟซบุ๊กข่าวสดเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ เจเนอเรชั่นวาย และเจนเนอเรชั่นแซด ทั้งเพศหญิงและเพศชาย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ติดตามเฟซบุ๊กข่าวสดเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์เพศหญิงและเพศชาย เปิดรับข่าวสารประเภทข่าวอาชญากรรม เวลา 8.00 น. ระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร 30 นาที จำนวน 2-3 ครั้งต่อวัน เพื่อต้องการที่จะได้รับรู้เหตุการณ์ข่าวสารให้ทันต่อเหตุการณ์ เจเนอเรชั่นวายเพศหญิง เปิดรับข่าวสารประเภทข่าวบันเทิง เวลา 6.00-7.00 น. ระยะเวลาการเปิดรับข่าวสาร 15 นาที จำนวน 5 ครั้งต่อวัน เปิดรับข่าวสารเพื่อที่จะรับรู้ข่าวสารให้ทันต่อเหตุการณ์ และนำข่าวสารมาแลกเปลี่ยนความรู้ เจเนอเรชั่นวายเพศชาย เปิดรับข่าวสารประเภทข่าวกีฬา เวลา 20.00 น.ระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสาร 15 นาที จำนวน 5 ครั้งต่อวัน เปิดรับข่าวสารเพื่อให้รู้ทันต่อเหตุการณ์และนำมาปรับใช้กับสถานการณ์ในปัจจุบันของสังคม เจเนอเรชั่นแซดเพศหญิง เปิดรับข่าวสารประเภทข่าวบันเทิง และ เจเนอเรชั่นแซดเพศชายเปิดรับข่าวสารประเภทข่าวเทคโนโลยี เวลา 17.00 น. ระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสาร 10 นาที จำนวน 1 ครั้งต่อวัน เปิดรับข่าวสารเพื่อมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นกับกลุ่มเพื่อน

คำสำคัญ : พฤติกรรม, ข่าวสด, เฟซบุ๊ก, เจเนอเรชั่นเอ็กซ์, เจเนอเรชั่นวาย, เจเนอเรชั่นแซด

ABSTRACT

This research aim to exposure and perception of news on Facebook of the population in Bangkok. This research is a qualitative research and key informants used in the study were 6 groups, are the follower of Facebook news of Generation X, Generation Y and Generation Z, there are both female and male.

The research found that followers news on Facebook, there are both female and male of Generation X have open crime on 8.00 am. about 30 minutes and 2-3 times a day to get news to get to know the news event each day. Female of Generation Y have open for entertainment news, from 6.00 am to 7.00 pm, about 15 minutes, 5 times a day for newsletters and bring the news to close friends. Male of Generation Y have open for sport news, on 8.00 pm, about 15 minutes, 5 times a day for got newsletters for information to be exposed to the current situation in society. Female of Generation Z have open for entertainment news and Male of Generation Z have open for technology news, on 5 pm., about 10 minutes, 1 times a day for newsletters and bring the news for use in education.

Keywords : Behavior, Khaosod, Facebook, Generation X, Generation Y, Generation Z

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว อินเทอร์เน็ต ได้กลายเป็นศูนย์กลางแห่งการแบ่งปันข้อมูลที่ใหญ่ที่สุดในโลก ทำให้เกิดการสื่อสาร ที่เปลี่ยนไปจากเดิม จากสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปทำให้การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเปลี่ยนไปด้วย สื่อก็ถือได้ว่าเป็นช่องทางในการนำเสนอข่าวสารต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็เหตุบ้านการเมือง หรือความบันเทิง ก็ต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ในปัจจุบัน สื่อมวลชนแบบดั้งเดิมก็ได้พัฒนาสื่อของตนเองมาเป็นสื่อใหม่ (New media) สื่อเก่าอย่างหนังสือพิมพ์ก็จะต้องพัฒนาและปรับตัวให้อยู่ในรูปแบบของอิเล็กทรอนิกส์มากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับสารอย่างมีประสิทธิภาพและตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

สื่อใหม่ได้ถูกนำมาเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารของกลุ่มคนในทุกเพศ ทุกวัย จนเป็นกลุ่มสังคมเสมือนในระบบอินเทอร์เน็ตที่เรียกว่า Social network หรือ "เครือข่ายสังคมออนไลน์" ที่นิยมในปัจจุบันเช่น เฟซบุ๊ก (Facebook), ยูทูบ (Youtube) รวมถึง แอปพลิเคชันไลน์ (Application LINE) แต่ส่วนใหญ่คนไทยนิยมใช้มากเป็นอันดับหนึ่งนั่นคือ "เฟซบุ๊ก" จากสถิติประชากรไทยที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์พบว่า คนไทยใช้เฟซบุ๊กถึง 41 ล้านคน ส่วน เฟซบุ๊กเพจ มีมากถึง 700,000 เพจ ซึ่งถือได้ว่าคนไทยใช้เฟซบุ๊กมากเป็นอันดับ 8 ของโลก และเป็นอันดับ 3 ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยจังหวัดที่มีประชากรใช้เฟซบุ๊กมากที่สุดได้แก่ กรุงเทพมหานคร (ภาวฑู พงษ์วิทย์ภานุ, 2558)

