ความคิดเห็นและความต้องการของผู้ชมทีวีดิจิทัล ผ่านแอพพลิเคชั่น

Opinions and needs of viewers digital TV via applications.

มาโนช รักไทยเจริญชีพ*

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องความคิดเห็นและความต้องการของผู้ใช้แอพพลิเคชั่นทีวี (ดิจิทัล) นี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1.เพื่อศึกษาความคิดเห็นและความต้องการของประชาชนผู้ชมทีวีดิจิทัล ผ่านแอพพลิเคชั่น 2.เพื่อศึกษาความคิดเห็นและความต้องการของผู้บริหารจากหน่วยงาน องค์กร ภาครัฐ เอกชน รัฐวิสาหกิจ และนักวิชาการ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ 3.เพื่อหาแนวทางในการพัฒนารูปรายการทีวีดิจิทัลผ่านแอพพลิเคชั่นที่เหมาะสม

ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิจัยแบบผสมผสานแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลแยกจากกัน

ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นและความต้องการของประชาชนผู้ชมทีวีดิจิทัล ผ่านแอพพลิเคชั่น ส่วนใหญ่ดาวน์โหลดแอพพลิเคชั่นทีวีด้วยระบบ Android รับดิจิทัลทีวีโดยเฉลี่ย 4 วันต่อสัปดาห์ ใช้เวลาในการเปิดรับ 3 ชั่วโมง ขึ้นไป ประเภทรายการที่รับชมเป็นประจำ คือ ละคร และรายการบันเทิงรูปแบบในการเปิดรับชมเป็นแบบย้อนหลัง โดยมีความคิดเห็นและความต้องการของผู้ใช้งานแอพพลิเคชั่นทีวี (ช่องดิจิทัล) มากที่สุด คือความสะดวกในการใช้บริการ และคุณภาพของแอพพลิเคชั่นทีวี (ช่องดิจิทัล) สำหรับความคิดเห็นและความต้องการของผู้บริหารจากหน่วยงาน องค์กร ภาครัฐ เอกชน รัฐวิสาหกิจ และนักวิชาการ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์จะอยากเห็นปัจจัยทางด้านการตลาดที่เกี่ยวเนื่องกับผลตอบแทนการโฆษณา และรายได้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

คำสำคัญ: แอพพลิเคชั่นทีวี, ความคิดเห็น, ความต้องการ

ABSTRACT

The objectives of this research on opinions and needs of digital TV application viewers are as follows: 1. to study opinions and needs on digital TV viewing application; 2. to study opinions and needs of the management from agencies, organizations in public

* อาจารย์ประจำคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

sector and private sector, state enterprise and scholars involving in television media industry; 3. to establish guidelines for developing program formats on appropriate digital TV viewing application.

The researcher used mixed research methodologies, divided into two parts: qualitative research and quantitative research. Data gathering and analyzing were done separately.

The research findings revealed that from opinions and needs of digital TV application viewers; most people downloaded the application TV on Android platform. They watched digital TV 4 days per week on average, for more than 3 hours at a time. Types of programs that people watch regularly were dramas and entertainment programs in rerun. The most agreed-upon opinions and needs of digital TV application viewers was usage convenience. The most common opinion on application TV (digital channels) was focused on the quality of application TV. According to the opinions and needs of the management from agencies, organization in public and private sector, state enterprise, and scholars involving in television industry, they wished to see marketing factors that relate to advertising return and other incomes.

Keywords: Application TV, opinion, need

บทนำ

ในปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารได้มีการพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ทำให้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ทั้งภาพและเสียงเป็นไปอย่างรวดเร็ว สื่อโทรทัศน์นับเป็นสื่อที่มีบทบาทและมีอิทธิพลอย่างมากต่อกลุ่มผู้ชม นอกจากนั้นสื่อโทรทัศน์ยังดึงดูดความสนใจของผู้ชมด้วยคุณสมบัติที่สามารถให้ได้ทั้งภาพ เสียง ความรวดเร็ว ความสมจริง และยังส่งข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มผู้ชมจำนวนมากได้ในเวลาพร้อมกัน ทำให้ผู้ชมได้รับอรรถรสในการรับชมอย่างเต็มที่ ผู้ชมที่มีความบกพร่องทางการมองเห็นก็ยังสามารถเปิดรับข่าวสารได้จากการฟังเสียง หรือผู้ชมที่มีความบกพร่องทางการได้ยินก็สามารถเปิดรับข่าวสารได้จากการรับชมผ่านโทรทัศน์ สื่อโทรทัศน์จึงมีอิทธิพลต่อกลุ่มผู้ชมมากกว่าสื่อประเภทอื่นๆ ด้วยคุณสมบัติที่สามารถให้ได้ทั้งภาพ เสียง ความรวดเร็ว ความสมจริง (ประวัติโทรทัศน์ในประเทศไทย, 2552)

อุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์เป็นธุรกิจที่ถูกขับเคลื่อนโดยเทคโนโลยี การเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์แอนาล็อกไปสู่ยุคดิจิทัล แม้ว่าการขยายตัวของธุรกิจโทรทัศน์ดิจิทัลในประเทศไทยในช่วงที่ผ่านมาจะไม่เติบโตอย่างรวดเร็วตามที่คาดการณ์กันไว้ ด้วยอุปสรรคจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี การประชาสัมพันธ์ข้อมูลไปยังผู้ชม ความพร้อมของผู้ผลิตและผู้ชมในการรับเทคโนโลยี รวมทั้งการบริหารจัดการขององค์กรสื่อ แต่ไม่มีใครปฏิเสธได้ว่า โทรทัศน์ระบบดิจิทัลจะนำมาซึ่งประโยชน์และคุนูปการที่สำคัญต่อประเทศ (ฐิตินัน บ. คอมมอน, 2559) ทั้งในด้านเศรษฐกิจซึ่งจะก่อให้เกิดการไหลเวียนของเม็ดเงินมหาศาลจากการให้สัมปทานคลื่นความถี่และรายได้จากการโฆษณา นอกจากนี้โทรทัศน์ระบบดิจิทัลมีศักยภาพที่จะเป็นพลังอันก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในด้านสังคมและวัฒนธรรม ส่งผลให้ผู้ผลิต

และผู้บริหารองค์กรต้องมีการปรับตัวในด้านต่าง ๆ ตามไปด้วย ทั้งในเรื่องการผลิตรูปแบบเนื้อหาสื่อ ช่องทางการนำเสนอและจัดจำหน่าย รวมทั้งหลักในการบริหารจัดการบุคลากรและองค์กรสื่อโทรทัศน์

