

พฤติกรรม的开รับรายการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ

“ปึกหมุดหยุดป่วย” ผ่านทางสื่อใหม่

Exposure Behavior Health Education

“Pak Mut Yut Puai” Programs through New Media

ปฤฤฤฤฤ หงษ์เทียมทอง* และภักฤฤฤ สังกะปริชา**

วันที่รับบทความ	12 พฤศจิกายน 2564
วันที่แก้ไขบทความ	10 กุมภาพันธ์ 2565
วันที่ตอบรับบทความ	17 กุมภาพันธ์ 2565

บทคัดย่อ

งานวิจัยเชิงปริมาณเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม的开รับรายการปึกหมุดหยุดป่วยผ่านทางสื่อใหม่ และความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อรายการปึกหมุดหยุดป่วยผ่านทางสื่อใหม่ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เก็บข้อมูลกับผู้ที่เคยรับชมรายการปึกหมุดหยุดป่วย ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ ปึกหมุดหยุดป่วย จำนวน 250 คน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ชมรายการส่วนใหญ่รับชมรายการ ปึกหมุดหยุดป่วยผ่านสื่อ เฟซบุ๊กแฟนเพจ ปึกหมุดหยุดป่วย มากที่สุด มีความถี่ในการรับชมรายการ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ใช้ระยะเวลาในการรับชมเกือบทั้งหมดของรายการ (2 นาที) ลักษณะการรับชมรายการโดยการชมเรื่อย ๆ ตั้งใจเป็นบางครั้ง เคยกดไลก์ กดแชร์ และเคยแสดงความคิดเห็น คลิปวิดีโอที่มีการเผยแพร่ใน เฟซบุ๊กแฟนเพจ ปึกหมุดหยุดป่วย ความคิดเห็นที่มีต่อรายการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพประกอบด้วย ด้านการมีส่วนร่วมในรายการ และองค์ประกอบด้านการสื่อสารของรายการ พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: พฤติกรรม的开รับ / รายการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ / สื่อใหม่

* นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Abstract

This quantitative research aimed to study the exposure behavior and estimations of Pak Mut Yut Puai via a new media. By using online questionnaires to collect data with people who have watched the Pak Mut Yut Puai via Facebook fan page, 250 peoples.

The studies of the viewer's behavior towards the viewing the Pak Mut Yut Puai program via new media channel were as follows:

Most of the viewers watched the program and mentioned that the program should be presented through Pak Mut Yut Puai Facebook Fan Page. The frequency of watching the program was 1 time per week. The viewers watched most of the entire program in each episode (2 minutes). They viewed the program by watching it leisurely but attentively sometimes. They used to hit the "Like" or "Share" and comment the video clips that were published on Pak Mut Yut Puai Facebook Fan Page.

The estimations on health education programs include: participation in the program and the communication component of the program. The most overall opinions is the highest level.

Keywords: Behavior Exposure / Presenting Health Education Program / New Media

บทนำ

ปัจจุบันนี้เป็นสภาพสังคมของยุคดิจิทัล เป็นสมัยซึ่งที่มีวิวัฒนาการและเทคโนโลยีมีการพัฒนาไปเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะด้านการติดต่อสื่อสารที่ไร้พรมแดน ทำให้สังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปสู่สภาพสังคมที่ทันสมัย ผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงนี้มีทั้งผลเสียและผลดีในด้านดีนั้น มนุษย์ได้รับความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตมากขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามผลเสียที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงต่อสุขภาพใจและกาย ก่อให้เกิดความเครียด ไม่มีเวลาในการดูแลสุขภาพ และเกิดปัญหาการเจ็บป่วยและเสียชีวิต (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2563) ด้วยสาเหตุที่กล่าวข้างต้น ส่งผลให้ภาครัฐเกิดความตื่นตัวต่อการปฏิรูประบบสุขภาพ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนมีสุขภาพดีขึ้นกว่าเดิม แต่กลับพบว่าพฤติกรรมของบุคคลส่วนใหญ่ยังคงสุมเสี่ยงที่จะเป็นโรคหรือ เรียกว่า พฤติกรรมทำลายสุขภาพ โดยเฉพาะโรคที่หากเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมก็สามารถป้องกันได้ เช่น โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง รัฐจึงได้ปฏิบัติการด้านต่าง ๆ ที่จะสร้างให้ประชาชนทุกคน มีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง ทั้ง ด้านจิตใจ ด้านร่างกาย ซึ่งจะก่อให้เกิดความมั่นคง เพื่อให้คนไทยทุกวัยมีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง และลดอัตราการเจ็บป่วยจากโรคเรื้อรัง การใส่ใจให้บุคลากรได้รับการดูแลที่ปลอดภัย มีคุณภาพ ความเหลื่อมล้ำและความแออัดน้อยลง ระยะเวลารอคอย รวมถึงภาระค่าใช้จ่ายของประชาชนก็ลดลงด้วย