จากการเจริญเติบโตของเฟซบุ๊กทำให้บริษัท ข่าวสด จำกัด เปิดตัวเฟซบุ๊กข่าวสดครั้งแรกในปี 2556 เพื่อเป็นช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารช่องทางใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและใช้เฟซบุ๊กข่าวสดเป็นช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารช่องทางหลักในการนำเสนอข่าวสารที่ทันสมัยทันเหตุการณ์ในปัจจุบัน โดยเมื่อเปรียบเทียบกับสำนักข่าวรายอื่นที่มีเฟซบุ๊กแฟนเพจในการเผยแพร่ข่าวสารในลักษณะเดียวกัน พบว่าเฟซบุ๊กข่าวสด มีจำนวนผู้ติดตามมากที่สุดเป็นอันดับ 1 จำนวน 11,566,652 คน อันดับ 2 เฟซบุ๊กไทยรัฐมีผู้ติดตามจำนวน 8,495,781 คน อันดับ 3 เฟซบุ๊กคมชัดลึกมีผู้ติดตามจำนวน 2,054,094 คน และอันดับ 4 เฟซบุ๊กเดลินิวส์มีผู้ติดตามจำนวน 1,714,588 คน (บริษัท ข่าวสด จำกัด, 2560)

จากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่า หากบริษัท ข่าวสด สามารถนำเสนอข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสดให้ตรงกับใจผู้บริโภคได้มากที่สุด จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้นและยังคงติดตามข่าวสารจากเฟซบุ๊กข่าวสดอยู่เสมอ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเกิดแนวคิดที่จะศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับและการรับรู้ข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสด ของประชากรในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้ที่เปิดรับข่าวสารว่ามีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารอย่างไรบ้าง และเพื่อให้บริษัท ข่าวสด จำกัด สามารถนำไปวางแผนแนวทางการเลือกนำเสนอข่าวสารที่มีคุณภาพได้ดียิ่งขึ้น

ความมุ่งหมายของการวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับและการรับรู้ข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสด ของเพศหญิงและเพศชายเจนเนอเรชันเอ็กซ์เจนเนอเรชันวาย และเจนเนอเรชันแซดในกรุงเทพมหานคร

ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เจนเนอเรชันเอ็กซ์ คือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ.2508-2522 มีช่วงอายุ 38-52 ปี มีพฤติกรรมที่เรียบง่าย ไม่ชอบอะไรที่เป็นทางการ ให้ความสำคัญกับคนในครอบครัวสามารถพัฒนาตัวเองได้อยู่เสมอ ไม่พึ่งพาใคร และทำทุกอย่างได้ด้วยตนเอง (ศรีภักฎญา มงคลศิริ, 2554)

เจนเนอเรชันวาย คือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ.2523-2543 มีช่วงอายุ 17-37 ปี เป็นกลุ่มคนที่โตมาพร้อมกับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย เป็นวัยที่เริ่มเข้าสู่ชีวิตทำงาน ไม่ชอบอยู่ในกรอบไม่ชอบอยู่ในเงื่อนไข มีความเป็นตัวของตัวเอง ชอบแสดงออกถึงความคิดของตนเอง สามารถทำงานหลายอย่างในเวลาเดียวกันได้ดีด้วย (กานต์พิชชา เก่งการช่าง, 2556)

เจนเนอเรชันแซด คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2544 เป็นต้นไป ซึ่งปัจจุบันมีอายุไม่เกิน 16 ปี กลุ่มเจนเนอเรชันแซดอยู่ในวัยศึกษาและต้องได้รับการปลูกฝังที่ดี เพราะกลุ่มคนเหล่านี้อยู่ในวัยกำลังอยากรู้อยากลองค้นหาข้อมูลเพื่อให้ได้สิ่งที่ต้องการและเป็นกลุ่มที่ต้องการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ตลอดเวลา (วิทยา ชีวโรจน์ทัย, 2555)

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร หมายถึง มนุษย์ทุกคนเลือกเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรอกรข่าวสดนี้ (Klapper, Joseph T, 1960)

