

บทคัดย่อ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการของ สภาอากาศไทยผ่าน YouTube
ชื่อผู้เขียน	อภิรัตน์ เลิศศักดิ์วิมาน
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)
ปีการศึกษา	2564

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต ระยะเวลาการรับชมรายการ และการตัดสินใจรับชมรายการของสภาอากาศไทยผ่าน YouTube (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร กับระยะเวลาที่รับชมรายการในแต่ละครั้งของผู้รับชมรายการของสภาอากาศไทยผ่าน YouTube (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต การตัดสินใจเลือกรับชมรายการและระยะเวลาที่รับชมรายการในแต่ละครั้งของผู้รับชมรายการของสภาอากาศไทยผ่าน YouTube เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่เคยรับชมรายการของสภาอากาศไทยผ่าน YouTube จำนวน 400 คน ในช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนพฤษภาคม 2564

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 -35 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน รายได้เฉลี่ยมากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป มีพฤติกรรมในการรับชมรายการของสภาอากาศไทยผ่าน YouTube ผ่านทาง Tablet/Smart Phone เลือกรับชมรายการประเภทข่าว (News Program) โดยมีระยะเวลาในการรับชมรายการอยู่ที่ 3 – 4 นาที ส่วนใหญ่ไม่มีปฏิสัมพันธ์กับรายการ มีวัตถุประสงค์ในการรับชมรายการเพื่อหาความรู้ใหม่ ๆ และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรับชมรายการคือตนเอง ในส่วนของรูปแบบการดำเนินชีวิตสามารถแบ่งได้เป็น 6 กลุ่ม คือ (1) ชีวิตดีสังคมดี (2) ชีวิตคือการเรียนรู้ (3) ชีวิตยุค4G (4) ชีวิตติดกิจกรรม (5) ชีวิตเบิกบาน (6) ชีวิตดีมีคุณค่า โดยกลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจรับชมรายการบางครั้งบางคราว ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของสภาอากาศไทยส่งผลต่อ

(4)

การเลือกรับชมรายการของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างยังแนะนำให้บุคคลอื่นรับชมรายการของสภากาชาดไทย

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้รับชมรายการของสภากาชาดไทยผ่าน YouTube มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระยะเวลาในการรับชมรายการและการตัดสินใจรับชมรายการ ในส่วนของลักษณะทางประชากรที่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการรับชมรายการในแต่ละครั้ง ได้แก่ เพศ อาชีพ และรายได้



ABSTRACT

Title of Independent Study	Factors Influencing The Decision on Watching Programs of Thai Red Cross Society via YouTube
Author	Abhirath Lertsakviman
Degree	Master of Arts (Communication and Innovation)
Year	2021

The objective of this research is 1) To study the factors that affected the lifestyle, time for viewing, and decision on watching programs of Thai Red Cross Society via YouTube. 2) To study the relationship between of demographic characteristics and time for viewing programs of Thai Red Cross Society via YouTube. 3) To study the relationship between of affected the lifestyle, decision on watching programs and viewing time of Thai Red Cross Society via YouTube. This study is a quantitative survey research utilizing the questionnaires as the main instrument to collect the data. There were 400 participants in this study. During April 2021 to May 2021

The results showed that most of the samples were female, aged 21–35 years old, single, Level of education are undergraduate. Most of them work as private employees. a monthly income of at least 30,000 baht. Behavior of watching programs of Thai Red Cross Society via YouTube on a tablet or smart phone. Choose to watch news programs (news programs) with a duration of 3–4 minutes to watch programs. Most of them do not interact with the program. The objective is to watch the program to gain new knowledge. And the person who influences your decision to watch the program is yourself. In terms of lifestyle, it can be

(6)

divided into 6 groups: (1) good life, good society; (2) learning is life; (3) life in the 4G era (4) life is addicted to activities (5) life is happy (6) a good life is worth living The sample group decided to watch the program from time to time. The reputation and credibility of the Thai Red Cross Society affects the selection of the program of the most sample group. And the sample also recommends others to watch the programs of the Thai Red Cross Society.

Results of hypothesis, lifestyle of the Thai Red Cross Society's viewers via YouTube was positively correlated with the duration of viewing and the decision to watch the program. The demographic characteristics associated with the duration of viewing each time were gender, occupation, and income.