อย่างไรก็ตาม การนำเสนอเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพนั้นจำเป็นต้องระวังข้อจำกัดหลายอย่าง เช่น รูปแบบ การนำเสนอ ความถูกต้องของข้อมูล ระดับความลึกของข้อมูล ระดับการศึกษาของผู้อ่าน เป็นต้น ดังนั้น การสื่อสาร การให้คำอธิบายสร้างความเข้าใจและกระบวนการแนะนำเนื้อหาสุขภาพ การสร้างคุณค่า ตลอดจนถ่ายทอดแนวคิด วิธีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ความถูกต้องเหมาะสมของข้อมูล ผู้เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจึงเป็นส่วนสำคัญที่จะเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้นจึงทำให้นักสื่อสารจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญที่หลากหลายครอบคลุมในมิติด้านสุขภาพไม่ว่าจะเชิงเทคนิค เชิงความรู้ด้านสุขภาพ แม้กระทั่งด้านการตลาด เพื่อสร้างความเข้าใจอย่างยั่งยืนกับผู้รับสาร เพื่อนำไปสู่แนวทางและรูปแบบในการนำเสนอไปสู่สาธารณชนในวิธีการที่เหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อไป

บริษัท หนึ่งล้านไอเดีย จำกัด ได้ดำเนินรายการ ปักหมุดหยุดป่วย เป็นรายการที่เกิดขึ้นจากแผนปฏิรูปประเทศด้านสาธารณสุข ประเด็นปฏิรูปที่ 8 ความรอบรู้ด้านสุขภาพ หัวข้อที่ 1 การพัฒนาระบบสื่อสารสุขภาพ หัวข้อย่อยที่ 1.2 การเพิ่มช่องทางสื่อสารมวลชนสาธารณะทางสุขภาพ และแนวทางเขียนเพื่อสุขภาพ โดยรายการปักหมุดหยุดป่วย เป็นรายการที่เน้นการสื่อสารสาระสำคัญเรื่องสุขภาพและสาธารณสุขไปยังประชาชนเพื่อให้รู้เท่าทัน รู้จักป้องกัน และรักษาได้ทันทั่วถึง ยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น โดยรูปแบบของรายการนั้นเป็นการนำเสนอสื่อความรู้สุขภาพวิธีใหม่ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ด้วยรูปแบบรายการสาระ กึ่งละคร โดยใช้ผู้ดำเนินเรื่องที่มีความโดดเด่น มีการนำทักษะความสามารถพิเศษมาสร้างสถานการณ์เพื่อนำไปสู่การนำเสนอประเด็นสุขภาพในแต่ละตอน ซึ่งรายการปักหมุดหยุดป่วยเป็นรายการที่ให้ความรู้ด้านสุขภาพความยาวตอนละ 3 นาที จำนวนทั้งหมด 52 ตอน โดยออกอากาศสัปดาห์ละ 2 วัน คือในเสาร์และวันอาทิตย์ ช่วงเวลาประมาณ 11.30-13.00 น. แทรกอยู่ในรายการคู่ข่าวเสาร์อาทิตย์ ทางช่อง MCOT HD (ช่อง 30) และปัจจุบันมีการเผยแพร่ออนไลน์ผ่านช่องทาง สื่อออนไลน์ช่องทาง เพชบุรีแฟนเพจ ปักหมุดหยุดป่วย (Facebook) ซึ่งได้นำความรู้ด้านสุขภาพที่ออกอากาศทางโทรทัศน์มาเผยแพร่ในช่องทางออนไลน์ ผู้ที่สนใจสามารถเข้ารับชมย้อนหลังได้

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่ารายการที่เกิดขึ้นจากแผนปฏิรูปประเทศด้านสาธารณสุข ในด้านการเพิ่มช่องทางสื่อสารมวลชนสาธารณะทางสุขภาพและมีแนวโน้มที่ผู้สนใจจะเข้ามารับชมลดน้อยลง แต่ถ้าเราสร้างรายการขึ้นมาให้น่าสนใจรายการนั้นก็จะสามารถเติบโตมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านโทรทัศน์ดิจิทัล ในรูปแบบวิดีโอเชิงเนื้อหาที่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนยุคดิจิทัล ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นในการวิจัยศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจะให้ความสำคัญในการศึกษาพฤติกรรม การเปิดรับและความคิดเห็นที่มีต่อรายการปักหมุดหยุดป่วยที่ให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพผ่านทางสื่อใหม่ เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ในด้านกลยุทธ์รวมถึงการวางแผนการสื่อสารเพื่อการปรับปรุงการนำเสนอรายการในอนาคต ซึ่งหากมีการวางแผนที่ดี มีความพร้อมและการนำเสนอที่รวดเร็วจะทำให้เกิดความน่าสนใจในการรับชมมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการปิกหมดหยุดป่วยผ่านทางสื่อใหม่
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อรายการปิกหมดหยุดป่วยผ่านทางสื่อใหม่