1. การเปิดรับ จะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งที่อยู่ด้วยกันหลาย ๆ ที่ ตามตนต้องการอีกทั้งความชำนาญในทักษะของการรับรู้ในแต่ละคนก็ต่างกัน

2. การเลือกให้ความสนใจ เลือกตามความสนใจ ความคิดเห็นของตนอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้ทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้วสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจที่ เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ

3. การเลือกรับรู้ และตีความหมาย ก็จะรับรู้ข่าวตามความนึกคิดของตนเอง ไข่จะรับรู้ทุกส่วน เพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายแตกต่างกันไปตามทัศนคติ

4. การเลือกจดจำ การเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ต้องการ ความสนใจ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของแต่ละบุคคลในการซื้อ (Purchasing) การค้นหา (Searching) การประเมิน (Evaluating) การใช้ (Using) และการดำเนินการ (Disposing) ที่เกี่ยวกับสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองได้ (ฐิติพร ทองนพคุณ, 2557) การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภค ว่ามีพฤติกรรมอย่างไรมีการดำเนินชีวิตอย่างไร และมีการตัดสินใจซื้อหรือใช้สินค้าและบริการอย่างไรการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคใช้หลัก 6Ws 1H ดังนี้ (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2550)

1. ตลาดเป้าหมาย (Who is Target market) ผู้บริโภคทุกคนอาจไม่ใช่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งหมด ต้องวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค คือต้องหากกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้สินค้าและบริการที่แท้จริงของเรา

2. ตลาดซื้ออะไร (What does the market buy) ต้องวิเคราะห์พฤติกรรมของตลาด หลังจากที่ทราบกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนแล้ว เพื่อให้ทราบถึงความต้องการการใช้สินค้าและบริการที่แท้จริงของลูกค้า

3. ทำไมจึงซื้อ (Why does the market buy) ต้องวิเคราะห์ผู้บริโภคว่าทำไมถึงเลือกซื้อหรือเลือกใช้สินค้าและบริการเพื่อนำไปวางแผนในการนำเสนอจุดใจให้ตอบสนองกับผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการได้

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying) เพราะ ผู้ที่ซื้อสินค้าหรือบริการอาจไม่ใช่ผู้ใช้สินค้าโดยตรง อาจมีบุคคลอื่นที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อและใช้ร่วมกันหลายคน

5. ซื้อเมื่อใด (When does the market buy) ผู้บริโภคมีการเลือกใช้สินค้าและบริการตามแต่ละโอกาสที่ใช้ การวิเคราะห์การซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค จะช่วยให้นักการตลาดวิเคราะห์ผลผลิตสินค้าให้เพียงพอต่อผู้บริโภค

6. ซื้อที่ไหน (Where does the market buy) เพื่อทราบว่าผู้บริโภคสะดวกซื้อสินค้าและบริการที่ไหน เพื่อวางแผนช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมกับลูกค้าในแต่ละกลุ่ม

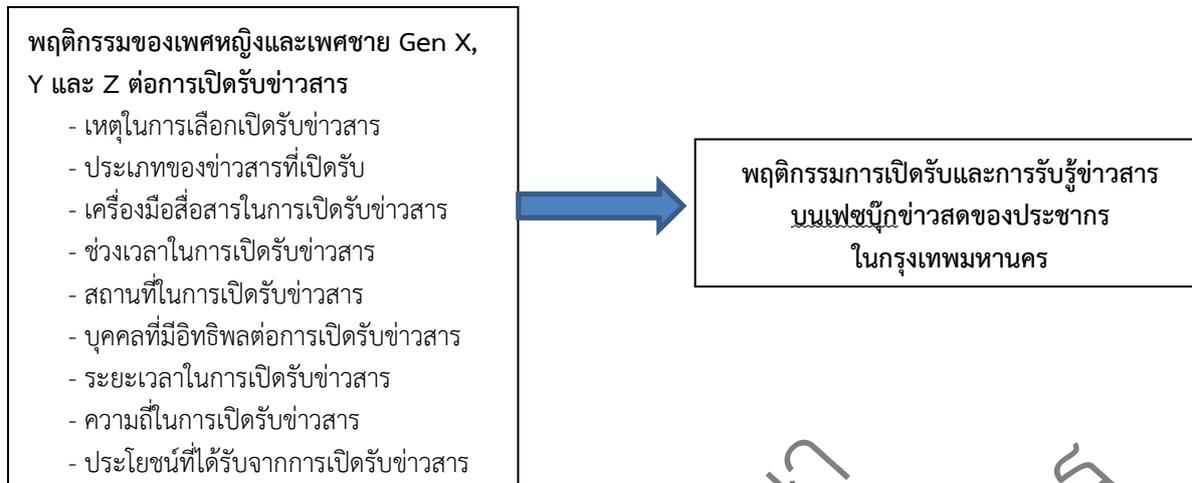
7. ซื้ออย่างไร (How does the market buy) วิเคราะห์การซื้อของลูกค้าว่ามีพฤติกรรมการซื้อหรือใช้สินค้าอย่างไร ตั้งแต่การรับรู้ถึงปัญหาเพื่อนำมาแก้ไข และช่วยให้ธุรกิจมีข้อมูลในการวางแผนการส่งเสริมการตลาดให้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นรูปแบบเครือข่ายสังคมออนไลน์รูปแบบหนึ่งที่ใช้บริการบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสามารถติดต่อสื่อสารกันได้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้นและนิยมมากในปัจจุบัน เป็นสังคมที่มีกลุ่มคนในทุกเพศ ทุกวัย จนเป็นกลุ่มสังคมเสมือนในระบบอินเทอร์เน็ตที่เรียกว่า Social network หรือ "เครือข่ายสังคมออนไลน์" และสำหรับประเทศไทยโดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร ถือว่ามีผู้ใช้เฟซบุ๊กมากที่สุด ซึ่งเฟซบุ๊กชาวสวด ก่อตั้งขึ้นในปี 2556 ปัจจุบัน เฟซบุ๊กชาวสวดมีคนติดตามทั้งหมด 11,566,652 คน ส่วนใหญ่คนติดตามเฟซบุ๊กชาวสวดทั้งเพศหญิงและเพศชายอยู่ในช่วงอายุ (25-34 ปี) อยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร 3,827,045 คน (บริษัท ชาวสวด จำกัด, 2560)

