

สรุปพฤติกรรมการรับชมรายการสื่อภาพเคลื่อนไหว และการรับฟังสื่อทางเสียง 2562

1. พฤติกรรมการรับชมรายการสื่อภาพเคลื่อนไหว¹ ปี 2562

จากการสำรวจพฤติกรรมการรับชมรายการสื่อภาพเคลื่อนไหวโดยรวมของผู้ชมทั่วประเทศ² พบว่า อุปกรณ์หลักที่ผู้ชมใช้รับชมคือ เครื่องรับโทรทัศน์แบบดิจิทัล มีสัดส่วน 33.6% โทรศัพทเคลื่อนที่มีสัดส่วน 27.2% เครื่องรับโทรทัศน์แบบจอแก้ว (โทรทัศน์แบบแอนะล็อก) มีสัดส่วน 20.1% และสมาร์ททีวี มีสัดส่วน 11.1% นอกจากนี้ผู้ชมบางส่วนยังเลือกรับชมผ่านคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ และคอมพิวเตอร์พกพา (6%) และแท็บเล็ต (2%)

ในส่วนของสถานที่รับชมที่พบว่าการรับชมส่วนใหญ่เป็นการรับชมจากที่พักอาศัยถึง 93.6% ตามมาด้วยการรับชมจากที่ทำงาน 4.9% การรับชมระหว่างเดินทาง 1.2% และการรับชมจากสถานที่อื่นๆ 0.3% ตามลำดับ

สำหรับระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการรับชมสื่อภาพเคลื่อนไหว พบว่า ผู้ชมส่วนใหญ่ใช้เวลามากกว่า 2-4 ชั่วโมงต่อวัน เป็นสัดส่วนที่สูงที่สุดถึง 36.9% รองลงมาเป็นการใช้เวลารับชม 1-2 ชั่วโมงต่อวัน ในสัดส่วน 32.6% ในขณะที่กลุ่มผู้ชมที่ใช้เวลามากกว่า 4-6 ชั่วโมงต่อวัน มีสัดส่วน 15.6% กลุ่มที่เหลืออื่นๆ คือ ใช้เวลามากกว่า 6 ชั่วโมงต่อวัน และน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน มีสัดส่วน 7.9% และ 7.0% ตามลำดับ ทั้งนี้ ช่วงเวลาในการรับชมของผู้ชมส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในช่วงเวลา 18.01-22.00 น. โดยมีสัดส่วนสูงถึง 70.9% เนื่องจากช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงเวลาหลังเลิกงาน ผู้ชมมีเวลาว่าง จึงมีความสะดวกในการรับชมสูงสุด ในขณะที่ช่วงเวลาอื่นๆ นั้น มีสัดส่วนการรับชมใกล้เคียงกัน ได้แก่ ช่วงเวลาตั้งแต่ 10.01-14.00 น. และ 22.01-02.00 น. ในสัดส่วน 7.8% เท่ากัน โดยช่วงเวลาที่ผู้รับชมน้อยที่สุดเป็นช่วงเวลา 02.01-06.00 น. โดยมีสัดส่วนเพียง 0.3% เท่านั้น

