

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up
กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

The Relationship between the Korean Series Media Exposure Behavior
“Start-Up” and Uses and Gratification of Working Age in Bangkok



**BANGKOK
UNIVERSITY**
THE CREATIVE UNIVERSITY

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up
กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

The Relationship between the Korean Series Media Exposure Behavior
“Start-Up” and Uses and Gratification of Working Age in Bangkok



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2565

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up กับการใช้ประโยชน์
และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย กานต์ระพี อารีประชาภิรมย์



ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

BANGKOK
UNIVERSITY
THE CREATIVE UNIVERSITY

อาจารย์ที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรหม ชมงาม)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.องอาจ สิงห์ลำพอง)

กานต์ระพี อารีประชาภิรมย์. ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์), สิงหาคม, 2566, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร (68 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรหม ชมงาม

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร 2) การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร 3) ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มวัยทำงานเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุ 18-59 ปี ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 136 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation)

ผลการศึกษาพบว่า 1) พฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ของกลุ่มตัวอย่างคือการเลือกรับรู้หรือตีความ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้รับรู้ถึงวิธีการทำธุรกิจ ภายใต้การแข่งขันทางธุรกิจ 2) กลุ่มตัวอย่างเกิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ด้านความต้องการหลีกเลี่ยงโลกความเป็นจริงชั่วขณะ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up เพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน 3) พฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: พฤติกรรมการเปิดรับ, การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ, ซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up

Areeprachapirom, K. Master of Communications Arts (Strategic Communications),
August 2023, Graduate School, Bangkok University.

The Relationship between the Korean Series Media Exposure Behavior “Start-Up”
and Uses and Gratification of Working Age in Bangkok (68 pp.)

Advisor: Assoc. Prof. Pornprom Chomngam, Ph.D.

ABSTRACT

A study of the relationship between the Korean series exposure behavior “Start-Up” and uses and gratification of working age in Bangkok aims to study

- 1) The Korean series exposure behavior “Start-Up” of working age in Bangkok
- 2) Uses and gratification from the Korean series “Start-Up” of working age in Bangkok
- 3) The relationship between the Korean series exposure behavior “Start-Up” and uses and gratification of working age in Bangkok.

The sample in this study consisted of 136 working age group of males and females aged between 18-59 years with behaviors of Korean series exposure behavior “Start-Up” of working age in Bangkok. Questionnaire is a tool for data collection. Pearson Product Moment Correlation Statistics was used to analyze the data.

According to the findings, 1) Selective Perception or interpretation is the most essential component of the Korean series exposure behavior “Start-Up” because they understand how to conduct in the face of commercial competition. 2) Tension Release Needs is the most important feature of the Korean series “Start-Up” uses and gratification because they focused on watching the “Start-Up” for enjoyment. 3) The Korean series exposure behavior “Start-Up” is related to uses and gratification of working age in Bangkok statistically significant at the 0.01 level.

*Keywords: Media Exposure Behavior, Uses and the Gratifications, Korean Series
“Start-Up”*

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้สำเร็จลงได้ด้วยความรู้ความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรหม ชมงาม อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะแนวทางการศึกษา ตรวจสอบ และแก้ไขข้อบกพร่องในงาน ตลอดจนให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ในการวิจัย จนกระทั่งงานวิจัยในครั้งนี้ มีความสมบูรณ์ครบถ้วนสำเร็จไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.องอาจ สิงห์ลำพอง ที่ให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงงานวิจัย เพื่อให้งานวิจัยสำเร็จสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ วัฒนา สุนทรชัย ที่ให้คำปรึกษา ถ่ายทอดความรู้เรื่องสถิติให้แก่ผู้วิจัย และคำแนะนำเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ และสามารถนำหลักวิชาการต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัย

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา และเครือญาติ ที่ให้การสนับสนุนในการศึกษาครั้งนี้ และเป็นกำลังใจสำคัญในชีวิตของผู้วิจัย

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม เพื่อนำแบบสอบถามมาใช้ในงานวิจัย และผู้วิจัยอยากขอบคุณเพื่อน ๆ พี่ ๆ ทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือมาโดยตลอด

THE CREATIVE UNIVERSITY

กานต์ระพี อารีประชาภิรมย์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา	6
1.3 ขอบเขตการวิจัย	7
1.4 คำถามการวิจัย	7
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
1.6 นิยามศัพท์	7
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.2 สมมติฐานการวิจัย	22
2.3 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี	22
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 ประเภทของงานวิจัย	23
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	23
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	24
3.4 การทดสอบเครื่องมือ	25
3.5 วิธีการเก็บข้อมูล	27
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	27
3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	28
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม	31
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up	34
4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	37

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย	44
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	46
5.2 อภิปรายผล	49
5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้	55
5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย	55
บรรณานุกรม	56
ภาคผนวก	60
ประวัติผู้เขียน	68

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1: ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของประเด็นคำถามที่ใช้ในการวิจัย	26
ตารางที่ 4.1: ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	31
ตารางที่ 4.2: ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	32
ตารางที่ 4.3: ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	32
ตารางที่ 4.4: ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	33
ตารางที่ 4.5: ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	33
ตารางที่ 4.6: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรม的开รับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up โดยภาพรวม	34
ตารางที่ 4.7: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรม的开รับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ด้านการเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ	34
ตารางที่ 4.8: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรม的开รับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ด้านการเลือกรับรู้หรือตีความ	35
ตารางที่ 4.9: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรม的开รับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ด้านกระบวนการเลือกจดจำ	37
ตารางที่ 4.10: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจโดยภาพรวม	38
ตารางที่ 4.11: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจด้านความต้องการด้านความคิด	38
ตารางที่ 4.12: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจด้านความต้องการด้านอารมณ์ความรู้สึก	39
ตารางที่ 4.13: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจด้านความต้องการส่วนบุคคล	41

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.14: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ด้านความต้องการด้านสังคม	42
ตารางที่ 4.15: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ด้านความต้องการหลีกเลี่ยงจากโลกความเป็นจริงชั่วขณะ	43
ตารางที่ 4.16: สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลี เรื่อง Start-Up กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขต กรุงเทพมหานคร	44
ตารางที่ 4.17: สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	45

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: สถิติการเพิ่มขึ้นของการส่งออกเนื้อหาของภาพยนตร์ซีรีส์เกาหลี	2
ภาพที่ 1.2: โปสเตอร์ซีรีส์เรื่อง Start-Up	4
ภาพที่ 1.3: นักแสดงหลักของซีรีส์เรื่อง Start-Up	6
ภาพที่ 2.1: กรอบแนวคิดการวิจัย	22



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

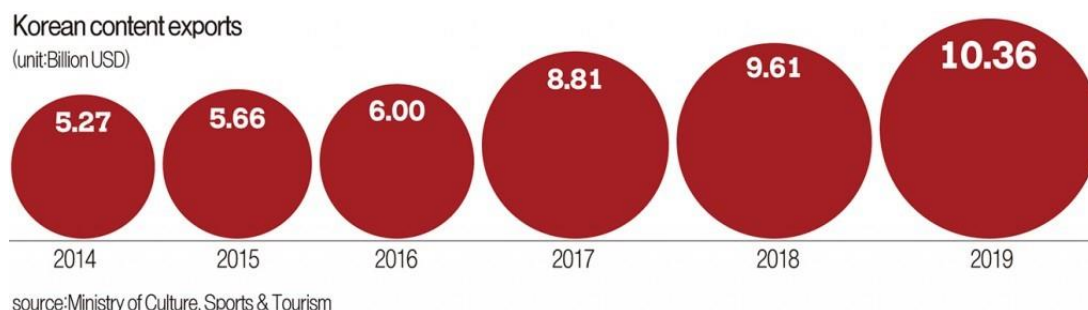
ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา อุตสาหกรรมสื่อบันเทิงในปัจจุบัน ได้มีการขยายใหญ่ขึ้น ประชาชนส่วนใหญ่ มีความต้องการที่จะเสพสื่อบันเทิงมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์ ละครซีรีส์ รายการประกวดร้องเพลง รายการวาไรตี้ เป็นต้น ในปัจจุบันสื่อบันเทิงมีหลากหลายประเภท ซึ่งสื่อบันเทิงที่ได้รับความนิยม คืออุตสาหกรรมสื่อบันเทิงของเกาหลีใต้ เช่น ซีรีส์ รายการวาไรตี้ และ ศิลปิน ซึ่งต้องยอมรับว่าอุตสาหกรรมบันเทิงของเกาหลีใต้นั้น ได้ชื่อว่าเป็นใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลก ที่ผลิตซีรีส์และศิลปินนักแสดง ออกมาให้กับผู้รับชมได้ชมผลงาน

วิศรุต สีนพศพร (2563) ได้อธิบายว่า รัฐบาลเกาหลี ได้เริ่มหันมาให้ความสำคัญกับวงการบันเทิง เพื่อให้คนทำหนัง และรายการทีวี สามารถสร้างสรรค์ได้อย่างอิสระ หนังสือและรายการทีวี เกาหลีเริ่มส่งออกไปตีตลาดเอเชียในปี 2001 ซีรีส์เรื่อง My Sassy Girl โด่งดังในหลายประเทศและ ปี 2003 ซีรีส์ แดจังกึม ก็สร้างความนิยมอย่างล้นหลาม ซึ่งเวลาถ่ายทำ ก็พยายามทำให้เห็นถึงความสวยงามของบ้านเมือง เพื่อดึงดูดชาวต่างชาติให้เข้าไปท่องเที่ยวในประเทศ

ซีรีส์เกาหลีเริ่มเข้ามามีบทบาทในสังคมไทยในปี 2000 เรื่อง Autumn in my Heart รักนี้ชั่วฉันทันตร์ ต่อด้วยเรื่อง My Sassy Girl ยัยตัวร้ายกับนายเจ๋มเจ๋ม Full House สะดุดรักที่ปักใจ Princess Hours เจ้าหญิงวุ่นวายกับเจ้าชายเย็นชา เสริมทัพด้วยซีรีส์ดังแห่งยุค แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง อย่างไรก็ตาม สื่อบันเทิงต่าง ๆ ของเกาหลี ส่งผลถึงประเทศไทยโดยตรง ซึ่งกระแสเกาหลีเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวกับความนิยมชมชอบทางวัฒนธรรมร่วมสมัยของเกาหลี ที่ได้มีการแทรกซึมเข้ามาทางละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เพลง ดารานักแสดง นักร้อง เสื้อผ้า เครื่องสำอาง และการนิยมซื้อของใช้ต่าง ๆ ที่ผลิตจากประเทศเกาหลี เป็นต้น

ความสำเร็จของกระแสนิยมวัฒนธรรมเกาหลี หรือเกาหลีฟีเวอร์ มิได้เกิดขึ้นเพียงชั่วข้ามคืน หากแต่เป็นความพยายามที่ผ่านกระบวนการคิดจากรัฐบาลมาตั้งแต่แรกเริ่ม และได้รับการสนับสนุนจากอุตสาหกรรม นักลงทุน และคนในประเทศ (ปิติ ศรีแสงนาม, 2561) เช่นเดียวกับนักวิชาการท่านหนึ่งที่อธิบายปรากฏการณ์ความนิยมนี้ว่า ยุคแรกของกระแสนิยมเกาหลี จะถูกสอตแทรกในสื่อบันเทิงประเภทภาพยนตร์หรือซีรีส์ จนพัฒนาให้เกิดวัฒนธรรมการกินอาหารเกาหลี (ไพบูลย์ ปิตะเสน, 2560)

ภาพที่ 1.1: สถิติการเพิ่มขึ้นของการส่งออกเนื้อหาของภาพยนตร์ซีรีส์เกาหลี



ที่มา: Kim, H. K. (2020, August 10). Korean dramas push cultural content exports beyond \$10 billion. *The Korea Economic Daily*. Retrieved from <https://www.kedglobal.com/newsView/ked202008100006>.

ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า สื่อบันเทิงเกาหลีมีการสอดแทรกการเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลี ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค กล่าวคือ กระแสนิยมเกาหลีได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศไทย จึงไม่แปลกที่วัฒนธรรมเกาหลีจะแทรกซึมเข้ามาอยู่ในการดำรงชีวิตประจำวัน (ดวงทิพย์ เจริญรุกษ์, 2564) อุตสาหกรรมสื่อบันเทิงของเกาหลี ได้มีการผลิตซีรีส์ออกมา ทั้งซีรีส์เกาหลีในยุคปัจจุบัน และแบบย้อนยุค ซึ่งทั้ง 2 แบบ มีการนำเสนอที่หลากหลายประเภท และหลากหลายแนวทาง ไม่ว่าจะเป็นซีรีส์แนวการแพทย์ กฎหมาย แฟนตาซี แอคชั่น โรแมนติก คอมเมดี้ ดราม่า อาชญากรรม ลึกลับ สืบสวน เป็นต้น

ในปัจจุบัน ซีรีส์เกาหลีเดินทางมาสู่ยุคใหม่ ที่มีพล็อตใหม่ที่สะท้อนภาพสังคมในปัจจุบัน มากกว่าพล็อตเดิม ที่พูดถึงเรื่องโรแมนติกคอมเมดี้ และมักจะถูกผลิตซ้ำ ๆ ในยุคทองปี 2020 เริ่มเห็นธีมเรื่องแปลกใหม่ที่มุ่งหน้าไปสู่ความดุเดือด สืบสวนสอบสวน สะท้อนปมปัญหาสังคม หลายเรื่องไม่จำเป็นต้องมีพระเอกนางเอก แต่เดินเรื่องด้วยตัวละครสำคัญ (เจิมสิริ เหลืองศุภภรณ์, 2563) ในปี 2020 Forbes นิตยสารเกี่ยวกับธุรกิจและการเงินชื่อดังจากสหรัฐอเมริกา ได้มีการจัดอันดับ 13 รายชื่อซีรีส์เกาหลียอดเยี่ยมแห่งปี ได้แก่ Itaewon Class เรื่องราวของการฟันฝ่าอุปสรรคและเริ่มต้นธุรกิจ ต่อด้วยซีรีส์แนวครอบครัว เนื้อเรื่องเข้มข้น อย่าง The World of the Married ที่มีเรตติ้งสูง My Dangerous Wife เรื่องราวที่เล่าถึงปัญหาสามี-ภรรยา และชีวิตคู่ที่ถูกใจคนดู, ตามด้วยแนวสืบสวน สอบสวน อย่าง Hyena และ Flower of Evil, Kingdom 2 ภาคต่อของซีรีส์แนวซอมบี้ย้อนยุค ที่ติดอันดับผู้ชมสูงสุดของ Netflix, Clash Landing on You ซีรีส์โรแมนติกที่ครองใจผู้ชมตั้งแต่ช่วงปลายปี 2019 Into the Ring หญิงสาวผู้ช่วยเหลือผู้คนในการจัดการปัญหาต่าง ๆ

Record of Youth เรื่องราวของคนรุ่นใหม่ที่มีงุนหันตามหาความฝันบนเส้นทางสายบันเทิง
It's Okay to Not Be Okay เรื่องราวที่ต้องต่อสู้ ฝ่าฟันอุปสรรคทั้งกับปัญหาจากสังคม ธุรกิจ รวมถึง
ต่อสู้ภายในจิตใจของตนเอง Kairos ซีรีส์แนวแฟนตาซี ทริลเลอร์ ที่เล่าเรื่องโศกนาฏกรรมการหายตัว
ไปของครอบครัว โดยผ่านตัวละครที่อยู่กันคนละเวลา และปิดท้ายด้วยซีรีส์มาแรงส่งท้ายปี
อย่าง “Start-Up” ซีรีส์ที่เล่าถึงการเดินทางตามความฝันของวัยรุ่นสาวในวงการธุรกิจสตาร์ทอัพ

ในยุคปัจจุบัน ซีรีส์เกาหลีเข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวัน โดยพฤติกรรมการเปิดรับ
สื่อซีรีส์เกาหลีก็มีความสำคัญ เนื่องจากเราใช้เวลาอยู่กับโลกของออนไลน์ และแพลตฟอร์มโซเชียล
มีเดียต่าง ๆ เป็นส่วนใหญ่ ทำให้เราเข้าถึงข้อมูลของซีรีส์เกาหลีได้มากขึ้น ผู้รับชมในแต่ละคนจึงมี
พฤติกรรมการเลือกเปิดรับซีรีส์เกาหลีแตกต่างกันออกไป ตามความสนใจของตนเอง เช่น บุคคลนั้น
มีพฤติกรรมในการเปิดรับซีรีส์เกาหลีจากบทของเนื้อเรื่อง หรือเลือกเปิดรับจากนักแสดงของเรื่อง
เป็นต้น โดยซีรีส์เกาหลียังให้ข้อมูลหลาย ๆ อย่างในการดำรงชีวิต ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของเนื้อเรื่อง
การสอดแทรกวัฒนธรรม สถานที่สำคัญต่าง ๆ โดยที่เราจะเห็นได้ว่า ภาพฉากต่าง ๆ ในซีรีส์เกาหลี
เป็นจุดที่สามารถดึงดูดให้ผู้รับชมหรือนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ ให้ความสนใจ

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากซีรีส์เกาหลีก็มีความสำคัญมาก เนื่องจาก
ผู้รับชมได้มีการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเข้ามามีส่วนหนึ่งกับการใช้ชีวิตประจำวัน โดยซีรีส์เกาหลีไม่ได้ให้
ความบันเทิงเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังสามารถทำให้เกิดความพึงพอใจ หรือสามารถตอบสนอง
ความต้องการของตนเองได้ เนื่องจากผู้ที่รับชมซีรีส์เกาหลีในแต่ละเรื่อง สามารถนำข้อมูลหรือข้อคิด
จากเนื้อเรื่องไปปรับใช้ให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันได้ ไม่ว่าจะเป็นซีรีส์แนวกฎหมาย ที่ให้ข้อมูล
ความรู้ในแวดวงของทนายความหรือผู้พิพากษา ซีรีส์แนวการแพทย์ ที่เราได้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับ
อาชีพหมอ ซีรีส์แนวธุรกิจ ก็สามารถนำมาปรับใช้ให้เข้ากับสถานการณ์ในปัจจุบัน และซีรีส์แนว
ครอบครัว ก็สามารถให้ทัศนคติหรือแนวคิดต่าง ๆ โดยข้อมูลที่เราได้จากซีรีส์เกาหลี สามารถนำไปใช้
เป็นแนวทางในการวางแผนและดำเนินชีวิตได้