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น พฤติกรรมของแต่ละบุคคลเลือกที่จะเปิดรับสาร ที่หลากหลายแตกต่างกันมากขึ้น ทั้งจากสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ สื่อเทคโนโลยี หรือสื่ออินเทอร์เน็ต ขึ้นอยู่กับกับลักษณะของแต่ละบุคคล ความต้องการ ความสนใจ ความสะดวกสบาย และวัตถุประสงค์ในการเลือกเปิดรับข่าวสารอย่างไม่จำกัดทั้งเวลาและสถานที่ โดยปัจจัยเหล่านี้ย่อมทำให้กระบวนการเปิดรับสารของแต่ละบุคคลมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันไปด้วย ทำให้ทราบถึงกระบวนการในการเปิดรับข่าวสาร และพฤติกรรมผู้รับสารว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร หรือมีความสนใจในการเปิดรับสารอย่างไร

ซึ่งสามารถนำมาใช้อธิบายและวิเคราะห์เกี่ยวกับความถี่ ช่วงเวลาการเปิดรับ หัวข้อที่สนใจ วัตถุประสงค์ที่เปิดรับข่าวสาร เพื่อตอบสนองความต้องการด้านการเปิดรับข่าวสารต่อพฤติกรรมการเปิดรับและการรับรู้ข่าวสารบนเฟซบุ๊กชาวสวด ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม แบบมีโครงสร้าง (Structured interviews) เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสารของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยนี้ ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพศหญิงและเพศชายเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ เจนเอเรชั่นวาย และเจนเอเรชั่นแซด ผู้วิจัยทำการคัดเลือกเฉพาะผู้ที่ติดตามเฟซบุ๊กข่าวสารและอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวนกลุ่มละ 8 คน (อรุณี อ่อนสวัสดิ์, 2551)

ซึ่งมีการนัดหมายผู้ให้ข้อมูลสำคัญเพื่อการสนทนากลุ่มจากพันธมิตรทางธุรกิจ กลุ่มลูกค้า ของบริษัท ข่าวสด ตามคุณสมบัติที่กำหนดไว้ โดยมีการนัดหมายตามสถานที่ต่าง ๆ ที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญแต่ละกลุ่มสะดวก เช่น เจนเอเรชั่นเอ็กซ์เพศหญิงและเพศชาย สะดวกนัดสัมภาษณ์ที่ชั้นล่างอาคารสินธรทาวเวอร์ ถนนวิฑู เจนเอเรชั่นวายเพศหญิงสะดวกนัดสัมภาษณ์ย่านรังสิต เจนเอเรชั่นวายเพศชาย สะดวกนัดสัมภาษณ์ ย่านเกษตรนวมินทร์ เจนเอเรชั่นแซดเพศหญิง สะดวกนัดสัมภาษณ์ย่านลาดพร้าว และเจนเอเรชั่นแซดเพศชาย สะดวกนัดสัมภาษณ์ ย่านประชานิเวศน์ จึงขอความร่วมมือทำการสนทนากลุ่มเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แนวคำถามการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เป็นการสนทนาเพื่อเจาะประเด็นที่ละคำถาม รวมกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อสนทนาโต้ตอบกันในกลุ่ม โดยเปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้แสดงความคิดเห็นในประเด็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมในการเปิดรับและการรับรู้ข่าวสารผ่านบน เฟซบุ๊กข่าวสารและมีผู้สัมภาษณ์ดำเนินการสนทนาเพื่อชักจูงให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกิดแนวคิดและแสดงความคิดเห็น