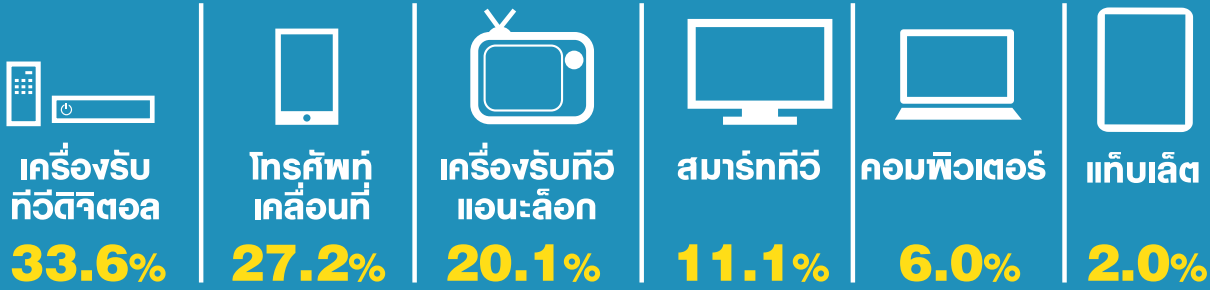
นอกจากนี้การสำรวจในครั้งนี้พบว่า ผู้ชมรายการส่วนใหญ่ประมาณ 84.9% ยังคงรับชมรายการสดตามตารางการออกอากาศของสถานีโทรทัศน์ โดย 49.9% เป็นผู้รับชมสดตามตารางการออกอากาศเท่านั้น และอีก 35% เป็นการรับชมสดตามตารางการออกอากาศควบคู่ไปกับการรับชมแบบออนดีมานด์ ขณะที่ 15.1% เป็นการรับชมแบบออนดีมานด์ เพียงอย่างเดียวเท่านั้น ซึ่งผลการสำรวจดังกล่าวสะท้อนให้เห็นความสำคัญของกิจการโทรทัศน์ที่ออกอากาศตามผังรายการปกติที่ยังคงมีอิทธิพลอยู่มากต่อประชาชนในยุคของความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต

¹ สื่อภาพเคลื่อนไหว หมายถึง รายการโทรทัศน์ ทั้งรายการปกติซึ่งรับชมสดตามตารางการออกอากาศ/ผังรายการ และการรับชมย้อนหลังหรือรับชมตามความต้องการ รวมถึงการรับชมวิดีโอตามความต้องการหรือวิดีโอออนดีมานด์ (Video on Demand) ผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันต่างๆ

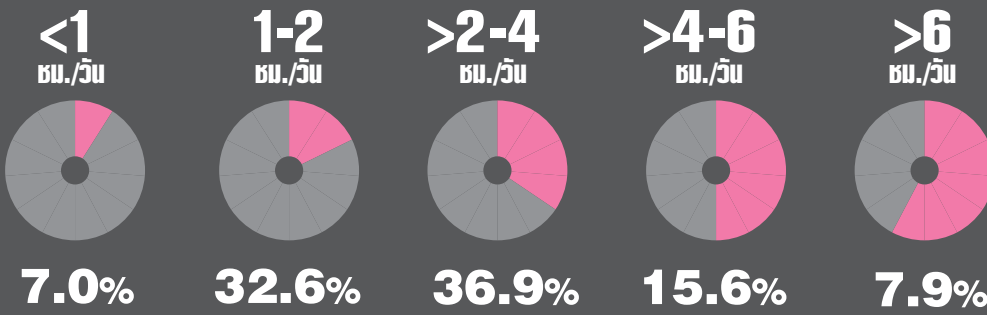
² สำนักงาน กสทช. ได้จัดทำโครงการสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการบริโภคสื่อของไทย โดยได้สำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10,000 ครัวเรือนทั่วประเทศ แบ่งพื้นที่เป็น 5 ภูมิภาคตามเกณฑ์ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ประกอบด้วย กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ซึ่งมีพื้นที่จังหวัดที่เป็นตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 26 จังหวัด