ในปี 2020 ซีรีส์ประเภทธุรกิจ สร้างแรงบันดาลใจ เน้นให้กำลังใจสำหรับวัยรุ่นสาว
ได้รับความสนใจอยู่ไม่น้อย ไม่ว่าจะเป็น Itaewon Class, “Start-Up”, Record of Youth
(เจิมสิริ เหลืองสุภรณ์, 2563) จากทั้ง 3 เรื่องที่ยกตัวอย่างมา แสดงให้เห็นว่า นักแสดงนำของเรื่อง
อยู่ในวัยรุ่นสาวหรือวัยทำงาน ที่ต้องฝ่าฟันอุปสรรคต่าง ๆ ในการทำงานจนกว่าจะประสบ
ความสำเร็จ ในที่นี้จะขอพูดถึงซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up เพราะถือเป็นซีรีส์ที่กลุ่มคนหนุ่มสาวรุ่นใหม่
ที่ต่างมีเป้าหมายในการเป็น Start-Up ให้กับธุรกิจที่ตนรักพร้อมเส้นทางการเติบโต ความรัก และการ
ค้นหาความสุขที่แท้จริง ซึ่งเรื่องนี้เป็นซีรีส์แนวโรแมนติกคอมเมดี้ และธุรกิจ โดยได้ผู้กำกับมากฝีมือ
โอซังฮวัน ผู้ที่เคยกำกับเรื่อง Hotel Del Luna ซึ่งซีรีส์ Start-Up เรื่องนี้ ไม่ได้เน้นไปที่ความโรแมนติก
อย่างเดียว แต่จะเน้นไปที่การวางแผนให้กับชีวิตตัวเอง ที่ต้องฝ่าฟันอุปสรรค และความท้าทายของ

ธุรกิจสตาร์ทอัพ และอาณาจักรธุรกิจที่เกิดขึ้นในสถานที่ที่เรียกว่า Sandbox Start-Up แสดงให้เห็นถึงจุดเริ่มต้นเล็ก ๆ ของผู้ประกอบการและวิธีการทำงานที่มีแต่ความมุ่งมั่น เพื่อให้ก้าวขึ้นสู่ความสำเร็จ ซีรีส์จะแสดงให้เห็นว่า ความสำเร็จไม่ใช่เรื่องง่าย ๆ แต่ต้องใช้ความพยายามอย่างมากกว่าจะได้มันมา

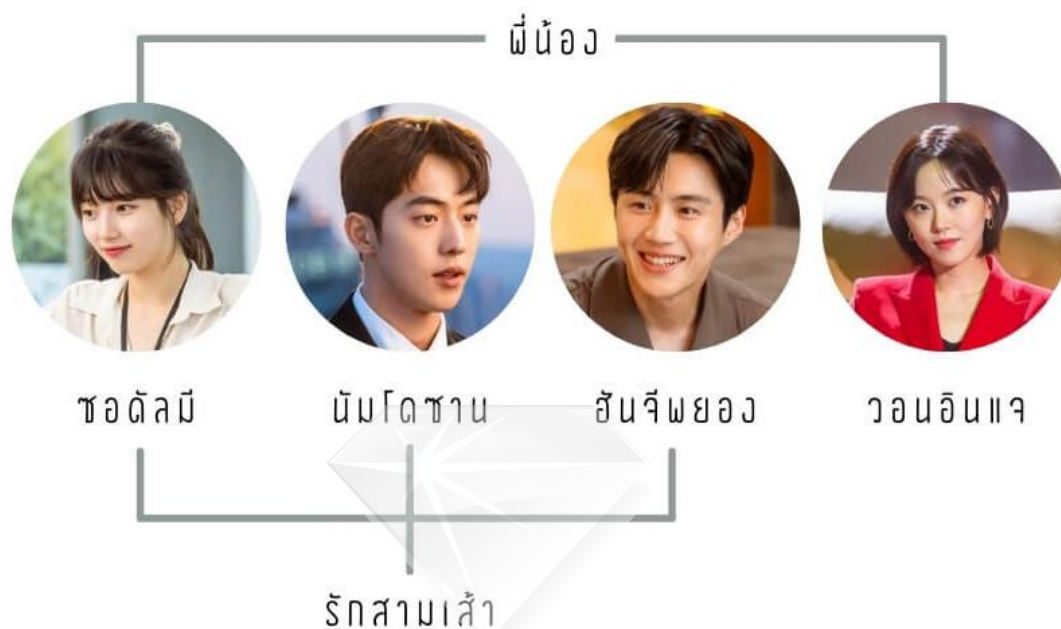
ภาพที่ 1.2: โปสเตอร์ซีรีส์เรื่อง Start-Up



ที่มา: เรื่องย่อซีรีส์: Start-Up สตาร์ทอัพ. (2563, 18 ตุลาคม). ผู้จัดการออนไลน์. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/drama/detail/9630000106227>.

โดยเรื่องนี้ ได้มีการพูดถึงการเดินทางของนักแสดงหลักทั้ง 4 คน มีซอด้ลมี รับบทโดย แบซจี้ นัมโดซาน รับบทโดย นัมจูฮยอก ฮันจีพยอง รับบทโดย คิมซอนโฮ และวอนอินแจ รับบทโดย คังฮันนา ซอด้ลมีเป็นหญิงสาวที่มีความฝันที่จะกลายเป็นซีอีโอเพื่อทำให้ความฝันของพ่อเป็นจริง ชีวิตในวัยเด็กของเธอนั้นน่าเศร้ามาก แม่ของเธอก็ได้แต่งงานใหม่กับเศรษฐีและได้พาวอนอินแจพี่สาวของเธอไปด้วย แต่เธอเลือกที่จะอยู่กับพ่อของเธอ ไม่นานหลังจากนั้นพ่อของเธอก็เสียชีวิต ทำให้เธอต้องอาศัยอยู่กับย่าเพียงลำพัง ซอด้ลมีได้รับจดหมายปลอมจากฮันจีพยอง เพราะย่าของซอด้ลมีให้ ฮันจีพยองเขียนให้ ซึ่งจดหมายนี้ก็ช่วยให้ซอด้ลมี มีแรงฮึดที่จะสู้ชีวิตต่อไป แต่อย่างไรก็ตามเขาไม่ได้ใช้ชื่อของเขาในการเขียนจดหมายปลอมประโลมเธอ แต่ใช้ชื่อของ “นัมโดซาน” แทน เพราะเป็นชื่อที่เขาเห็นมาจากหนังสือพิมพ์ ส่วนในปากของนัมโดซานตัวจริง เขาเป็นผู้ก่อตั้งบริษัท Samsan Tech (ซัมซานเทค) พร้อมกับเพื่อนสนิทสองคนของเขา คืออีซอลซาน รับบทโดย ยูซูบิน และคิมยองซาน รับบทโดย คิมโดวาน แต่บริษัทก็ไปได้ไม่สวยงามัก วันหนึ่งซอด้ลมีและนัมโดซาน พบกันครั้งแรกและตัดสินใจเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ แต่ทว่าซอด้ลมีกลับหักทายนัมโดซานเหมือนคนที่รู้จักกันมานาน เพราะเธอไม่รู้ว่านัมโดซานไม่ได้เป็นคนที่อยู่เบื้องหลังตัวอักษรในจดหมาย เรื่องราวมากมายเลยเกิดขึ้นภายใต้การแข่งขันทางธุรกิจที่เข้มข้น (จุฑามาศ สะนิ, 2564)

ภาพที่ 1.3: นักแสดงหลักของซีรีส์เรื่อง Start-Up



ที่มา: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2564). รีวิว ซีรีส์เกาหลี 'Start-Up' (สตาร์ทอัพ) จุดประกายความฝันในตัวคุณ. สืบค้นจาก <https://bestreview.asia/tv/review-series-start-up/>.

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษาในเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จะเน้นไปที่ซีรีส์เกาหลีประเภทธุรกิจ และสร้างแรงบันดาลใจ ว่ามีรูปแบบ และวิธีการนำเสนออย่างไรบ้าง ที่ทำให้ซีรีส์เกาหลีเข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิต และมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากซีรีส์เกาหลี

1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรม的开รับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.2 เพื่อศึกษาถึงการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.3 เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มวัยทำงาน เพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุ 18-59 ปี โดยจัดทำในช่วงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2565 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2566

1.4 คำถามการวิจัย

1.4.1 พฤติกรรม的开รับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร

1.4.2 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร

1.4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ผลของการวิจัยในครั้งนี้ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงวิชาการ ในการทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงพฤติกรรม的开รับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

1.5.2 ทำให้ทราบถึงการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

1.5.3 นักวิจัยและผู้ที่เกี่ยวข้องศึกษาเกี่ยวกับซีรีส์เกาหลี สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาต่อในอนาคตได้

1.5.4 เพื่อเป็นข้อมูลหรือแนวทางให้กับอุตสาหกรรมบันเทิงของไทย สามารถนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ สำหรับการสร้างหรือผลิตซีรีส์ให้กับผู้รับชมได้ชมผลงาน

1.6 นิยามศัพท์

1.6.1 พฤติกรรม的开รับสื่อ คือการที่ผู้รับสาร เลือกที่จะเปิดรับข้อมูลต่าง ๆ ให้เข้ามา มีบทบาทในการดำเนินชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการทำงาน เป็นต้น

1.6.2 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ คือ การที่ผู้รับสาร เปิดรับข้อมูลต่าง ๆ และมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากข้อมูลนั้น

1.6.3 ซีรีส์เกาหลี คือละครโทรทัศน์ของเกาหลี ที่มีการนำเสนอเนื้อเรื่องหรือเรื่องราวที่ถ่ายทอดผ่านอารมณ์ การแสดงของนักแสดง อาจมีการสอดแทรกวัฒนธรรม และข้อคิดต่าง ๆ ไว้นิเนื้อเรื่อง



บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร” มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา และสนับสนุนการวิจัย มี 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

2.1.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ

2.2 สมมติฐานการวิจัย

2.3 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี

2.1 แนวคิดและทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

2.1.1.1 ความหมายของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

พิจิตรา มงคลศรีพิพัฒน์ (2559) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ข้อมูลข่าวสารที่ได้จากการติดต่อปฏิสัมพันธ์ของคนในสังคม ถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ เพื่อใช้ในการสนับสนุนในการทำกิจกรรมต่าง ๆ โดยความต้องการข้อมูลข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้น เมื่อบุคคลนั้นเกิดความรู้สึกไม่แน่ใจ หรือข้องใจในสิ่งที่ตนเองนั้นกำลังตัดสินใจ ซึ่งผู้รับสารจะทำการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อเฉพาะเรื่องที่ตนเองให้ความสนใจ เนื่องจากในปัจจุบันมีข้อมูลข่าวสารจากสื่อมากเกินไปกว่าที่ผู้รับสารจะรับไว้ทั้งหมด จึงทำให้เกิดกระบวนการเลือกรับข่าวสารขึ้น โดยมีกระบวนการเปิดรับข่าวสาร ได้แก่ การเปิดรับ การเลือกให้ความสนใจ เป็นต้น ซึ่งกระบวนการดังกล่าวเป็นตัวแปรในการวัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

Atkin (1972) ได้อธิบายว่า บุคคลที่มีการเปิดรับข่าวสารมาก ย่อมเป็นคนที่มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมเป็นอย่างดี เพราะข่าวสารจะทำให้บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากมีความทันสมัย รู้เท่าทันสถานการณ์ต่าง ๆ กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย อย่างไรก็ตามผู้รับสารไม่ได้เปิดรับข้อมูลข่าวสารทั้งหมดที่เกิดขึ้น แต่ผู้รับสารจะเลือกรับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์หรือเกี่ยวข้องกับตัวเองมากกว่า

2.1.1.2 องค์ประกอบของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

ชานันต์ รัตนโชติ (2552) ได้อธิบายไว้ว่า ไม่ว่าผู้รับสารจะใช้สื่ออะไรก็ตาม ผู้รับสารจะเลือกแสวงหาข่าวสารตามความต้องการที่แตกต่างกันไปในแต่ละคน ผู้รับสารจะมีกระบวนการในการเลือกข่าวสาร โดยกระบวนการเลือกข่าวสารเปรียบเสมือนตัวกรองการรับรู้ข่าวสารของมนุษย์ มี 3 องค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1) การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง การที่ผู้รับเลือกที่จะสนใจหรือเปิดรับสื่อจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลากหลาย ที่มา โดยกระบวนการการเลือกเปิดรับมีการทำการศึกษาอย่างแพร่หลาย พบว่า การเลือกเปิดรับมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ เช่น ทศนคติเดิมของผู้รับสาร คือ บุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้นิกรคิดเดิมของตนเอง นอกจากทศนคติดั้งเดิมที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับสื่อที่ตนเองสนใจแล้ว ยังมี ปัจจัยอื่นๆ ทางด้านสังคม จิตใจ และลักษณะส่วนบุคคลอื่นมากมายหลายประการ ได้แก่ สถานภาพ ทางเศรษฐกิจและสังคม (เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ฯลฯ) ความเชื่อ อุดมการณ์ลัทธินิยม ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม ประสบการณ์ ฯลฯ ที่มีส่วนในการกำหนดการเลือกเปิดรับข่าวสารอีกด้วย

2) การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองในขั้นตอนต่อมา เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว แต่ละคนอาจจะตีความหมายตามความเข้าใจของตัวเองหรือตามทศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ขณะนั้น เป็นต้น

3) กระบวนการเลือกจดจำ (Selection Retention) การเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วน ที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทศนคติของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ หรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า ดังนั้นการสื่อสารมวลชนอาจจะไม่ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย แม้ว่าผู้รับสารจะได้รับรับข้อมูลข่าวสารนั้นครบถ้วน แต่ผู้รับสารเองอาจจะไม่ได้สนใจที่จะจดจำสิ่งที่เราต้องการให้รู้ ให้จดจำก็เป็นได้เสมอ

Schramm (1973) มองว่า นอกจากมนุษย์จะมีกระบวนการเลือกรับข่าวสารแล้วยังมีองค์ประกอบอื่นในกระบวนการสื่อสารที่มีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมการเลือกเปิดรับข่าวสาร ดังต่อไปนี้

- 1) ประสบการณ์ต่างกัน ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารที่ต่างกัน
- 2) การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารโดยผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนอง จุดประสงค์ของตนเองอย่างใดอย่างหนึ่ง

- 3) ภูมิหลังที่แตกต่างกันทำให้ความสนใจแตกต่างกัน
 - 4) การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรม การเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร
 - 5) บุคลิกภาพทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติการโน้มน้าวจิตใจและพฤติกรรมผู้รับสาร
 - 6) ความสามารถในการรับสารทั้งสภาพร่างกายและจิตใจรวมถึงทักษะและความชำนาญ ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน
 - 7) อารมณ์หรือสภาพอารมณ์ทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็น อุปสรรคของความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็เป็นได้
 - 8) ทัศนคติเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับรู้และตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งที่ได้พบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมปัจจุบันที่ต้องใช้ข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจโดยเฉพาะในสถานการณ์ที่คลุมเครือความต้องการข่าวสารยิ่งเพิ่มมากขึ้น ทำให้มนุษย์มีการเปิดรับข่าวสารเพิ่มขึ้น
- Klapper (1960) ได้กล่าวว่า การสร้างสารนั้นต้องกระทำอย่างพิถีพิถันเพื่อไม่ขัดกับสิ่งที่ต่อไปในตัวผู้รับสาร โดยมีรายละเอียดขององค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1) องค์ประกอบด้านจิตใจ องค์ประกอบด้านจิตใจมีความสำคัญเป็นอันดับแรก เพราะมีผลโดยตรงต่อการรับสาร หรือโน้มน้าวใจ ไม่ว่าสารจะมีปริมาณมากเพียงใด แต่ถ้าผู้รับสารไม่สนใจแล้วผลการสื่อสารก็ไม่เกิดขึ้น ผู้รับสารจะถูกสิ่งเร้าบางประการให้เลือกรับข่าวสารที่มีอยู่มาพิจารณาไตร่ตรองและแปลความหมายออกมาเป็นความรู้ความเข้าใจหรือพฤติกรรมต่าง ๆ หรือที่เรียกว่า กระบวนการเลือกข่าวสาร อันประกอบด้วยพฤติกรรม 3 แบบ คือ

การเลือกสนใจ (Selective Attention) ได้แก่ แนวโน้มที่ผู้รับสารเลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งที่มีอยู่หลายแหล่งตามความคิดเห็นและความสนใจของตนเพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่เดิมและเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้อง หากข่าวสารนั้นไม่สอดคล้องกับความคิดเดิมก็จะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือไม่สบายใจ ที่เรียกว่า “Cognitive Dissonance”

การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) หลังจากรับข่าวสารแหล่งหนึ่ง ๆ แล้วคนเราก็ตีความสารนั้น ตามประสบการณ์ ทัศนคติ ความต้องการ ความหวัง แรงจูงใจ สภาพร่างกาย หรือทางอารมณ์ขณะนั้น บางครั้งเราก็บิดเบือนข่าวสารนั้นให้สอดคล้องกับความคิดของเราด้วย

การเลือกจดจำ (Selective Retention) คนเรามีแนวโน้มการเลือกจดจำข่าวสาร เฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ หรือทัศนคติของตน และมักจะลืมในส่วนที่ตนไม่สนใจหรือขัดแย้งกับความรู้สึก ดังนั้นการเลือกจดจำ จึงเป็นการช่วยเสริมทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของตนให้มั่นคงยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

2) องค์ประกอบด้านสังคม องค์ประกอบด้านสังคมนี้มีอิทธิพลทางอ้อมที่สร้างประสบการณ์กลุ่มเกลา และปลูกฝังทัศนคติความคิด รวมทั้งพฤติกรรมของผู้รับสาร มีองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่