การสร้างบทสัมภาษณ์

- ทำการศึกษาข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี หนังสือ บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ต่าง ๆ
- ออกแบบบทสัมภาษณ์และนำบทสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณา
- นำบทสัมภาษณ์ที่ผ่านการพิจารณาจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว ส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหาที่ต้องการนำมาศึกษาในงานวิจัย

- แก้ไขปรับปรุงบทสัมภาษณ์ตามคำชี้แนะของผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อความสมบูรณ์ของบทสัมภาษณ์มากที่สุด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยวิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Groups Discussion) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญเพศหญิงและเพศชายเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ เจนเอเรชั่นวาย และ เจนเอเรชั่นแซดเฉพาะผู้ที่ติดตามเฟซบุ๊กข่าวสาร จำนวนกลุ่มละ 8 คน รวม 6 กลุ่ม เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมในการเปิดรับและการรับรู้ข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสารของประชากรในกรุงเทพมหานครโดยมีการบันทึกเสียงตลอดการสัมภาษณ์ เพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลได้ครบถ้วนสมบูรณ์ และสามารถจดบันทึกได้ภายหลังสิ้นสุดการสัมภาษณ์ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังมีการตรวจสอบข้อมูลสามเส้า (Data Triangulation) ในด้านข้อมูล โดยมีการสรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ทั้งหมดในตอบจบ

เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมดในกลุ่มฟัง และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลอีกครั้ง เพื่อให้ข้อมูลมีความเที่ยงตรงมากยิ่งขึ้น (สุภางค์ จันทวานิช, 2552)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ถอดเทปบันทึกเสียงการสัมภาษณ์
2. ทำความเข้าใจข้อมูลที่ได้ทำการถอดเทปทั้งหมดอย่างละเอียด
3. ทำการจัดกลุ่มความหมาย
4. นำข้อมูลแต่กลุ่มมาตีความ
5. วิเคราะห์ข้อมูลแต่ละกลุ่ม โดยพิจารณาความสอดคล้องกับคำถามของงานวิจัย
6. ทำการเขียนบรรยายความหมายจากการวิเคราะห์ข้อมูลตามที่ปรากฏ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับและการรับรู้ข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสด ของประชากรในกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปได้ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย

เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์เพศหญิง ติดตามเฟซบุ๊กข่าวสดเพราะเผยแพร่ข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว และนำเสนอข่าวสารตลอดทุกช่วงเวลา มีความสนใจข่าวสารประเภท ข่าวอาชญากรรม เลือกใช้โทรศัพท์มือถือเป็นเครื่องมือในการเปิดรับข่าวสาร มีช่วงเวลาในการเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสดคือเวลา 8.00 น. และสะดวกที่จะเปิดรับข่าวสารจากที่ทำงาน ซึ่งเพื่อนมีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสด มีระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารประมาณ 30 นาทีต่อครั้ง ส่วนใหญ่จะเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสด 3 ครั้งต่อวัน คือช่วงเช้าก่อนทำงาน บางครั้งช่วงเวลาที่เที่ยง และช่วงเย็นก่อนกลับบ้าน ซึ่งการเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสดนำไปใช้ประโยชน์ในด้านความต้องการเพื่อที่จะได้รู้เหตุการณ์ของข่าวสารในแต่ละวัน

เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์เพศชาย ต้องการเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสด เนื่องจากเฟซบุ๊กข่าวสดมีเนื้อหาข่าวสารที่น่าเชื่อถือ และมีความเที่ยงตรงในการนำเสนอข่าว รวมถึงความรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ และมีความสนใจในการเปิดรับข่าวสารอาชญากรรม เลือกใช้โทรศัพท์มือถือเป็นเครื่องมือในการเปิดรับข่าวสาร มีช่วงเวลาในการเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสดคือเวลา 8.00 น. และสะดวกที่จะเปิดรับข่าวสารจากที่ทำงาน ซึ่งเพื่อนมีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสดด้วย มีระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารอยู่ที่ 30 นาทีต่อครั้ง เพื่อใช้เวลาในการอ่านข่าวอย่างละเอียด ส่วนใหญ่จะเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสด 2 ครั้งต่อวัน คือช่วงเช้าก่อนเข้าทำงาน และช่วงเวลาหลังเลิกงาน ซึ่งการเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสดนำไปใช้ประโยชน์เพื่อที่จะรับรู้ข่าวสารให้ทันต่อเหตุการณ์ สามารถนำข่าวสารที่ได้รับไปแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่นได้และถ่ายทอดเนื้อหาของข่าวให้กับผู้ที่ไม่รู้