ตารางพฤติกรรมการรับชมรายการสื่อภาพเคลื่อนไหวโดยรวมทั่วประเทศ

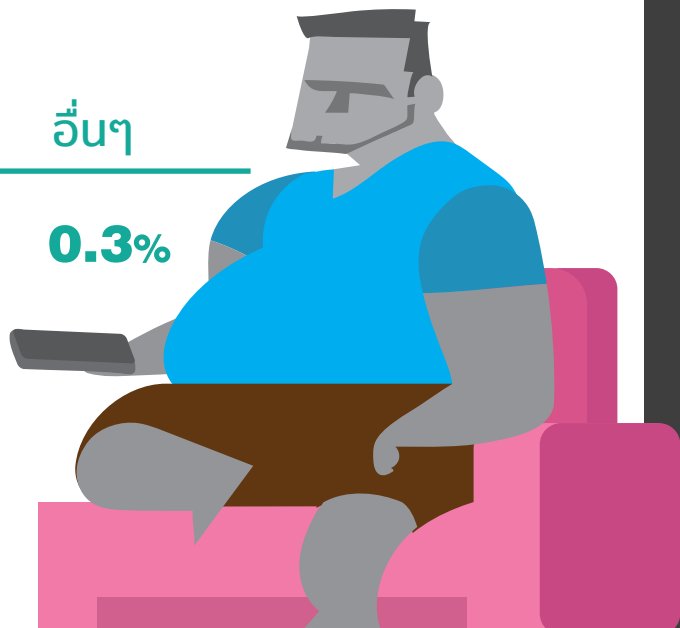
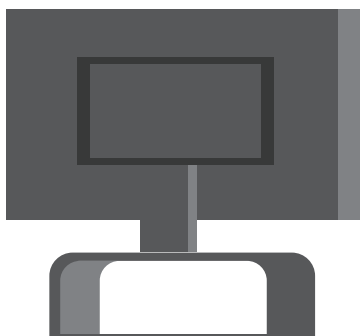
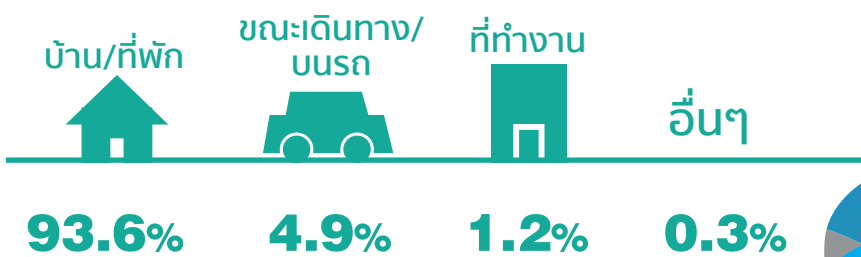
อุปกรณ์หลักที่ใช้รับชมรายการสื่อภาพเคลื่อนไหว



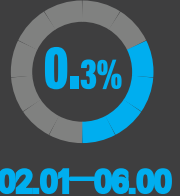
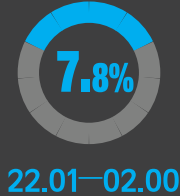
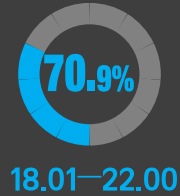
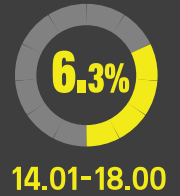
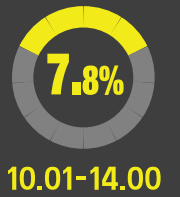
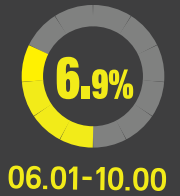
ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการรับชมรายการสื่อภาพเคลื่อนไหว



สถานที่ที่ใช้รับชมรายการสื่อภาพเคลื่อนไหว



ช่วงเวลาในการรับชมรายการสื่อภาพเคลื่อนไหว



ที่มา : สำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์, สำนักงาน กสทช. และ สถาบันอาณานิคมนวชนศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

หมายเหตุ : N = จำนวนผู้รับชมสื่อเคลื่อนไหว 8,588 คน

2. พฤติกรรมการรับฟังสื่อทางเสียง³ ปี 2562

2.1 ประเภทสื่อทางเสียง

จากการสำรวจพฤติกรรมจากกลุ่มตัวอย่าง 10,000 ครั้วเรือนทั่วประเทศ พบว่า มีผู้รับฟังสื่อทางเสียง ซึ่งรวมถึงการรับฟังรายการวิทยุ การฟังเพลงออนไลน์ และมีวีสติคสตรีมมิ่ง (Music Streaming) จำนวน 55.6% หรือ 5,564 คน ในขณะที่ จำนวน 44.4% ไม่มีการรับฟังสื่อทางเสียง