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับรายการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพผ่านทางสื่อใหม่ กรณีศึกษา รายการปิกหมดหยุดป่วย ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ที่รับชมรายการปิกหมดหยุดป่วย ทางช่องทาง เฟซบุ๊กแฟนเพจ ปิกหมดหยุดป่วย (Facebook) จำนวน 610 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงและสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จำนวน 250 ตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ ระยะเวลาเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 9 – 21 พฤษภาคม 2564 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างต้องทำแบบสอบถามออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตเท่านั้น

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. สามารถนำข้อมูลมาเป็นแนวทางการพัฒนารายการให้ความรู้ด้านสุขภาพผ่านทางสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ ปิกหมดหยุดป่วย (Facebook) ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม
2. ทำให้ผู้ผลิตที่ให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพได้รับรู้ถึงช่องทางการเผยแพร่ผ่านสื่อใหม่เพื่อจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เหมาะสม
3. เพื่อให้ผู้ผลิตรายการนำผลที่ได้จากการวิจัยศึกษามาเป็นแนวทางการพัฒนารูปแบบการนำเสนอสื่อที่มีคุณค่าต่อทัศนคติในการสร้างการรับรู้ และความเชื่อมั่นของผู้รับชมรายการ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่

ดวงพร ธรรมนิทานนท์ (2557 อ้างถึงใน มุทิตา วรณทิม, 2561, น. 11) ได้กล่าวไว้ว่า ช่องทางของสื่อใหม่เป็นเทคโนโลยีทางการตลาดที่ไม่มีสูตรสำเร็จตายตัว ขึ้นอยู่กับความคิดสร้างสรรค์ที่จะสื่อสารออกมาให้ลูกค้าเข้าใจ ช่องทางของสื่อใหม่ เป็นช่องทางที่สามารถสร้างโอกาสอย่างมาก ที่สามารถลดต้นทุนการผลิต ทำให้เป็นที่รู้จักของลูกค้าได้ดี การเลือกใช้สื่อดิจิทัล นั้น นักการตลาดต้องเข้าไปมีความสัมพันธ์กับผู้บริโภคผ่านช่องทางที่หลากหลายเพื่อผู้บริโภคได้รู้จักธุรกิจ ซึ่งช่องทางของสื่อใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ บล็อก บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ โปรแกรมการสืบค้นข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต และวิดีโอออนไลน์ เป็นต้น แต่ในปัจจุบันการเข้ามาของอินเทอร์เน็ตและสื่อออนไลน์ โลกของการตลาดใบเดิมนั้นไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป ซึ่งหากมองในฐานะผู้ส่งสารหรือผู้โฆษณาแล้ว ไม่จำเป็นที่จะต้องนั่งรอและคาดหวังว่าสารนั้นจะถูกส่งไปถึงกลุ่มเป้าหมายที่อยากให้ไปถึงไม่ต้องนั่งรอนานกว่าเขาจะหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าแล้วเดินออกไปซื้อ แต่สิ่งที่เราทำได้เลยก็คือการใช้สื่อออนไลน์ ระบุกลุ่มเป้าหมายที่เราสนใจแล้วเข้าไปสร้างความสัมพันธ์ ความเชื่อมั่นให้กับสินค้าบริการ และปิดการขายได้เลยทันที

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้

दारवाररुन ศรีสุกใส (2542 อ้างถึงใน สาลินี จินจรรยา, 2558, น. 27) การเกิดความรู้ไม่ว่าจะเกิดขึ้นในระดับใด จะมีความสัมพันธ์กับความรู้สึนึกคิด ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงกับการเปิดรับข่าวสารของแต่ละคนที่ ถ้าบุคคลนั้นมีความพร้อมที่จะเปิดรับในด้านต่าง ๆ อาทิ การระดับศึกษา จะมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพจะมีโอกาสที่ได้รับข้อมูลและสามารถเชื่อมโยงทักษะนั้นเข้ากับสภาพแวดล้อม สามารถรวบรวมสาระสำคัญเกี่ยวกับสุขภาพ สามารถนำไปวิเคราะห์ สังเคราะห์ และประมวลผลได้ต่อไป และเมื่อบุคคลเกิดความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพไม่ว่าจะในระดับใดก็ตาม สิ่งที่เกิดขึ้นตามมาก็คือ ทักษะคิด ความคิดเห็นในลักษณะต่าง ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ฉัตยาพร เสมอใจ และ มัทนียา สมมิ (2545 อ้างถึงใน สาลินี จินจรรยา, 2558, น. 27) ทัศนคติส่วนบุคคลนั้นจะสะท้อนแนวคิดที่มีต่อสภาพแวดล้อม จะมีผลต่อพฤติกรรมและการแสดงออกของตนเอง ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าทัศนคติของบุคคลมีลักษณะดังนี้