สภาพแวดล้อม เป็นตัวแปรหนึ่งที่กำหนดทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลต่อข่าวสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งสภาพแวดล้อมทางครอบครัว ซึ่งเป็นสถาบันทางสังคมอันดับแรกที่ตั้งสร้าง ทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีสถานศึกษาที่เป็นแหล่งให้เราเกิดการเรียนรู้เปลี่ยนแปลงทางสติปัญญาความคิด ความเชื่อ อันเป็นพื้นฐานของการเปลี่ยนแปลงทางความรู้สึก และพฤติกรรมที่แสดงออก

บทบาทของผู้รับข่าวสาร เป็นโครงสร้างพฤติกรรมที่สังคมกำหนดขึ้น แต่ละบทบาทจะมีพฤติกรรมเป็นส่วนควบด้วยเสมอ สำหรับการสื่อสาร บทบาทจะทำให้ผู้ส่งข่าวสารกับผู้รับข่าวสารสามารถคาดคะเนพฤติกรรมของกันและกันได้ ส่งผลให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผลตามต้องการได้

กลุ่มอ้างอิง แต่ละบุคคลอาจมีบทบาทอย่างเดียวหรือหลายอย่างในเวลาเดียวกัน ในกลุ่มของคน กลุ่มเหล่านี้จึงเปรียบเสมือนแหล่งอ้างอิงของบุคคลที่สังกัดมีปทัสถานบทบาท และพฤติกรรมของกลุ่ม เป็นตัวชี้พฤติกรรมและความเชื่อของบุคคลที่เป็นสมาชิก เราอาจคาดคะเนพฤติกรรมได้จากกลุ่มที่บุคคลนั้นสังกัดอยู่

วัฒนธรรมประเพณีวัฒนธรรม คือ สภาพที่บุคคลมีความเชื่อ ค่านิยมการรักษา วัตถุประสงค์ของการแสดงออกร่วมกัน เช่น อาจแสดงออกทางกีฬาการร้องรำทำเพลง โครงสร้างของครอบครัวการปกครอง การศึกษาระบบสังคมที่บุคคลสังกัดอยู่ย่อมมีส่วนหล่อหลอมพฤติกรรมและมีผลกระทบต่อการรับข่าวสารของผู้นั้น

ลักษณะทางประชากร เช่น เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา

การศึกษาและสภาพทางสังคม เป็นตัวกำหนดความสนใจในการแสวงหา ข่าวสารของผู้รับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาจะมีส่วนช่วยให้เกิดทักษะการอ่าน และความกระหาย ในการเพิ่มพูนข่าวสารให้กว้างขวางขึ้น

พฤติกรรม的开รับสื่อ เป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลต่อการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยภายใน คือ ปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยภายนอก คือ โอกาสในการเข้าถึงสื่อ ซึ่งประกอบไปด้วย การเข้าถึงสื่อเชิงกายภาพ (Physical Accessibility) การเข้าถึงสื่อในเชิงเศรษฐกิจ (Economic Accessibility) และการเข้าถึงสื่อเชิงวัฒนธรรม โดย Mcquail (1994) ได้มีเสนอแบบแผนของพฤติกรรม的开รับสื่อ ที่มีผลต่อกระบวนการสื่อสาร ดังนี้

1) พฤติกรรม的开รับสื่อเชิงเครื่องมือ (Instrumental Viewing Behavior) เป็นการเปิดรับสารที่ผู้รับสารตั้งใจเปิดรับ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อนำไปใช้ประโยชน์

2) พฤติกรรมการรับสื่อเชิงพิธีกรรม (Ritualistic/Habitual Viewing Behavior) เป็นการเปิดรับสารที่ผู้รับสารไม่ได้มีจุดมุ่งหมายว่าจะนำไปใช้ประโยชน์อะไร ดูไปเรื่อย ๆ ไม่ได้คาดหวังอะไรเป็นพิเศษ โดยสามารถแบ่งพฤติกรรมการเปิดรับได้ 3 ประเภท ได้แก่

การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) พฤติกรรมของผู้รับสารที่หาข้อมูลมาเชื่อมโยงกับเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง

การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) พฤติกรรมของผู้รับสารที่เปิดรับสื่อที่ตนเองชื่นชอบหรือสนใจ

การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) พฤติกรรมของผู้รับสารที่เปิดรับสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการหาความรู้ประสบการณ์ต่าง ๆ หรือทำให้รู้สึกผ่อนคลาย

2.1.1.3 ปัจจัยของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของประชาชนเป็นแรงผลักดันให้แต่ละบุคคลเลือกรับสื่อ Merrill & Lowenstein (1971) ได้ข้อสรุปว่ามีปัจจัยหลายประการที่เป็นแรงผลักดันให้แต่ละบุคคลมีการใช้สื่อ ดังนี้

1) ความเหงา ด้วยเหตุผลที่ว่า โดยปกติบุคคลไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพัง เพราะจะเกิดความรู้สึกสับสน วิทก กังวล หวาดกลัว และการเมินเฉยจากสังคม บุคคลจะมีการรวมกลุ่มกันอยู่เพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะเอื้ออำนวยให้ แต่ถ้าไม่สามารถจะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลได้โดยตรง บุคคลก็จะอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร และแท้จริงแล้วคนบางคนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าสื่อบุคคลด้วย เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงาได้ดี ไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือทางสังคมแก่ผู้รับสาร

2) ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ และเมื่อเป็นเช่นนี้สื่อมวลชนจึง ถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสาร ซึ่งปกติมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นโดย เริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเองที่สุดไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดตามอันดับ ทั้งนี้มิใช่เป็นเพราะว่าสิ่งเหล่านั้นจะมี ผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและอ้อมเท่านั้น แต่เป็นความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่าง ๆ เช่น สาเหตุของเหตุการณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับตนเองหรือผู้อื่นด้วย

3) ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self-Aggrandizement) เพราะมนุษย์ต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์แก่ตนเอง ทั้งเพื่อเสริมสร้างบารมีของตนเอง เพื่อให้ได้รับความสะดวกสบาย หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิง ซึ่งข่าวสารเหล่านี้ ไม่ว่าจะเป็นประโยชน์ทางด้านไหนก็ล้วนแล้วแต่จะสามารถหาได้จากสื่อมวลชน

4) ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนโดยทั่วไป กล่าวคือ นอกจากองค์ประกอบเกี่ยวกับอายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม หรือองค์ประกอบอื่นที่ไม่สามารถ

เห็นเด่นชัด เช่น ทักษะคติ ความคาดหวัง ความกลัวของผู้รับสาร เป็นต้น ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้สื่อแล้ว สื่อมวลชนแต่ละอย่างก็มีลักษณะเฉพาะ ที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนแสวงหาและได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ทั้งนี้เพราะว่าผู้รับข่าวสารแต่ละคนย่อมจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเลือกเปิดรับสื่อ มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคล (Todd & Ruben, 1993 อ้างใน ประมว สตะเวทิน, 2541) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคล ไว้ดังต่อไปนี้

1) ความต้องการ (Need) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์ เพราะความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ ทั้งความต้องการทางด้านกาย ทางด้านจิตใจ ทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ เป็นตัวกำหนดการเลือกของตนเองว่าเราเลือกเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ตนต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการเป็นที่ยอมรับในสังคมและเพื่อความพึงพอใจ ฯลฯ

2) ทักษะคติและค่านิยม (Attitude and Values) เป็นความชื่นชอบและมีใจที่โน้มเอียง (Preference and Predisposition) ในเรื่องต่าง ๆ ส่วนค่านิยม คือ หลักพื้นฐานที่เรา นั้นยึดถือเป็นความรู้สึกที่ว่าตัวเราควรจะทำหรือไม่ควรจะทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม และคนรอบข้าง ซึ่งทักษะคติและค่านิยมนั้นมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือก ดีความหมายและการเลือกจดจำ

3) เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนล้วนมีเป้าหมายของตนเอง ทุก ๆ คนมีการกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิต ทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสังคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่าง ๆ ที่เรากำหนดขึ้นนั้น จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือก ดีความหมาย และการเลือกจดจำ เพื่อสนองเป้าหมายของตน

4) ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งความสามารถทางด้านภาษานั้น มีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือก ดีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาข่าวของข่าวนั้นไว้

5) การใช้ประโยชน์ (Utility) ตัวเราจะให้ความสนใจ และจะใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ จดจำข่าวสารที่เราสนใจสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6) สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของตัวเรานั้น ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับสไตล์ในการสื่อสารของเราเอง คือความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้น บางคนจึงชอบฟังวิทยุและบางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์

7) สภาพ (Context) คือ สถานที่และเวลาที่บุคคลอยู่ในสถานการณ์ การสื่อสารสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วยนั้น มีอิทธิพลโดยตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร หรือการที่เรานั้นถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่เรานั้นคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากตัวเรา และการที่คิดว่าคนอื่นนั้น คิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของตัวเอง

8) ประสบการณ์และนิสัย (Experian and Habit) ในฐานะของผู้รับสารนั้น ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสาร ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของตัวเอง ว่าตนเองพัฒนา ความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง หรือสนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่งและเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

นพดล อินทร์จันทร์, พงษ์ธิ ศุภเศรษฐศิริ, วิรุณ ตั้งเจริญ และสุรพล วิรุฬห์รักษ์ (2555) ทำการศึกษาเรื่อง ภาพยนตร์ชุดเกาหลี: กรณีศึกษากระแสคลื่นวัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจการเปิดรับสื่อภาพยนตร์ซีรีส์เกาหลี ที่ได้ถูกนำมาเผยแพร่ในสถานีโทรทัศน์ช่องหลักของไทย โดยผลการวิจัยพบว่า ประเภทภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามติดตามรับชมมากที่สุด คือเรื่อง Dae Jang Guem (จอมนางแห่งวังหลวง) ประเภทภาพยนตร์รักโรแมนติก ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามติดตามรับชมมากที่สุด คือเรื่อง Coffee Prince (รักอุ่นว้ายของเจ้าชายกาแฟ) ประเภท ภาพยนตร์ชีวิต/Drama ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามติดตามรับชมมากที่สุด คือเรื่อง Autumn in my Heart (รักนี้ชั่วนิรันดร์) นอกจากนี้ผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ ในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานหลักที่ตั้งไว้ ส่วนปัจจัยข้ออื่น ๆ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ชุดเกาหลี ที่เผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทย

ทิพยา สุขพรวิวัฒน์ (2550) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับและการเลียนแบบสื่อละครโทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์เกาหลี การเลียนแบบสื่อละครโทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาละครโทรทัศน์และการเลียนแบบ โดยกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ ผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลี ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 15-40 ปี ซึ่งผลการวิจัยบอกว่า (1) ผู้ที่ทำแบบสอบถามมีการเลียนแบบเรื่องการซื้อและใช้เครื่องสำอางตามดาราในละครโทรทัศน์เกาหลีในระดับมากที่สุด รองลงมาคือการเลือกซื้อและใช้สินค้าแบรนด์เนม ตามละครโทรทัศน์เกาหลี (2) พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน ส่งผลต่อการเลียนแบบต่างกัน ยกเว้นผู้รับชมละครโทรทัศน์เกาหลีกับ

บุคคลใด ไม่พบความแตกต่างของการเลียนแบบตามการเปิดรับชมที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

(3) เนื้อหาละครโทรทัศน์เกาหลีมีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบโดยรวม เนื้อหาละครโทรทัศน์เกาหลีมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเลียนแบบในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

กานต์พิชชา วงษ์ขาว (2550) ทำการศึกษาเรื่อง สื่อละครโทรทัศน์เกาหลีกับการเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์อันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษาอาชีพ และรายได้ส่วนตัว ต่อความคิดเห็นต่อละครโทรทัศน์เกาหลีพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์เกาหลี และพฤติกรรมการเลียนแบบทางวัฒนธรรมเกาหลี อันได้แก่ การแต่งกาย การรับประทานอาหาร การท่องเที่ยว การฟังเพลง และการนิยมนักร้องเกาหลีรวมถึงการแสดงความรักโรแมนติกแบบเกาหลีของกลุ่มวัยรุ่นไทย และศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ผลสรุปการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ พบว่าคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์อันได้แก่ อายุ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อละครเกาหลีของกลุ่มวัยรุ่น กล่าวคือ อายุที่แตกต่างกันทำให้ความคิดเห็นต่อละครเกาหลีของกลุ่มวัยรุ่นแตกต่างกัน ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็น และพฤติกรรมการชมละครเกาหลีกับ พฤติกรรมการเลียนแบบทางวัฒนธรรมจากสื่อละครเกาหลี อันได้แก่ การเลียนแบบทางด้านการรับประทานอาหาร การท่องเที่ยว การแต่งกาย การแสดงความรักโรแมนติก การฟังเพลงและการนิยมนักร้องเกาหลีของกลุ่มวัยรุ่น พบว่าตัวแปรความคิดเห็นต่อละครโทรทัศน์เกาหลีและตัวแปรพฤติกรรมการชมละครโทรทัศน์เกาหลีมีความสัมพันธ์กับการเลียนแบบทางวัฒนธรรมจากสื่อละครเกาหลีทั้ง 5 ด้านในทิศทางเดียวกัน ซึ่งหมายถึง หากกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในเชิงบวก และมีพฤติกรรมการชมละครโทรทัศน์เกาหลีในปริมาณมากขึ้น ก็จะมีพฤติกรรมการเลียนแบบจากสื่อละครเกาหลีในด้านรับประทานอาหาร การท่องเที่ยว การฟังเพลง และนิยมนักร้องเกาหลี การแสดงความรักโรแมนติกมากขึ้นด้วย

จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้นนั้น พฤติกรรมการเปิดรับสื่อถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่ง เนื่องจากในชีวิตประจำวัน ผู้รับสารสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมาใช้ในการสนทนา และใช้ประกอบการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ โดยแต่ละบุคคลจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแตกต่างกันออกไป ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของ ชานันต์ รัตนโชติ (2552) มาใช้ในการศึกษา เนื่องจากองค์ประกอบดังกล่าว มีกระบวนการที่สามารถนำมาใช้ในพฤติกรรมการเปิดรับสื่อซีรีส์เกาหลี ได้แก่ การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ การเลือกรับรู้หรือตีความ และการเลือกจดจำ

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

2.1.2.1 ความหมายของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

นันทินี พิศวิสัย (2558) ได้อธิบายความหมายว่า ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ (Gratifications Theory) เป็นทฤษฎีที่เน้นให้ความสำคัญกับผู้รับสาร ในฐานะที่เป็นผู้เลือกใช้สื่อ

ประเภทต่าง ๆ และผู้รับสารเลือกรับข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยกล่าวคือ ผู้รับสารนั้นเป็นผู้กำหนดว่าตนเองต้องการอะไร สื่ออะไร และสารอะไร โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเอง เพื่อตอบสนองความสนใจส่วนตัว โดยที่ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน ดู หรือฟัง ซึ่งผู้รับสารมีทางเลือกที่จะหลบหลีกข่าวสารได้ โดยใช้การสื่อสารที่มีจุดมุ่งหมาย เพื่อกำหนดความต้องการของตนเองจากความสนใจหรือจากแรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่าง ๆ

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542) ได้อธิบายไว้ว่า การสื่อสารของมนุษย์เกิดจากแรงผลักดันภายในของผู้รับสาร ซึ่งเรียกว่า ความต้องการของมนุษย์ ซึ่งนำไปสู่การเลือกใช้สื่อที่ตอบสนองความต้องการของตนเองในด้านต่าง ๆ และเป็นการนำไปสู่ความพึงพอใจในการบริโภคสื่อนั้น

สิตา โพธิพิพิธ (2556) ได้อธิบายไว้ว่า ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เป็นการเน้นเรื่องความสำคัญของผู้รับสารในฐานะของผู้กระทำการสื่อสาร โดยมีความเชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้กำหนด ว่าตนเองต้องการอะไร และสารอะไรที่จะสนองความพึงพอใจของตนเองได้ ดังนั้นผู้รับสารจะเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

2.1.2.2 องค์ประกอบของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ เกิดจากการที่ผู้รับสารมีความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งจากสื่อ จากนั้นผู้รับสารจึงมีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ โดยสามารถแบ่งกลุ่มความต้องการ ได้ดังนี้ (Blumler & Katz, 1974 อ้างใน คชาวุธ ก่อสินประสิทธิ์, 2564)

1) ความต้องการด้านความคิด (Cognitive Needs) เป็นความต้องการของผู้รับสารในการเปิดรับสื่อเพื่อได้รับข้อมูลข่าวสาร และความรู้

2) ความต้องการด้านอารมณ์ความรู้สึก (Affective Needs) เป็นการเปิดรับสื่อ เพื่อสัมผัสประสบการณ์ทางอารมณ์และความรู้สึก รวมถึงการเสพงานด้านศิลปะ

3) ความต้องการส่วนบุคคล (Personal Integrative Needs) ผู้รับสารเปิดรับสื่อ เพื่อเปิดรับเนื้อหาต่าง ๆ ที่สามารถสร้างความมั่นใจให้ตนเอง รวมถึงการสร้างค่าน้ำเชื่อถือ ความมั่นคง หรือทำให้ตนเองมีสถานภาพอันเป็นที่ยอมรับ

4) ความต้องการด้านสังคม (Social Integrative Needs) ความต้องการเปิดรับสื่อ เพื่อการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น เช่น การได้รับข้อมูลที่เป็นประเด็นในการพูดคุยกับคนในครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน

5) ความต้องการหลีกหนีจากโลกความเป็นจริงชั่วขณะ (Tension Release Needs) ความต้องการของผู้รับสารที่เปิดรับสื่อ เพื่อหลีกหนีจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ หรือสัมผัสกับโลกแห่งจินตนาการที่พึงปรารถนาในช่วงเวลาหนึ่ง เพื่อปลดปล่อยตัวเองจากความตึงเครียด

