

สำรวจพฤติกรรมและแนวโน้ม การรับฟังสื่อทางเสียงของคนไทย ปี 2562

ผลสำรวจพฤติกรรมการรับฟังสื่อทางเสียง ปี 2562 พบว่า วิทยุ FM ได้รับความนิยมสูงสุดทั่วประเทศ เกือบร้อยละ 90 โดยที่ช่วงอายุมีผลต่อพฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุ กล่าวคือ กลุ่มอายุมากมีความสนใจรับฟังรายการข่าว ในขณะที่กลุ่มอายุน้อยสนใจรับฟังรายการบันเทิงมากที่สุด ทั้งนี้ ในส่วนของการรับฟังเพลงออนไลน์และมีวีสตรีมมิ่งพบว่า โทรศัพท์มือถือเป็นช่องทางการรับฟังที่สำคัญมากที่สุด

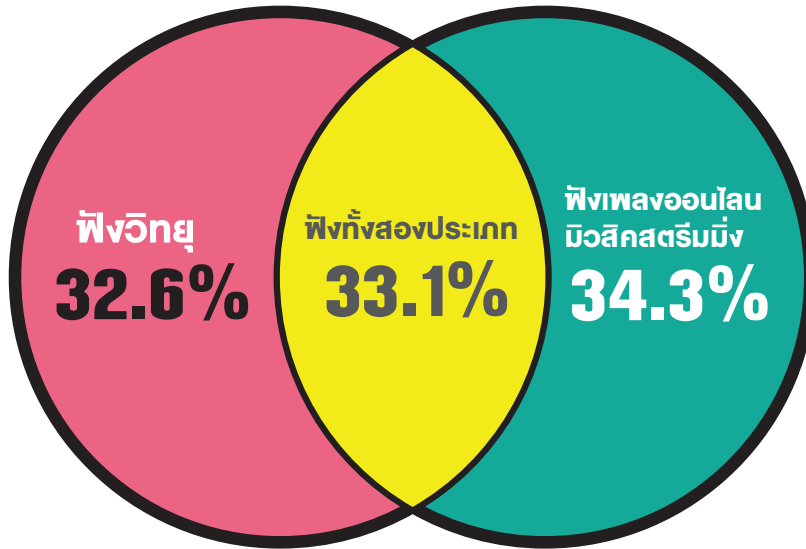
โครงการสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการบริโภคสื่อของไทย ปี 2562 จัดทำโดยสำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักงาน กสทช. ร่วมกับสถาบันอาณานิคมศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ดำเนินการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10,000 คนทั่วประเทศ จากพื้นที่ 5 ภูมิภาคตามเกณฑ์ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ประกอบด้วย กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ซึ่งมีพื้นที่จังหวัดที่เป็นตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 26 จังหวัด โดยการสำรวจครอบคลุมพฤติกรรมการบริโภคสื่อภาพเคลื่อนไหว การบริโภคสื่อทางเสียง การบริโภคสื่อออนไลน์ การบริโภคสื่อสิ่งพิมพ์ การบริโภคสื่อในโรงภาพยนตร์ และการบริโภคสื่อกลางแจ้งและสื่อกลางแจ้งแบบเคลื่อนที่ได้ ซึ่งบทความฉบับนี้จะครอบคลุมถึง ภาพรวมการรับฟังสื่อทางเสียงเท่านั้น

ทั้งนี้ในการสำรวจพฤติกรรม “สื่อทางเสียง” หมายถึง การรับฟังรายการวิทยุ การฟังเพลงออนไลน์ และมีวีสตรีมมิ่ง (Music Streaming)

จากการสำรวจพฤติกรรมจากกลุ่มตัวอย่าง 10,000 คนทั่วประเทศ พบว่า มีผู้รับฟังสื่อทางเสียงที่รวมถึงการรับฟังรายการวิทยุ การฟังเพลงออนไลน์ และมีวีสตรีมมิ่ง (Music Streaming) จำนวนร้อยละ 55.6 หรือ 5,564 คน ในขณะที่ ร้อยละ 44.4 ไม่มีการรับฟังสื่อทางเสียง