1. ทัศนคติเป็นความรู้สึนึกคิดที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
2. ทัศนคติเป็นเรื่องของสิ่งที่สะสมอยู่ในความคิดของบุคคล
3. ทัศนคติจะค่อนข้างคงที่และไม่เปลี่ยนแปลงง่าย ๆ
4. ทัศนคติเกิดขึ้นภายใต้สถานการณ์ ดังนั้นการรับรู้ข้อมูลเพิ่มเติม หรือการปรับตัวของสถานการณ์อาจทำให้เกิดทัศนคติเปลี่ยนไป

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม

Klapper (1960 อ้างถึงใน สุภวัฒน์ สงวนงาม, 2557, น. 11) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเป็นเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ซึ่งประกอบด้วยกลั่นกรอง 4 ขั้นตอน ตามลำดับดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสาร จากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแห่ง
2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ
3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวังแรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้น แต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจาก

จะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าสนใจของแต่ละบุคคลด้วย

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไป ถ่ายทอดต่อในส่วน ที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือก จดจำไว้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิพัฒธนพงษ์ วัฒนกัลยากุล (2561) ศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารการใช้ ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อก่อให้เกิดเครือข่ายกลุ่ม แพนคลับหมอลำ: กรณีศึกษาเฟซบุ๊กแฟนเพจ กลุ่ม “เทพไหล” การวิจัยมีผลว่า สมาชิกกลุ่มเทพไหลใช้งานฟังก์ชันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ เทพไหล อย่างหลากหลาย โดยใช้ ฟังก์ชัน กดไลก์ ความคิดเห็น (Like Comment) และฟังก์ชันกดไลก์ พร้อมแสดง ความคิดเห็น (Like/other Expressions With Comment) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 98 นอกจากนั้นร้อยละ 92 ยังมีการใช้ ฟังก์ชัน กดไลก์แสดงความชื่นชอบ (Like) ร้อยละ 90 ใช้ฟังก์ชันกดแชร์หรือส่งต่อ (Share) และทั้งชมวิดีโอ (View Videos)

สิริลักษณ์ อุบลรัมย์ (2560) ศึกษาการเปิดรับสื่อ การแบ่งปันข้อมูล และการรู้เท่าทันข้อมูลด้านสุขภาพ ในสื่อสังคมออนไลน์ ผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่ม ตัวอย่างจะมีการเปิดรับข่าวสารด้านสุขภาพจากสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก โดยช่วงเวลา ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารสุขภาพทางสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในช่วงเวลา ระหว่าง 18:01 – 21:00 น. และมักใช้โทรศัพท์มือถือ หรือสมาร์ทโฟน เป็น อุปกรณ์ในการเปิดรับ

พิมพ์แข ศรีเจริญ (2559) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจ ต่อรายการตีสิบเคย์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 การวิจัยมีผลว่า พฤติกรรม การเปิดรับชมรายการตีสิบเคย์ ดังนี้ มีความถี่ 2 ครั้งต่อหนึ่งเดือน ใช้เวลาระยะเวลา ในการรับชมในหนึ่งครั้งน้อยกว่าครั้งรายการ (ประมาณ 30 นาที) และเปลี่ยนช่องอื่น เมื่อมีโฆษณา

วรรณรัตน์ รัตนวรงค์ (2558) ศึกษา พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อ หาข้อมูลสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่หา ข้อมูลสุขภาพจากแพทย์ ช่องทางสื่อที่ผู้สูงอายุเชื่อถือข้อมูลมากที่สุดคือ แพทย์ ส่วนใหญ่ผู้สูงอายุใช้อินเทอร์เน็ต ครั้งละ 1-2 ชั่วโมง ใช้สัปดาห์ละ 2-3 วัน ผู้สูงอายุส่วนใหญ่พอใจการใช้อินเทอร์เน็ตและเห็นว่าการใช้อินเทอร์เน็ต ช่วยให้รู้ เหตุการณ์ต่าง ๆ 2) ด้านข้อมูลสุขภาพที่ค้นหา ส่วนใหญ่ผู้สูงอายุค้นหาความรู้ทั่วไป เกี่ยวกับโรคและอาการเจ็บป่วย

ระเบียบวิธีวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามโดยใช้ช่องทางออนไลน์ โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการรับชมรายการปิกมุดหยุดป่วยผ่านสื่อใหม่ ความคิดเห็นที่มีต่อรายการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ และข้อเสนอแนะและความเห็นอื่น ๆ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้จะใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.40 มีอายุระหว่าง 38-47 ปี ร้อยละ 47.20 สถานภาพโสด ร้อยละ 58.40 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 72.80 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 40.80 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 48.80

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการรับชมรายการปิกมุดหยุดป่วยผ่านสื่อใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่รับชมรายการปิกมุดหยุดป่วยผ่านสื่อ เฟซบุ๊กแฟนเพจ ปิกมุดหยุดป่วย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.60 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่ารายการปิกมุดหยุดป่วยควรนำเสนอรายการผ่านสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ ปิกมุดหยุดป่วยจะทำให้เกิดประสิทธิผลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.00 มีความถี่ในการรับชมรายการ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 46.80 ใช้ระยะเวลาในการรับชมรายการ เกือบทั้งหมดของรายการ (2 นาที) คิดเป็นร้อยละ 51.60 มีลักษณะการรับชมรายการโดยการชมเรื่อย ๆ ตั้งใจเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 64.00 กดไลค์ (like) คลิปวิดีโอ คิดเป็นร้อยละ 93.60 กดแชร์ (share) คลิปวิดีโอ คิดเป็นร้อยละ 84.80 และเคยแสดงความคิดเห็น (comment) คลิปวิดีโอ คิดเป็นร้อยละ 51.20

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อรายการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ ซึ่งประกอบด้วย ด้านการมีส่วนร่วมในรายการ และด้านองค์ประกอบด้านการสื่อสารของรายการ พบว่า ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการนำเสนอรายการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ โดยรวม ในระดับมากที่สุด โดยรายด้านสามารถแบ่งได้ดังนี้

ด้านการมีส่วนร่วมต่อรายการ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามอันดับแรก พบว่า สามารถเข้าถึงเนื้อหาที่ได้เผยแพร่ผ่าน เฟซบุ๊กแฟนเพจ ปิกมุดหยุดป่วย ได้ง่ายมากน้อยเพียงใด มีระดับความคิดเห็นสูงสุด อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมาคือ สื่อที่ใช้เผยแพร่รายการเหมาะสมกับสื่อที่ใช้มากน้อยเพียงใด และกิจกรรมที่จัดมีความสอดคล้องกับเนื้อหาที่นำเสนอเพียงใด อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด ส่วนข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความผูกพันต่อเนื้อหาที่นำเสนอมากที่สุด คือ ท่านสนใจที่เข้าร่วมกิจกรรมที่ได้มีการเผยแพร่ผ่าน เฟซบุ๊กแฟนเพจ ปิกมุดหยุดป่วย มากน้อยเพียงใด อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก

ด้านองค์ประกอบด้านการสื่อสารของรายการผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการนำเสนอรายการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพองค์ประกอบด้านการสื่อสารของรายการ ด้านเนื้อหารายการ ด้านผู้ดำเนินรายการ และด้านรูปแบบรายการ โดยมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

พฤติกรรมการเปิดรับรายการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพผ่านทางสื่อใหม่ กรณีศึกษา รายการ ปักหมุดหยุดป่วย สามารถอภิปรายผลได้ ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 38-47 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริพรรณ เวบุระ (2560) ศึกษาพฤติกรรมการรับชมรายการ “ตื่นมาคุย” ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 เอ็มคอตเอชดี ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า รับชมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และมีสถานภาพโสด

2. พฤติกรรมการรับชมรายการปักหมุดหยุดป่วยผ่านสื่อใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่รับชมรายการปักหมุดหยุดป่วยผ่านสื่อ เฟซบุ๊กแฟนเพจ ปักหมุดหยุดป่วย มากที่สุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่ารายการปักหมุดหยุดป่วยควรเผยแพร่รายการผ่านสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ ปักหมุดหยุดป่วย จะทำให้เกิดประสิทธิผลมากที่สุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามอาจเห็นว่าเฟซบุ๊กเป็นสื่อที่มีองค์ประกอบที่ผู้ชมสามารถเข้าถึงได้ง่าย การใช้งานง่าย และมีแนวโน้มในการใช้งานเพิ่มมากขึ้น มีการสื่อสารแบบสองทาง รวมถึงดำเนินการส่งสารได้มากกว่าสิ่งเดียวพร้อมกัน อาทิ เสียง ข้อความ อีกทั้ง ภาพไปพร้อมกัน อันจะตรงกับงานวิจัยของ สิริลักษณ์ อุบลรัมย์ (2560) ศึกษาการเปิดรับสื่อ การแบ่งปันข้อมูล และการรู้เท่าทันข้อมูลด้านสุขภาพ ในสื่อสังคมออนไลน์ ผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะมีการเปิดรับข่าวสารด้านสุขภาพจากสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัตติกา แก้วมณี (2561) ศึกษาการเปิดรับสื่อสังคม การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมส่วนใหญ่จะใช้เวลาในการใช้เฟซบุ๊กและอินสตาแกรม