ปัจจุบันในยุคที่มนุษย์มีการใช้ชีวิตแบบเคลื่อนที่อยู่ตลอด (mobility) หรือใช้ชีวิตที่สะดวกสบายมากขึ้น สามารถปรับรูปแบบการทำงานให้มีอิสระจากสถานที่ได้มากขึ้น ด้วยการใช้งานอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เคลื่อนที่ (mobile device) ที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตไร้สายและแอพพลิเคชั่น (application) ซึ่งสอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันของผู้ใช้ที่สามารถติดต่อสื่อสารได้แบบทุกที่ทุกเวลา ตอบสนองความสะดวกสบายสำหรับการติดต่อสื่อสารในชีวิตประจำวันยิ่งขึ้น

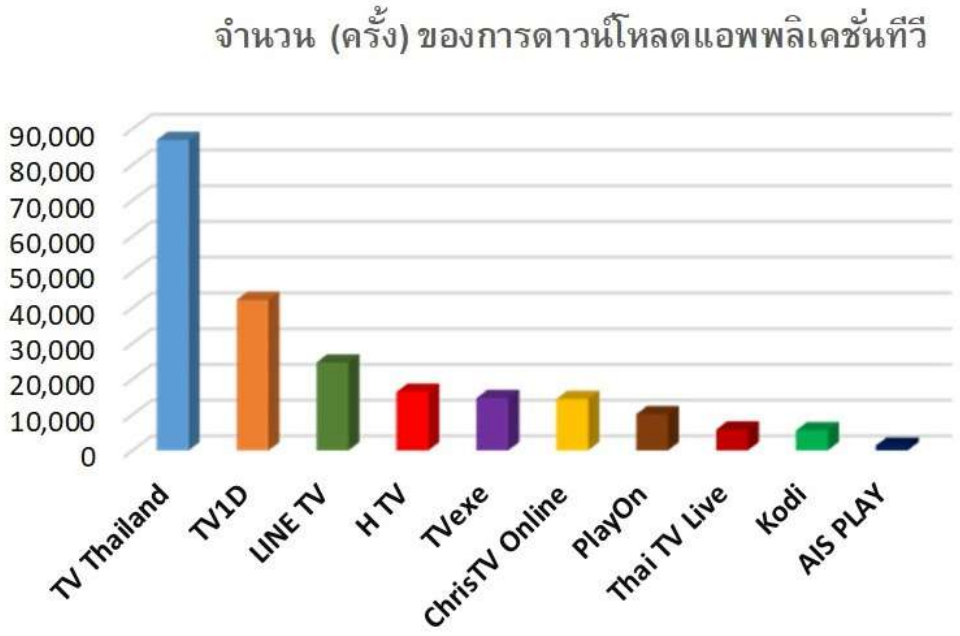
นอกจากนี้อัตราการขยายตัวด้านการใช้งานอุปกรณ์เคลื่อนที่ ทำให้บริษัทชั้นนำด้านโทรศัพท์มือถือหลายแห่งหันมาให้ความสำคัญกับการพัฒนาโปรแกรมบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ โดยเชื่อว่าจะมีอัตราการดาวน์โหลดเพื่อใช้งานที่เติบโตอย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์จึงต้องปรับและเสริมคุณสมบัติต่าง ๆ ให้รองรับการใช้งานแบบพกพาได้ หรือหากไม่สามารถทำได้เนื่องจากข้อจำกัดของอุปกรณ์ก็จะต้องมีคุณสมบัติเชื่อมต่อกับอุปกรณ์ชิ้นอื่นๆ

อนึ่ง การใช้งานงานอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา เป็นผลมาจากแอพพลิเคชั่นและเทคโนโลยีของตัวเครื่องทั้งโทรศัพท์และแท็บเล็ตจากค่ายผู้ผลิต โดยเฉพาะการพัฒนาต่อยอดแอพพลิเคชั่นบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ของบริษัทต่าง ๆ ที่แข่งขันกันเพื่อชิงความเป็นหนึ่งในตลาดด้านโมบายแอพพลิเคชั่น ซึ่งการพัฒนาแอพพลิเคชั่นแบ่งเป็นการพัฒนาแอพพลิเคชั่นระบบ (Operation System) และแอพพลิเคชั่นซอฟต์แวร์ที่ตอบสนองการใช้งานบนอุปกรณ์ และด้วยแอพพลิเคชั่นที่เพิ่มขึ้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้ผู้ใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่มีแนวโน้มใช้โปรแกรมต่าง ๆ เพื่อตอบสนองกิจกรรมในชีวิตประจำวัน ได้แก่ ทำธุรกรรมทางการเงิน เชื่อมต่อและสืบค้นข้อมูลบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ชมภาพยนตร์ ฟังเพลง เล่นเกม และการเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ หรือแม้แต่สื่อโทรทัศน์ ที่สามารถเปิดรับชมผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และแอพพลิเคชั่น (Application) ได้

ทั้งนี้จากพฤติกรรมการเปิดรับชมทีวีของคนที่เปลี่ยนไปเป็นอย่างมาก อันเนื่องมาจากอินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์พกพาที่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ทำให้ผู้บริโภค สามารถรับ ปรับหรือพัฒนาพฤติกรรมในการรับชมทีวีใหม่ๆ เพิ่มขึ้น จะเห็นว่าในระยะเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมามีคำศัพท์แสงที่ใช้เกี่ยวกับการดูทีวีเกิดขึ้นมากมาย เช่น ดูทีวีย้อนหลัง (catch-up TV) ดูทีวีผ่านแอพพลิเคชั่น (over-the-top TV) หรือ ดูเนื้อหา (content) ที่ดาวน์โหลดมาได้อย่างต่อเนื่อง (binge-watching) เป็นต้น โดยส่วนหนึ่งเป็นเพราะคนส่วนใหญ่มีสมาร์ทดีไวซ์ (smart device) ติดตัวอยู่ตลอดเวลา ทั้งสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต รวมถึงแล็ปท็อป ซึ่งถูกออกแบบมาให้มีขนาดบางเบา สะดวกในการพกพา ทำให้คนส่วนใหญ่มีอุปกรณ์พกพาเหล่านั้นติดตัว รวมถึงอุปกรณ์เหล่านั้นได้รองรับการใช้งานคุณสมบัติต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นใหม่อยู่เสมอ ซึ่ง “ทีวีดิจิทัล” ได้เป็นหนึ่งในรูปแบบการใช้งานยุคโมบิลิตี้ (mobility) ด้วยการรับชมทีวีผ่านแอพพลิเคชั่นบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ ประกอบกับการพัฒนาของโครงข่ายอินเทอร์เน็ตทั้งแบบมีสายและไร้สายที่ขยายครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศมากขึ้นและมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะความเร็วที่สามารถรองรับการรับชมเนื้อหารายการผ่านทางทีวีออนไลน์บนเว็บไซต์ โมบายแอพพลิเคชั่น หรือสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์คต่าง ๆ อีกทั้ง การเข้าถึงอุปกรณ์เคลื่อนที่อย่างสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตในหมู่ผู้บริโภค ส่งผลให้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีการขยายตัวสู่ผู้บริโภคในต่างจังหวัดและกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุมากขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558)