Murray & Kipped (1979 อ้างใน พัทธี เขยจรรยา และประทุม ฤกษ์กลาง, 2540) ได้อธิบายไว้ว่า บุคคลจะให้ความสนใจ รับรู้ และจดจำข่าวสารที่สามารถทำให้ตัวเองเกิดความพึงพอใจ หรือสามารถตอบสนองความต้องการของตนเอง และเปิดรับข่าวสารที่เขาคิดว่ามีประโยชน์ ซึ่งความต้องการต่าง ๆ ของบุคคลเหล่านั้น เป็นผลมาจากปัจจัยทางจิตวิทยากับสังคมของแต่ละบุคคล เช่น แรงจูงใจ ค่านิยม เป็นต้น โดยมีผู้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเพื่อจัดประเภทของความต้องการของผู้รับสื่อ ซึ่งพบว่าความต้องการมี 5 ประการ ได้แก่

1) ความต้องการความรู้ภูมิปัญญา (Cognitive Needs) หมายความว่า บุคคลต้องการได้รับรู้ และรับความเข้าใจในสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น ซึ่งความต้องการในด้านนี้มีพื้นฐานมาจากความต้องการที่เข้าใจและควบคุมสิ่งแวดล้อม และความต้องการตอบสนองแรงผลักดัน ที่เกิดจากความอยากรู้อยากเห็นและค้นคว้า

2) ความต้องการของอารมณ์ (Affective Needs) เป็นความต้องการที่สร้างเสริมความพอใจ และประสบการณ์ในด้านอารมณ์ มีแรงจูงใจอันเกิดจากความพอใจและความบันเทิงนี้สามารถตอบสนองได้ด้วยการใช้สื่อ

3) ความต้องการในการประสานสัมพันธ์กับบุคคล (Personal Integrative Needs) หมายความว่า ตอนบุคคลได้รับสาร มีความต้องการในการเสริมสร้างความมั่นใจการนับถือความมั่นคง ตลอดจนสถานภาพส่วนความต้องการของบุคคลนี้เกิดจากแรงผลักดันที่ต้องการจะบรรลุจุดมุ่งหมายของบุคคล (Self-Esteems)

4) ความต้องการในการประสานสัมพันธ์ในสังคม (Social Integrative Needs) บุคคลการเปิดรับสาร คือ เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับครอบครัวกับเพื่อน และกับส่วนรวม

5) ความต้องการที่จะหลีกเลี่ยง (Escapist Needs) หมายความว่า บางที่เราเปิดรับสาร เพื่อต้องการผ่อนคลายความตึงเครียดหลีกเลี่ยงความจริงหรือสิ่งที่ไม่สบายใจ ความต้องการเหล่านี้สามารถสนองได้โดยใช้สื่อ ซึ่งหมายถึงการเปิดรับสื่อชนิดของสื่อ เนื้อหาของสื่อที่ใช้และบริบท ทางสังคมของสื่อที่เปิดรับ เมื่อได้รับการตอบสนองจะเกิดความพึงพอใจในสื่อขึ้น

2.1.2.3 ปัจจัยของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้สื่อ ในบางครั้งไม่ได้เกิดขึ้นจากเทคโนโลยีของสื่อ แต่มักจะมาจากปัจจัยทางด้านสังคม จิตวิทยา สิ่งเหล่านี้จะทำให้เกิดความเป็นไปได้ของตัวเทคโนโลยี ที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจ โดยจะต้องทำการศึกษาเทคโนโลยีของสื่อที่หลากหลาย แล้วนำไปพิจารณากับระดับความพึงพอใจ 4 แบบ ได้แก่ ความนิยม ความชอบ การมีปฏิสัมพันธ์และการศึกษาสื่อจากแหล่งหนึ่งไปยังอีกแหล่งหนึ่งในสังคมดิจิทัล (Lichernstein & Rosenfield, 1983 and Ruggiero, 2000)

McCombs & Becker (1979 อ้างใน จารุวรรณ กิตตินราภรณ์, 2550) ได้กล่าวว่า ความต้องการของแต่ละบุคคลในการใช้สื่อ สามารถจำแนกได้ 6 ประเภท ดังนี้

- 1) เพื่อต้องการรู้ทันเหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ ทันสมัย และเรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่สมควรรู้ เพื่อสนองต่อความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในด้านความอยากรู้ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของกลไกทางสังคม
- 2) เพื่อต้องการคำแนะนำหรือข้อมูลช่วยตัดสินใจ (Guidance or Decision) ในการปฏิบัติตัวให้ถูกต้อง และช่วยตัดสินใจ โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน เพื่อความอยู่รอดในระบบสังคมที่เป็นอยู่
- 3) เพื่อนำข่าวสารไปใช้ในการสนทนา (Anticipate communication or Discussion) โดยการเปิดรับสื่อ ข้อมูลข่าวสาร เพื่อทำให้บุคคลมีข้อมูลที่สามารถนำไปสนทนากับผู้อื่น ซึ่งเป็นความจำเป็นของบุคคลที่ต้องการสร้างความสัมพันธ์หรือกลายเป็นส่วนหนึ่งของสังคมในการเปิดรับสื่อ เพื่อให้สามารถเป็นที่ยอมรับ สมาคมสังคมและผูกพันกับผู้อื่นได้
- 4) เพื่อต้องการความตื่นเต้นหรือการมีส่วนร่วม (Excitement or Participating) โดยการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความรู้สึว่าได้อยู่ในเหตุการณ์และความเป็นไปที่เกิดขึ้น
- 5) เพื่อต้องการเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) เพื่อช่วยส่งเสริมความคิดเห็นเดิมให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำลงไปแล้ว
- 6) เพื่อต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อสนองต่อความต้องการ ของมนุษย์ในรูปแบบที่หลากหลายทางอารมณ์ในการหย่อนอารมณ์แบบปลดปล่อย

Palmgreen, Wenner & Rosengren (1985) ได้มีเสนอสมมติฐานของแนวคิด และทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้ไว้ว่า เมื่อผู้รับสารนั้นมีความตั้งใจแสวงหาหรือเข้าถึงสื่อ เพื่อใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ได้แก่

- 1) การใช้สื่อของผู้รับสารจึงมีแนวโน้มไปสู่จุดมุ่งหมาย
- 2) มีการแข่งขันกับช่องทางข่าวสารอื่น ๆ ในการตอบสนองความพึงพอใจ
- 3) ผู้รับสนองเชื่อมโยงความต้องการเข้ากับพฤติกรรมทางเลือกใช้สื่อ
- 4) ผู้รับสารเปิดรับสื่อเพื่อตอบสนองความพึงพอใจได้แตกต่างกัน
- 5) เนื้อหาของสื่อเพียงอย่างเดียวไม่สามารถอนุมานความพึงพอใจได้อย่าง

แม่นยำ

- 6) คุณลักษณะของสื่อจะเป็นตัวกำหนดระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

7) ความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองมีจุดเริ่มต้นที่เนื้อหาสื่อในการเปิดรับหรือไม่เปิดรับสื่อ

จากที่กล่าวมาข้างต้น เป็นสมมติฐานที่แสดงให้เห็นถึงการอธิบายเชิงเหตุผล ที่ประกอบไปด้วยความต้องการจากแรงจูงใจ พฤติกรรมสู่ความพึงพอใจ

Rubin & Step (2000) ได้มีสรุปแนวคิดสำคัญของทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจเอาไว้ว่า

- 1) พฤติกรรมการสื่อสาร เป็นพฤติกรรมที่มีเป้าหมายเป็นไปตามความตั้งใจและแรงจูงใจของบุคคล
- 2) ผู้รับสารมีความกระตือรือร้น เป็นผู้เลือกใช้สื่อ และไม่ได้ถูกสื่อใช้เป็นเครื่องมือใด ๆ
- 3) ปัจจัยทางสังคมและจิตวิทยาเป็นตัวคัดกรอง หรือเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการสื่อสาร
- 4) สื่อมีการแข่งขันกันเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้สื่อ เนื่องจากสื่อถูกเลือกใช้เมื่อสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลได้
- 5) แม้ว่าโดยปกติแล้วผู้ใช้สื่จะมีอิทธิพลเหนือสื่อ แต่ในทางกลับกันสื่อเองก็อาจจะมีอิทธิพลต่อบุคคลทางด้านต่าง ๆ เป็นเหตุให้บุคคลอาจหันมาพึ่งพาสื่ออีกครั้งได้เช่นกัน

สุรพงษ์ โสธนเสถียร (2556) ได้อธิบายไว้ว่า การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจสื่อ เป็น การที่ผู้รับสารเลือกที่จะเปิดรับสื่อนั้น ท่ามกลางสื่อต่าง ๆ ที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก เพื่อตอบสนองความคาดหวัง หรือความต้องการจากการได้รับประโยชน์จากการเลือกนั้น และก่อให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งสามารถสรุป สมมติฐานของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจได้ 4 ประการ ดังต่อไปนี้

- 1) การมองว่าผู้รับสารมีความกระตือรือร้นที่จะใช้สื่ออย่างมีเป้าหมาย
- 2) ผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อตามความต้องการ ซึ่งเชื่อมโยงกับความพึงพอใจ
- 3) มีการแข่งขันระหว่างสื่อเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับสาร
- 4) ผู้รับสารเป็นผู้ประเมินคุณค่าของเนื้อหาในสื่อและประโยชน์ที่ตนได้รับ

รมิตา สาสุวรรณ (2560) ทำการศึกษาเรื่อง การเปิดรับกับทัศนคติ และพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

- (1) เพื่อศึกษาการเปิดรับชมละครโทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อวัฒนธรรมเกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร (3) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร (4) เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันกับการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ เกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน
- (5) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับชมละครโทรทัศน์เกาหลี กับทัศนคติที่มีต่อวัฒนธรรม

เกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร (6) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อวัฒนธรรมเกาหลีกับพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่า เพศชาย มีอายุระหว่าง 24-35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ซึ่งบางส่วนจบการศึกษา ในขณะที่อีกส่วนหนึ่งกำลังศึกษาอยู่ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท ในด้านการเปิดรับชมละคร โทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมละคร โทรทัศน์เกาหลีในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า มีความถี่ในการเปิดรับชมโดยเฉลี่ย 4 วัน/สัปดาห์ มีระยะเวลาในการรับชมโดยเฉลี่ย 3 ชั่วโมง/ครั้ง มีระยะเวลาในการติดตามรับชมโดยเฉลี่ย 7 ปี โดยรับชมผ่านช่องทางเว็บไซต์มากที่สุด ประเภทละครโทรทัศน์เกาหลีที่ชอบมากที่สุด คือ รักโรแมนติก และมีเหตุผลสำคัญในการรับชมมากที่สุด คือ เนื้อหาของละครและการดำเนินเรื่อง น่าสนใจ ส่วนด้าน ทัศนคติที่มีต่อละครโทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า โดยรวมมีทัศนคติด้านความรู้และความรู้สึกอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีความเข้าใจแพชชั่นการแต่งกาย สไตล์แบบเกาหลีมากที่สุด และรู้สึกว่าการแต่งกายอย่างคนเกาหลีมีความทันสมัย และในด้านพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างถือ ว่ามีการปฏิบัติอยู่ในระดับบางครั้ง โดยมักเลือกซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายตามแพชชั่นเกาหลีเมื่อมีโอกาส มากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐานวิจัย พบว่า สมมติฐานที่ 1 ผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีความถี่ (วัน/สัปดาห์) ในการเปิดรับชมละครโทรทัศน์เกาหลี ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านเพศ การศึกษา อาชีพ และรายได้ แต่มีเพียงด้านอายุ เท่านั้น ที่พบว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีที่มีอายุแตกต่างกันมีความถี่ (วัน/สัปดาห์) ในการเปิดรับชมละครโทรทัศน์เกาหลี แตกต่างกัน ในส่วนสมมติฐานวิจัยที่ 2 การเปิดรับชมละครโทรทัศน์เกาหลีมีความสัมพันธ์กับทัศนคติ ที่มีต่อวัฒนธรรมเกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ กล่าวคือ ผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีมีทัศนคติที่ดีต่อกระแสเกาหลีอยู่แล้วการเปิดรับชมละครโทรทัศน์เกาหลีจะมาก น้อยเพียงใดก็ไม่ส่งผลกระทบมากนัก และในส่วนสมมติฐานที่ 3 ทัศนคติที่มีต่อวัฒนธรรมเกาหลี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีความสัมพันธ์กันสูง กล่าวคือ เมื่อมีทัศนคติด้านที่มีต่อวัฒนธรรมเกาหลีเพิ่มขึ้น พฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครก็จะเพิ่มขึ้น

จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้น ได้บ่งชี้ว่าแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้ ผู้รับสารสามารถตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจของตนเองได้ ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของ (Blumler & Katz, 1974 อ้างใน คหาวุธ ก่อสินประสิทธิ์, 2564) มาใช้ในการศึกษา เนื่องจากองค์ประกอบดังกล่าวสามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจ โดยมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการที่ผู้รับสารมีการเปิดรับสื่อซีรีส์เกาหลี

2.2 สมมติฐานการวิจัย

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

2.1.1 การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจจากซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

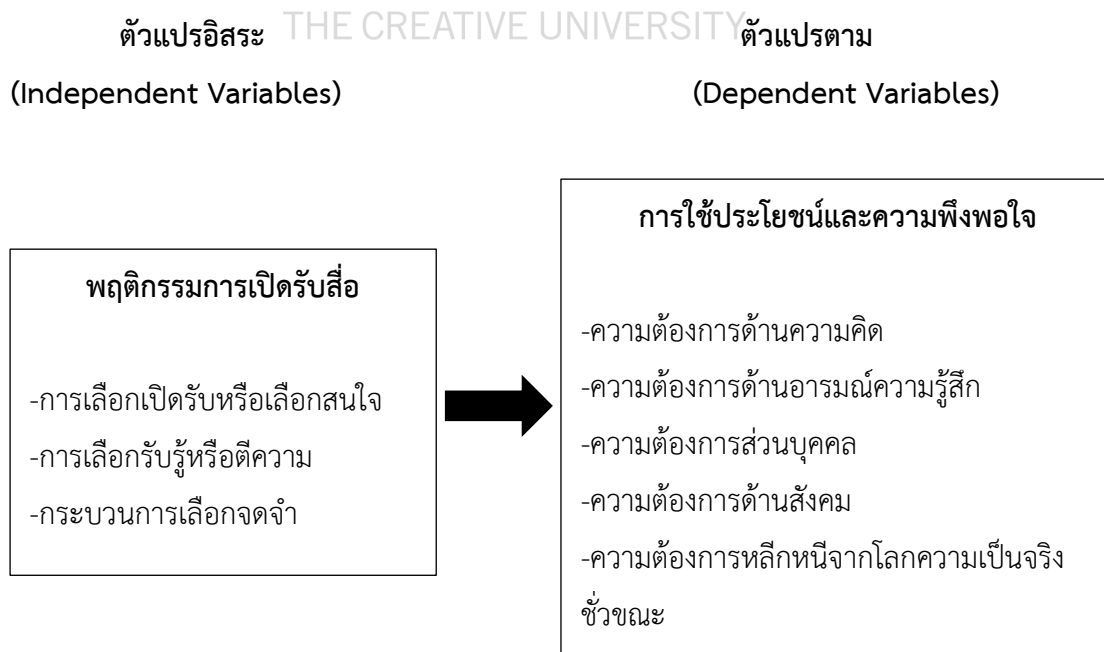
2.1.2 การเลือกรับรู้หรือตีความจากซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

2.1.3 กระบวนการเลือกจดจำจากซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

2.3 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี

การศึกษา “ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิด ซึ่งนำไปเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของตัวแปรดังต่อไปนี้

ภาพที่ 2.1: กรอบแนวคิดการวิจัย



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 ประเภทของงานวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประเภทของงานวิจัย

3.1.1 พิจารณาจากลักษณะข้อมูล เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้ข้อมูลทางคณิตศาสตร์และสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน

3.1.2 พิจารณาจากระดับการศึกษาของตัวแปร เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) เป็นการวิจัยเพื่อสำรวจตัวแปร เพื่อนำผลมาอธิบายการเกิดขึ้นของปรากฏการณ์ของตัวแปรนั้น โดยมุ่งเน้นการวิจัยเพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปร (Discovery of Relationship between Variables)

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือวัยทำงาน ช่วงอายุระหว่าง 18-59 ปี ทั้งเพศชายและเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ไม่สามารถระบุขอบเขตของจำนวนประชากรได้อย่างครบถ้วน (Infinite Population) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่สามารถปรับใช้ได้จริง

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

เงื่อนไขในการคำนวณ Sample Size เป็นเงื่อนไขที่นิยมใช้โดยทั่วไปในโปรแกรม G*Power (Cohen, 1977) เพื่อกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ผลลัพธ์จากโปรแกรม G* Power

Input	Effect Size f^2	= 0.15
α err prob		= 0.05
Power (1- β err prob)		= 0.95
Number of Predictors		= 3
Output	Total Sample Size	= 119

เงื่อนไขในการคำนวณ Sample Size ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่นิยมใช้โดยทั่วไปในโปรแกรม G*Power คือ ขนาดของผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง (Input Effect Size $f^2 = 0.15$) ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ คือ 0.05 (α err prob = 0.05) พลังของการทดสอบคือ 0.95 [Power (1- β err prob) = 0.95] จำนวนของตัวแปรอิสระหรือจำนวนของตัวแปรที่ใช้ในการพยากรณ์ (Number of Predictors) เท่ากับ 3 จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ (N) ตามเงื่อนไขข้างต้นได้เท่ากับ 119 แต่ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริงเท่ากับ 136

3.2.2 โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Cluster sampling ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มผู้ตอบออกเป็น 2 Clusters คือ ช่วง 1-30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2565 และ 1-30 ธันวาคม พ.ศ. 2565 ผู้วิจัยเชื่อว่าปัจจัยด้านประชากรในแต่ละ Cluster มีลักษณะทั่วไปไม่แตกต่างกัน ผู้วิจัยเก็บตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามออนไลน์ได้ในช่วง 1-30 ธันวาคม 2565 และหยุดเก็บข้อมูลเมื่อผู้ตอบมีจำนวนครบ 136 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากทฤษฎี แนวคิดที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ซึ่งคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบ Likert scale แบ่งออกเป็น (1) การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (2) การเลือกรับรู้หรือตีความหมาย และ (3) กระบวนการเลือกจดจำ โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับความน่าเชื่อถือ ดังนี้