ส่วนในเรื่องความถี่ในการรับชมรายการผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการรับชมรายการ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ใช้ระยะเวลาในการรับชมรายการ เกือบทั้งหมดของรายการ (2 นาที) มีลักษณะการรับชมรายการโดยการชมเรื่อย ๆ ตั้งใจเป็นบางครั้ง เนื่องจากรายการดังกล่าวเป็นรายการเกี่ยวกับการให้ความรู้ด้านสุขภาพ มีระยะเวลาการสั้น จึงทำให้มีผู้สนใจเข้ามารับชมรายการในเรื่องที่ตนเองสนใจ การเผยแพร่ผ่าน เฟซบุ๊กแฟนเพจ สามารถค้นหารายการที่สนใจและสามารถเลื่อนช่วงเวลาในการรับชมได้ อันจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรัชญา ทิพย์มาลัย (2562) ศึกษาพฤติกรรมและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารสิทธิของผู้สูงอายุผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ การวิจัยมีผลว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะมีความถี่ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยบางประการของ พิมพ์แข ศรีเจริญ (2559) ศึกษาพฤติกรรม

การเปิดรับและความพึงพอใจต่อรายการทีเส็บเดีย ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 การวิจัยมีผลว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทีเส็บเดีย ดังนี้ มีความถี่ 2 ครั้งต่อหนึ่งเดือน ใช้เวลาระยะเวลาในการรับชมในหนึ่งครั้งน้อยกว่าครั้งรายการ (ประมาณ 30 นาที) และเปลี่ยนช่องอื่นเมื่อมีโฆษณา

ส่วนพฤติกรรมการของผู้ตอบแบบสอบถาม กดไลค์ (like) กดแชร์ (share) และแสดงความคิดเห็น (comment) คลิปวิดีโอที่มีการเผยแพร่ใน เฟซบุ๊กแฟนเพจ ปักหมุดหยุดป่วย อาจเนื่องมาจากผู้ตอบแบบสอบถาม ชื่นชอบในคลิปวิดีโอนั้น มีความสนใจในเรื่องสุขภาพ ชอบคอนเทนต์ อยากติดตามรายการที่มีความรู้ สาระ ความบันเทิง อยากจะแชร์เรื่องราวดี ๆ กับคนรอบข้าง อีกทั้งยังอยากจะเผยแพร่ข้อมูลกับสาธารณะ อีกทั้งยังเป็นการเชิญชวนให้ผู้ติดตามเพจเข้ามาร่วมสนุกในรายการโดยการ กด Like และ Share โพสต์เพื่อเล่นเกมชิงรางวัลอะไรต่าง ๆ โดยต้องการให้ผู้ที่มีส่วนร่วมกับคอนเทนต์นั้น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิพัฒธนพงษ์ วัฒนกุลยา กุล (2561) ศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อก่อให้เกิดเครือข่ายกลุ่มแฟนคลับหมอลำ: กรณีศึกษาเฟซบุ๊กแฟนเพจ กลุ่ม “เทพไหล” การวิจัยมีผลว่า สมาชิกกลุ่มเทพไหลใช้งานฟังก์ชันบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ เทพไหล อย่างหลากหลาย โดยใช้ ฟังก์ชัน กดไลค์ ความคิดเห็น (Like Comment) และฟังก์ชันกดไลค์ พร้อมแสดงความคิดเห็น (Like/other Expressions With Comment) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 98 นอกจากนั้นร้อยละ 92 ยังมีการใช้ ฟังก์ชัน กดไลค์แสดงความชื่นชอบ (Like) ร้อยละ 90 ใช้ฟังก์ชันกดแชร์หรือส่งต่อ (Share) และทั้งชมวิดีโอ (View Videos)

3. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อรายการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ โดยสามารถแบ่งเป็นรายด้านได้ดังนี้

ด้านการมีส่วนร่วมต่อรายการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการนำเสนอรายการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ ด้านการมีส่วนร่วมต่อรายการ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.29 ถึงแม้ว่าผลการวิจัยจะพบว่า ความคิดเห็นของการนำเสนอรายการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ ด้านการมีส่วนร่วมต่อรายการอยู่ในระดับความคิดเห็นระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาตามรายข้อจะพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมต่อรายการในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ มีการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพจากสื่อสังคมออนไลน์และมีความสามารถในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ โดยสนใจที่เข้าร่วมกิจกรรมที่ทาง เฟซบุ๊กแฟนเพจ ปักหมุดหยุดป่วย ได้จัดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Klapper (1960 อ้างถึงใน สุภวัฒน์ สงวนงาม, 2557, น. 11)

กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้โดยจะมีการเลือกเปิดรับ เช่น การเลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน เป็นต้น การเลือกให้ความสนใจ ผู้ที่สนใจจะมีแนวโน้มที่สนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งจะเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน การเลือกรับรู้และตีความหมาย ซึ่งจะมีการเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทักษะคติ ฯลฯ ของตนเอง โดยข้อมูลที่เราเลือกจดจำจะมีเนื้อหาที่ช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุน ทักษะคติ ความรู้สึกนึกคิด หรือความเชื่อที่มีอยู่เดิมให้มีชัดเจน

และปรับเปลี่ยนได้ยากขึ้น ส่วนเรื่องที่ตนเองไม่เห็นด้วยมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อ

ด้านองค์ประกอบด้านการสื่อสารของรายการผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการนำเสนอรายการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพองค์ประกอบด้านการสื่อสารของรายการ ซึ่งได้แก่ เนื้อหารายการ ผู้ดำเนินรายการ และรูปแบบรายการ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.57 ถึงแม้ว่าผลการวิจัยจะพบว่า ความคิดเห็นต่อการนำเสนอรายการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ องค์ประกอบด้านการสื่อสารของรายการอยู่ในระดับความคิดเห็นระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาตามรายข้อจะพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นองค์ประกอบด้านการสื่อสารของรายการจากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของรายการในระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจว่า ข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพนั้นมีความสำคัญ เป็นประโยชน์ต่อตนเอง ผู้คนรอบข้าง และสังคม โดยข้อมูลดังกล่าวเป็นข้อมูลที่มีเป็นปัจจุบัน มีการป้องกันสุขภาพที่จะเกิดขึ้นแล้วจะส่งต่อกระทบต่อตนเอง และสังคม จึงมีการค้นหาข้อมูลเพื่อให้เกิดความรู้จากสื่อออนไลน์ ซึ่งสามารถเข้าถึงได้ง่าย รูปแบบรายการ ต้องมีการนำเสนอที่สั้น กระชับ ไม่น่าเบื่อ เข้าใจง่าย มีการทำภาพกราฟิกหรือนำเสนอที่ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย พิธีกร ผู้ดำเนินรายการและผู้ร่วมรายการต้องเป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณรัตน์ รัตนวรงค์ (2558) ศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่หาข้อมูลสุขภาพจากแพทย์ ช่องทางสื่อที่ผู้สูงอายุเชื่อถือข้อมูลมากที่สุดคือ แพทย์ ส่วนใหญ่ผู้สูงอายุใช้อินเทอร์เน็ต ครั้งละ 1-2 ชั่วโมง ใช้สัปดาห์ละ 2-3 วัน ผู้สูงอายุส่วนใหญ่พอใจการใช้อินเทอร์เน็ต และเห็นว่าการใช้อินเทอร์เน็ต ช่วยให้รู้เหตุการณ์ต่าง ๆ 2) ด้านข้อมูลสุขภาพที่ค้นหา ส่วนใหญ่ผู้สูงอายุค้นหาความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคและอาการเจ็บป่วย อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิทธิเดช สิทธิสินทรัพย์ (2559) ศึกษาสภาพความต้องการและรูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบรายการโทรทัศน์ด้านสุขภาพ พบว่า เยาวชนมีความต้องการรูปแบบรายการที่มีวิธีการนำเสนอที่สั้น กระชับ เข้าใจง่าย ไม่น่าเบื่อ มีการนำภาพประกอบกราฟิกหรือเทคนิคการนำเสนอที่น่าสนใจเข้ามาใช้ในการดำเนินรายการ พิธีกร ผู้ดำเนินรายการและผู้ปรากฏตัวในรายการต้องเป็นที่รู้จักของกลุ่มเยาวชน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้

1. ผู้ผลิตรายการควรหันมาให้ความสำคัญกับสื่อ Digital ใช้กลไกในการนำเสนอการให้ความรู้ในเรื่องสุขภาพ จัดทำเป็น Digital Campaign โดยนำกลยุทธ์การสื่อสารในแบบ DTC (Direct to Customer) เพื่อปรับเปลี่ยนรูปแบบในการนำเสนอรายการที่ให้ความรู้ด้านสุขภาพมีประสิทธิภาพและตรงไปถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง
2. ผู้ผลิตรายการควรปรับคอนเทนต์ในการสื่อสารให้เป็นไปตามพฤติกรรมการเข้าถึงสื่อตาม Generation โดยแยกการสื่อสารในการนำเสนอรายการสุขภาพออกมาเป็นคอนเทนต์ตามเจนเนอเรชันต่าง ๆ