รูปแบบการรับชมทีวีดิจิทัลแบบพกพาผ่านสมาร์ทดีไวซ์ (smart device) ได้ก่อให้เกิดการปฏิวัติ

การรับชมทีวี ซึ่งแม้ว่าปัจจุบันจะเริ่มมีสมาร์ทโฟนบางรุ่นมีคุณสมบัติดูทีวีดิจิทัลได้ทันทีโดยไม่ต้องเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตหรือเข้าใช้งานผ่านแอพพลิเคชั่นแต่ก็ยังถือเป็นเพียงจุดเริ่มต้น เพราะผู้ใช้สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ตส่วนใหญ่ก็จะนิยมดาวน์โหลดแอพพลิเคชั่นมาใช้งาน โดยแอพพลิเคชั่น (application) ได้ก่อให้เกิดการปฏิวัติอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ด้วยการสร้าง “Ecosystem” บนมือถือ และแท็บเล็ตทั้งระบบ Catalog และระบบการจ่ายเงิน ระบบการจัดอันดับ ระบบการตรวจสอบแอพพลิเคชั่น ซึ่งได้รวบรวมแอพพลิเคชั่นเกี่ยวกับการชมทีวีที่เปลี่ยนจากหน้าจอขนาดใหญ่ของทีวีมาสู่จอสมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ตขนาดย่อที่กะทัดรัดสะดวกต่อการพกพา เนื่องจากระบบโทรศัพท์พื้นฐานและเครือข่ายระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ในปัจจุบัน ตลอดจนเครือข่ายอินเตอร์เน็ตได้มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ทั่วโลกมีการเชื่อมโยงกันอย่างทั่วถึง อีกทั้งธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคมไร้สายในปัจจุบันมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างมาก จะเห็นได้จากอัตราการดาวน์โหลดแอพพลิเคชั่นเพื่อการรับชมทีวีมีอัตราการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีแอพพลิเคชั่นที่หลากหลายให้เลือกใช้บริการ ดังภาพที่ 1 ที่แสดงจำนวนครั้งของการดาวน์โหลดแอพพลิเคชั่นทีวี 10 อันดับ ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงจำนวนครั้งของการดาวน์โหลดแอพพลิเคชั่นทีวี
ที่มา : รวบรวมจาก http://software.thaiware.com เข้าถึงเมื่อ 8 กุมพาพันธ์ 2560.

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าแอพพลิเคชั่น TV ทั้งแท็บเล็ตและมือถือนั้น เป็นสื่อใหม่ที่น่าสนใจ ทั้งในแง่ของการเป็นช่องทางใหม่ๆ สำหรับผู้ชมในการรับชมรายการโทรทัศน์ และในแง่ของการเป็นแอพพลิเคชั่นที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจสื่อใหม่ ประกอบกับเป็นแอพพลิเคชั่นที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการดูโทรทัศน์ของผู้ชมที่เปลี่ยนแปลงไป เพราะแอพพลิเคชั่นสำหรับการดูทีวีนอกจากช่องรายการที่สามารถเลือกรับชมได้โดยแยกเป็นแต่ละช่องแล้ว ยังมีการแบ่งออกเป็นประเภท อาทิ รายการล่าสุด ละครไทย ซิทคอม ข่าว สารคดี ฯลฯ ทำให้ผู้ใช้สามารถเลือกและเข้าถึงคอนเทนต์รายการที่ตนเองชื่นชอบได้โดยสะดวก นอกจากนี้แอพพลิเคชั่น ดังกล่าวยังนำเสนอจุดเด่นว่ารายการต่าง ๆ นั้นเป็นแบบ

ถูกลิขสิทธิ์ และเป็นแอพพลิเคชั่นดูฟรีเพื่อคนไทย จึงทำให้แอพพลิเคชั่น TV Thailand ยังติดอันดับอยู่ในกลุ่ม Top ของหมวด Entertainment แม้จะเปิดให้ดาวน์โหลดมานานแล้ว สำหรับทั้งผู้ใช้ระบบปฏิบัติการไอโอเอสและแอนดรอยด์ จึงเป็นที่น่าศึกษาถึงความคิดเห็นและความต้องการของผู้รับชมทีวีดิจิทัลผ่านแอพพลิเคชั่น เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้พัฒนาแอพพลิเคชั่นมือถือรายอื่นๆ ที่สนใจจะพัฒนาแอพพลิเคชั่น TV ที่จะพัฒนาแอพพลิเคชั่นออกมาได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด และยังทำให้ผู้ชมมีตัวเลือกสำหรับแอพพลิเคชั่นในการดูโทรทัศน์มากขึ้นต่อไปในอนาคต

คำถามการวิจัย

1. ประชาชนผู้ชมทีวีดิจิทัลผ่านแอพพลิเคชั่นมีความคิดเห็นและความต้องการอย่างไร

2. ผู้บริหารจากหน่วยงาน องค์กร ภาครัฐ เอกชน รัฐวิสาหกิจ และนักวิชาการ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์มีความคิดเห็นและความต้องการอย่างไร

3. จะมีแนวทางใดบ้างที่จะสามารถพัฒนารูปรายการทีวีดิจิทัลผ่านแอพพลิเคชั่นที่เหมาะสม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นและความต้องการของประชาชนผู้ชมทีวีดิจิทัลผ่านแอพพลิเคชั่น

2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นและความต้องการของผู้บริหารจากหน่วยงาน องค์กร ภาครัฐ เอกชน รัฐวิสาหกิจ และนักวิชาการ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์

3. เพื่อหาแนวทางในการพัฒนารูปรายการทีวีดิจิทัลผ่านแอพพลิเคชั่นที่เหมาะสม

สมมติฐานการวิจัย

1. ประชาชนผู้ชมทีวีดิจิทัลผ่านแอพพลิเคชั่น กับผู้บริหารจากหน่วยงาน องค์กร ภาครัฐ เอกชน รัฐวิสาหกิจ และนักวิชาการ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ มีความคิดเห็นและความต้องการต่างกัน

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่และการหลอมรวมสื่อ (New Media and Convergence Theory)

สื่อใหม่ (New media) หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ได้พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิมรวมเข้ากับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสัมพันธ์ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านทางระบบเครือข่ายและมีศักยภาพเป็นสื่อแบบประสม (Multimedia) ปัจจุบันสื่อใหม่พัฒนาขึ้นหลากหลายและเป็นที่รู้จักและนิยมกันมากขึ้น (Burnett & Marshall, 2003, pp. 40-41) ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่และการหลอมรวมสื่อมาเป็นกรอบในการตั้งคำถามเกี่ยวการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีการสื่อและการหลอมรวมของสื่อในลักษณะต่าง ๆ รวมถึงคุณลักษณะ และลักษณะการหลอมรวมของสื่อในการพัฒนาแอพพลิเคชั่นทีวี