ในจำนวนกลุ่มผู้รับฟังสื่อทางเสียงทั้งหมด 5,564 คนทั่วประเทศนั้น การสำรวจในครั้งนี้ ได้แบ่งประเภทของกลุ่มที่รับฟังสื่อทางเสียงออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ กลุ่มที่รับฟังวิทยุอย่างเดียวมีจำนวน 1,815 คน หรือจำนวน 32.6% กลุ่มที่ฟังเพลงออนไลน์ หรือ มีวีสติคสตรีมมิ่งอย่างเดียวมีจำนวน 1,909 คน หรือจำนวน 34.3% และกลุ่มที่ฟังทั้งสองประเภทจำนวน 1,840 คน หรือจำนวน 33.1%

2.2 การรับฟังรายการวิทยุ

จากการสำรวจพฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุพบว่า ผู้ฟังสื่อทางเสียงส่วนใหญ่ หรือจำนวน 65.7% ยังคงรับสื่อผ่านวิทยุ ในขณะที่ 34.3% ไม่มีการรับฟังรายการวิทยุ นอกจากนี้ ยังได้มีการสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับฟังรายการวิทยุในมิติต่างๆ ที่ประกอบไปด้วย อุปกรณ์หลักที่ใช้ฟังรายการวิทยุ คลื่นที่ใช้ฟังรายการวิทยุ ช่องทางในการฟังวิทยุออนไลน์ รวมถึงสถานที่ ระยะเวลา และช่วงเวลาที่ใช้ในการรับฟังรายการวิทยุ ดังนี้

อุปกรณ์หลักในการรับฟังวิทยุ

จากการสำรวจพบว่า 68.9% ของกลุ่มผู้ฟังวิทยุยังนิยมรับฟังจากเครื่องรับวิทยุ ทั้งจากวิทยุในบ้าน วิทยุพกพา หรือวิทยุในรถยนต์ รองลงมา 19.3% รับฟังจากโทรศัพท์เคลื่อนที่และแท็บเล็ต ผ่านเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ ทั้ง 3G 4G และ Wifi ตามมาด้วย 7.8% เป็นการรับฟังจากวิทยุที่อยู่ในโทรศัพท์เคลื่อนที่และแท็บเล็ต 3.7% เป็นการรับฟังผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจากคอมพิวเตอร์ ตั้งโต๊ะ โน้ตบุ๊ก แล็ปท็อป และคอมพิวเตอร์พกพา และน้อยที่สุด 0.3% เป็นการรับฟังผ่านลำโพงอัจฉริยะ

คลื่นที่ใช้ในการรับฟังรายการวิทยุ

จากการสำรวจพบว่า ผู้ฟังส่วนใหญ่ หรือ 85.9% นิยมรับฟังรายการวิทยุจากคลื่นเอฟ.เอ็ม. ตามมาด้วยการรับฟังวิทยุออนไลน์ 17.5% และรับฟังจากคลื่นเอ.เอ็ม. 11.2%

³ สำนักงาน กสทช. ได้จัดทำโครงการสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการบริโภคสื่อของไทย โดยได้สำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10,000 ครั้วเรือนทั่วประเทศ แบ่งพื้นที่เป็น 5 ภูมิภาคตามเกณฑ์ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ประกอบด้วย กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ซึ่งมีพื้นที่จังหวัดที่เป็นตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 26 จังหวัด ทั้งนี้ จากงานวิจัยในครั้งนี้ สื่อทางเสียง หมายถึง การรับฟังรายการวิทยุ การฟังเพลงออนไลน์ และมีวีสติคสตรีมมิ่ง (Music Streaming)

พฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุทั่วประเทศ

อุปกรณ์หลักที่ใช้ฟังรายการวิทยุ

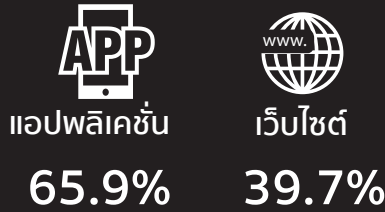


คลื่นที่ใช้ฟังรายการวิทยุ

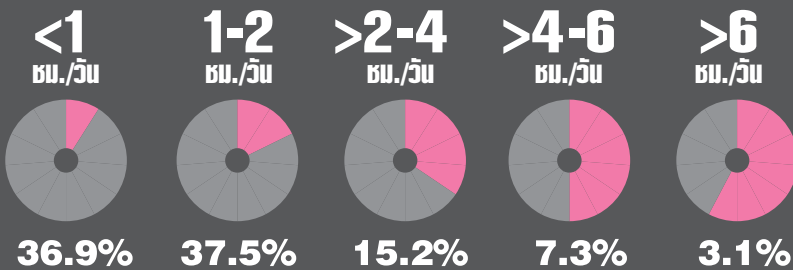


ช่องทางในการรับฟังวิทยุออนไลน์

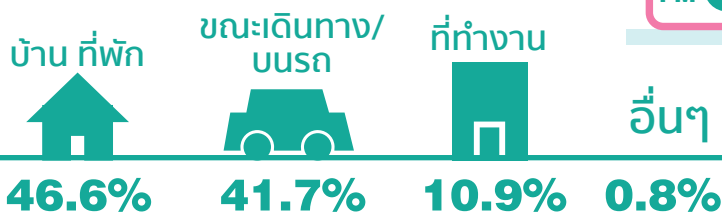
(สำรวจจากผู้ฟังวิทยุออนไลน์ 632 คน)



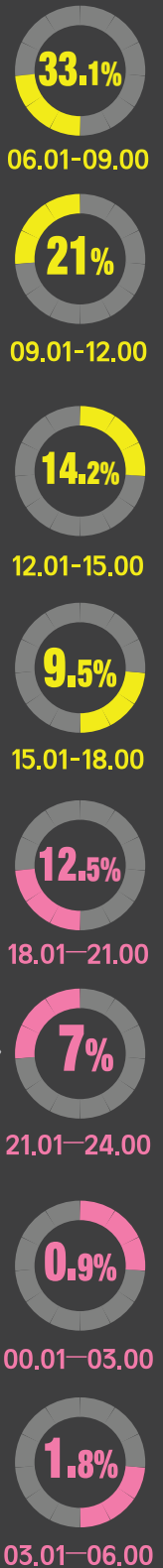
ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการฟังรายการวิทยุ



สถานที่ฟังรายการวิทยุ



ช่วงเวลาในการฟังรายการวิทยุ



ที่มา : สำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์, สำนักงาน กสทช.
และ สถาบันอาณานับริเวณศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

หมายเหตุ :

1. ผู้ตอบแบบสอบถาม 1 คนสามารถตอบได้มากกว่า 1 ประเภทคลื่น
2. ผู้ตอบแบบสอบถาม 1 คนสามารถตอบได้มากกว่า 1 ช่องทางออนไลน์
3. สำรวจจากจำนวนผู้ฟัง 3,655 คน

ช่องทางในการรับฟังวิทยุออนไลน์

จากการสำรวจพบว่า ช่องทางสำคัญที่ผู้บริโภคใช้รับฟังวิทยุออนไลน์ คือ การฟังผ่านแอปพลิเคชัน (65.9%) ส่วนการรับฟังผ่านเว็บไซต์มีเพียงจำนวน 39.7%