3. จากการศึกษาพบว่า ความสนใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่จะเข้าร่วมกิจกรรมที่ได้มีการเผยแพร่ผ่าน เฟซบุ๊กแฟนเพจ ปักหมุดหยุดป่วย นั้นมีความน่าสนใจน้อย ผู้ผลิตรายการควรมีกิจกรรมต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับรายการ ตรงกับเนื้อหารายการและน่าสนใจ

4. จากผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับรายการปักหมุดหยุดป่วยผ่านทางสื่อใหม่ส่วนใหญ่เคยกดไลก์ กดแชร์ และเคยแสดงความคิดเห็น ทำให้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า ควรผลิตรายการให้สอดคล้องความต้องการของหลากหลายเจเนอเรชัน อาจจะเป็นภาพอินโฟกราฟิก (Infographic) เนื่องจากอวัจนภาษาที่อยู่รูปแบบของรูปภาพนั้นจะสามารถสร้างความน่าสนใจและดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น และทำให้มีการแชร์สื่อออกไปได้ง่าย และเป็นการสร้างคอนเทนต์ที่ไม่เหมือนใคร

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

1. การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างในเฟซบุ๊กแฟนเพจ เท่านั้น ดังนั้น การทำวิจัยในครั้งต่อไป ควรทำการวิจัยโดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากสื่ออื่นๆ เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรม การเปิดรับรายการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ รายการปักหมุดหยุดป่วย ว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเห็นถึงประโยชน์ และความสำคัญในการดำเนินรายการให้กับประชาชน

2. ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนั้นข้อมูลที่ได้อาจจะไม่มีรายละเอียดมากพอ จึงควรศึกษาเชิงลึกด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น อาจทำการสัมภาษณ์เฉพาะกลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดมากขึ้น

3. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาถึงปัญหา อุปสรรค ที่ส่งผลกระทบต่อ การนำเสนอ รายการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ เพื่อให้ทราบถึงผลกระทบของกลุ่มตัวอย่าง

4. ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาในด้านพฤติกรรม การเปิดรับรายการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพผ่านทางสื่อใหม่ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ควรที่จะศึกษาเจาะลึกในหัวข้อเกี่ยวกับเรื่อง สุขภาพร่วมด้วย และควรศึกษาถึงประสิทธิภาพของการนำเสนอรายการ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร แรงจูงใจ และความต้องการการนำเสนอรายการ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กัตติกา แก้วมณี. (2561). *การเปิดรับสื่อสังคม การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พิพัฒน์พงษ์ วัฒนกุลยากุล. (2561). *การศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างเครือข่ายกลุ่มแฟนคลับหมอลำ: กรณีศึกษาเฟซบุ๊กแฟนเพจ กลุ่ม “เทพไหล”*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

- พิมพ์แข ศรีเจริญ. (2559). พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจต่อรายการดีลิบเดย์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- มุกิตา วรรณทิม. (2561). เปรียบเทียบประสิทธิผลการโฆษณาของแพลตฟอร์มที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของทันตแพทย์ผ่านกูเกิล (Google Ads) และเฟซบุ๊ก (Facebook Ads) กรณีศึกษา E-Marketplace ชื่อ “DentalGather” ภายใต้บริษัท เดอะ คอลแลบครีเอท จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วรัชญา ทิพย์มาลัย. (2562). พฤติกรรมและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารสิทธิของผู้สูงอายุผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สาธิต จินจรรยา. (2558). ประสิทธิภาพของการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์เชิงบูรณาการบนสื่อใหม่ของมหาวิทยาลัยรังสิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิทธิเดช สิทธิสินทรัพย์. (2558). การศึกษาสภาพความต้องการและรูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สิริพรรณ เวปุระ. (2560). พฤติกรรมการรับชมรายการ “ตื่นมาคุย” ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 เอ็มคอตเอชดี ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สิริลักษณ์ อุบลศรี. (2560). การเปิดรับสื่อ การแบ่งปันข้อมูล และการรู้เท่าทันข้อมูลด้านสุขภาพ ในสื่อสังคมออนไลน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุภาวัฒน์ สงวนงาม. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- ระบบออนไลน์**
- วรรณรัตน์ รัตนวรงค์. (2558). พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา, 7(1), 169-185. เข้าถึงได้จาก <http://ejournals.swu.ac.th/index.php/jbsd/article/view/5142/4926>.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2563). สุขภาพคนไทย 2563: สองทศวรรษ ปฏิรูปการศึกษาไทย ความล้มเหลวและความสำเร็จ. เข้าถึงได้จาก <https://www.thaihealth.or.th/Books/637/รายงานสุขภาพคนไทย+ปี+2563.html>.