2. แนวคิดที่เกี่ยวกับแอพพลิเคชั่นทีวี (Application TV)

โมบายแอพพลิเคชั่น นั้นเป็นอุตสาหกรรมที่เกิดและเติบโตขึ้นพร้อมๆ กับจำนวนผู้ใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่ที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการบริการของโมบายแอพพลิเคชั่นนั้น พัฒนาเพื่อช่วยตอบสนอง

ความต้องการของมนุษย์ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเนื้อหาสาระที่หลากหลายรูปแบบอย่างไร้ขีดจำกัด ทั้งด้านสถานที่และเวลา โดยในเชิงธุรกิจการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของแนวโน้มการใช้งานของผู้บริโภคที่ยอมรับการใช้บริการต่าง ๆ บนอุปกรณ์เครือข่ายเคลื่อนที่มากขึ้น จึงก่อให้เกิดการขยายตัวการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องในวงกว้างสำหรับอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดที่เกี่ยวกับแอพพลิเคชั่นทีวี มาเป็นกรอบในการวิจัยเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับ ประวัติและความเป็นมา ประเภท ความหมาย ความสำคัญและความจำเป็นสำหรับการพัฒนาแอพพลิเคชั่นทีวี

3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็น

การแสดงความคิดเห็นเป็นเรื่องของแต่ละบุคคล ซึ่งความคิดเห็นของแต่ละคนต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งแม้เป็นเรื่องเดียวกัน ไม่จำเป็นต้องเหมือนกันเสมอไปและอาจแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยพื้นฐานของแต่ละบุคคลที่ได้รับมาจนมีอิทธิพลต่อการแสดงความคิดเห็นจากการศึกษาเอกสารต่าง ๆ ผู้วิจัยพบได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิต่อความคิดเห็นนั้น ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม

1. ปัจจัยทางพันธุกรรมและร่างกาย (Genetic and physiological factors) เป็นปัจจัยตัวแรกที่ไม่ค่อยจะได้พูดถึงมากนัก โดยมีการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านพันธุกรรม จะมีผลต่อระดับความก้าวร้าวของบุคคล ซึ่งจะมีผลต่อการศึกษา เจตคติ หรือความคิดเห็นของบุคคลนั้นๆ ได้ ปัจจัยด้านร่างกาย เช่น อายุ ความเจ็บป่วย และผลกระทบจากการใช้ยาเสพย์ติดจะมีผลต่อความคิดเห็นและเจตคติของบุคคล เช่น คนที่มีความคิดอนุรักษ์นิยมมักจะเป็นคนที่มีอายุมาก เป็นต้น

2. ประสบการณ์โดยตรงของบุคคล (Direct personal experience) คือบุคคลได้รับความรู้สึกและความคิดต่าง ๆ จากประสบการณ์โดยตรง เป็นการกระทำหรือพบเห็นต่อสิ่งต่าง ๆโดยตนเองทำให้เกิดเจตคติหรือความคิดเห็นจากประสบการณ์ที่ตนเองได้รับ เช่น เด็กทารกที่แม่ได้ป้อนน้ำส้มคั้นให้ทาน เขาจะมีความรู้สึกชอบ เนื่องมาจากน้ำส้มหวาน เย็น หอม ชื่นใจ ทำให้เขามีความรู้สึกต่อน้ำส้มที่ได้ทานเป็นครั้งแรกเป็นประสบการณ์ โดยตรงที่เขาได้รับ

3. อิทธิพลจากครอบครัว (Parental influence) เป็นปัจจัยที่บุคคลเมื่อเป็นเด็กจะได้รับอิทธิพลจากการอบรมเลี้ยงดูของพ่อแม่และครอบครัว ทั้งนี้เมื่อตอนเป็นเด็กเล็กๆ จะได้รับการ อบรมสั่งสอน ทั้งในด้านความคิด การตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกาย การให้รางวัลและการลงโทษ ซึ่งเด็กจะได้รับจากครอบครัว และจากประสบการณ์ที่ตนเองได้รับมา

4. เจตคติและความคิดเห็นของกลุ่ม (Group determinants of attitude) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อความคิดเห็นหรือเจตคติของแต่ละบุคคล เนื่องจากบุคคลจะต้องมีสังคมและอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม ดังนั้น ความคิดเห็นและเจตคติต่าง ๆจะได้รับการถ่ายทอดและมีแรงกดดันจากกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นเพื่อนในโรงเรียน กลุ่มอ้างอิงต่าง ๆ ซึ่งทำให้เกิดความคล้อยตามเป็นไปตามกลุ่มได้

5. สื่อมวลชน (Mass media) เป็นสื่อต่าง ๆ ที่บุคคลได้รับสื่อเหล่านี้ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ จะมีผลทำให้บุคคลมีความคิดเห็นมีความรู้สึกต่าง ๆเป็นไปตามข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อ

ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกของบุคคลในการพิจารณาข้อเท็จจริงอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือการประเมินผล (Evaluation) เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากเหตุการณ์แวดล้อม (Circumstances) (Kolasa, 1969, p.386) ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นมาเป็นกรอบในการวิจัยเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นของผู้ชม และผู้บริหารจากหน่วยงาน องค์กร ภาครัฐ เอกชน

รัฐวิสาหกิจ และนักวิชาการ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมทีวีดิจิทัลผ่านแอพพลิเคชั่น

1. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ (Social media)

Boyd & Ellison (2013) ให้ความหมายว่า รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นบริการรูปแบบหนึ่งของเว็บไซต์ที่อนุญาตให้ผู้ใช้สามารถ 1) สร้างประวัติส่วนตัวของผู้ใช้ เพื่อแสดงตัวตน (Identity) หรือเอกลักษณ์บุคคล 2) เชื่อมต่อกับบุคคลอื่นที่ต้องการสร้างความสัมพันธ์ร่วมกัน 3) ติดต่อสื่อสาร สร้างสรรค์และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ร่วมกัน Kaplan & Haenlein (2010, pp. 62-64) ได้แบ่งสื่อสังคมออนไลน์เป็น 6 ประเภท ได้แก่

1. การทำงานร่วมกัน (Collaborative Project) คือ รูปแบบเว็บไซต์ที่เน้นการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ โดยผู้ใช้ทุกคนมีส่วนร่วมในการเพิ่ม แก้ไข ปรับแต่ง ข้อมูลและเนื้อหาในประเด็นต่าง ๆ ร่วมกันได้ เช่น วิกิพีเดีย (Wikipedia) เป็นต้น