เจนเนอเรชั่นวายเพศหญิง ต้องการเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสด เนื่องจากเฟซบุ๊กข่าวสดเสนอข่าวสารได้อย่างรวดเร็วมากกว่าแหล่งข่าวอื่นและเสนอข่าวสารที่น่าสนใจและทันต่อเหตุการณ์ในปัจจุบัน และมีความสนใจในการเปิดรับข่าวสารบันเทิง เพราะต้องการรับรู้ข่าวสารเพื่อลดความตึงเครียดจากการทำงาน เลือกใช้โทรศัพท์มือถือเป็นเครื่องมือในการเปิดรับข่าวสาร มีช่วงเวลาในการเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสดคือเวลา ช่วงเวลา 6.00 - 7.00 น. และสะดวกที่จะเปิดรับข่าวสารจากที่บ้าน ซึ่งเพื่อนมีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสด มีระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารอยู่ที่ 15 นาทีต่อครั้ง ซึ่งเปิดรับข่าวสารเฉพาะเรื่องที่ตนสนใจหรืออยู่ในเหตุการณ์ที่น่าสนใจในปัจจุบันเท่านั้น ส่วนใหญ่จะเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสด 5 ครั้งต่อวัน ซึ่งการเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสดนำไปใช้ประโยชน์เพื่อที่จะรับรู้ข่าวสารให้ทันต่อเหตุการณ์ และนำข่าวสารมาแลกเปลี่ยนความรู้กับกลุ่มเพื่อนหรือคนใกล้ชิดได้อย่างไม่ตกประเด็นข่าว

เจนเนอเรชั่นวายเพศชาย ต้องการเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสด เนื่องจากข่าวสดบนเฟซบุ๊กข่าวสดเสนอข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว มีข่าวสารที่น่าเชื่อถือ และนำเสนอข่าวสารได้ทันต่อเหตุการณ์ในปัจจุบัน มีความสนใจในการเปิดรับข่าวสารประเภทข่าวกีฬา และเลือกใช้โทรศัพท์มือถือเป็นเครื่องมือ ในการเปิดรับข่าวสาร มีช่วงเวลาในการเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสด คือช่วงหัวค่ำ เวลา 20.00 น. และสะดวกที่จะเปิดรับข่าวสารจากที่บ้าน ซึ่งเพื่อนร่วมงานมีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสดด้วยมีระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารอยู่ที่ 15 นาที มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสด 5 ครั้งต่อวัน ซึ่งการเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสดนำไปใช้ประโยชน์เพื่อให้รู้ทันต่อเหตุการณ์และเป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการนำข้อมูลข่าวสารที่ได้เปิดรับมาปรับใช้กับสถานการณ์ในปัจจุบันของสังคม

เจนเนอเรชั่นแซตเพศหญิง ต้องการเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสด เนื่องจากเฟซบุ๊กข่าวสดมีความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวสาร มีการพาดหัวข่าวที่น่าสนใจ ส่วนใหญ่สนใจเปิดรับข่าวสารประเภทข่าวบันเทิง เพื่อนำมาแสดงความคิดเห็นกับกลุ่ม

เพื่อน เลือกใช้โทรศัพท์มือถือเป็นเครื่องมือในการเปิดรับข่าวสาร มีช่วงเวลาในการเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสาร คือช่วงเวลา 17.00 น. และสะดวกที่จะเปิดรับข่าวสารจากที่บ้าน ซึ่งพ่อแม่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสารจากการแชร์ข่าวสารต่างๆ มีระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสาร 10 นาทีต่อครั้ง และเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสารจำนวน 1 ครั้งต่อวัน ซึ่งการเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสารนำไปใช้ประโยชน์ด้านการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นกับกลุ่มเพื่อน เพราะต้องการพูดคุยกับเพื่อนได้รู้เรื่อง และสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