ในจำนวนกลุ่มผู้รับฟังสื่อทางเสียงทั้งหมด 5,564 คนทั่วประเทศนั้น ได้แบ่งประเภทของกลุ่มที่รับฟังสื่อทางเสียงออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ กลุ่มที่รับฟังวิทยุอย่างเดียวมีจำนวน 1,815 คน หรือร้อยละ 32.6 กลุ่มที่ฟังเพลงออนไลน์ หรือ มีวีสตรีมมิ่งอย่างเดียวจำนวน 1,909 คน หรือร้อยละ 34.3 และกลุ่มที่ฟังทั้งสองประเภทจำนวน 1,840 คน หรือ ร้อยละ 33.1

ประเภทสื่อทางเสียงที่รับฟัง



หมายเหตุ : คำนวณสัดส่วนจากจำนวนผู้รับฟังสื่อทางเสียง 5,564 คน

ที่มา : สำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์, สำนักงาน กสทช. และ สถาบันอาณานับบริเวณศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุทั่วประเทศ

จากการสำรวจพฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุพบว่า ผู้ฟังสื่อทางเสียงส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 65.7 ยังคงรับสื่อผ่านวิทยุ ในขณะที่ร้อยละ 34.3 ไม่มีการรับฟังรายการวิทยุ นอกจากนี้ ยังได้มีการสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับฟังรายการวิทยุในมิติต่างๆ ที่ประกอบไปด้วย อุปกรณ์หลักที่ใช้ฟังรายการวิทยุ คลื่นที่ใช้ฟังรายการวิทยุ ช่องทางในการฟังวิทยุออนไลน์ รวมถึงสถานที่ ระยะเวลา และช่วงเวลาที่ใช้ในการรับฟังรายการวิทยุ ดังนี้

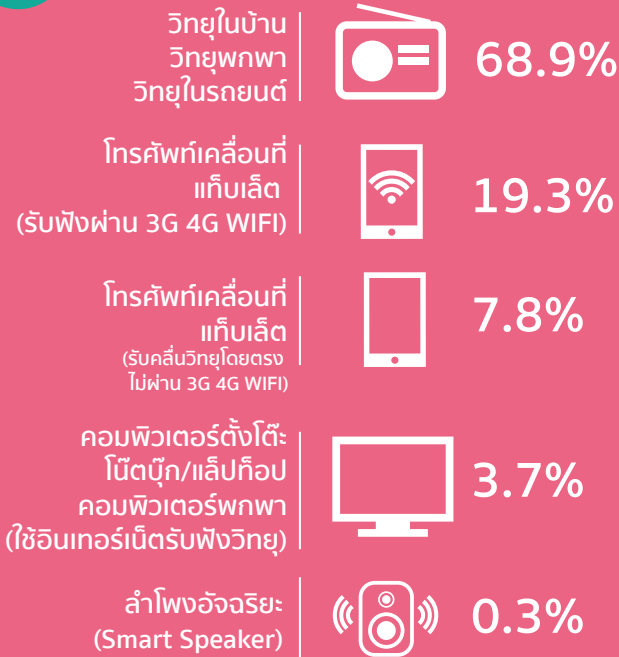
อุปกรณ์หลักในการรับฟังวิทยุ จากการสำรวจพบว่าร้อยละ 68.9 ของกลุ่มผู้ฟังวิทยุยังนิยมรับฟังจากเครื่องรับวิทยุ ทั้งจากวิทยุในบ้าน วิทยุพกพา หรือวิทยุในรถยนต์ รองลงมาร้อยละ 19.3 รับฟังจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ ทั้ง 3G 4G และ Wifi ตามมาด้วย ร้อยละ 7.8 เป็นการรับฟังจากวิทยุที่อยู่ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ และแท็บเล็ต และน้อยที่สุด ร้อยละ 0.3 เป็นการรับฟังผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจากคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ โน้ตบุ๊ก แล็ปท็อป และ คอมพิวเตอร์พกพา