สถานที่รับฟังรายการวิทยุ

จากการสำรวจพบว่า ผู้ฟังส่วนใหญ่ยังนิยมรับฟังรายการวิทยุจากที่บ้าน หรือที่พักอาศัยในสัดส่วน 46.6% รองลงมาเป็นการรับฟังในขณะเดินทาง หรืออยู่บนรถ ในสัดส่วน 41.7% ในขณะที่การรับฟังในที่ทำงานมีสัดส่วนเพียง 10.9%

ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการรับฟังรายการวิทยุ

จากการสำรวจพบว่า คนส่วนใหญ่ใช้เวลารับฟังรายการวิทยุระหว่าง 1-2 ชั่วโมงต่อวัน (37.5%) รองลงมาเป็นการรับฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน มีสัดส่วน 36.9% ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคไม่ได้ใช้เวลามากนักไปกับการฟังรายการวิทยุ สะท้อนได้จากสัดส่วนที่มีผู้ฟังวิทยุเกินกว่า 6 ชั่วโมงต่อวัน มีเพียง 3.1% เท่านั้น

ช่วงเวลาในการรับฟังรายการวิทยุ

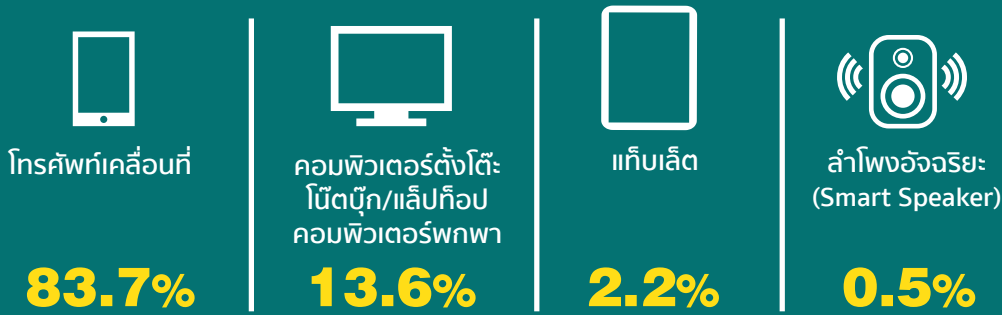
จากการสำรวจพบว่า ช่วงเช้าตั้งแต่ 06.01-09.00 น. เป็นช่วงเวลาที่ผู้ฟังรายการวิทยุมากที่สุดถึง 33.1% รองลงมาเป็นเวลา 09.01-12.00 น. สัดส่วน 21% โดยพบว่าช่วงเวลาระหว่างวัน ช่วงเวลา 15.01-18.00 น. เป็นช่วงเวลาที่ผู้ฟังรายการวิทยุน้อยที่สุดในสัดส่วน 9.5% ส่วนช่วงเวลากลางคืนที่มีผู้ฟังรายการวิทยุน้อยที่สุด เป็นช่วงเวลา 00.01-03.00 น. มีสัดส่วนผู้ฟังเพียง 0.9% เท่านั้น

2.3 การรับฟังเพลงออนไลน์ และมิวสิกสตรีมมิ่ง ผ่านเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชัน

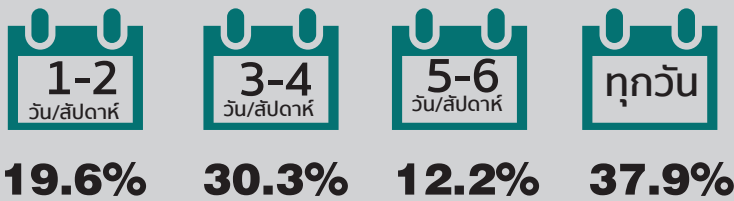
ในปัจจุบันการฟังเพลงออนไลน์และมิวสิกสตรีมมิ่งได้รับความนิยมเพิ่มสูงขึ้น ข้อมูลจากการสำรวจแสดงให้เห็นว่า สัดส่วนผู้ที่ฟังเพลงออนไลน์และมิวสิกสตรีมมิ่งมีสัดส่วนสูงถึง 67.4% จากจำนวนผู้ฟังสื่อทางเสียงทั้งหมด โดยมีเพียง 32.6% เท่านั้นที่ไม่มีการรับฟังเพลงออนไลน์และมิวสิกสตรีมมิ่ง นอกจากนี้ ยังได้มีการสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับฟังเพลงออนไลน์และมิวสิกสตรีมมิ่งในมิติต่างๆ เช่น อุปกรณ์หลักที่ใช้ฟัง ช่องทางในการฟัง รวมถึงสถานที่ ความถี่ ระยะเวลา และช่วงเวลาที่ใช้ฟัง เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้ฟังได้มากขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