5 คะแนน	การแปลผล	เชื่อถือมากที่สุด
4 คะแนน	การแปลผล	เชื่อถือมาก

3 คะแนน	การแปลผล	เชื่อถือปานกลาง
2 คะแนน	การแปลผล	เชื่อถือน้อย
1 คะแนน	การแปลผล	เชื่อถือน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ซึ่งคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบ Likert scale แบ่งออกเป็น (1) ความต้องการด้านความคิด (2) ความต้องการด้านอารมณ์รู้สึก (3) ความต้องการส่วนบุคคล (4) ความต้องการด้านสังคม และ (5) ความต้องการหลีกเลี่ยงจากโลกความเป็นจริงชั่วขณะ โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับความเชื่อมั่น ดังนี้

5 คะแนน	การแปลผล	เห็นด้วยมากที่สุด
4 คะแนน	การแปลผล	เห็นด้วยมาก
3 คะแนน	การแปลผล	เห็นด้วยปานกลาง
2 คะแนน	การแปลผล	เห็นด้วยน้อย
1 คะแนน	การแปลผล	เห็นด้วยน้อยที่สุด

3.4 การทดสอบเครื่องมือ

3.4.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยทำความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาที่จะทำการวิจัยเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

3.4.2 สร้างแบบสอบถามและทำการตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ จากนั้นนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบแล้วนำมาปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

3.4.3 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา เสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย ด้วยค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนนในแต่ละข้อคำถาม ดังนี้

- +1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวัด
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวัด
- 1 หมายถึง คำถามนั้นไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวัด

นำคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ตามสูตร (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์, 2550, หน้า 45-146)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

Σ แทน	ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
R แทน	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อคำถามแต่ละข้อ
N แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เกณฑ์การแปลความหมาย มีดังนี้

ค่า $IOC \geq 0.5$ หมายความว่า คำถามนั้นตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ค่า $IOC < 0.5$ หมายความว่า คำถามนั้นไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงของแบบสอบถามชุดนี้ มีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้เท่ากับ 0.95

3.4.4 นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด โดยการทดสอบกลุ่มคนวัยรุ่นที่มีช่วงอายุใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยการหาค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability) ของ Cronbach's Alpha ได้ผลการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม มีรายละเอียดดังนี้

ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นของประเด็นคำถาม พบว่า ข้อคำถามมีค่าความเชื่อมั่นสามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้และเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยมีค่าความเชื่อมั่นที่คำนวณได้มีค่ามากกว่า 0.70 ขึ้นไป ซึ่งผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นของประเด็นคำถาม สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1: ผลการวิเคราะห์ค่าความความเชื่อมั่นของประเด็นคำถามที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปร	ข้อมูล Tryout (n = 30)		ข้อมูลที่เก็บจริง (n = 136)	
	จำนวนข้อ	Alpha	จำนวนข้อ	Alpha
1. การเลือกเปิดรับหรือสนใจ	5	0.612	4	0.740
2. การเลือกรับรู้และตีความหมาย	5	0.734	5	0.791
3. การเลือกจดจำ	5	0.871	5	0.788
4. ความต้องการด้านความคิด	5	0.856	5	0.846
5. ความต้องการด้านอารมณ์รู้สึก	5	0.811	5	0.817
6. ความต้องการส่วนบุคคล	5	0.815	5	0.805
7. ความต้องการด้านสังคม	5	0.880	5	0.875

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ): ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของประเด็นคำถามที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปร	ข้อมูล Tryout (n = 30)		ข้อมูลที่เก็บจริง (n = 136)	
	จำนวนข้อ	Alpha	จำนวนข้อ	Alpha
8. ความต้องการหลีกเลี่ยงจากโลกความเป็นจริงชั่วขณะ	5	0.871	5	0.842
รวมค่าเฉลี่ย	40	0.82	39	0.81

ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ของประเด็นคำถามที่ใช้ในการวิจัย จากการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นตัวแทนของกลุ่มคนวัยทำงาน ช่วงอายุระหว่าง 18-59 ปี ทั้งเพศชายและเพศหญิง ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.82 หลังจากผู้วิจัยได้ตัดข้อคำถามที่มีค่า Corrected Item-total Correlations ที่ไม่ถึง 0.20 ออก แล้วนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 136 คน จะเห็นได้ว่า ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.81 ดังนั้น แบบสอบถามที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษาครั้งนี้ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.80–1.00 ซึ่งยอมรับได้

3.5 วิธีการเก็บข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการกำหนดแหล่งข้อมูลคือ แหล่งปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา โดยทำแบบสอบถามรูปแบบออนไลน์ผ่าน Google Form เมื่อผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามครบถ้วนตามจำนวนแล้ว จึงนำแบบสอบถามที่ได้รับมาตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วน สมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับมา จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาบันทึกข้อมูลและประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติต่อไป

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป เพื่อหาค่าต่าง ๆ ดังนี้

3.6.1 วิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อหาค่าความถี่และร้อยละ แล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย

3.6.2 วิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

เพื่อคำนวณหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เป็นรายด้านและโดยรวม จากนั้นนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาแปลความหมายโดยใช้เกณฑ์สัมบูรณ์ (Absolute Criteria) ตามแนวคิดของ วัฒนา สุนทรชัย (2551) โดยแบ่งคะแนนเป็นช่วง ๆ ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาปรับใช้ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับ
4.51-5.00	มากที่สุด
3.51-4.50	มาก
2.51-3.50	ปานกลาง
1.51-2.50	น้อย
1.00-1.50	น้อยที่สุด

3.6.3 ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) คือสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีระดับน้ำหนักความสัมพันธ์ (r) ตามคำแนะนำของ Cohen (1988) ดังนี้

ความสัมพันธ์น้อย	$r = 0.10-0.29$
ความสัมพันธ์ปานกลาง	$r = 0.30-0.49$
ความสัมพันธ์มาก	$r = 0.50-1.0$

3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ มีดังนี้

3.7.1 สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่

3.7.1.1 ร้อยละ (Percentage) โดยใช้สูตร ดังนี้

$$P = \frac{f}{n} (100)$$

เมื่อ	P	แทน	ค่าร้อยละหรือเปอร์เซ็นต์
	F	แทน	ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ
	N	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมดหรือจำนวนประชากร

3.7.1.2 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) โดยใช้สูตร ดังนี้

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ	$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.7.1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สูตร ดังนี้

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
	X	แทน คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
	n	แทน จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง
	n-1	แทน จำนวนตัวแปรอิสระ
	$(\sum x)^2$	แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$\sum x^2$	แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวกำลังสอง

3.7.2 สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ สถิติที่ใช้ทดสอบความเชื่อมั่น

(Reliability) ของแบบสอบถาม ใช้วิธีสัมประสิทธิ์อัลฟา (α -Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{k \text{ Covariance/Variance}}{1 + (k-1) \text{ Covariance/Variance}}$$

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ

k แทน จำนวนคำถาม

Covariance แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนระหว่างคำถามต่างๆ

Variance แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับของความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง

$0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียง 1 มาก แสดงว่ามีค่าความเชื่อมั่นสูง

3.7.3 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

วิธีสหสัมพันธ์อย่างง่ายเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation

Coefficient) ใช้หาความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกันหรือหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด สามารถเขียนได้ดังนี้

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - [\sum x][\sum y]}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

เมื่อ	r^{xy}	แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	Σx	แทน ผลรวมคะแนนรายชื่อ (Item) ของกลุ่มตัวอย่าง
	Σy	แทน ผลรวมคะแนนรายชื่อ (Total) ของทั้งกลุ่ม
	Σx^2	แทน ผลรวมคะแนนชุด x แต่ละตัวยกกำลังสอง
	Σy^2	แทน ผลรวมคะแนนชุด y แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\Sigma x)^2$	แทน ผลรวมคะแนนชุด x ทั้งหมดยกกำลังสอง
	$(\Sigma y)^2$	แทน ผลรวมคะแนนชุด y ทั้งหมดยกกำลังสอง
	Σxy	แทน ผลรวมของผลคูณระหว่าง x และ y ทุกคู่
	n	แทน จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 < 1$ ดังนี้

ค่า r เป็น - แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

และมีความสัมพันธ์กันมาก

ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

และมีความสัมพันธ์กันน้อย

ถ้า r มีค่าเท่ากับ 0 หมายถึง x และ y ไม่มีความสัมพันธ์

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลี เรื่อง Start-Up กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัย เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง อายุ 18-59 ปี จำนวนทั้งสิ้น 136 ชุด และนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล เพื่ออธิบายและทดสอบคำถามการวิจัย ซึ่งมีผลการวิจัยที่จะนำเสนอ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up
- 4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
- 4.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในส่วนนี้เป็นข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพ ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล คือการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ดังตารางที่ 4.1-ตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.1: ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	29	21.3
หญิง	107	78.7
รวม	136	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 107 คน คิดเป็น ร้อยละ 78.7 และเพศชาย จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3

ตารางที่ 4.2: ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18-25 ปี	59	43.4
26-35 ปี	64	47.1
36-45 ปี	12	8.8
46-59 ปี	1	0.74
รวม	136	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงอายุ 26-35 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 47.1 อันดับสอง ช่วงอายุ 18-25 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 43.4 อันดับสาม ช่วงอายุ 36-45 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และอันดับสุดท้าย ช่วงอายุ 46-59 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.74 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3: ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	10	7.4
สูงกว่าปริญญาตรี	29	21.3
ปริญญาตรี	97	71.3
รวม	136	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 71.3 อันดับสอง มีวุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 และอันดับสุดท้าย มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4: ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ	8	5.9
พนักงานบริษัท	73	53.7
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	12	8.8
ธุรกิจส่วนตัว	43	31.6
รวม	136	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7 อันดับสอง อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 31.6 อันดับสาม อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และอันดับสุดท้าย อาชีพรับราชการ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5: ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	17	12.5
10,001–20,000 บาท	47	34.6
20,001–30,000 บาท	44	32.4
30,001 บาทขึ้นไป	28	20.6
รวม	136	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001–20,000 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 34.6 อันดับสอง รายได้ต่อเดือน 20,001–30,000 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 อันดับสาม รายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6 และอันดับสุดท้าย รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up

พฤติกรรมกาเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ประกอบไปด้วย การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ การเลือกรับรู้หรือตีความ และกระบวนการเลือกจดจำ โดยมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ และนำเสนอผลวิจัยแจกแจงเป็น ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ตามตารางที่ 4.6–ตารางที่ 4.9 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.6: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมกาเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up โดยภาพรวม

พฤติกรรมกาเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านการเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ	4.12	0.67	มาก
ด้านการเลือกรับรู้หรือตีความ	4.30	0.58	มาก
ด้านกระบวนการเลือกจดจำ	4.11	0.66	มาก
รวม	4.18	0.64	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า โดยภาพรวมของพฤติกรรมกาเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.64) ซึ่งเมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือด้านการเลือกรับรู้หรือตีความ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.58) อันดับสอง คือด้านการเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.67) และอันดับสุดท้าย คือด้านกระบวนการเลือกจดจำ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.66)

ตารางที่ 4.7: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมกาเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ด้านการเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ

ด้านการเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
รับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up จากความสนใจของตัวเอง	4.28	0.89	มาก
รับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up จากเนื้อเรื่องที่นำเสนอที่มีความแตกต่างจากเรื่องอื่น	4.16	0.78	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมกาเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ด้านการเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ

ด้านการเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
รับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up เพราะต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของประเทศเกาหลี	3.89	0.99	มาก
รับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up เพราะชื่นชอบนักแสดงหลักและนักแสดงสมทบของเรื่อง	4.14	0.91	มาก
รวม	4.12	0.67	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับพฤติกรรมกาเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ด้านการเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.67) ซึ่งเมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up จากความสนใจของตัวเอง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.89) อันดับสอง คือรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up จากเนื้อเรื่องที่นำเสนอ ที่มีความแตกต่างจากเรื่องอื่น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.78) อันดับสาม คือรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up เพราะชื่นชอบนักแสดงหลักและนักแสดงสมทบของเรื่อง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.91) และอันดับสุดท้าย คือรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up เพราะต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของประเทศเกาหลี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.99)

ตารางที่ 4.8: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมกาเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ด้านการเลือกรับรู้หรือตีความ

ด้านการเลือกรับรู้หรือตีความ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้รับรู้ถึงความรักที่มีให้กันภายในครอบครัว	4.13	0.84	มาก
ซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้รับรู้ถึงมิตรภาพความรักของเพื่อน	4.31	0.75	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.8 (ต่อ): แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมกาเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ด้านการเลือกรับรู้หรือตีความ

ด้านการเลือกรับรู้หรือตีความ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
ซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้มีแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจ	4.34	0.78	มาก
ซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้รับรู้ถึงวิธีการทำธุรกิจ ภายใต้การแข่งขันทางธุรกิจ	4.40	0.76	มาก
รับรู้ถึงคาแรคเตอร์ตัวแสดงนำของ ซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ที่มีเรื่องราวเบื้องหลังแตกต่างกัน แต่มีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ	4.33	0.80	มาก
รวม	4.30	0.58	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับพฤติกรรมกาเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ด้านการเลือกรับรู้หรือตีความ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.30$, S.D. = 0.58) ซึ่งเมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้รับรู้ถึงวิธีการทำธุรกิจ ภายใต้การแข่งขันทางธุรกิจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.40$, S.D. = 0.76) อันดับสอง คือซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้มีแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.34$, S.D. = 0.78) อันดับสาม คือรับรู้ถึงคาแรคเตอร์ตัวแสดงนำของซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ที่มีเรื่องราวเบื้องหลังแตกต่างกัน แต่มีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.33$, S.D. = 0.80) อันดับสี่ คือซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้รับรู้ถึงมิตรภาพความรักของเพื่อน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.31$, S.D. = 0.75) และอันดับสุดท้าย คือซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้รับรู้ถึงความรักที่มีให้กันภายในครอบครัว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.13$, S.D. = 0.84)

ตารางที่ 4.9: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรม的开รับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ด้านกระบวนการเลือกจดจำ

ด้านกระบวนการเลือกจดจำ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
จดจำขั้นตอนการทำธุรกิจจากซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up	4.17	0.86	มาก
จดจำนักแสดงนำของซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up	4.21	0.86	มาก
จดจำเพลงประกอบของซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up	4.06	0.96	มาก
จดจำสถานที่ต่าง ๆ ในการถ่ายทำของซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up	4.00	0.89	มาก
จดจำการดำเนินเรื่องราวของซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up	4.13	0.89	มาก
รวม	4.11	0.66	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับพฤติกรรม的开รับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ด้านกระบวนการเลือกจดจำ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.66) ซึ่งเมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือจดจำนักแสดงนำของซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.86) อันดับสอง คือจดจำขั้นตอนการทำธุรกิจจากซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.86) อันดับสาม คือจดจำการดำเนินเรื่องราวของซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.89) อันดับสี่ คือจดจำเพลงประกอบของซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.96) และอันดับสุดท้าย คือจดจำสถานที่ต่าง ๆ ในการถ่ายทำของซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.89)

4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ประกอบไปด้วยความต้องการด้านความคิด ความต้องการด้านอารมณ์ความรู้สึก ความต้องการส่วนบุคคล ความต้องการด้านสังคม และความต้องการหลีกเลี่ยงจากโลกความเป็นจริงชั่วขณะ โดยมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ และนำเสนอผลวิจัยแจกแจงเป็น ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ตามตารางที่ 4.10–ตารางที่ 4.15 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.10: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
โดยภาพรวม

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านความต้องการด้านความคิด	4.20	0.64	มาก
ด้านความต้องการด้านอารมณ์ความรู้สึก	4.25	0.59	มาก
ด้านความต้องการส่วนบุคคล	4.27	0.53	มาก
ด้านความต้องการด้านสังคม	4.18	0.63	มาก
ด้านความต้องการหลีกเลี่ยงหนีจากโลกความเป็นจริงชั่วขณะ	4.31	0.58	มาก
รวม	4.24	0.59	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า โดยภาพรวมของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.59) ซึ่งเมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือด้านความต้องการหลีกเลี่ยงหนีจากโลกความเป็นจริงชั่วขณะ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.58) อันดับสอง คือด้านความต้องการส่วนบุคคล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.53) อันดับสาม คือด้านความต้องการด้านอารมณ์ความรู้สึก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.59) อันดับสี่ คือด้านความต้องการด้านความคิด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.64) และอันดับสุดท้าย คือด้านความต้องการด้านสังคม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.63)

ตารางที่ 4.11: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
ด้านความต้องการด้านความคิด

ด้านความต้องการด้านความคิด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ได้ประโยชน์เกี่ยวกับการทำธุรกิจ จากการชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up	4.24	0.84	มาก
อยากทำธุรกิจส่วนตัวมากขึ้น หลังชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up	4.16	0.84	มาก
ได้รับประโยชน์จากการรับชมซีรีส์เรื่องนี้ ในการที่จะประสบความสำเร็จในอาชีพการทำงานให้มากยิ่งขึ้น	4.18	0.77	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.11 (ต่อ): แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
ด้านความต้องการด้านความคิด

