

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

สถานีวิจัยโทรทัศนดาวเทียมได้ถือกำเนิด ประเทศไทยครั้งแรกในปี พ.ศ. 2538 ก่อตั้งโดยมูลนิธิการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม เพื่อใช้ประโยชน์ทางการศึกษาโดยแพร่ภาพไปยังโรงเรียนในท้องถิ่นทุรกันดาร โรงเรียนในเขตพื้นที่ชายแดน ทั้งในระดับประถมศึกษา และมัธยมศึกษา จำนวน 15 ช่อง (แก๊วขวัญ วัชโรทัย, 2542 : 8 -20) หลังจากนั้นสถานีวิจัยโทรทัศนดาวเทียมได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะปัจจุบันถือได้ว่าเป็นสื่อที่ได้รับความสนใจทั้งภาครัฐและเอกชน เนื่องจากลงทุนในธุรกิจดังกล่าวไม่สูงมากประมาณ 50 – 100 ล้านบาท จึงทำให้มีผู้ประกอบการธุรกิจโทรทัศนดาวเทียมเกิดขึ้นอย่างมากมาย ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยมีโทรทัศนดาวเทียมประมาณ 60 สถานี แบ่งเป็นสถานีวิจัยโทรทัศนเพื่อการศึกษา 16 สถานี และกำลังจะเปิดทำการอีกอย่างน้อย 10 สถานี นอกจากนี้บริษัทที่เป็นผู้นำในธุรกิจบันเทิง ดังเช่น บริษัท จีเอ็มเอ็ม มีเดีย จำกัด (มหาชน) และบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) ก็คาดว่าจะเข้ามาลงทุนในธุรกิจโทรทัศนดาวเทียมเช่นกัน (กรุงเทพธุรกิจ, 2550 : ออนไลน์) เนื่องจากสามารถแพร่ภาพในหลายประเทศพร้อมกันผ่านทางจานรับสัญญาณดาวเทียม ทั้งนี้ทั่วประเทศมีฐานจานดาวเทียมประมาณ 2.5-3 ล้านจาน มีจำนวนผู้ชมประมาณ 8 – 10 ล้านคน และยังสามารถรับชมได้ทางโทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิกหรือเคเบิลทีวีที่มีผู้ประกอบการที่ให้บริการทั่วประเทศถึง 700 ราย โดยปัจจุบันมีจำนวนสมาชิกที่ใช้บริการอยู่ประมาณ 2 ล้านครัวเรือน หรือคิดเป็นร้อยละ 11.5 ของจำนวนครัวเรือนทั้งหมด ผู้ชมรายการต่างๆ ทั้งสิ้นประมาณ 15 ล้านคน (ผู้จัดการรายสัปดาห์, 2551 : 2, 19) และมีแนวโน้มการเติบโตของตลาดเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 10 ในปี พ.ศ. 2548 (สำนักข่าวไทย, 2547 : ออนไลน์) เมื่อพิจารณาถึงพฤติกรรมชมโทรทัศน์จากเคเบิลทีวีและโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมของเอแบคโพลล์ พบว่า สถานีเอเอสทีวีได้รับความนิยมมากที่สุดถึงร้อยละ 40.6 รองลงมาคือ ยูบีซี ร้อยละ 33.2 เอบีทีวี ร้อยละ 24.9 เอ็นบีทีวี ร้อยละ 22.3 และร้อยละ 16.4 รับชมช่องอื่นๆ ได้แก่ เอ็มวีทีวี ทีซีคอนเนชั่น อีทีวี เป็นต้น (ผู้จัดการ, 2550 : ออนไลน์)