คลื่นที่ใช้ในการรับฟังรายการวิทยุ จากการสำรวจพบว่า ผู้ฟังส่วนใหญ่นิยม หรือร้อยละ 85.9 รับฟังรายการวิทยุจากคลื่น FM ตามมาด้วยการรับฟังวิทยุออนไลน์ร้อยละ 17.5 และรับฟังจากคลื่น AM ร้อยละ 11.2

ช่องทางในการรับฟังวิทยุออนไลน์ จากการสำรวจพบว่า ช่องทางสำคัญที่ผู้บริโภคใช้รับฟังวิทยุออนไลน์ คือ การฟังผ่านแอปพลิเคชัน (สัดส่วน ร้อยละ 65.9) ส่วนการการรับฟังผ่านเว็บไซต์มีเพียง ร้อยละ 39.7

พฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุทั่วประเทศ

1 อุปกรณ์หลักที่ใช้ฟังรายการวิทยุ



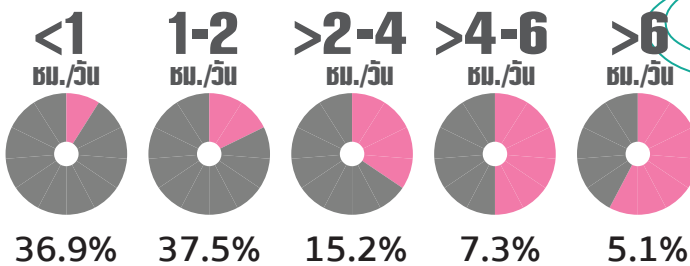
2 คลื่นที่ใช้ฟังรายการวิทยุ



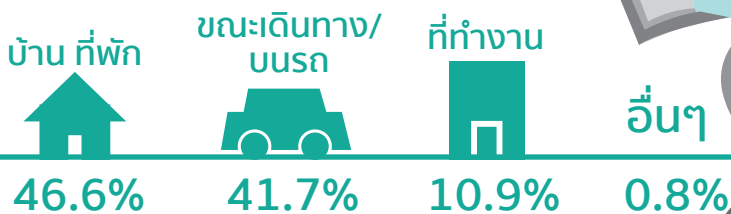
3 ช่องทางในการรับฟังวิทยุออนไลน์ (สำรวจจากผู้ฟังวิทยุออนไลน์ 632 คน)



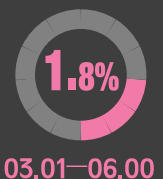
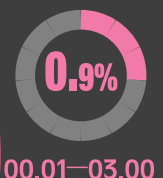
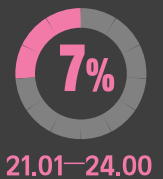
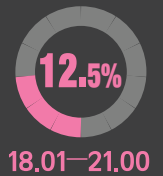
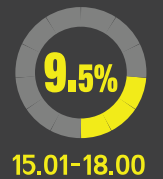
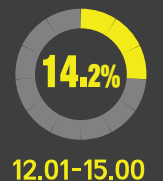
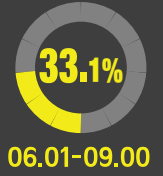
4 ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการฟังรายการวิทยุ



5 สถานที่ฟังรายการวิทยุ



ช่วงเวลาในการฟังรายการวิทยุ



ที่มา : สำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์, สำนักงาน กสทช. และ สถาบันอาชีวศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบแบบสอบถาม 1 คนสามารถตอบได้มากกว่า 1 ช่องทาง
2. สำรวจจากจำนวนผู้ฟัง 3,655 คน

สถานที่รับฟังรายการวิทยุ จากการสำรวจพบว่า ผู้ฟังส่วนใหญ่ยังนิยมรับฟังรายการวิทยุจากที่บ้าน หรือ ฟังพักอาศัยในสัดส่วน ร้อยละ 46.6 รองลงมาเป็นการรับฟังในขณะที่เดินทาง หรืออยู่บนรถ ร้อยละ 41.7 ในขณะที่การรับฟังในที่ทำงานมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 10.9