ด้านความต้องการด้านความคิด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ได้รับประโยชน์ด้านการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำธุรกิจจาก การชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up	4.19	0.80	มาก
ได้ประโยชน์จากการนำไอเดียใหม่ ๆ มาเป็นจุดเริ่มต้นการทำ ธุรกิจ จากการชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up	4.24	0.83	มาก
รวม	4.20	0.64	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์และ
ความพึงพอใจ ด้านความต้องการด้านความคิด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.64) ซึ่งเมื่อ
พิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีจำนวนเท่ากัน คือได้ประโยชน์
เกี่ยวกับการทำธุรกิจจากการชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.84)
และได้ประโยชน์จากการนำไอเดียใหม่ ๆ มาเป็นจุดเริ่มต้นการทำธุรกิจ จากการชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง
Start-Up อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.83) อันดับสอง คือได้รับประโยชน์ด้านการนำ
เทคโนโลยีมาใช้ในการทำธุรกิจจากการชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$,
S.D. = 0.80) อันดับสาม คือได้รับประโยชน์จากการรับชมซีรีส์เรื่องนี้ ในการที่จะประสบความสำเร็จ
ในอาชีพการทำงานให้มากยิ่งขึ้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.77) และอันดับสุดท้าย
คืออยากทำธุรกิจส่วนตัวมากขึ้น หลังชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$,
S.D. = 0.84)

ตารางที่ 4.12: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
ด้านความต้องการด้านอารมณ์ความรู้สึก

ด้านความต้องการด้านอารมณ์ความรู้สึก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ฉากที่เกี่ยวกับครอบครัว ในซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้เกิด ความประทับใจ	4.26	0.76	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.12 (ต่อ): แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
ด้านความต้องการด้านอารมณ์ความรู้สึก

ด้านความต้องการด้านอารมณ์ความรู้สึก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ฉากที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ในซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้เกิดแรงบันดาลใจ ในการเริ่มต้นทำธุรกิจ	4.32	0.72	มาก
รู้สึกว้าฉากที่เกี่ยวข้องกับเพื่อน ในซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้รับรู้ถึงความรัก มิตรภาพที่มีให้กัน	4.27	0.73	มาก
ฉากที่เกี่ยวข้องกับพี่น้อง ในซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้รับรู้ถึงความแค้นที่นางเอกมีต่อพี่สาว ที่เลือกเดินคนละด้าน ระหว่างความฝันในอนาคตกับความร่ำรวย	4.19	0.82	มาก
เรื่องราวความรัก รักสามเส้าของพระเอก-นางเอก-พระรอง ว่ามีจุดเริ่มต้นมาจากอะไร	4.20	0.86	มาก
รวม	4.25	0.59	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ด้านความต้องการด้านอารมณ์ความรู้สึก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.59) ซึ่งเมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือฉากที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ในซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้เกิดแรงบันดาลใจ ในการเริ่มต้นทำธุรกิจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.72) อันดับสอง คือฉากที่เกี่ยวข้องกับเพื่อน ในซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้รับรู้ถึงความรัก มิตรภาพที่มีให้กัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.73) อันดับสาม คือฉากที่เกี่ยวข้องกับครอบครัว ในซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้เกิดความประทับใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.76) อันดับสี่ คือ เรื่องราวความรัก รักสามเส้าของพระเอก-นางเอก-พระรอง ว่ามีจุดเริ่มต้นมาจากอะไร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.86) และอันดับสุดท้าย คือฉากที่เกี่ยวข้องกับพี่น้อง ในซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้รับรู้ถึงความแค้นที่นางเอกมีต่อพี่สาว ที่เลือกเดินคนละด้าน ระหว่างความฝันในอนาคตกับความร่ำรวย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.82)

ตารางที่ 4.13: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
ด้านความต้องการส่วนบุคคล

ด้านความต้องการส่วนบุคคล	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
มีความมั่นใจในตนเอง หลังจากรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up เพราะประสบการณ์ที่ได้สอนให้เราเรียนรู้ที่จะพัฒนาตนเอง	4.26	0.73	มาก
(มีแรงบันดาลใจในการเริ่มต้นทำตามความฝัน หลังจากรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up	4.26	0.71	มาก
ต้องการที่จะประสบความสำเร็จ หลังจากรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up เพราะต้องการเป็นที่ยอมรับในสังคม	4.22	0.70	มาก
มีความต้องการที่จะพัฒนาตนเองในหลาย ๆ ด้าน และแข่งขันกับตัวเองในเวลาเดียวกัน	4.30	0.72	มาก
มีความมุ่งมั่นที่จะพลิกวิกฤติหรืออุปสรรคให้เป็นโอกาส หลังจากรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up เพราะการทำธุรกิจ จำเป็นต้องมองหาโอกาสใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา	4.30	0.68	มาก
รวม	4.27	0.53	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ด้านความต้องการส่วนบุคคล อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.27$, S.D. = 0.53) เมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีจำนวนเท่ากัน คือ มีความต้องการที่จะพัฒนาตนเองในหลาย ๆ ด้าน และแข่งขันกับตัวเองในเวลาเดียวกัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.30$, S.D. = 0.72) และความมุ่งมั่นที่จะพลิกวิกฤติหรืออุปสรรคให้เป็นโอกาส หลังจากรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up เพราะการทำธุรกิจ จำเป็นต้องมองหาโอกาสใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.30$, S.D. = 0.68) อันดับสอง มีจำนวนเท่ากัน คือมีความมั่นใจในตนเอง หลังจากรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up เพราะประสบการณ์ที่ได้สอนให้เราเรียนรู้ที่จะพัฒนาตนเอง อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.26$, S.D. = 0.73) และมีแรงบันดาลใจในการเริ่มต้นทำตามความฝัน หลังจากรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ($\bar{x} = 4.26$, S.D. = 0.71) อันดับสุดท้าย คือต้องการที่จะประสบความสำเร็จ หลังจากรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up เพราะต้องการเป็นที่ยอมรับในสังคม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.22$, S.D. = 0.70)

ตารางที่ 4.14: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
ด้านความต้องการด้านสังคม

ด้านความต้องการด้านสังคม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
สามารถพูดคุยถึงประเด็นที่สออดแทรกความรู้และวัฒนธรรมของเกาหลีกับคนรอบข้างได้	4.19	0.80	มาก
สามารถพูดคุยถึงประเด็นต่าง ๆ ของเนื้อเรื่องที่สร้างความหวังและกำลังใจในการทำธุรกิจ	4.19	0.75	มาก
สามารถพูดคุยถึงประเด็นการแข่งขัน การเริ่มต้นทำธุรกิจ ไปสู่จุดหมายของความสำเร็จได้	4.21	0.77	มาก
สามารถพูดคุยถึงประเด็นของการเลือกเส้นทางเดิน เพราะการเลือกเส้นทางเดิน ต้องมีความกล้าที่จะตัดสินใจ และอย่ากลัวที่จะล้มเหลว	4.16	0.75	มาก
สามารถพูดคุยถึงประเด็นเรื่องความสัมพันธ์ เพราะการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น ทำให้เราประสบความสำเร็จเร็วกว่าคนอื่น	4.16	0.77	มาก
รวม	4.18	0.63	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ด้านความต้องการด้านสังคม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.63) ซึ่งเมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สามารถพูดคุยถึงประเด็นการแข่งขัน การเริ่มต้นทำธุรกิจ ไปสู่จุดหมายของความสำเร็จได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.77) อันดับสอง มีจำนวนเท่ากัน คือสามารถพูดคุยถึงประเด็นที่สออดแทรกความรู้และวัฒนธรรมของเกาหลีกับคนรอบข้างได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.80) และสามารถพูดคุยถึงประเด็นต่าง ๆ ของเนื้อเรื่องที่สร้างความหวังและกำลังใจในการทำธุรกิจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.75) และอันดับสุดท้าย มีจำนวนเท่ากัน คือสามารถพูดคุยถึงประเด็นเรื่องความสัมพันธ์ เพราะการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น ทำให้เราประสบความสำเร็จเร็วกว่าคนอื่น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.77) และสามารถพูดคุยถึงประเด็นของการเลือกเส้นทางเดิน เพราะการเลือกเส้นทางเดิน ต้องมีความกล้าที่จะตัดสินใจ และอย่ากลัวที่จะล้มเหลว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.75)

ตารางที่ 4.15: แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
ด้านความต้องการหลีกเลี่ยงโลกความเป็นจริงชั่วขณะ

ด้านความต้องการหลีกเลี่ยงโลกความเป็นจริง ชั่วขณะ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
รับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up เพื่อความ เพลิดเพลิน สนุกสนาน	4.44	0.71	มาก
รับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up เพื่อความผ่อนคลาย ความเครียด	4.38	0.70	มาก
ใช้เวลาว่างได้อย่างเป็นประโยชน์ไปกับการชม ซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up	4.28	0.75	มาก
รู้สึกพึงพอใจกับการรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up เนื่องจากซีรีส์เกาหลีเป็นโลกที่ท่านคุ้นเคย	4.29	0.77	มาก
รู้สึกเหมือนตัวเองเข้าไปอยู่ในสถานการณ์ต่าง ๆ ในซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up	4.15	0.80	มาก
รวม	4.31	0.58	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์และ
ความพึงพอใจ ด้านความต้องการหลีกเลี่ยงโลกความเป็นจริงชั่วขณะ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.31$,
S.D. = 0.58) ซึ่งเมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือรับชมซีรีส์
เกาหลีเรื่อง Start-Up เพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.44$, S.D. = 0.71)
อันดับสอง คือ รับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up เพื่อความผ่อนคลายความเครียด อยู่ในระดับมาก
($\bar{x} = 4.38$, S.D. = 0.70) อันดับสาม คือรู้สึกพึงพอใจกับการรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up
เนื่องจากซีรีส์เกาหลีเป็นโลกที่ท่านคุ้นเคย อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.29$, S.D. = 0.77) อันดับสี่ คือใช้
เวลาว่างได้อย่างเป็นประโยชน์ไปกับการชม ซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.28$,
S.D. = 0.75) และอันดับสุดท้าย คือรู้สึกเหมือนตัวเองเข้าไปอยู่ในสถานการณ์ต่าง ๆ ในซีรีส์เกาหลี
เรื่อง Start-Up อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.15$, S.D. = 0.80)

4.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร นำเสนอผลการวิจัย โดยใช้สถิติค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัว ที่เป็นอิสระต่อกัน คือพฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ประกอบไปด้วยการเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ การเลือกรับรู้หรือตีความ และกระบวนการเลือกจดจำ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ประกอบไปด้วยความต้องการด้านความคิด ความต้องการด้านอารมณ์ความรู้สึก ความต้องการส่วนบุคคล ความต้องการด้านสังคม และความต้องการหลีกเลี่ยงโลกความเป็นจริง ชั่วขณะ จึงได้ทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.16: สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	ความต้องการด้านความคิด	ความต้องการด้านอารมณ์ความรู้สึก	ด้านความต้องการส่วนบุคคล	ด้านความต้องการด้านสังคม	ด้านความต้องการหลีกเลี่ยงโลกความเป็นจริงชั่วขณะ	การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ	.742**	.821**	.731**	.730**	.818**	.878**
การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ	.601**	.639**	.589**	.550**	.703**	.704**
การเลือกรับรู้หรือตีความ	.776**	.760**	.715**	.692**	.749**	.845**
กระบวนการเลือกจดจำ	.590**	.760**	.626**	.677**	.710**	.768**

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (2-tailed).

ตัวแปร พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ คือตัวแปรในภาพรวม
ตัวแปรที่เหลือทั้งหมด คือ ตัวแปรในภาพย่อย

ตารางที่ 4.16 พบว่า โดยภาพรวม พฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก ($r = .878^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงาน ในระดับมาก ($r = .704^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

การเลือกรับรู้หรือตีความซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงาน ในระดับมาก ($r = .845^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

กระบวนการเลือกจดจำซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงาน ในระดับมาก ($r = .768^{**}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

ตารางที่ 4.17: สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจจากซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร	ยอมรับสมมติฐาน
2. การเลือกรับรู้หรือตีความจากซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร	ยอมรับสมมติฐาน
3. กระบวนการเลือกจดจำจากซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร	ยอมรับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up กับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรม的开รับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2) เพื่อศึกษาถึงการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
- 3) เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up กับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการศึกษาในรูปแบบงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form ในลักษณะงานวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Cluster Sampling ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 2 Clusters คือ ช่วง วันที่ 7-22 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 และวันที่ 2 มีนาคม-8 เมษายน พ.ศ. 2566 ผู้วิจัยเชื่อว่า ปัจจัยด้านประชากรในแต่ละ Cluster มีลักษณะทั่วไปไม่แตกต่างกัน ผู้วิจัยเก็บตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามออนไลน์ได้ในช่วง วันที่ 2 มีนาคม-6 เมษายน 2566 และหยุดเก็บข้อมูล เมื่อผู้ตอบมีจำนวนครบ 136 คน ซึ่งได้สรุปผลการศึกษา ไว้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าเป็นผู้หญิง โดยมีอายุระหว่าง 26-35 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี และรองลงมาจบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งมีรายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่ 10,001-20,000 บาท อันดับสอง คือรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และอันดับสาม มีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 30,001 บาทขึ้นไป ส่วนมากมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจส่วนตัว และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ตามลำดับ

5.1.2 พฤติกรรม的开รับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ถึงพฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาถึงองค์ประกอบในภาพย่อย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ไปในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับมากทั้ง 3 ด้าน ซึ่งด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือการเลือกรับรู้หรือตีความ อันดับสอง คือการเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ อันดับสุดท้าย คือกระบวนการเลือกจดจำ สำหรับรายละเอียดภาพย่อย โดยการเรียงลำดับของค่าเฉลี่ยในแต่ละด้าน มีดังต่อไปนี้

พฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ด้านการเลือกรับรู้หรือตีความ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาโดยเรียงลำดับของค่าเฉลี่ยจากมากที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้รับรู้ถึงวิธีการทำธุรกิจ ภายใต้การแข่งขันทางธุรกิจ เป็นอันดับแรก อันดับสอง คือซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้มีแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจ อันดับสาม คือรับรู้ถึงคาแรคเตอร์ตัวแสดงนำของ ซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ที่มีเรื่องราวเบื้องหลังแตกต่างกัน แต่มีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ อันดับสี่ คือซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้รับรู้ถึงมิตรภาพความรักของเพื่อน และอันดับสุดท้าย คือซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้รับรู้ถึงความรักที่มีให้กันภายในครอบครัว

พฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ด้านการเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาโดยเรียงลำดับของค่าเฉลี่ยจากมากที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญถึงรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up จากความสนใจของตัวเอง เป็นอันดับแรก อันดับสอง คือรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up จากเนื้อเรื่องที่นำเสนอ ที่มีความแตกต่างจากเรื่องอื่น อันดับสาม คือรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up เพราะชื่นชอบนักแสดงหลักและนักแสดงสมทบของเรื่อง และอันดับสุดท้าย คือรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up เพราะต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของประเทศเกาหลี

พฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ด้านกระบวนการเลือกจดจำ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาโดยเรียงลำดับของค่าเฉลี่ยจากมากที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญถึงการจดจำนักแสดงนำของซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up เป็นอันดับแรก อันดับสอง คือจดจำขั้นตอนการทำธุรกิจจากซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up อันดับสาม คือจดจำการดำเนินเรื่องราวของซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up อันดับสี่ คือจดจำเพลงประกอบของซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up และอันดับสุดท้าย คือ จดจำสถานที่ต่าง ๆ ในการถ่ายทำของซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up

5.1.3 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายละเอียดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสนใจใน

ด้านความต้องการหลักหนีจากโลกความเป็นจริงชั่วขณะ เป็นอันดับแรก อันดับสอง คือด้านความต้องการส่วนบุคคล อันดับสาม คือด้านความต้องการด้านอารมณ์ความรู้สึก อันดับสาม คือด้านความต้องการด้านความคิด และอันดับสุดท้าย คือด้านความต้องการด้านสังคม ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญน้อยที่สุด

สรุปได้ว่า จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัย ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ประกอบไปด้วยการเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ การเลือกรับรู้หรือตีความ กระบวนการเลือกจดจำ มีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up อยู่ในระดับมาก และผลการศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up นั้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยจะสามารถอธิบายถึงความสัมพันธ์ได้ในการทดสอบสมมติฐานต่อไป

5.1.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

5.1.4.1 สมมติฐานการวิจัย

พฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กัน ทั้งในภาพรวมและรายละเอียดขององค์ประกอบในภาพย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 ด้านการเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจจากซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 1.2 ด้านการเลือกรับรู้หรือตีความจากซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 1.3 ด้านกระบวนการเลือกจดจำจากซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กัน

5.1.4.2 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

พฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กัน โดยภาพรวมและภาพย่อยมีความสัมพันธ์ในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านการเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงาน ในระดับมาก ทั้งภาพรวมและภาพย่อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านการเลือกรับรู้หรือตีความซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงาน ในระดับมาก ทั้งภาพรวมและภาพย่อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านกระบวนการเลือกจดจำซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงาน ในระดับมาก ทั้งภาพรวมและภาพย่อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5.2 อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อพิจารณาผลการวิจัย และการทดสอบสมมติฐาน ประกอบกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ พบว่า มีประเด็นที่น่าสนใจมาอภิปรายตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้ดังนี้

5.2.1 การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up

พฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาถึงองค์ประกอบทั้ง 3 ด้านของพฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ในแต่ละด้าน พบว่า ด้านการเลือกรับรู้หรือตีความ นั้นเป็นอันดับแรกที่วัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญมากที่สุด กล่าวคือ ซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้วัยทำงานมีพฤติกรรมในการเลือกรับรู้หรือตีความตามความเข้าใจ ความต้องการ หรือแรงจูงใจจากการเปิดรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ ชานันต์ รัตนโชติ (2552) ที่กล่าวไว้ว่า การเลือกรับรู้หรือตีความ เป็นกระบวนการกลั่นกรอง เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว แต่ละคนอาจจะตีความหมายตามความเข้าใจของตัวเองหรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ขณะนั้น และสอดคล้องกับแนวคิดของ Klapper (1960) ได้กล่าวว่า การเลือกรับรู้และตีความหมาย หลังจากที่ได้รับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแล้ว คนเรายังเลือกรับรู้และตีความสารนั้น ตามประสบการณ์ ทัศนคติ ความต้องการ ความหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือทางอารมณ์ขณะนั้น บางครั้งเราก็บิดเบือนข่าวสารนั้นให้สอดคล้องกับความคิดของเราด้วย