2. บล็อก (Blog) คือ รูปแบบเว็บไซต์ที่สามารถแสดงความคิดเห็น สร้างข้อความ รูปภาพ วิดีโอ และอื่นๆ เสมือนสมุดบันทึกประจำวันส่วนตัวหรือไดอารี่ออนไลน์ (Diary Online) เรียงตามลาดับเวลา ผู้ใช้บุคคลอื่นสามารถเข้ามาดูและแสดงความคิดเห็นด้านท้ายได้ เช่น เวิร์ดเพรส (WordPress) บล็อกเกอร์(Blogger) เป็นต้น

3. ชุมชนเนื้อหา (Content Community) คือ รูปแบบเว็บไซต์ที่เน้นการแบ่งปัน (share) เนื้อหาระหว่างผู้ใช้ ซึ่งข้อมูลที่แบ่งปันสามารถอยู่ในรูปแบบข้อความ รูปภาพ วิดีโอ เช่น ฟลิกซ์ (Flickr) ยูทูป(YouTube) สไลด์แชร์ (Slide share) เป็นต้น

4. เว็บไซต์เครือข่ายสังคม (Social Networking Sites) คือ โปรแกรมประยุกต์ที่ผู้ใช้สามารถสร้างประวัติส่วนตัวและเชื่อมต่อกับเพื่อนหรือบุคคลอื่นๆ โดยการพิมพ์ข้อความตอบโต้กลับได้ทันที (real time) สามารถแสดงสถานะ ความคิดเห็น แลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร รูปภาพและวิดีโอ และอื่นๆ เป็นต้น เช่น เฟซบุ๊ค (Facebook) มายสเปซ (Myspace) ไฮไฟว์ (Hi5) ไลน์แอพพลิเคชั่น(LINE Application) เป็นต้น

5. เกมโลกเสมือน (Virtual Game World) คือ เกม 3 มิติที่ผู้ใช้สามารถเลือกเป็นตัวละครตามบทบาทของเกม ผู้ใช้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นคนอื่นๆ ได้เสมือนอยู่ในโลกความจริง เช่น เวิลด์ออฟวอร์คราฟ (World of Warcraft) เป็นต้น

6. สังคมเสมือน (Virtual Social World) คือ โลกเสมือนที่ผู้ใช้สามารถสร้างลักษณะของตนเองให้มีรูปร่าง บุคลิก ท่าทางตามที่ผู้ใช้ต้องการ (Avatar) เช่น เซเคิลไลฟ์ (Second Life) เป็นต้น

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ความเห็นและความต้องการของผู้ชมทีวีดิจิทัลผ่านแอพพลิเคชั่น” เป็นการศึกษาความเห็นและความต้องการของผู้ชมทีวีดิจิทัลผ่านแอพพลิเคชั่น ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed-method) แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ทั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้แบบแผนการดำเนินการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพไปพร้อมๆ กัน (Convergent Design) เป็นการศึกษาแบบระยะเดียว (single - phase) โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลแยกจากกัน แต่นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมารวมกัน และแปลผล ซึ่งเป็นการอภิปรายผลในลักษณะของการเปรียบเทียบผล โดยพิจารณาความเหมือน ความต่างของผลที่เกิดขึ้น ซึ่งในเชิงคุณภาพนั้นเป็นการศึกษาเอกสาร การสังเกต และสัมภาษณ์เชิงลึก ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ

ใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

เมื่อทำการเก็บข้อมูลทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1) ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงเอกสาร (Document Research) ผู้วิจัยใช้การค้นคว้าข้อมูลจากห้องสมุดของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ งานวิจัย หนังสือ ตำรา บทความเอกสารรายงานประจำปี เอกสารรายงานการประชุมวิชาการ รายงานข้อมูลสถิติต่าง ๆ ข้อสรุปปัญหาและข้อเสนอแนะ ข่าวสาร วารสารทางวิชาการ

การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างมีคำถามหลัก กับผู้เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ จำนวน 5 ท่าน เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ในการศึกษา ในเรื่องของความคิดเห็นและความต้องการของผู้บริหารจากที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ และเพื่อหาในการพัฒนารูปรายการทีวีดิจิทัลผ่านแอพพลิเคชั่นที่เหมาะสม โดยกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารจากหน่วยงาน/องค์กร ภาครัฐ เอกชน วิสาหกิจ และนักวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ได้ทำการคัดเลือก โดยวิธีการเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

หลังจากที่ได้รวบรวมข้อมูล ทั้งการสำรวจเอกสาร ทบทวนวรรณกรรมแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย หนังสือ ตำรา บทความเอกสารรายงานประจำปี เอกสารรายงานการประชุมวิชาการต่าง ๆ ข้อสรุปปัญหาและข้อเสนอแนะ ข่าวสาร วารสารทางวิชาการ และสรุปบทสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา

2) ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้รูปแบบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) แบบสำรวจ (Survey Research Method) เก็บข้อมูล ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง (Cross-sectional descriptive study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีคำถามปลายปิด (Close-ended Questions) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวมรวมข้อมูล ให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-administration) จำนวน 400 คน ที่ใช้บริการแอพพลิเคชั่นทีวีดิจิทัล สำหรับการวัดความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ ผู้ศึกษาได้ทดสอบหาความเที่ยงตรง(Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือเพื่อนำไปเก็บข้อมูลจริง ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการทำแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ด้วยการลงรหัส (Coding) และนำมาประมวลผลเพื่อหาค่าทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistic Package for the Social Sciences for Window) หลังจากนั้นจะทำการสรุปผลโดยใช้สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive statistic) และนำเสนอข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) แสดงค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ร่วมกับสถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อทำการทดสอบความแตกต่างของตัวแปร

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการศึกษาความคิดเห็นและความต้องการของประชาชนผู้ชมทีวีดิจิทัลผ่านแอพพลิเคชั่น พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายคือ หญิงร้อยละ 60.8 ส่วนเพศชาย 39.2 มีอายุระหว่าง 20-39 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด รองลงมาคือ นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา ทั้งนี้ได้ใกล้เคียงกับ เสาวลักษณ์ กำจัด (2558) ที่ได้ศึกษาถึงการเปิดรับและความพึงพอใจในแอพพลิเคชั่น My Thairath ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า

ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ที่เปิดรับแอพพลิเคชั่น My Thairath ในสมาร์ตโฟน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 18-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า และเป็นนักเรียนและนักศึกษา เป็นผู้ที่เปิดรับแอปพลิเคชัน My Thairath ในสมาร์ตโฟน โดยส่วนใหญ่รู้จักแอปพลิเคชัน My Thairath ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ไทยรัฐ เว็บไซต์อื่นทั่วไป มากที่สุด ในส่วนของการเปิดรับการใช้งานเนื้อหาของแอปพลิเคชัน My Thairath พบว่า ใช้งานบนเนื้อหาในกลุ่มของข่าวและเหตุการณ์ปัจจุบันและหมวด “ข่าว” และหมวด“คอลัมน์” กลุ่มของรายการโทรทัศน์ (ไทยรัฐทีวี) อยู่ในระดับมาก สำหรับความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชัน My Thairath พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ที่เปิดรับแอปพลิเคชัน My Thairath ในสมาร์ตโฟน ส่วนใ ห ญ่มีความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชัน My Thairath

ทั้งนี้ ส่วนใหญ่ดาวน์โหลดแอพพลิเคชั่นทีวีด้วยระบบ Android เปิดรับดิจิทัลทีวีผ่านแอพพลิเคชั่นโดยเฉลี่ย 4 วัน / สัปดาห์ ใช้เวลาในการเปิดรับ 3 ชั่วโมง ขึ้นไป ประเภทรายการที่ท่านรับชมเป็นประจำ คือ ละคร (Drama) และรายการบันเทิง (Entertainment) ส่วนรูปแบบในการเปิดรับชมเป็นการเปิดรับชมแบบย้อนหลัง ซึ่งใกล้เคียงกับผลการศึกษาของ กุลธิดา ศรีสินสมุทร (2558) ความคาดหวัง พฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อแอพพลิเคชั่นมือถือ LINE TV ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเปิดรับแอพพลิเคชั่นมือถือ LINE TV 3 ชั่วโมงขึ้นไป และรับชมรายการประเภทละครมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมาคือ รายการบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 26.7 ตามด้วยเพลง คิดเป็นร้อยละ 4.7 และการ์ตูน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ความคิดเห็นและความต้องการของผู้ใช้งานแอพพลิเคชั่นทีวี (ช่องดิจิทัล) มากที่สุด คือความสะดวกในการใช้บริการแอพพลิเคชั่นทีวี (ช่องดิจิทัล) ทั้งนี้ผู้ใช้บริการแอพพลิเคชั่นทีวี มีความเห็นและความต้องการถึงความสะดวกในการใช้บริการแอพพลิเคชั่นทีวี (ช่องดิจิทัล) ในประเด็นการทำให้เข้าถึงช่องทีวีดิจิทัลได้หลากหลาย มากที่สุด รองลงมาคือการเลือกใช้บริการแอพพลิเคชั่นทีวี (ช่องดิจิทัล) ในประเด็นการดาวน์โหลดแอพพลิเคชั่นทีวีเป็นสิ่งน่าสนใจ ความรับรู้ถึงประโยชน์ของแอพพลิเคชั่นทีวี (ช่องดิจิทัล) ในประเด็นการดาวน์โหลดแอพพลิเคชั่นทีวีเป็นสิ่งที่เป็นประโยชน์ และขั้นตอนการใช้งานแอพพลิเคชั่นทีวี (ช่องดิจิทัล) ในประเด็นขั้นตอนการดาวน์โหลดแอพพลิเคชั่นทีวี ไม่มีความสลับซับซ้อน ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นความรู้สึกโดยทั่วไปที่มีต่อการใช้งานแอพพลิเคชั่นทีวี (ช่องดิจิทัล) จะให้ความสำคัญกับทางด้านคุณภาพของแอพพลิเคชั่นทีวี (ช่องดิจิทัล) รองลงมาคือ รูปแบบและโครงสร้างของแอพพลิเคชั่นทีวี (ช่องดิจิทัล) และความสามารถของแอพพลิเคชั่นทีวี (ช่องดิจิทัล) ตามลำดับ สำหรับความคิดเห็นความรู้สึกโดยทั่วไปที่มีต่อการใช้งานแอพพลิเคชั่นทีวี (ช่องดิจิทัล) ผู้ใช้บริการแอพพลิเคชั่นทีวี พบว่า ระดับความคาดหวังที่จะเห็นการปรับปรุงในอนาคต สูงกว่า ระดับความคิดเห็นปัจจุบัน ในทุกๆ ด้าน ได้แก่ ความสามารถของแอพพลิเคชั่นทีวี (ช่องดิจิทัล) รูปแบบและโครงสร้างของแอพพลิเคชั่นทีวี (ช่องดิจิทัล) และคุณภาพของแอพพลิเคชั่นทีวี (ช่องดิจิทัล) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ปาล์มกรีน และเรย์เบิร์น (Palmgreen & Rayburn, 1985) ที่ว่า ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการใช้สื่อนั้น จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีการใช้สื่ออย่างต่อเนื่องและใช้มาเป็นระยะเวลานานพอสมควร ซึ่งมีทั้งความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากความคาดหวังว่าจะได้รับความพึงพอใจหรือการแสวงหาความพึงพอใจ และการรับรู้ความพึงพอใจที่ได้รับหรือความพึงพอใจที่ได้รับจริง

ทางด้านความคิดเห็นและความต้องการของผู้บริหารจากหน่วยงาน องค์กร ภาครัฐ เอกชน รัฐวิสาหกิจ และนักวิชาการ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ พบว่า อยากเห็นปัจจัยทางด้านการตลาดเกี่ยวเนื่องกับผลตอบแทนการโฆษณา และรายได้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทางด้านลิงค์โฆษณา

ขายสินค้า ควรมีช่องทางหรือลิงค์ ในการซื้อและชำระค่าสินค้าและบริการในแอพพลิเคชั่นนั้นๆ ด้วย รวมถึงการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของแอพพลิเคชั่นทีวีทั้งรูปแบบและโครงสร้างของแอพพลิเคชั่นทีวี ทั้งตัวอักษรอ่านง่ายชัดเจน รูปแบบหมวดหมู่เมนู ตัวอักษร ภาษา ภาพและสี สามารถใช้งานได้หลายอุปกรณ์ ขั้นตอนการดาวน์โหลดแอพพลิเคชั่นทีวี ไม่มีความสลับซับซ้อน และนอกจากนี้ แนวโน้มในอนาคตของแอพพลิเคชั่นทีวีดิจิทัลจะมีการพัฒนาการเพิ่มฟังก์ชั่นการใช้งานอื่นๆ เพื่อเป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์กับคนดู เข้ามาเพิ่มที่นอกเหนือจากการรับชมรายการโทรทัศน์ทั่วไป ทั้งแบบดูรายการสด และดูย้อนหลัง จึงมีความจำเป็นที่ผ็ประกอบการ หรือช่องโทรทัศน์ต่าง ๆ ต้องมีการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดกันสูง เพื่อให้ดึงดูดให้คนดูติดตามชมรายการตลอดเวลา รวมไปถึงแนวโน้มการควบรวมกิจการทีวีระหว่างกันมากขึ้น เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งด้านคอนเทนต์ และเพื่อเพิ่มศักยภาพของธุรกิจและขยายฐานคนดูให้เพิ่มมากขึ้น