เจนเนอเรชั่นแซดเพศชาย ต้องการเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสาร เพราะความไวของข่าวที่น่าเสนอข่าวสาร ส่วนใหญ่สนใจเปิดรับข่าวสารประเภทข่าวเทคโนโลยีเพราะต้องการรับข่าวสารเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเป็นความรู้เพิ่มเติมให้ไม่ตกยุคตามเทคโนโลยีในปัจจุบัน เลือกใช้โทรศัพท์มือถือเป็นเครื่องมือในการเปิดรับข่าวสาร มีช่วงเวลาในการเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสาร คือช่วงเวลา 17.00 น. และสะดวกที่จะเปิดรับข่าวสารจากที่บ้าน ซึ่งพ่อแม่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสารจากการแชร์ข่าวสารต่างๆ ซึ่งมีระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสาร 10 นาที และเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสารจำนวน 1 ครั้งต่อวัน ซึ่งการเปิดรับข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสารนำไปใช้ประโยชน์ด้านการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น เพราะบางครั้งการเรียนมีบางวิชาที่ให้แสดงความคิดเห็นกับข่าวสารในปัจจุบัน

อภิปรายผลการวิจัย

1. พฤติกรรมการเปิดรับและการรับรู้ข่าวสารที่ต่างกัน ซึ่งเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X) เพศหญิงและเพศชาย เลือกเปิดรับข่าวสารประเภทอาชญากรรม ส่วน เจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) เพศหญิงเลือกเปิดรับข่าวสารประเภทข่าวบันเทิงซึ่งเพศชายเลือกเปิดรับข่าวสารประเภทข่าวกีฬา ส่วนเจนเนอเรชั่นแซด (Generation Z) เพศหญิงเลือกเปิดรับข่าวสารประเภทข่าวบันเทิงและเพศชายเลือกเปิดรับข่าวสารประเภทข่าวเทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ (McCombs & Becker, 1979) บุคคลเลือกที่จะเปิดรับสารที่หลากหลายแตกต่างกันมากขึ้น ขึ้นอยู่กับลักษณะตามความชอบของแต่ละบุคคลและวัตถุประสงค์ในการเลือกเปิดรับและการรับรู้ข่าวสาร

2. พฤติกรรมการเปิดรับและการรับรู้ข่าวสารด้วยเครื่องมือสื่อสารประเภทโทรศัพท์มือถือ ซึ่งเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X) เจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) เจนเนอเรชั่นแซด (Generation Z) ทั้งเพศชายและหญิงใช้เครื่องมือสื่อสารให้การเปิดรับข่าวสารคือโทรศัพท์มือถือ เพราะมีความสะดวก ใกล้เคียง สามารถเปิดรับข่าวสารโดยไม่มีข้อจำกัดว่าจะอยู่ที่ไหนเวลาใด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (พัชรกุล เพ็ชรประยูร, 2557) การอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์เป็นช่วงของการเดินทางไปทำงานในส่วนใหญ่ ทำให้สามารถอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้สะดวกต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์มือถือ เพราะเป็นอุปกรณ์สื่อสารที่ใกล้ตัวเรามากที่สุดพกพาได้ ใช้งานสะดวก สามารถเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ทุกที่

3. การเปิดรับและการรับรู้ข่าวสารของเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) เพศหญิง เปิดรับข่าวสารประเภทข่าวบันเทิงเพื่อลดความตึงเครียดจากสังคมในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ชฎาภรณ์ สวนแสน, 2556) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับแรงจูงใจ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของกลุ่มผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีอายุ 18-30 ปี จะมีการเปิดรับข่าวสารประเภทบันเทิงมากที่สุดเพื่อลดความตึงเครียด

4. ในปัจจุบันเฟซบุ๊กข่าวสารมีผู้ติดตามจำนวน 11,566,652 คน ส่วนใหญ่คนติดตามเฟซบุ๊กข่าวสารทั้งเพศหญิงและเพศชายอยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี ส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงเจนเนอเรชั่นวาย ซึ่งเจนเนอเรชั่นวายเพศหญิง มีความสนใจในการเปิดรับข่าวสารประเภทข่าวบันเทิง ในช่วงเวลา 6.00-7.00 น. ส่วนเจนเนอเรชั่นวายเพศชาย มีความสนใจในการเปิดรับข่าวสารประเภทข่าวกีฬา ในช่วงเวลา 20.00 น. ดังนั้น ทางบริษัท ข่าวสด จำกัด ควรนำข้อมูลดังกล่าวมาปรับการนำเสนอข่าวสารให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย

1.1 การสัมภาษณ์สนทนากลุ่มจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญของแต่ละเจนเนอเรชั่น ต้องมีการนัดหมายล่วงหน้า และอย่างชัดเจน เพื่อให้ทางผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้ข้อมูลไม่เร่งรีบหรือบีบบังคับเรื่องเวลาในการให้สัมภาษณ์ มิฉะนั้นขณะสัมภาษณ์กลุ่ม อาจทำให้บางท่านต้องขอเวลาสัมภาษณ์ให้เร็วขึ้นเพื่อของตัวกลับก่อน เป็นต้น