ระยะเวลาในการรับฟังรายการวิทยุ จากการสำรวจพบว่า คนส่วนใหญ่รับฟังรายการวิทยุระหว่าง 1-2 ชั่วโมงต่อวัน (สัดส่วน ร้อยละ 37.5) รองลงมาเป็นการรับฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน มีสัดส่วน ร้อยละ 36.9 ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคไม่ได้ใช้เวลามากนักไปกับการฟังรายการวิทยุ สะท้อนได้จากสัดส่วนที่มีผู้ฟังวิทยุเกินกว่า 6 ชั่วโมงต่อวันนั้นมีเพียงร้อยละ 3.1 เท่านั้น

ช่วงเวลาในการรับฟังรายการวิทยุ จากการสำรวจพบว่า ช่วงเช้าตั้งแต่ 06.01- 09.00 น. เป็นช่วงเวลาที่มีผู้ฟังรายการวิทยุมากที่สุดถึงร้อยละ 33.1 รองลงมาเป็นเวลา 09.01-12.00 น. สัดส่วนร้อยละ 21 โดยพบว่าช่วงเวลาระหว่างวัน ช่วงเวลา 15.01-18.00 น. เป็นช่วงเวลาที่ผู้ฟังรายการวิทยุน้อยที่สุดในสัดส่วน ร้อยละ 9.5 ส่วนช่วงเวลากลางคืนที่มีผู้ฟังรายการวิทยุน้อยที่สุด เป็นช่วงเวลา 03.01-06.00 น. มีสัดส่วนผู้ฟังเพียงร้อยละ 1.8 เท่านั้น

ประเภทรายการ	G.I. Generation อยู่ในช่วงอายุ 76 ปีขึ้นไป	Baby Boomer อยู่ในช่วงอายุ 57-75 ปี	Gen X อยู่ในช่วงอายุ 42-56 ปี	Gen Y อยู่ในช่วงอายุ 24-41 ปี	Gen Z อยู่ในช่วงอายุ 23 ปี หรือน้อยกว่า
รายการข่าว	26.7%	26.8%	24.0%	22.4%	18.9%
รายการสาระ	15.8%	18.3%	18.6%	17.7%	18.5%
รายการบันเทิง	15.8%	19.9%	22.4%	28.1%	27.9%
รายงานสภาพการจราจร	6.7%	8.6%	12.0%	13.7%	14.1%
รายการศาสนา	20.8%	15.7%	12.0%	9.3%	9.6%
เนื้อหาเกี่ยวกับชุมชน	14.2%	10.7%	11.0%	8.8%	11.0%
รวม	100%	100%	100%	100%	100%

ที่มา : สำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์ สำนักงาน กสทช.
และ สถาบันอาณานับบริเวณศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การฟังรายการวิทยุ

ผลการศึกษาประเภทของรายการที่นิยมรับฟัง โดยการแยกประเภทรายการที่แต่ละช่วงอายุของผู้ฟัง ตามเจเนอเรชันทั้ง 5 กลุ่มนั้น พบว่า วิทยุ ในช่วงอายุต่างๆ มีผลต่อความนิยมรับฟังประเภทรายการอย่างชัดเจน

Generation G.I. ที่มีอายุ 76 ปีขึ้นไป จะนิยมรับฟังรายการประเภทข่าวมากที่สุด ร้อยละ 26.7 รองลงมาเป็น กลุ่มรายการศาสนา ร้อยละ 20.8 และรายการสาระ และรายการบันเทิงในสัดส่วนเท่ากัน ร้อยละ 15.8 โดยที่กลุ่มนี้ ให้ความสนใจรับฟังรายการข่าวจรรยาจรน้อยที่สุด เพียงร้อยละ 6.7 เท่านั้น