ทั้งนี้วัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ยังให้ความสนใจต่อพฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ด้านการเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ มาเป็นอันดับสอง กล่าวคือ วัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up จากความสนใจของตัวเอง อีกทั้งเนื้อเรื่องที่น่าสนใจมีความแตกต่างจากเรื่องอื่น ๆ มีการเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจจากความชื่นชอบนักแสดงหลักหรือนักแสดงสมทบของเรื่อง และมีความต้องการที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของประเทศเกาหลี จึงทำให้มีความสนใจที่จะเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ ชานันต์ รัตนโชติ (2552) ที่กล่าวไว้ว่า การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ เป็นการที่ผู้รับ เลือกที่จะสนใจหรือเปิดรับสื่อจากแหล่งหนึ่งแหล่งใด โดยการเลือกเปิดรับมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้อง

หลายประการ เช่น ทักษะเดิมของผู้รับสาร นอกจากทักษะเดิมที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับสื่อที่ตนเองสนใจแล้ว ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ทางด้านสังคม และจิตใจ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Klapper (1960) ได้กล่าวว่า การเลือกสนใจ คือแนวโน้มที่ผู้รับสาร เลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งใด แหล่งหนึ่งที่มีอยู่หลายแหล่งตามความคิดเห็นและความสนใจของตนเพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่เดิม และเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้อง

สำหรับพฤติกรรมการเลือกเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ด้านกระบวนการเลือกจดจำ นั้น จากการศึกษาวิจัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้วิทยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครมีการเลือกจดจำอยู่ในระดับน้อย ถึงแม้ว่ากระบวนการเลือกจดจำ อยู่ในระดับสุดท้าย จาก 3 องค์ประกอบของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า หลังจากวิทยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up เลือกจดจำนักแสดงนำของเรื่อง จดจำขั้นตอนการทำธุรกิจ จดจำการดำเนินเรื่องราว จดจำเพลงประกอบ จดจำสถานที่ต่าง ๆ ในการถ่ายทำ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ ชานันต์ รัตนโชติ (2552) ที่กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกจดจำ เป็นการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วน ที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทักษะของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Klapper (1960) ได้กล่าวว่า การเลือกจดจำของคนเรามีแนวโน้มการเลือกจดจำข่าวสาร เฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ หรือทัศนคติของตน และมักจะลืมในส่วนที่ตนไม่สนใจหรือขัดแย้งกับความรู้สึก ดังนั้นการเลือกจดจำ จึงเป็นการช่วยเสริมทัศนคติหรือความเชื่อดั้งเดิมของตนให้มั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

5.2.2 การศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวิทยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาถึงการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวิทยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า โดยภาพรวม วิทยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครนั้น มีแนวโน้มการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งผลการศึกษารายละเอียดของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจทั้ง 5 ด้าน ประกอบไปด้วย ความต้องการด้านความคิด ความต้องการด้านอารมณ์ ความรู้สึก ความต้องการส่วนบุคคล ความต้องการด้านสังคม และความต้องการหลีกเลี่ยงจากโลกความเป็นจริงชั่วคราว สามารถอธิบายได้ว่า วิทยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครมีความสนใจเกี่ยวกับการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up และสามารถใช่ประโยชน์และความพึงพอใจได้

ด้านความต้องการหลีกเลี่ยงจากโลกความเป็นจริงชั่วคราว เนื่องจากวิทยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่รับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up เพื่อความเพลิดเพลิน ผ่อนคลาย ความเครียด อีกทั้งยังสามารถใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ บางท่านรู้สึกเหมือนตัวเองเข้าไปอยู่ในสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (Blumler & Katz, 1974 อ้างใน คหาวูร ก่อสินประสิทธิ์, 2564) ที่กล่าวว่า ความต้องการหลีกเลี่ยงจากโลกความเป็นจริงชั่วคราว

เป็นความต้องการของผู้รับสารที่เปิดรับสื่อ เพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ หรือสัมผัสกับโลกแห่งจินตนาการที่พึงปรารถนาในช่วงเวลาหนึ่ง เพื่อปลดปล่อยตัวเองจากความตึงเครียด อีกทั้งยังสอดคล้องกับ McCombs & Becker (1979 อ้างใน จารุวรรณ กิตตินราภรณ์, 2550) ที่กล่าวว่า เพื่อต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อสนองต่อความต้องการของมนุษย์ในรูปแบบที่หลากหลายทางอารมณ์ในการหย่อนอารมณ์แบบปลดปล่อย และยังสอดคล้องกับ Murray & Kipped (1979 อ้างใน พัทนี เชยจรรยา และประทุม ฤกษ์กลาง, 2540) ที่กล่าวว่า บางทีการเปิดรับสาร เพื่อต้องการผ่อนคลายความตึงเครียด หลีกเลี่ยงความจริงหรือสิ่งที่ทำให้เราไม่สบายใจ ความต้องการเหล่านี้สามารถสนองได้โดยใช้สื่อ ซึ่งหมายถึงการเปิดรับสื่อ ชนิดของสื่อ เนื้อหาของสื่อ ที่ใช้และบริบททางสังคมของสื่อที่เปิดรับ เมื่อได้รับการตอบสนองจะเกิดความพึงพอใจในสื่อขึ้น

ด้านความต้องการส่วนบุคคล หลังจากรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้มีความต้องการที่จะพัฒนาตนเองในหลาย ๆ ด้าน และแข่งขันกับตัวเองในเวลาเดียวกัน นอกจากนั้นยังทำให้มีความมุ่งมั่นที่จะพลิกวิกฤติหรืออุปสรรคที่พบเจอให้เป็นโอกาส เนื่องจากการทำธุรกิจ จำเป็นต้องมองหาโอกาสใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา มีความมั่นใจในตนเองมากขึ้น เพราะประสบการณ์ที่ได้จากการรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up สอนให้เรียนรู้ที่จะพัฒนาตนเอง มีแรงบันดาลใจในการเริ่มต้นทำตามความฝัน ที่ต้องการที่จะประสบความสำเร็จ เพราะการเป็นที่ยอมรับในสังคม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Blumler & Katz (1974 อ้างใน ศุภากร ก่อสินประสิทธิ์, 2564) กล่าวว่า ความต้องการส่วนบุคคล (Personal Integrative Needs) ผู้รับสารเปิดรับสื่อ เพื่อเปิดรับเนื้อหาต่าง ๆ ที่สามารถสร้างความมั่นใจให้ตนเอง รวมถึงการสร้างความน่าเชื่อถือ ความมั่นคง หรือทำให้ตนเองมีสถานภาพอันเป็นที่ยอมรับ อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ยุกต เบญจรงค์กิจ (2542) ที่กล่าวว่า การสื่อสารของมนุษย์เกิดจากแรงผลักดันภายในของผู้รับสาร ซึ่งเรียกว่า ความต้องการของมนุษย์ ซึ่งนำไปสู่การเลือกใช้สื่อที่ตอบสนองความต้องการของตัวเราในด้านต่าง ๆ และเป็นการนำไปสู่ความพึงพอใจในการบริโภคสื่อ นั้น และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ McCombs & Becker (1979 อ้างใน จารุวรรณ กิตตินราภรณ์, 2550) ที่กล่าวว่า ความต้องการของแต่ละบุคคลในการใช้สื่อนั้นเพื่อต้องการคำแนะนำหรือข้อมูลช่วยตัดสินใจ (Guidance or Decision) ในการปฏิบัติตัวให้ถูกต้อง และช่วยตัดสินใจ โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน เพื่อความอยู่รอดในระบบสังคมที่เป็นอยู่

ด้านความต้องการด้านอารมณ์ความรู้สึก หลังจากรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ฉากที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ในซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้เกิดแรงบันดาลใจ ในการเริ่มต้นทำธุรกิจ ฉากที่เกี่ยวข้องกับเพื่อน ทำให้รับรู้ถึงความรักและมิตรภาพ ฉากที่เกี่ยวข้องกับครอบครัว ทำให้เกิดความประทับใจ เนื้อเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวความรัก รักสามเส้าของพระเอก-นางเอก-พระรอง ทำให้ทราบว่ามีจุดเริ่มต้นว่าเกิดมาจากอะไร และฉากที่เกี่ยวข้องกับพี่น้อง ทำให้รับรู้ถึงความแค้นที่นางเอกมีต่อพี่สาว

ที่เลือกเดินคนละเส้นทางระหว่างความฝันในอนาคตกับความร่ำรวย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Murray & Kipped (1979 อ้างใน พัทธี เจริญ และประทุม ฤกษ์กลาง, 2540) ที่กล่าวว่า ความต้องการด้านของอารมณ์ (Affective Needs) เป็นความต้องการที่สร้างเสริมความพอใจ และประสบการณ์ในด้านอารมณ์ มีแรงจูงใจอันเกิดจากความพอใจ และความบันเทิงนี้สามารถตอบสนองได้ด้วยการใช้สื่อ และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ McCombs & Becker (1979 อ้างใน จารุวรรณ กิตตินราภรณ์, 2550) ที่กล่าวว่า เพื่อต้องการความตื่นเต้นหรือการมีส่วนร่วม (Excitement or Participating) โดยการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร เพื่อสร้างความรู้สึกว่าได้อยู่ในเหตุการณ์และความเป็นไปที่เกิดขึ้น

ด้านความต้องการด้านความคิด หลังจากรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้ทราบถึงประโยชน์เกี่ยวกับการทำธุรกิจ สามารถนำประโยชน์ที่ได้จากการนำไอเดียใหม่ ๆ มาเป็นจุดเริ่มต้นในการทำธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำธุรกิจ และสามารถทำให้ประสบความสำเร็จในอาชีพการทำงาน หรืออยากทำธุรกิจส่วนตัวมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Murray & Kipped (1979 อ้างใน พัทธี เจริญ และประทุม ฤกษ์กลาง, 2540) ที่กล่าวว่า ความต้องการด้านความรู้ภูมิปัญญา (Cognitive Needs) บุคคลต้องการได้รับรู้ และรับความเข้าใจในสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น ซึ่งความต้องการในด้านนี้มีพื้นฐานมาจากความต้องการที่เข้าใจ และควบคุมสิ่งแวดล้อม และความต้องการตอบสนองแรงผลักดัน ที่เกิดจากความอยากรู้อยากเห็นและค้นคว้า และความต้องการในการประสานสัมพันธ์กับบุคคล (Personal Integrative Needs) ตอนผู้รับสารได้รับสาร มีความต้องการในการเสริมสร้างความมั่นใจ การนับถือ ความมั่นคง ตลอดจนสถานภาพส่วนความต้องการของบุคคลนี้ เกิดจากแรงผลักดันที่ต้องการจะบรรลุจุดหมาย และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ McCombs & Becker (1979 อ้างใน จารุวรรณ กิตตินราภรณ์, 2550) ที่กล่าวว่า เพื่อต้องการเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) เพื่อช่วยส่งเสริมความคิดเห็นเดิมให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำลงไปแล้ว

ความต้องการด้านสังคม สามารถพูดคุยกถึงประเด็นต่าง ๆ กับผู้อื่น ไม่ว่าจะเป็นประเด็นการแข่งขันในการเริ่มต้นทำธุรกิจ ไปสู่จุดหมายของความสำเร็จ ประเด็นที่สอดแทรกความรู้และวัฒนธรรมของเกาหลี ประเด็นต่าง ๆ ของเนื้อเรื่อง ที่สร้างความหวังและกำลังใจในการทำธุรกิจ ประเด็นเรื่องความสัมพันธ์ เพราะการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น ทำให้เราประสบความสำเร็จเร็วกว่าคนอื่น ประเด็นของการเลือกเส้นทางเดิน เพราะการเลือกเส้นทางเดิน ต้องมีความกล้าที่จะตัดสินใจ และอย่ากลัวที่จะล้มเหลว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Blumler & Katz (1974 อ้างใน คหาวิธ ก่อสินประสิทธิ์, 2564) กล่าวว่า ความต้องการด้านสังคมนั้น เป็นความต้องการเปิดรับสื่อเพื่อการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น เช่น การได้รับข้อมูลที่เป็นประเด็นในการพูดคุยกับคนในครอบครัว

หรือกลุ่มเพื่อน อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Murray & Kippled (1979 อ้างใน พัทธี เชยจรรยา และประทุม ฤกษ์กลาง, 2540) กล่าวว่า ความต้องการในการประสานสัมพันธ์ในสังคม (Social Integrative Needs) การเปิดรับสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับครอบครัว กับเพื่อน และกับส่วนรวม และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ McCombs & Becker (1979 อ้างใน จารุวรรณ กิตตินราภรณ์, 2550) ที่กล่าวว่า ความต้องการของแต่ละบุคคลในการใช้สื่อ เพื่อนำข่าวสารไปใช้ในการสนทนา (Anticipate Communication or Discussion) โดยการเปิดรับสื่อ ข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้บุคคลมีข้อมูลที่สามารถนำไปสนทนากับผู้อื่น ซึ่งเป็นความจำเป็นของบุคคลที่ต้องการสร้างความสัมพันธ์หรือกลายเป็นส่วนหนึ่งของสังคมในการเปิดรับสื่อ เพื่อให้สามารถเป็นที่ยอมรับในสังคมและผูกพันกับผู้อื่นได้

5.2.3 การศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นไปที่พฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบไปด้วย องค์ประกอบของพฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทั้ง 3 ด้าน คือการเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ การเลือกรับรู้หรือตีความ กระบวนการเลือกจดจำ ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับมากกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

ด้านการเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เนื่องจากวัยทำงานเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up จากความสนใจส่วนตัว จากเนื้อเรื่องที่นำเสนอ ที่มีความแตกต่างจากเรื่องอื่น ต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของประเทศเกาหลี รวมถึงชื่นชอบนักแสดงของเรื่องนั้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับ ชานันต์ รัตนโชติ (2552) ที่กล่าวไว้ว่า การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ คือการที่ผู้รับเลือกที่จะสนใจหรือเปิดรับสื่อ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ เช่น ทักษะคิดเดิมของผู้รับสาร นอกจากทัศนคติดั้งเดิมที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับสื่อที่ตนเองสนใจแล้ว ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ทางด้านสังคมและจิตใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Klapper (1960) ที่กล่าวว่า การเลือกสนใจ คือการที่ผู้รับสารเลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งที่มีอยู่หลายแหล่ง ตามความคิดเห็นและความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่เดิม สอดคล้องกับ จรรยา ยามาลี (2553) ที่กล่าวว่า การเลือกที่จะเปิดรับข้อมูล (Selective Exposure) ผู้บริโภคจะแสวงหาข่าวสารที่ทำให้เขาสบายใจ หรือตรงกับความรู้สึกของผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคมั่นใจ และการเลือกที่จะสนใจข้อมูล (Selective Attention) ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะเพิ่มปริมาณการรับรู้ถึงตัวกระตุ้นที่ตรงกับความต้องการ หรือตรงกับที่สนใจ และยังสอดคล้องกับ สุกัญญา อำพันแสง (2546) กล่าวว่า การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) หมายถึง แนวโน้มของคนที่เลือกสนใจ หรือเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจและยังรวม

ไปถึงพยายามหลีกเลี่ยงไม่สื่อสารกับสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจของตนเอง หรือทัศนคติที่มีอยู่

ด้านการเลือกรับรู้หรือตีความ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เนื่องจากวัยทำงานเลือกรับรู้หรือตีความ หลังจากรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้รับรู้ถึงวิธีการทำธุรกิจ ภายใต้การแข่งขันทางธุรกิจ เพื่อให้มีแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจ รับรู้ถึงคาแรคเตอร์ตัวแสดงนำของ ซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ที่มีเรื่องราวเบื้องหลังแตกต่างกัน แต่มีจุดมุ่งหมายเดียวกัน รับรู้ถึงมิตรภาพความรักของเพื่อน และรับรู้ถึงความรักที่มีให้กันภายในครอบครัว ซึ่งมีความสอดคล้องกับ ชานันต์ รัตนโชติ (2552) กล่าวว่า การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว แต่ละคนอาจจะตีความหมายตามความเข้าใจของตัวเองหรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ขณะนั้น ยังสอดคล้องกับ จรรยา ยามาดี (2553) ที่กล่าวว่า การเลือกที่จะตีความข้อมูล (Selective Interpretation) หลังจากที่ได้รับข้อมูลเลือกที่จะเปิดรับข้อมูล สนใจในข้อมูล หรือแม้กระทั่งต่อต้านข้อมูล และปิดกั้นข้อมูลแล้ว ผู้บริโภคต้องทำการตีความหมายสิ่งที่เปิดรับเข้ามา ซึ่งในการตีความข้อมูล ผู้บริโภคก็จะเลือกตีความข้อมูลตามพื้นฐานความรู้ ความเข้าใจ หรือที่สอดคล้องกับความเชื่อ ประสบการณ์ที่ได้รับมา ดังนั้นการตีความหมายข้อมูลที่รับเข้ามาจึงสำคัญ ที่อาจก่อให้เกิดทัศนคติที่ดี อีกทั้งยังสอดคล้องกับ พิระ จิโรสภณ (2532) ที่กล่าวว่า การเลือกรับรู้และตีความ (Selective Perception and Selective Interpretation) มนุษย์เราเลือกรับรู้และตีความข่าวสารที่ได้รับไปในทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและประสบการณ์ที่มีอยู่ แต่ในกรณีที่ข่าวสารที่ได้รับมาใหม่ มีความขัดแย้งกับทัศนคติ ความเชื่อเดิมตัวเรามักจะบิดเบือนข่าวสารนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตน และยังคงสอดคล้องกับ Hawkins & Mothersbaugh (2010) กล่าวว่า บุคคลจะรับรู้และตีความหมายข้อมูลที่ได้รับขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของสิ่งเร้า บุคคล และสถานการณ์แตกต่างกันไปโดยใช้จิตใต้สำนึก นอกจากนี้ยังเลือกบิดเบือนข้อมูลที่ได้รับและตีความหมายออกมาตามความต้องการของตน