1.2 การสัมภาษณ์สนทนากลุ่มจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญของเจนเนอเรชั่นแซด ควรสัมภาษณ์ให้ชัดเจนอธิบายคำถามที่สัมภาษณ์ให้ละเอียดมากขึ้น มิฉะนั้นขณะสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจะเกิดการไม่เข้าใจในคำถามและขัดแย้งกันขณะการสัมภาษณ์กลุ่มได้

1.3 จากงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เพียงอย่างเดียว หากผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลในเชิงปริมาณควบคู่ไปกับการวิจัยในเชิงคุณภาพพร้อมด้วยเพื่อยืนยันผลการวิจัยให้ข้อมูลครอบคลุมมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

2.1 การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาพฤติกรรม การเปิดรับและการรับรู้ข่าวสารบนเฟซบุ๊กข่าวสด ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ซึ่งศึกษาคนในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ควรทำการศึกษาวิจัยพฤติกรรม การเปิดรับของคนในจังหวัดอื่น ๆ เพื่อดูผลการวิจัยว่ามีความสอดคล้องหรือแตกต่างกันอย่างไร และอาจพบปัจจัยอื่น ๆ ที่น่าสนใจ ซึ่งจะมีประโยชน์ในการวางแผนสื่อต่อไป

2.2 ควรมีการศึกษาวิจัยเรื่องการเปิดรับและการรับรู้ข่าวสารบนหนังสือพิมพ์ข่าวสด เพราะนอกเหนือจากการศึกษาการเปิดรับและการรับรู้บนเฟซบุ๊กข่าวสดแล้ว เพื่อให้ผลการวิจัยครอบคลุมใน ทุกด้านทั้งหนังสือพิมพ์และออนไลน์ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ช่วยให้การทราบความต้องการด้านพฤติกรรม การเปิดรับและการรับรู้ข่าวสารได้ละเอียดยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กานต์พิชชา เก่งการช่าง. (2556). เจนเนอเรชันวายกับความท้าทายใหม่ในการบริหารทรัพยากรบุคคล. *วารสารสังคมศาสตร์ และศิลปศาสตร์*, 2(1), 15-27.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: บริษัท เอ็กสเปอร์เน็ท จำกัด.
- ชฎากรณ์ สวนแสน. (2556). พฤติกรรม การเปิดรับ แรงจูงใจ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์ไทยของกลุ่มผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารปริทัศน์ศาสตร์ มศว.*, 7(2), 63-74
- ฐิติพร ทองนพคุณ. (2557). *การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในตลาดนัด ในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- บริษัท ข่าวสด จำกัด. (2560). *เฟซบุ๊กข่าวสด*. เข้าถึงได้จาก <https://www.khaosod.co.th/> 5 พฤษภาคม 2560.
- พัชรกุล เพ็ชรประยูร. (2557). *พฤติกรรม การเปิดรับข่าวสาร และการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ออนไลน์และนิตยสารออนไลน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระ ว.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ภาวรุช พงษ์วิทยานุก. (2558). *สรุปสถิติผู้ใช้ Social Media ในไทยจากงาน Thailand Social Awards 2016*. เข้าถึงได้จาก <https://www.it24hrs.com/2016/stat-social-media-thai-populations/>. 15 มิถุนายน 2560.
- วิทยา ชีวรุณทัย. (2555). *รักและผูกพันใจเจเนอเรชันแซด (Generation Z with love and care)*. กรุงเทพฯ: ฐานบุ๊คส์.
- ศรีกัญญา มงคลศิริ. (2554). *Generation X - BrandAge*. เข้าถึงได้จาก <http://www.brandage.com/Modules/DesktopModules/Article/ArticleDetail.aspx?tabID=7&ArticleID=1108&ModuleID=701&GroupID=519>. 24 มิถุนายน 2560
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2559). *THAILAND INTERNET USER PROFILE 2016*. กรุงเทพฯ: สำนักงานยุทธศาสตร์.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2552). *การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ*. (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพฯ: สำนักแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรุณี อ่อนสวัสดิ์. (2551). *ระเบียบวิธีวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). พิษณุโลก: พิมพ์ลักษณ์บุ๊ก
- Klapper, Joseph. T. (1960). *The Effects of Mass Communication*. New York: Free Press.
- McComb, M E., & Becker, L B. (1979). *Using mass communication theory*. N.J: Prentice Hall.