

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากร ความสนใจของวัยรุ่น ศึกษาเนื้อหาของวิดีโอคลิปและรูปแบบของเว็บไซต์ที่มีผลต่อการเข้าชมวิดีโอคลิปบน อินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ วัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี ไม่จำกัดเพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพ จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยเลือกพื้นที่จำนวน 8 เขต ได้แก่ เขตดินแดง เขตบางเขน เขตปทุมวัน เขตสีลม เขตบางกะปิ เขตดอนเมือง เขตลาดพร้าว และเขตจตุจักร นำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ จำนวน ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยสถิติอ้างอิง ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยการเปรียบเทียบพหุคูณ เพื่ออธิบายความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามของการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่า วัยรุ่นที่เข้าชมวิดีโอคลิปในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 20-24 ปี สถานภาพโสด เป็นนักเรียน/นักศึกษา ในระดับปริญญาตรี

รายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 5,000 บาท/เดือน ผลการวิจัยเกี่ยวกับความสนใจพบว่า วัยรุ่นสนใจวิดีโอคลิปของไทยมากที่สุด ส่วนใหญ่ไม่สนใจถ่ายทำวิดีโอคลิปของตนเองเผยแพร่บนเว็บไซต์ แต่ยังมีอีกส่วนหนึ่งสนใจถ่ายทำวิดีโอคลิปประเภทโชว์ตลกขบขันเพื่อเผยแพร่บนเว็บไซต์ เว็บไซต์ไทยที่สนใจมากที่สุด คือ <http://tv.sanook.com/clip> เว็บไซต์ต่างประเทศที่สนใจมากที่สุด คือ เว็บไซต์ [www.youtube.com](http://www.youtube.com) และช่วงเวลาเข้าชมวิดีโอคลิป คือ เวลาว่างในวันหยุด ชมโดยลำพังที่บ้าน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาของวิดีโอคลิปพบว่า ประเภทของเนื้อหาวิดีโอคลิปไทย และต่างประเทศที่วัยรุ่นสนใจมากที่สุด คือ วิดีโอคลิปมิวสิควิดีโอ ในส่วนของผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบเว็บไซต์พบว่า รูปแบบของเว็บไซต์ที่มีผลต่อการเข้าชมวิดีโอคลิป คือ รูปแบบเว็บไซต์ที่เปิดให้เข้าชมฟรี ไม่ต้องเป็นสมาชิก ไม่จำกัดจำนวนวิดีโอคลิป และมีรูปแบบบริการเสริม คือ รูปแบบที่สามารถดาวน์โหลดมาเพื่อเก็บไว้ชมภายหลังได้ เหตุผลส่วนใหญ่ที่วัยรุ่นสนใจเข้าชมวิดีโอคลิปมากที่สุด คือ ช่วยให้เกิดความสนุกสนานและคลายเหงา ผลการวิเคราะห์ระดับของพฤติกรรมการเข้าชมวิดีโอคลิปบนอินเทอร์เน็ตของวัยรุ่น โดยภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) ลักษณะประชากรของวัยรุ่น ได้แก่ เพศ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการเข้าชมวิดีโอคลิป ส่วนลักษณะประชากรของวัยรุ่น ได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเข้าชมวิดีโอคลิป (2) ปัจจัยด้านความสนใจของวัยรุ่น ได้แก่ วิดีโอคลิปของไทย วิดีโอคลิปของต่างประเทศ การถ่ายทำวิดีโอคลิปของตน เว็บไซต์ของไทย เว็บไซต์ของต่างประเทศ ช่วงเวลาที่สนใจเปิดเข้าชม บุคคลที่สนใจเปิดเข้าชมด้วย และสถานที่ที่สนใจเปิดเข้าชมที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการเข้าชมวิดีโอคลิปแตกต่างกัน (3) ปัจจัยด้านเนื้อหาของวิดีโอคลิป มีผลต่อพฤติกรรมการเข้าชมวิดีโอคลิปแตกต่างกัน (4) ปัจจัยด้านรูปแบบของเว็บไซต์ที่ให้บริการวิดีโอคลิป คือ รูปแบบเว็บไซต์ที่เข้าชมฟรีไม่ต้องเป็นสมาชิก ไม่จำกัดจำนวนวิดีโอคลิป มีผลต่อการเข้าชมวิดีโอคลิปแตกต่างกัน ส่วนรูปแบบของเว็บไซต์และรูปแบบบริการเสริมอื่น ๆ ของเว็บไซต์ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเข้าชมวิดีโอคลิป

This thesis investigates the demographic characteristics and interests of young persons whose behavior is allegedly affected by exposure to video clips and various Websites. Additionally considered are the kind of video clips and Website contents to which these young persons are exposed with purported behavioral sequelae.

Quantitative investigation for this study was conducted by means of a questionnaire constructed by the researcher as a tool for the collection of data. The research population was comprised of young persons between the ages of fifteen to twenty-four regardless of gender, educational level, occupation, monthly income, and marital status. All respondents were located in eight selected areas of Bangkok. These areas are Din Daeng, Bang Khen, Pathum

Wan, Silom, Bang Kapi, Don Mueang, Lat Phrao, and Chatuchak. From each area were selected 400 young persons by means of the statistical technique of simple random sampling.

The findings were presented through an application of the techniques of descriptive statistics in the form of percentages and means. The hypothesis was tested using the techniques of referential statistics, namely, one-way analysis of variance (ANOVA) and paired analysis using multiple comparisons.

Research findings are as follows:

In regard to the demographic characteristics of the adolescents under investigation, it was found that the majority watching these video clips via the Internet are between the ages of twenty and twenty-four and are unmarried. As for occupation, most are either public school students or university undergraduates with a monthly income averaging less than 5,000 baht.

Regarding the interests of those young people investigated, the majority have been found to watch video clips via the Internet with a preference for Thai video clips. Most are not interested in making their own video clips, but some have a preference for making Joke Video Clips to publish on Websites. Moreover, the Websites which were found to be of greatest interest are <http://tv.sanook.com/clip> of the Thai Websites and [www.youtube.com](http://www.youtube.com) of the foreign Websites. Most of these young people prefer to visit Websites and watch video clips by themselves at home during holidays.

In addition, regarding the kind of video clips viewed, it has been found that Music Video is the favorite clip of both Thai and foreign video clips.

Regarding Website content exposure affecting behavior are those Websites whose viewing is offered gratis with membership registration and no limit to the number of clips viewed. Additional services regarding Website content exposure which affects behavior are opportunities to download content for off-line viewing at a later time. Most of those who partake of this service do so because the contents in question provide entertainment, enjoyment and an opportunity to relax.

In conclusion, all factors affecting the behavior of the young people under investigation upon exposure do so at a moderate level.

Findings concerning the hypothesis of this investigation can be summarized as follows:

1. The demographic characteristics of the young people sampled in terms of gender and education affected behavior upon exposure to such video clips. On the other hand, age, occupation, monthly income and marital status had no affects on their behavior upon exposure.

2. The factors generating interest on the part of these young people are Thai video clips, foreign video clips, making their own video clips, and Thai Websites. The period of time spent in watching, the person(s) with whom one watches video clips and the place where the video clips are watched have affects upon behavior upon exposure.

3. The kind of video clips viewed was a factor affecting the behavior of these young people upon exposure.

4. Finally, Website content and the additional services provided are factors having affects on the behavior of these young people upon exposure. These services are being able to watch gratis, membership registration, no limits to allowable viewing, and being able to download for future offline viewing. On the other hand, the kind of Website viewed had no affects on their behavior upon exposure.