แนวทางในการพัฒนารูปรายการทีวีดิจิทัลผ่านแอพพลิเคชั่นที่เหมาะสม พบว่า การพัฒนารูปรายการทีวีดิจิทัลผ่านแอพพลิเคชั่นที่เหมาะสมนั้น ควรมีการศึกษาข้อมูล ดังนี้

1) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี : การนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามามาส่วนช่วยในการพัฒนาแอพพลิเคชั่นทีวีดิจิทัล ทั้งอนาคต 5G กับ Internet of Things (IoT) หรืออินเทอร์เน็ตในทุกสิ่งจะประสานเข้ากับโลกสื่อมวลชน และ AI เนื่องจากการใช้งานโมบายแอพพลิเคชั่นเป็นตัวช่วยให้ชีวิตประจำวันง่ายขึ้น หน่วยงานต่าง ๆ หันมาให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลผ่านทางโมบายแอพพลิเคชั่น เนื่องจากผู้ใช้งานหันมาใช้สมาร์ตโฟนกันมาก จึงทำให้เป็นช่องทางในการให้ข้อมูลและบริการแก่ผู้ใช้งานได้สะดวกและรวดเร็ว จึงมีองค์ประกอบย่อย ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับโมบายแอพพลิเคชั่นทีวีดิจิทัล

2) พฤติกรรมผู้บริโภคในเชิงลึก : เมื่อระบบดิจิทัลเข้ามามีบทบาทจนทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคหรือผู้ชมเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นการพัฒนารูปรายการทีวีดิจิทัลผ่านแอพพลิเคชั่น จึงควรศึกษาข้อมูลผู้ชมในเชิงลึก ทั้งความต้องการและไลฟ์สไตล์ เนื่องจากหากสร้างออกมาไม่ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มผู้ชม จึงโอกาสสูงที่ผู้ใช้งานจะลบแอพพลิเคชั่นออกได้ง่าย

3) การสร้างประสบการณ์กับผู้ใช้งาน : การพัฒนาโมบายแอพพลิเคชั่นทีวีจะให้ความสำคัญเป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่ให้แก่ผู้ใช้งาน เช่น การสร้างระบบให้ผู้ใช้ประทับใจตั้งแต่ครั้งแรกที่ใช้งาน และตอบโจทย์ช่วยแก้ปัญหาให้ผู้ใช้งาน รวมถึงการพัฒนาให้ค้นหาแอพพลิเคชั่นได้ง่าย และทันตามรูปแบบของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป จะต้องมีการติดตามเทรนด์และคาดหวังพฤติกรรมผู้ใช้งานเพื่อให้พัฒนาโมบายแอพพลิเคชั่นที่ตอบสนองความต้องการผู้ใช้งานได้ดีขึ้น ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้งานกลับมาใช้งานระบบที่พัฒนาขึ้นอีกครั้ง

4) รูปแบบและโครงสร้างของแอพพลิเคชั่นทีวีดิจิทัล : ทั้งตัวอักษรอ่านง่ายชัดเจน รูปแบบหมวดหมู่เมนู ตัวอักษร ภาษา ภาพและสี สามารถใช้งาน ได้หลายอุปกรณ์ ขั้นตอนการดาวน์โหลดแอพพลิเคชั่นทีวี ไม่มีความสลับซับซ้อน

5) การวิเคราะห์วางแผนช่องทางทางการตลาด : ขณะเดียวกันการสร้างสรรค์ การวิเคราะห์วางแผนช่องทางทางการตลาดก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้การพัฒนาแอพพลิเคชั่นประสบความสำเร็จ ผู้ชมหรือผู้ดาวน์โหลดเกิดความสนใจมากขึ้น รวมถึงต้องคำนึงถึงการทำงานที่หลากหลายระบบปฏิบัติการ ไม่ว่าจะเป็น iOS Android และ Windows Phone เพื่อให้เข้าถึงผู้ใช้งานได้หลายกลุ่ม นอกจากนี้ควรมีการส่งเสริมทางการตลาดในรูปแบบต่าง ๆควรออกแบบให้คนเข้าถึงได้ง่าย เพื่อให้ผู้ใช้งานได้ทราบว่ามีแอพพลิเคชั่นขึ้น

6) การวางแผนการพัฒนา : การวางแผนการพัฒนานักพัฒนาควรมีการทดสอบการใช้งานให้ละเอียดก่อนนำมาให้ผู้ใช้งานทั่วไปใช้ เพราะบางครั้งอาจเกิดข้อผิดพลาด ส่งผลให้การใช้งานขัดข้อง

7) การบริการแบบเบ็ดเสร็จ : ควรพัฒนาแอพพลิชั่นให้อยู่ในลักษณะการบริการแบบเบ็ดเสร็จ เนื่องจากแอพพลิเคชั่นปัจจุบันนี้มีการโฆษณาขายสินค้าในขณะการรับชมรายทีวี ทั้งแบบรายการสด และแบบย้อนหลัง ดังนั้นจะควรพัฒนาการซื้อ-ขายสินค้า ให้เสร็จสิ้นผ่านแอพพลิเคชั่นนั้นๆ ได้เลย โดยไม่ต้องเปิดแอพพลิเคชั่นอื่นๆ รวมทังต้องมีระบบความปลอดภัยเกี่ยวกับรักษาข้อมูลของผู้ใช้งานให้อยู่ในที่ปลอดภัยเป็นสิ่งที่ไม่ควรมองข้าม เพราะอาจทำให้ผู้ไม่หวังดีนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ในทางมิชอบ เช่น ข้อมูลของฝั่งผู้ให้บริการควรมีการเข้ารหัสข้อมูลเพื่อป้องกันผู้ไม่หวังดีเข้ามาแฮกหรือสร้างความเสียหายแก่ระบบ นอกจากนี้ฝั่งผู้ใช้บริการก็ควรมีการกำหนดให้มีรหัสผ่านเพื่อใช้ในการเข้าถึงข้อมูล หรือมีการกำหนดสิทธิในการเข้าใช้ข้อมูลที่แตกต่างกันในส่วนของเจ้าหน้าที่จัดการระบบและผู้ใช้งานทั่วไป