พฤติกรรมการรับฟังเพลงออนไลน์และมิวสิกสตรีมมิ่งทั่วประเทศ

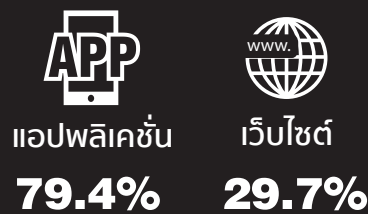
อุปกรณ์หลักที่ใช้ฟัง



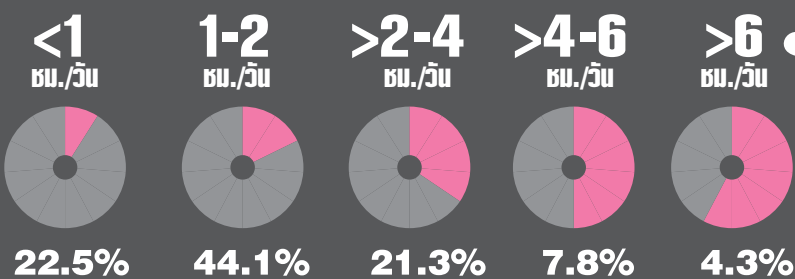
ความถี่ในการฟัง



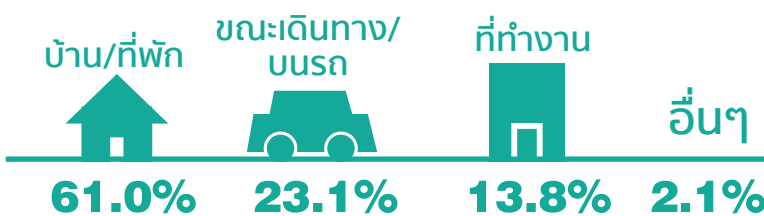
ช่องทางในการฟัง



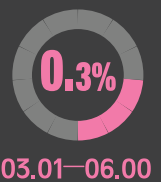
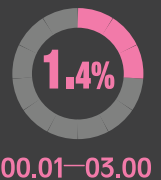
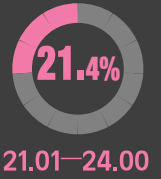
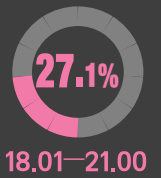
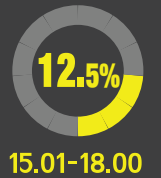
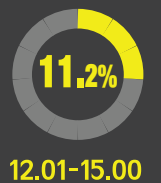
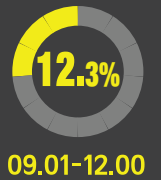
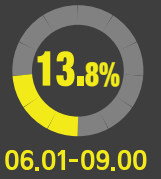
ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการฟัง



สถานที่ฟัง



ช่วงเวลาในการฟังเพลงออนไลน์และมิวสิกสตรีมมิ่ง



ที่มา : สำนักนโยบายและวิชาการกระจายเสียงและโทรทัศน์, สำนักงาน กสทช. และ สถาบันอาณานิบรเวณศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

หมายเหตุ :