บริษัท เอชพลัสแซลแนล คอร์ปอเรชั่น จำกัด เป็นอีกบริษัทหนึ่งที่เล็งเห็นโอกาสเติบโตในธุรกิจโทรทัศน์ดาวเทียม ผนวกกับกระแสในปัจจุบันที่ผู้คนหันมาใส่ใจเรื่องสุขภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งสามารถประเมินได้จากการเติบโตของตลาดสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพที่มีมูลค่าตลาดสูงกว่าหมื่นล้านบาท และมีแนวโน้มสูงขึ้นร้อยละ 10 - 20 ต่อปี (ผู้จัดการ, 2547 : ออนไลน์) จึงก่อตั้งสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมเอชพลัสแซลแนล เป็นสถานีโทรทัศน์สำหรับผู้รักสุขภาพทั้งกาย ใจ สมองทุกเพศทุกวัย ที่มีระดับรายได้ครัวเรือนตั้งแต่ปานกลางขึ้นไป โดยสามารถรับชมรายการได้ 3 ช่องทาง คือ ทางจานรับสัญญาณดาวเทียมระบบซีแบนด์ ทางเคเบิลทีวีท้องถิ่นทั่วประเทศ และทางเว็บไซต์ ซึ่งจำนวนผู้ประกอบการเคเบิลทีวีที่ทำการแพร่ภาพสัญญาณของสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมเอชพลัสแซลแนลแบ่งตามภูมิภาคมีดังต่อไปนี้ กรุงเทพมหานครและภาคกลางมีจำนวน 50 ราย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 57 ราย ภาคตะวันออกจำนวน 29 ราย ภาคเหนือจำนวน 35 ราย ภาคตะวันตกจำนวน 16 ราย และภาคใต้จำนวน 33 ราย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 85 ของผู้ประกอบการเคเบิลทีวีท้องถิ่นทั้งสิ้น 261 ราย ทางเว็บไซต์ <http://tv.sanook.com/tv> และ <http://tv.truelife.com> (ศานิตรี โทลแก้ว, 2551 : สัมภาษณ์) ซึ่งทางสถานีได้แบ่งกลุ่มผู้ชมเป้าหมายดังนี้ เพศชายร้อยละ 30 และเพศหญิงร้อยละ 70 และแบ่งสัดส่วนประเภทรายการของสถานีเป็นดังนี้ รายการความรู้ร้อยละ 30 รายการข่าวร้อยละ 15 และรายการบันเทิงร้อยละ 55 ที่มีรายการเกี่ยวกับความงาม สุขภาพ กีฬา อาหาร เกมโชว์ ท่องเที่ยวและสปา แม่และเด็ก เป็นต้น โดยรายการต่างๆ จะนำเสนอรายการทั้งสดและเทปบันทึกในรูปแบบต่างๆ เช่น สัมภาษณ์ สารคดี นิตยสาร รูปแบบรายการข่าว และรายการหลากหลาย นอกจากนี้ยังมีรายการสดรูปแบบอินเตอร์แอคทีฟ (Interactive Television) ถือได้ว่าเป็นจุดเด่นของสถานี ซึ่งผู้ชมที่บ้านสามารถติดต่อได้ทั้งทางโทรศัพท์และสามารถส่งข้อความแสดงความคิดเห็นหรือสอบถามมายังรายการ ทำให้ผู้จัดรายการสามารถโต้ตอบกับผู้ชมผ่านรายการได้ทันที ซึ่งสามารถประเมินผลการรับชมรายการนั้นๆ ได้ และเก็บเป็นฐานข้อมูลของผู้รับชมรายการได้อีกทางหนึ่งด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการประเภทสุขภาพที่มีรูปแบบอินเตอร์แอคทีฟซึ่งถือได้ว่าเป็นรายการหลักของสถานีที่มีกลุ่มผู้ชมติดต่อมายังสถานีมากที่สุด คือ รายการคลินิกชีวิรักษ์ และเป็นรายการสุขภาพรายการเดียวที่เหลืออยู่หลังจากการปรับผังรายการในเดือนมิถุนายน 2551 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ชมที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้กลุ่มผู้ชมที่ติดต่อกลับมายังรายการโดยผ่านช่องทางต่างๆ เช่น ทางเว็บไซต์ ทางโทรศัพท์ และทางจดหมาย หรือเรียกว่า กลุ่มผู้ชมที่มีความกระตือรือร้น (Active Audience) เป็นกลุ่มที่ติดตามชมรายการอย่างแท้จริง และบางส่วนมีความสนใจเข้าร่วมทำกิจกรรมที่ทางรายการจัดขึ้น เช่น เข้าร่วมงานสัมมนาต่างๆ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถานีกับกลุ่มผู้ชมในระยะยาว (บุญทริกา แทนมณี , 2551 : สัมภาษณ์)

เนื่องจากสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมเอชพลัสแซลแนลเป็นที่นำเสนอเรื่องราว ข่าวสาร ข้อมูลน่ารู้เกี่ยวกับสุขภาพแห่งแรกของประเทศไทย อีกทั้งสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมเอชพลัสแซลแนลมีความแตกต่างและมีความเฉพาะเจาะจงถึงกลุ่มเป้าหมายที่ใส่ใจสุขภาพอย่างชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการคลินิกชีวิตวัยที่กลุ่มผู้ชมติดตามมาซึ่งสถานีมากที่สุด ดังนั้นผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการคลินิกชีวิตวัยของ สถานีโทรทัศน์ดาวเทียมเอชพลัสแซลแนล เนื่องจากเป็นรายการที่ได้รับความนิยมจากผู้ชม เพื่อเป็น แนวทางในการปรับปรุงและพัฒนารายการคลินิกชีวิตวัยของสถานีให้มีประสิทธิภาพเพื่อ ตอบสนองความต้องการของผู้ชมมากยิ่งขึ้น รวมทั้งสามารถนำข้อมูลไปใช้ปรับปรุง กลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของบริษัทได้อีกช่องทางหนึ่ง

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการคลินิกชีวิตวัยของ สถานีโทรทัศน์ดาวเทียมเอชพลัสแซลแนล

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบความคิดเห็นของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการคลินิกชีวิตวัย ของสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมเอชพลัสแซลแนล
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางปรับปรุงและพัฒนารายการคลินิกชีวิตวัยของ สถานีโทรทัศน์ดาวเทียมเอชพลัสแซลแนล และประยุกต์ใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดของสถานี

นิยามศัพท์

ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกด้านความรู้สึก ความคิดของผู้ชมที่มีต่อรายการ สุขภาพรูปแบบอินเทอร์แอคทีฟของสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมเอชพลัสแซลแนล

ผู้ชม หมายถึง ผู้ที่รับชมรายการคลินิกชีวิตวัยและติดตามมาซึ่งรายการผ่านช่องทาง โทรทัศน์ หรือเข้าร่วมกิจกรรมกับรายการคลินิกชีวิตวัย

สถานีโทรทัศน์ดาวเทียมเอชพลัสแซลแนล หมายถึง สถานีโทรทัศน์ดาวเทียมที่ นำเสนอรายการเกี่ยวกับสุขภาพทั้งกาย ใจ และสมอง ออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง ทางช่องเอ็มวีทีวี 4 และสามารถรับชมรายการของสถานีได้ 3 ช่องทาง คือ ทางเคเบิลท้องถิ่นทั่วประเทศ ทางจานรับสัญญาณดาวเทียมระบบซีแบนด์ ความถี่ 3585 เมกะเฮิร์ตซ์ Symbol rate 26667 Vertical และทางเว็บไซต์ <http://tv.sanook.com/tv> และ <http://tv.truelife.com>