ส่วน Baby Boomer ที่มีอายุ 57 -75 ปี และ GenX ช่วงอายุ 42 -56 ปี มีความคล้ายคลึงกันที่ นิยมรับ ฟังรายการข่าวมากที่สุด ร้อยละ 26.8 และร้อยละ 24 รองลงมาเป็นรายการบันเทิงร้อยละ 19.9 และร้อยละ 22.4 แล้วจึงเป็นกลุ่มรายการสาระ

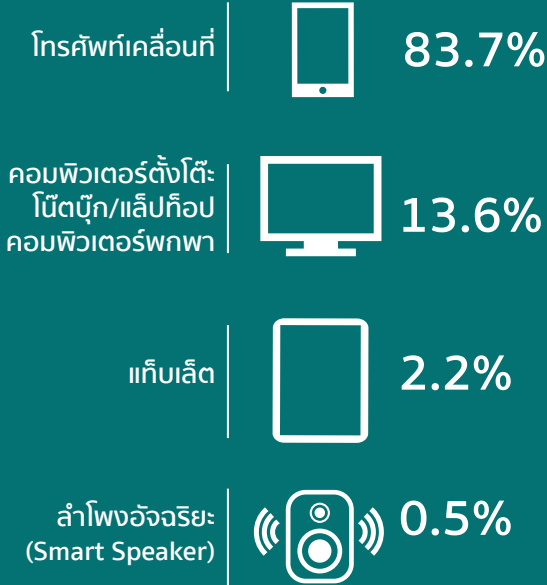
GenY ในช่วงอายุ 24- 41 ปี และ GenX ที่มีอายุน้อยกว่า 23 ปี นิยมรับฟังรายการบันเทิงมากที่สุดในสัดส่วน ร้อยละ 28.1 และร้อยละ 27.9 รายการข่าว มาเป็นอันดับ 2 ในทั้งสองกลุ่ม ตามด้วยรายการสาระ

ทั้งนี้ จะเห็นว่ากลุ่มรายการข่าว ได้รับความนิยมสูงในผู้สูงอายุ และได้รับความนิยมน้อยลงตามกลุ่มอายุที่ ลดลง ส่วนรายการกลุ่มบันเทิงจะได้รับความนิยมในกลุ่มอายุน้อย และรายการศาสนาจะไม่ได้ได้รับความนิยมใน GenY และ GenZ

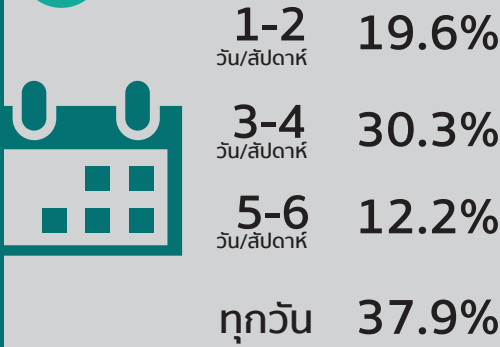
พฤติกรรมการรับฟังเพลงออนไลน์ และมิวสิคสตรีมมิ่งทั่วประเทศ