1. ผู้ตอบแบบสอบถาม 1 คนสามารถตอบได้ มากกว่า 1 ช่องทาง
2. สัมรองจากจำนวนผู้ฟัง 3,749 คน

อุปกรณ์หลักในการรับฟัง

เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้ช่องทางการรับฟังเพลงออนไลน์และมิวสิกสตรีมมิ่งมีหลากหลายอุปกรณ์มากขึ้น อย่างไรก็ตาม อุปกรณ์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด ได้แก่ โทรศัพท์เคลื่อนที่ คิดเป็นสัดส่วนถึง 83.7% ตามมาด้วยการรับฟังจากคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ โน้ตบุ๊ก แล็ปท็อป และคอมพิวเตอร์พกพาในสัดส่วน 13.6% ในขณะที่การรับฟังผ่านทางแท็บเล็ต คิดเป็นสัดส่วน 2.2% และการรับฟังผ่านลำโพงอัจฉริยะ หรือ Smart Speaker มีเพียง 0.5% เท่านั้น

ช่องทางในการรับฟัง

เนื่องจากการรับฟังส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นอุปกรณ์หลัก ช่องทางในการรับฟังส่วนใหญ่จึงเป็นการรับฟังผ่านทางแอปพลิเคชันมากที่สุดในสัดส่วน 79.4% ในขณะที่การรับฟังผ่านเว็บไซต์ มีสัดส่วน 29.7%

สถานที่ในการรับฟัง

จากการสำรวจพบว่า ผู้ฟังส่วนใหญ่นิยมรับฟังเพลงออนไลน์และมิวสิกสตรีมมิ่งในบ้านและที่พัก โดยคิดเป็นสัดส่วนสูงสุด 61% รองลงมาเป็นการรับฟังในช่วงการเดินทาง 23.1% และการรับฟังในที่ทำงาน 13.8%

ความถี่ในการรับฟัง

จากการสำรวจพบว่า ผู้ฟังส่วนใหญ่ หรือสัดส่วน 37.9% รับฟังเพลงออนไลน์และมิวสิกสตรีมมิ่งเป็นประจำทุกวัน รองลงมาเป็นการรับฟัง 3-4 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็น 30.3% รับฟัง 1-2 วันต่อสัปดาห์ 19.6% และ 5-6 วันต่อสัปดาห์ 12.2%

ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการรับฟัง

จากการสำรวจพบว่า พฤติกรรมด้านระยะเวลาการรับฟังเพลงออนไลน์และมิวสิกสตรีมมิ่งมีความคล้ายคลึงกับการรับฟังรายการวิทยุ โดยส่วนใหญ่มีการรับฟัง 1-2 ชั่วโมงต่อวัน 44.1% ตามมาด้วยการรับฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน ในสัดส่วน 22.5% และการรับฟังมากกว่า 2-4 ชั่วโมงต่อวันในสัดส่วน 21.3%

ช่วงเวลาในการรับฟัง

จากการสำรวจพบว่า ช่วงเวลาในการรับฟังเพลงออนไลน์และมิวสิกสตรีมมิ่งมีความแตกต่างจากการรับฟังวิทยุปกติ กล่าวคือ การรับฟังวิทยุปกติจะเป็นการรับฟังในช่วงเวลาเช้าเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากการรับฟังรายการที่จัดตามโปรแกรมการออกอากาศในช่วงก่อนเริ่มงานประจำวัน อย่างไรก็ตาม การฟังเพลงออนไลน์และมิวสิกสตรีมมิ่งเป็นการรับฟังในช่วงเวลาหลังเลิกงานเป็นส่วนใหญ่ โดยช่วงเวลา 18.01-21.00 น. มีสัดส่วนสูงถึง 27.1% รองลงมาเป็นช่วงเวลา 21.01-24.00 น. 21.4% โดยช่วงเวลาที่รับฟังน้อยสุดเป็นช่วงเวลาหลังเที่ยงคืนถึงเช้าตรู่