ด้านกระบวนการเลือกจดจำ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เนื่องจากวัยทำงานเลือกจดจำนึกแสดงนำของเรื่อง จดจำขั้นตอนการทำธุรกิจ จดจำการดำเนินเรื่องราว เพลงประกอบ หรือแม้กระทั่งจดจำสถานที่ต่าง ๆ ในการถ่ายทำ ซึ่งมีความสอดคล้องกับ Klapper (1960) ที่กล่าวว่า ผู้รับชมมีแนวโน้มการเลือกจดจำข่าวสาร เฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ หรือทัศนคติของตน และมักจะลืมในส่วนที่ตนไม่สนใจหรือขัดแย้งกับความรู้สึก ดังนั้น การเลือกจดจำจึงเป็นการช่วยเสริมทัศนคติหรือความเชื่อดั้งเดิมของตนให้มั่นคงยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น อีกทั้งยังสอดคล้องกับ ชัยนันท์ วีระฉาย (2546) ที่กล่าวว่า การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มการเลือกจดจำข่าวสาร เฉพาะสารที่มีเนื้อหาสาระที่ตรงกับ

ความสนใจ ความต้องการและทัศนคติของตนเอง การเลือกจดจำนี้เปรียบเสมือนเครื่องกรองชั้นสุดท้ายที่มีผลต่อผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ในบางครั้งก็จะลืมนี้อาหาของสารในส่วนที่ไม่ตรงกับความต้องการของตนเอง และยิ่งสอดคล้องกับ เกรียงชัย เหลืองภัทรเชวง (2540) พบว่า การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเข้าไปเก็บไว้ในประสบการณ์ เพื่อที่จะนำไปใช้ในโอกาสต่อไป และพยายามที่จะลืมนั้นในส่วนที่ต้องการจะลืมนอีกด้วย

5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้

จากการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้กับวงการอุตสาหกรรมบันเทิงของไทย เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้รับชม ถึงความต้องการในการเปิดรับสื่อ เนื่องจากสื่อบันเทิงในประเทศไทยถูกผลิตออกมาอยู่มากมาย แต่ยังไม่สามารถทำให้ผู้รับชมกลับมาเชื่อว่า คอนเทนต์หรือเนื้อหาเรื่องราวในซีรีส์ของไทยสามารถดึงดูดให้ผู้รับชมเลือกเปิดรับสื่อได้ ซึ่งในปัจจุบันกระแส Soft Power กำลังเข้ามามีอิทธิพลต่อการขับเคลื่อนประเทศ ไม่ว่าจะเป็นซีรีส์ ภาพยนตร์ วัฒนธรรม ศิลปิน และเพื่อให้เกิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ ดังนั้นการนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัย ไปปรับใช้และผลิตเนื้อหาคอนเทนต์ออกมาให้ผู้รับชม ได้มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมากยิ่งขึ้น

5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

5.4.1 การศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาถึงประเด็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ได้แก่ ด้านความต้องการ ทัศนคติ และค่านิยม เป้าหมาย ความสามารถ การใช้ประโยชน์ ลีลาในการสื่อสาร สภาวะ และประสบการณ์และนิสัยของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร

5.4.2 การศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาถึงประเด็นปัจจัยที่เป็นแรงผลักดันให้แต่ละบุคคลเลือกเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ได้แก่ ด้านความเหงา ด้านความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ ด้านประโยชน์ใช้สอยของตนเอง และลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนโดยทั่วไป

5.4.3 การศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาถึงประเด็นความต้องการของแต่ละบุคคลในการใช้สื่อ ได้แก่ ด้านความต้องการรู้ทันเหตุการณ์ ด้านความต้องการคำแนะนำหรือข้อมูลช่วยตัดสินใจ ด้านการนำข่าวสารไปใช้ในการสนทนา ด้านความต้องการมีส่วนร่วม ด้านความต้องการเสริมความคิดเห็น และด้านความต้องการความบันเทิงของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร

บรรณานุกรม

- กานต์พิชชา วงษ์ขาว. (2550). *สื่อละครโทรทัศน์เกาหลีกับการเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เกรียงชัย เหลืองภัทรเชวง. (2540). *การเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ของพนักงานในโรงงานกลุ่มบริษัทมินิแบ (ประเทศไทย)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภวรา ก่อสินประสิทธิ์. (2564). *ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การโน้มน้าวใจของเฟซบุ๊กเพจหมอแล็บแพนด้ากับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ติดตามเพจในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จรรยา ยามาดี. (2553). *การโฆษณาภาพยนตร์อินเดียที่มีผลต่อการเลือกชมของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จารุวรรณ กิตติธรรมการ. (2550). *พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต "เว็ลด์ ไรต์ เว็บ"*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จุฑามาศ สะเน. (2564). *รีวิว ซีรีส์เกาหลี 'Start-Up' (สตาร์ทอัพ) จุดประกายความฝันในตัวคุณ*. สืบค้นจาก <https://bestreview.asia/tv/review-series-start-up/>.
- เจมิสรี เหลืองศุภกรณ์. (2563). *ซีรีส์เกาหลีแห่งปี 2020*. สืบค้นจาก <https://thestandard.co/20-Korean-dramas-2020/>.
- ชัชชนันท์ วีระฉายา. (2546). *การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ กับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม: ศึกษาเฉพาะกรณีนิสิตชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชานันต์ รัตนโชติ. (2552). *ประโยชน์ในการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ดวงทิพย์ เจริญรุท. (2564). *อิทธิพลสื่อบันเทิงเกาหลีและค่านิยมในวัฒนธรรมเกาหลีต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรภาษาเกาหลีของนักศึกษาไทย*. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 25(2), 126-139.
- ทิพย์ยา สุขพรวิทวัส. (2550). *พฤติกรรมการเปิดรับและการเลียนแบบสื่อละครโทรทัศน์เกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- นพดล อินทร์จันทร์, พงษ์สิทธิ์ ศุภเศรษฐศิริ, วิรุณ ตั้งเจริญ และสุรพล วิรุฬห์รักษ์. (2555). ภาพยนตร์ชุดเกาหลี: กรณีศึกษากระแสคลื่นวัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย. *วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ*, 14(1), 132-144.
- นันทิณี พิศวิลัย. (2558). พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปิติ ศรีแสงนาม. (2561). บทเรียนจากความสำเร็จของกระแสนิยมวัฒนธรรมเกาหลี. สืบค้นจาก <https://www.chula.ac.th/cuinside/6930/>.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- พัชณี เขยจรรยา และประทุม ฤกษ์กลาง. (2540). รูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัวและการเปิดรับสื่อมวลชนของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิจิตรา มงคลศรีพิพัฒน์. (2559). พฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์โครงการเที่ยวไทยเท่ กับพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พีระ จิโรโสภณ. (2532). การเลือกสรรและการแสวงหาข่าวสาร เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพนิเทศศาสตร์ (หน่วยที่ 7). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ไพบูลย์ ปิตะเสน. (2560, 28 มิถุนายน). “สื่อเกาหลี” สู่อุตสาหกรรมบันเทิงเต็มรูปแบบในประเทศไทย. *กรุงเทพธุรกิจ*. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/761920>.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รมิตา สาสุวรรณ์. (2560). การเปิดรับกับทัศนคติ และพฤติกรรมการเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์. (2550). *ระเบียบวิธีการวิจัย* (ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพฯ: พิมพ์ดีการพิมพ์.
- วัฒนา สุนทรธัย. (2551). *เรียนสถิติด้วย SPSS ภาคความรู้เบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒน์.
- วิศรุต สีนพสงพร. (2563). *กลยุทธ์ K-POP สร้างชาติเกาหลี ครองโลกด้วยวงการบันเทิง*. สืบค้นจาก <http://workpointtoday.com/K-pop/>.

- สิตา โพธิพิพิธ. (2556). *พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความได้เปรียบเชิงการแข่งขันที่มีต่อพฤติกรรมกาตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการเฟสบุ๊คแฟนเพจธุรกิจรับปรึกษาและวางแผนจัดงานแต่งงานในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- สุกัญญา อัมพันแสง. (2546). *การเปิดรับความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากการรับฟังรายการข่าวสารความรู้ทางหอกระจายข่าวในเขตตำบลหนองตาด จังหวัดบุรีรัมย์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2556). *ทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: ระเบียบทอง.*
- Kim, H. K. (2020, August 10). Korean dramas push cultural content exports beyond \$10 billion. *The Korea Economic Daily*. Retrieved from <https://www.kedglobal.com/newsView/ked202008100006>.
- Atkin, C. K. (1972). Anticipated communication and mass media information-seeking. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 188–199.
- Cohen, J. (1977). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (Rev. ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer behavior: Building marketing strategy* (11th ed.). New York: McGraw-Hill Irwin.
- Klapper, J. T. (1960). *The effects of mass communication*. New York: Free.
- mcQuail, D. (1994). *Mass communication theory: An introduction*. London: Sage.
- Merrill, J. C., & Lowenstein, R. L. (1971). *Media message and men*. New York: Longman.
- Palmgreen, P., Wenner, L. A. & Rosengren, K. E. (1985). Uses and gratifications research: The past ten years. In K. E. Rosengren, L. A. Wenner & P. Palmgren (Eds.), *Media gratifications research current perspectives* (pp. 11-37). London: Sage.
- Rubin, A. M., & Step, M. M. (2000). Impact of motivation, attraction, and parasocial interaction on talk radio listening. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(4), 635–654.

Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass Communication & Society*, 3, 3-37.

Schramm, W. (1973). *Channels and audience in handbook of communication*. Chicago, IL: Rand McNally College.





ภาคผนวก

**BANGKOK
UNIVERSITY**

THE CREATIVE UNIVERSITY

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา CA701 (Independent Study) การค้นคว้าอิสระของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยขอความร่วมมือจากท่านในการให้ข้อมูลตามความเป็นจริงมากที่สุด โดยจะเก็บรักษาข้อมูลทั้งหมดเป็นความลับ และไม่นำไปเผยแพร่ต่อในทางมิชอบ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษาของการวิจัยอิสระเท่านั้น

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up

ส่วนที่ 3 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up

BANGKOK
UNIVERSITY
THE CREATIVE UNIVERSITY

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ช่องที่ตรงกับความจริงของท่าน

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ 18-25 ปี

☐ 26-35 ปี

☐ 36-45 ปี

☐ 46 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ ปริญญาตรี

☐ สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

☐ รับราชการ

☐ พนักงานบริษัท

☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ ธุรกิจส่วนตัว

☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้

☐ ต่ำกว่า 10,000 บาท

☐ 10,001-20,000 บาท

☐ 20,001 - 30,000 บาท

☐ 30,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ในช่องที่ตรงกับความจริงมากที่สุด โดยมีระดับคะแนนดังนี้

ระดับความคิดเห็น: 5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง

2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

พฤติกรรมในการเปิดรับซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ					
1. ท่านรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up จากความสนใจของตัวเอง					
2. ท่านรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up จากเนื้อเรื่องที่นำเสนอ ที่มีความแตกต่างจากเรื่องอื่น					
3. ท่านรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up เพราะต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของประเทศเกาหลี					
4. ท่านรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up เพราะชื่นชอบนักแสดงหลักและนักแสดงสมทบของเรื่อง					
การเลือกรับรู้หรือตีความ					
1. ซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้ท่านรับรู้ถึงความรักที่มีให้กันภายในครอบครัว					
2. ซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้ท่านรับรู้ถึงมิตรภาพความรักของเพื่อน					
3. ซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้ท่านมีแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจ					
4. ซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้ท่านรับรู้ถึงวิธีการทำธุรกิจ ภายใต้การแข่งขันทางธุรกิจ					
5. ท่านรับรู้ถึงคาแรคเตอร์ตัวแสดงนำของ ซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ที่มีเรื่องราวเบื้องหลังแตกต่างกัน แต่มีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ					

พฤติกรรมที่เปิดรับซีรีส์เกาหลี เรื่อง Start-Up	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
กระบวนการเลือกจัดจำ					
1. ท่านจัดจำขั้นตอนการทำธุรกิจจากซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up					
2. ท่านจัดจำนักแสดงนำของซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up					
3. ท่านจัดจำเพลงประกอบของซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up					
4. ท่านจัดจำสถานที่ต่างๆในการถ่ายทำของซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up					
5. ท่านจัดจำการดำเนินเรื่องราวของซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up					

ส่วนที่ 3 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ในช่องที่ตรงกับความจริงมากที่สุด โดยมีระดับคะแนนดังนี้

ระดับความคิดเห็น: 5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง

2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากซีรีส์ เกาหลีเรื่อง Start-Up	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ความต้องการด้านความคิด					
1. ท่านได้ประโยชน์เกี่ยวกับการทำธุรกิจจาก การชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up					
2. ท่านอยากทำธุรกิจส่วนตัวมากขึ้น หลังชมซีรีส์ เกาหลีเรื่อง Start-Up					
3. ท่านได้รับประโยชน์จากการรับชมซีรีส์เรื่องนี้ ในการที่จะประสบความสำเร็จในอาชีพการทำงาน ให้มากยิ่งขึ้น					
4. ท่านได้รับประโยชน์ด้านการนำเทคโนโลยีมาใช้ ในการทำธุรกิจจากการชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start- Up					
5. ท่านได้ประโยชน์จากการนำไอเดียใหม่ ๆ มาเป็น จุดเริ่มต้นการทำธุรกิจ จากการชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up					
ความต้องการด้านอารมณ์ความรู้สึก					
1. ท่านรู้สึกว่าคุณค่าที่เกี่ยวกับครอบครัว ในซีรีส์ เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้ท่านเกิดความ ประทับใจ					
2. ท่านรู้สึกว่าคุณค่าที่เกี่ยวกับธุรกิจ ในซีรีส์เกาหลี เรื่อง Start-Up ทำให้ท่านเกิดแรงบันดาลใจ ในการเริ่มต้นทำธุรกิจ					

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากซีรีส์ เกาหลีเรื่อง Start-Up	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
3. ท่านรู้สึกว่าคุณที่เกี่ยวกับเพื่อน ในซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้ท่านรับรู้ถึงความรัก มิตรภาพ ที่มีให้กัน					
4. ท่านรู้สึกว่าคุณที่เกี่ยวกับพี่น้อง ในซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up ทำให้ท่านรับรู้ถึงความแค้นที่นางเอกมีต่อพี่สาว ที่เลือกเดินคนละด้าน ระหว่างความฝันในอนาคตกับความร่ำรวย					
5. ท่านรู้สึกถึงเรื่องราวความรัก รักสามเส้าของพระเอก-นางเอก-พระรอง ว่ามีจุดเริ่มต้นมาจากอะไร					
ความต้องการส่วนบุคคล					
1. ท่านมีความมั่นใจในตนเอง หลังจากรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up เพราะประสบการณ์ที่ได้สอนให้เราเรียนรู้ที่จะพัฒนาตนเอง					
2. ท่านมีแรงบันดาลใจในการเริ่มต้นทำตามความฝัน หลังจากรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up					
3. ท่านต้องการที่จะประสบความสำเร็จ หลังจากรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up เพราะต้องการเป็นที่ยอมรับในสังคม					
4. ท่านมีความต้องการที่จะพัฒนาตนเองในหลาย ๆ ด้าน และแข่งขันกับตัวเองในเวลาเดียวกัน					
5. ท่านมีความมุ่งมั่นที่จะพลิกวิกฤติหรืออุปสรรคให้เป็นโอกาส หลังจากรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up เพราะการทำธุรกิจ จำเป็นต้องมองหาโอกาสใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา					

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากซีรีส์ เกาหลีเรื่อง Start-Up	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ความต้องการด้านสังคม					
1. ท่านสามารถพูดคุยถึงประเด็นที่สอดแทรกความรู้ และวัฒนธรรมของเกาหลีกับคนรอบข้างได้					
2. ท่านสามารถพูดคุยถึงประเด็นต่าง ๆ ของ เนื้อเรื่อง ที่สร้างความหวังและกำลังใจในการ ทำธุรกิจ					
3. ท่านสามารถพูดคุยถึงประเด็นการแข่งขัน การเริ่มต้นทำธุรกิจ ไปสู่จุดหมายของความสำเร็จได้					
4. ท่านสามารถพูดคุยถึงประเด็นของการเลือก เส้นทางเดิน เพราะการเลือกเส้นทางเดิน ต้องมี ความกล้าที่จะตัดสินใจ และอย่ากลัวที่จะล้มเหลว					
5. ท่านสามารถพูดคุยถึงประเด็นเรื่องความสัมพันธ์ เพราะการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น ทำให้เรา ประสบความสำเร็จเร็วกว่าคนอื่น					
ความต้องการหลีกเลี่ยงจากโลกความเป็นจริงชั่วขณะ					
1. ท่านรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up เพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน					
2. ท่านรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up เพื่อความผ่อนคลายความเครียด					
3. ท่านใช้เวลาว่างได้อย่างเป็นประโยชน์ไปกับ การชม ซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up					
4. ท่านรู้สึกพึงพอใจกับการรับชมซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up เนื่องจากซีรีส์เกาหลีเป็นโลกที่ท่านคุ้นเคย					
5. ท่านรู้สึกเหมือนตัวเองเข้าไปอยู่ในสถานการณ์ ต่าง ๆ ในซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up					

ผู้วิจัยขอขอบคุณท่านเป็นอย่างยิ่ง ที่กรุณาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ประวัติผู้เขียน**ชื่อ-นามสกุล**

กานต์ระพี อารีประชาภิรมย์

อีเมล

Kanrapee.aree@bumail.net

ประวัติการศึกษาปริญญาโท เศรษฐศาสตรบัณฑิต สาขาสื่อสารการตลาด
วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต**ประสบการณ์ทำงาน**

พ.ศ. 2566-ปัจจุบัน

บริษัท ปีสี่-มัลติมีเดีย จำกัด

พ.ศ. 2565-2566

บริษัท เนชั่นทีวี จำกัด

พ.ศ. 2564-2565

บริษัท วัน สามสิบเอ็ด จำกัด

พ.ศ. 2561-2564

บริษัท ปีสี่-มัลติมีเดีย จำกัด

BANGKOK
UNIVERSITY
THE CREATIVE UNIVERSITY