ช่วงเวลา
ในการฟัง
เพลงออนไลน์
และมิวสิคสตรีมมิ่ง

1 อุปกรณ์หลักที่ใช้ฟัง



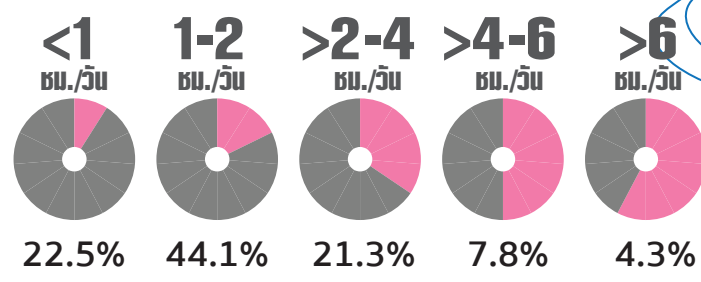
2 ความถี่ในการฟัง



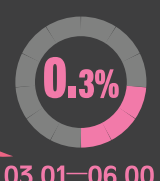
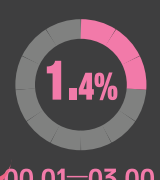
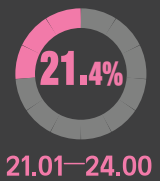
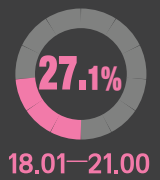
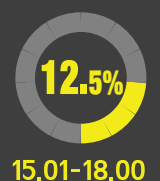
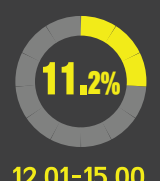
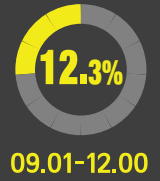
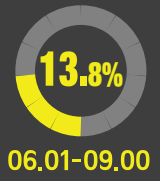
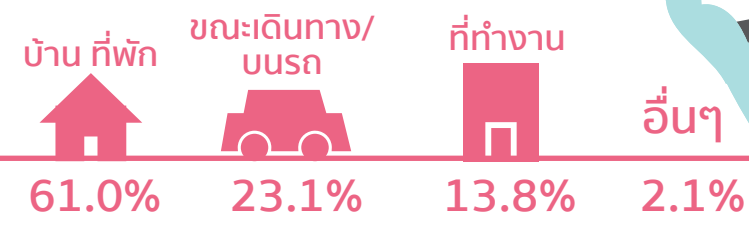
3 ช่องทางในการฟัง



4 ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการฟัง



5 สถานที่ฟัง



ที่มา : สำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์, สำนักงาน กสทช.
และ สถาบันอาณานิคมศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบแบบสอบถาม 1 คนสามารถตอบได้
มากกว่า 1 ช่องทาง
2. สัมภาษณ์จากจำนวนผู้ฟัง 3,749 คน

กสทช.
กิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

 กสทช.  @NBTC  1200

พฤติกรรมมารับฟังเพลงออนไลน์ และมิวสิกสตรีมมิ่ง ผ่านเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชัน

ในปัจจุบันการฟังเพลงออนไลน์และมิวสิกสตรีมมิ่งได้รับความนิยมเพิ่มสูงขึ้น ข้อมูลจากการสำรวจแสดงให้เห็นว่า สัดส่วนผู้ที่ฟังเพลงออนไลน์และมิวสิกสตรีมมิ่งมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 67.4 จากจำนวนผู้ฟังสื่อทางเสียงทั้งหมด โดยมีเพียงร้อยละ 32.6 เท่านั้นที่ไม่มีการรับฟังเพลงออนไลน์และมิวสิกสตรีมมิ่ง นอกจากนี้ ยังได้มีการสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับฟังเพลงออนไลน์และมิวสิกสตรีมมิ่ง ในมิติต่างๆ เช่น อุปกรณ์หลักที่ใช้ฟัง ช่องทางในการฟัง รวมถึงสถานที่ ความถี่ ระยะเวลา และช่วงเวลาที่ใช้ฟัง เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้ฟังได้มากขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

อุปกรณ์หลักที่ใช้ในการรับฟัง เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้ช่องทางการรับฟังเพลงออนไลน์และมิวสิกสตรีมมิ่งมีหลากหลายอุปกรณ์มากขึ้น อย่างไรก็ตามอุปกรณ์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด ได้แก่ โทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 83.7 ตามมาด้วยการรับฟังจากคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ โน้ตบุ๊ก แล็บท็อป และคอมพิวเตอร์พกพา ในสัดส่วนจำนวนร้อยละ 13.6 ในขณะที่การรับฟังผ่านทางแท็บเล็ตคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.2 และการรับฟังผ่านลำโพงอัจฉริยะ หรือ Smart Speaker มีเพียงร้อยละ 0.5 เท่านั้น