8) การศึกษา : แม้ปัจจุบันจะมีหน่วยงาน หรือองค์กรต่าง ๆ ของประเทศไทยสนใจทำโมบายแอพพลิเคชั่นทีวีมากขึ้น แต่ยังถือเป็นช่วงเริ่มต้นของการพัฒนา ส่งผลให้บุคลากรที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญในการพัฒนาโมบายแอพพลิเคชั่น ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการที่มีอยู่ในระดับสูง ซึ่งผู้ประกอบการพัฒนาโมบายแอพพลิเคชั่น อาจทำการร่วมมือกับสถานศึกษาในการเปิดหลักสูตรการพัฒนาโมบายแอพพลิเคชั่น เพื่อเตรียมพัฒนาและเตรียมความพร้อมของบุคลากรให้ตรงกับความต้องการของตลาด

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ความคิดเห็นและความต้องการของประชาชนผู้ชมทีวีดิจิทัล ผ่านแอพพลิเคชั่น ส่วนใหญ่ดาวน์โหลดแอพพลิเคชั่นทีวีด้วยระบบ Android รับดิจิทัลทีวีโดยเฉลี่ย 4 วัน / สัปดาห์ ใช้เวลาในการเปิดรับ 3 ชั่วโมง ขึ้นไป ประเภทรายการที่รับชมเป็นประจำ คือ ละคร (Drama) และรายการบันเทิง (Entertainment) รูปแบบในการเปิดรับชมเป็นแบบย้อนหลัง โดยมีความคิดเห็นและความต้องการของผู้ใช้งานแอพพลิเคชั่นทีวี (ช่องดิจิทัล) ทางด้านความสะดวกในการใช้บริการแอพพลิเคชั่นทีวี (ช่องดิจิทัล) มากที่สุด ส่วนความคิดเห็นความรู้สึกโดยทั่วไปที่มีต่อการใช้งานแอพพลิเคชั่นทีวี (ช่องดิจิทัล) จะให้ความสำคัญกับทางด้านคุณภาพของแอพพลิเคชั่นทีวี (ช่องดิจิทัล) สำหรับความคิดเห็นและความต้องการของผู้บริหารจากหน่วยงาน องค์กร ภาครัฐ เอกชน รัฐวิสาหกิจ และนักวิชาการ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ จะอยากเห็นปัจจัยทางด้านการตลาดเกี่ยวเนื่องกับผลตอบแทนการโฆษณา และรายได้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคที่จะนักพัฒนาแอปพลิเคชันทีวี (ช่องดิจิทัล) ควรต่อยอดไปในกลุ่มของข่าวและเหตุการณ์ปัจจุบันเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจไปในทิศทางของละคร และรายการบันเทิง เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เพิ่มมากขึ้น

2. แอปพลิเคชั่นทีวี ยังสามารถเข้าถึงได้ทุกกลุ่มผู้บริโภค แต่จะมีลักษณะประชากรที่จะเปิดรับและใช้งานที่แตกต่างกันออกไป จึงควรทำการศึกษาวิจัยอยู่ตลอดเพื่อให้ทันต่อการพัฒนาเทคโนโลยีในอนาคต

3. จากผลการศึกษาที่พบว่า ความคิดเห็นและความต้องการของผู้บริหารจากหน่วยงาน องค์กร ภาครัฐ เอกชน รัฐวิสาหกิจ และนักวิชาการ อยากเห็นปัจจัยทางด้านการตลาดเกี่ยวเนื่องกับผลตอบแทนการโฆษณา และรายได้ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทางด้านลิงค์โฆษณาขายสินค้า ควรมีช่องทางหรือลิงค์

ในการซื้อและชำระค่าสินค้าและบริการในแอปพลิเคชั่นนั้นๆ ด้วย รวมถึงการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของแอพพลิเคชั่นทีวีทั้งรูปแบบและโครงสร้างของแอพพลิเคชั่นทีวี ดังนั้นช่องรายการโทรทัศน์จึงควรนำผลการศึกษาครั้งนี้ไปปรับการใช้บริการต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยในอนาคต

1. การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาถึงความคิดเห็นและความต้องการในครั้งต่อไป น่าจะมีการศึกษาถึงแนวทางในการพัฒนารูปแบบและโครงสร้างของแอพพลิเคชั่นทีวีต่อไป เพื่อให้ได้ข้อมูลเพื่อการพัฒนาและปรับคุณภาพการให้บริการในเชิงลึกขึ้น

2. การวิจัยครั้งนี้ในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพนั้นผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเพียงอย่างเดียว ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการเก็บข้อมูลด้วยการสนทนากลุ่มเพิ่มขึ้นด้วย

3. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ทาการศึกษากลุ่มตัวอย่างเฉพาะที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้น ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปจึงควรมีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อื่น เช่น ต่างจังหวัดด้วย ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การออกแบบคาถามที่ใช้ในแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ควรใช้ภาษาที่สามารถเข้าใจง่ายและเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ถูกต้องและตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

4. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาความคิดเห็นของผู้ชมที่ไม่เคยเปิดรับแอพพลิเคชั่นทีวีด้วย ว่ามีเหตุผลหรืออุปสรรคอะไรที่ทำให้ไม่เปิดรับ ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาแอพพลิเคชั่นทีวีต่อไป

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กุลธิดา ศรีสินสมุทร .(2558). *ความคาดหวัง พฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อแอพพลิเคชั่นมือถือ LINE TV*. วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ฐิตินัน บ. คอมมอน .(2559). การบริหารจัดการสื่อโทรทัศน์ ในยุคดิจิทัลหลอมรวม. *วารสารสุทธิปริทัศน์ ปีที่ 30 ฉบับที่ 95* กรกฎาคม - กันยายน 2559.

เสาวลักษณ์ กำจัด .(2558). *การเปิดรับและความพึงพอใจในแอปพลิเคชัน My Thairath ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.* วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภาษาอังกฤษ

Ellison, N. B. & boyd, d. (2013). *Sociality through Social Network Sites*. In Dutton, W. H. (Ed.), The Oxford Handbook of Internet Studies. Oxford: Oxford University Press, pp. 151-172.

Kaplan, A.M. and Haenlein, M. (2010). *Users of the World, Unite! The Challenges and Op portunities of Social Media*. Business Horizons, 53, 62-64.

ระบบออนไลน์

ศูนย์วิจัยกสิกร. (2558). *ทีวีออนไลน์เติบโตต่อเนื่อง...ดันมูลค่าตลาดผลิตรายการปี'58 ทะลุ 600 ล้านบาท*. ศูนย์วิจัยกสิกร. ปีที่ 21 ฉบับที่ 2652 วันที่ 28 สิงหาคม 2558 เข้าถึงได้จาก. http://www.newsdatatoday.com/images/News/Bobby_KTC/2652_p.pdf

Palmgreen, P., & Rayburn, J. D. (1985). *An expectancyvalue approach to media gratifications. In K. E. Rosengren, P. Palmgreen, & L. A. Wenner (Eds.), Media Gratification Research:Current Perspectives, Beverly Hills, CA: Sage.* เข้าถึงได้จาก http://software.thaiware.com.