ช่องทางในการรับฟัง เนื่องจากการรับฟังส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นอุปกรณ์หลัก ช่องทางในการรับฟังส่วนใหญ่จึงเป็นการรับฟังผ่านทางแอปพลิเคชันมากที่สุดในสัดส่วนร้อยละ 79.4 ในขณะที่ การรับฟังผ่านเว็บไซต์มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 29.7

สถานที่ในการรับฟัง จากการสำรวจพบว่า ผู้ฟังส่วนใหญ่นิยมรับฟังเพลงออนไลน์และมิวสิกสตรีมมิ่งในบ้านและที่พักร โดยคิดเป็นสัดส่วนสูงสุด ร้อยละ 61 รองลงมาเป็นการรับฟังในช่วงการเดินทาง ร้อยละ 23.1 และการรับฟังในที่ทำงาน ร้อยละ 13.8

ความถี่ในการรับฟัง จากการสำรวจพบว่า ผู้ฟังส่วนใหญ่ หรือสัดส่วนร้อยละ 37.9 รับฟังเพลงออนไลน์และมิวสิกสตรีมมิ่งเป็นประจำทุกวัน รองลงมาเป็นการรับฟัง 3-4 วันต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 30.3) รับฟัง 1-2 วันต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 19.6) และ 5-6 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 12.2)

ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการรับฟัง จากการสำรวจพบว่า พฤติกรรมของระยะเวลาการรับฟังเพลงออนไลน์และมิวสิกสตรีมมิ่งมีความคล้ายคลึงกับการรับฟังรายการวิทยุ โดยส่วนใหญ่รับฟังมากกว่า 1-2 ชั่วโมงต่อวัน (ร้อยละ 44.1) ตามมาด้วยการรับฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน ในสัดส่วนร้อยละ 22.5 และการรับฟังมากกว่า 2-4 ชั่วโมงต่อวัน ในสัดส่วน ร้อยละ 21.3

ช่วงเวลาในการรับฟัง จากการสำรวจพบว่า ช่วงเวลาในการรับฟังเพลงออนไลน์และมิวสิกสตรีมมิ่งมีความแตกต่างจากการรับฟังวิทยุปกติ กล่าวคือ การรับฟังวิทยุปกติจะเป็นการรับฟังในช่วงเวลาเช้าเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากเป็นการรับฟังรายการที่จัดตามโปรแกรมการออกอากาศในช่วงก่อนเริ่มงานประจำวัน อย่างไรก็ตาม การฟังเพลงออนไลน์และมิวสิกสตรีมมิ่งเป็นการรับฟังในช่วงเวลาหลังเลิกงานเป็นส่วนใหญ่ โดยช่วงเวลา 18.01- 21.00 น. มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 27.1 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 21.01- 24.00 น. (ร้อยละ 21.4) โดยช่วงเวลาที่รับฟังน้อยที่สุดเป็นช่วงเวลาหลังเที่ยงคืนถึงเช้าตรู่

จากผลการสำรวจพฤติกรรมการรับรายการวิทยุ และการรับฟังเพลงออนไลน์และมิวสิกสตรีมมิ่งข้างต้นพบว่า การฟังสื่อทางเสียงผ่านออนไลน์และมิวสิกสตรีมมิ่งได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากสามารถเข้าถึงการบริการได้สะดวกทุกที่ทุกเวลา และสามารถรับฟังได้จากอุปกรณ์พกพาเคลื่อนที่ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ และแท็บเล็ต โดยการรับฟังเพลงออนไลน์และมิวสิกสตรีมมิ่งมักสะท้อนพฤติกรรมของประชากรอายุน้อยที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นอุปกรณ์สื่อสารอยู่แล้วในปัจจุบัน

อย่างไรก็ดี เนื่องจากประชากรจำนวนไม่น้อยของประเทศไทยนั้น เป็นประชากรสูงอายุที่ยากต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การเข้าถึงสื่อผ่านช่องทางดั้งเดิมจึงยังมีความสำคัญอยู่ เช่น การรับฟังวิทยุ AM และ FM ผ่านเครื่องรับวิทยุ เป็นต้น