

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในด้านการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีการสื่อสารไร้พรหมแดน หรือ ที่เรียกกันว่า อินเทอร์เน็ต (Internet) ที่เป็นแหล่งรวมข้อมูลข่าวสารทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นสาระ ความรู้ ความบันเทิง หวังสนทนา ด้วยคุณลักษณะพิเศษที่โดดเด่นของอินเทอร์เน็ต เช่น ความรวดเร็วในการสื่อสารข้อมูล การเข้าถึงคนทั่วทุกมุมโลก และอัตราค่าใช้บริการต่ำ ทำให้อินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างรวดเร็ว

อินเทอร์เน็ตมีคุณสมบัติในการนำข่าวสารข้อมูลเคลื่อนที่จากแหล่งหนึ่งไปสู่อีกแหล่งหนึ่ง โดยปราศจากข้อจำกัดในมิติของเวลา และสถานที่ ซึ่งการที่ระบบอินเทอร์เน็ตมีความสามารถในการเชื่อมโยงระบบเครือข่ายได้ตลอด 24 ชั่วโมงจากคอมพิวเตอร์ทั่วโลก ทำให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลโดยผ่านทางเครือข่ายในสถานที่ต่าง ๆ กันทั่วโลกได้ตลอดเวลาแม้ว่าจะอยู่กันคนละมุมโลก และด้วยคุณลักษณะของอินเทอร์เน็ตที่มีลักษณะเป็นสื่อผสม (Multimedia) ทำให้สามารถแสดงข้อมูลพร้อมกับข้อความ ภาพนิ่ง เสียง และภาพเคลื่อนไหวได้อย่างมีสีสัน ทำให้ผู้ใช้เกิดความสนใจ เพลิดเพลิน และน่าติดตาม อีกทั้งยังเป็นสื่อที่มีรูปแบบในการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง (Two way communication) ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร จึงทำให้กระบวนการสื่อสารเป็นไปอย่างครบถ้วน¹

จากนี้ไปการติดต่อสื่อสารที่มนุษย์ไม่เคยคาดคิดว่าสามารถทำได้มาก่อนก็จะปรากฏให้เห็นผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ณ วันนี้ผู้บริหารองค์กรต่างๆ ต้องคิดหนักว่าทำอย่างไรจึงจะนำธุรกิจของตนไปประกอบการค้าบนอินเทอร์เน็ตได้ ด้วยกระแสการแข่งขันที่รุนแรง นวัตกรรม และรูปแบบธุรกิจใหม่ที่จะทยอยตามมา ทุกวันนี้มีการดำเนินธุรกรรมต่างๆ บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) การศึกษาทางไกล (e-Education) บันเทิง (e-Entertainment) และ

¹มนต์ชัย ศรีเพชรน้อย, “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547), น. 1-3.

การเมือง (e-Politics) ทุกสิ่งทุกอย่างที่กล่าวมานี้ล้วนมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิต ความคิด และการทำงานของเรในปัจจุบัน

ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ต

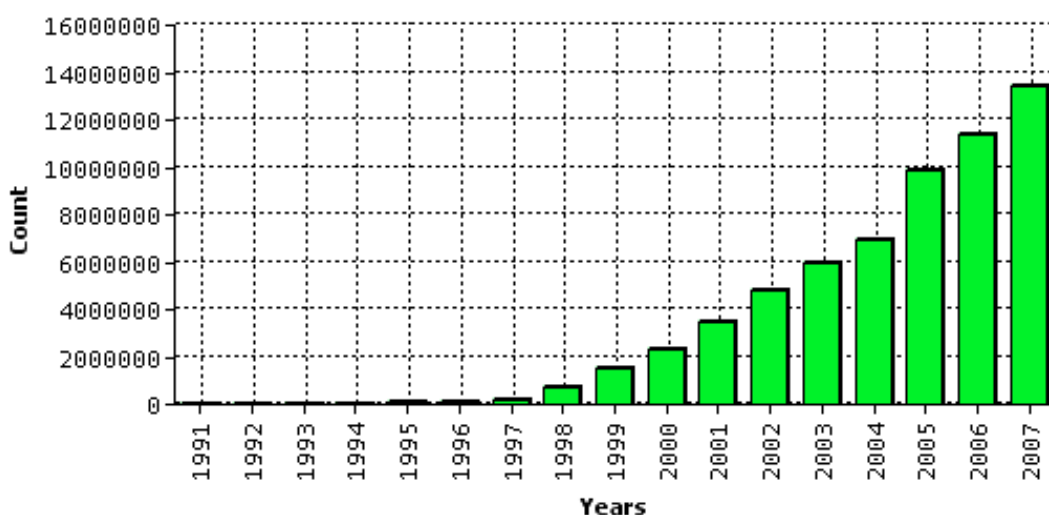
1. ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mail หรือ E-mail) เป็นการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยผู้ส่งจะต้องส่งข้อความไปยังที่อยู่ของผู้รับ (E-mail Address) และแนบไฟล์ไปได้ (Attach File)
2. เทลเน็ต (Telnet) การใช้งานคอมพิวเตอร์อีกเครื่องหนึ่งที่อยู่ไกล ๆ ได้ด้วยตนเอง เช่น สามารถเรียกข้อมูลจากโรงเรียนมาทำที่บ้านได้
3. การโอนถ่ายข้อมูล (File Transfer Protocol) ค้นหาและเรียกข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ มาเก็บไว้บนเครื่องของเราได้ ทั้งข้อมูลประเภทตัวหนังสือ รูปภาพและเสียง
4. การสืบค้นข้อมูล (Gopher, Archie, World wide web) การใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการค้นหาข่าวสารที่มีอยู่มากมาย ใช้สืบค้นข้อมูลแหล่งต่าง ๆ ทั่วโลกได้
5. การแลกเปลี่ยนข่าวสารและความเห็น (Usenet) เป็นการบริการแลกเปลี่ยนข่าวสารและแสดงความคิดเห็นที่ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทั่วโลกแสดงความคิดเห็นของตน โดยกลุ่มข่าวหรือนิวกรุป (Newsgroup) แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน
6. การสื่อสารด้วยข้อความ (Chat, IRC-Internet Relay chat) เป็นการพูดคุย โดยพิมพ์ข้อความตอบกัน ซึ่งเป็นวิธีการสื่อสารที่ได้รับความนิยมมากอีกวิธีหนึ่ง การสนทนาผ่านอินเทอร์เน็ตเปรียบเสมือนเรานั่งอยู่ในห้องสนทนาเดียวกัน แม้จะอยู่คนละประเทศหรือคนละซีกโลกก็ตาม
7. การซื้อขายสินค้าและบริการ (E-Commerce = Electronic Commerce) เป็นการซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ต

8. การให้ความบันเทิง (Entertainment) บนอินเทอร์เน็ตมีบริการด้านความบันเทิงหลายรูปแบบต่าง ๆ เช่น รายการโทรทัศน์ เกม เพลง รายการวิทยุ ซึ่งสามารถเลือกใช้บริการเพื่อความบันเทิงได้ตลอด 24 ชั่วโมง²

สำหรับประเทศไทยมีอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยเพิ่มสูงมากอย่างต่อเนื่องโดยจะเห็นได้จากปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตของประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 – พ.ศ. 2550 (ดังตารางที่ 1.1 และแผนภูมิที่ 1.1)

แผนภูมิที่ 1.1

แสดงอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย



²วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, “อินเทอร์เน็ต,” <<http://th.wikipedia.org/wiki>>,

ตารางที่ 1.1
แสดงอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย

Internet Users and Statistics in Thailand		
Year	Total	Source
2007	13,416,000	NECTEC
2006	11,413,000	NECTEC
2005	9,909,000	NECTEC
2004	6,970,000	NECTEC
2003	6,000,000	NECTEC
2002	4,800,000	NECTEC
2001	3,500,000	NSO/NECTEC
2000	2,300,000	ISP Club/NECTEC
1999	1,500,000	ISP Club/NECTEC
1998	670,000	NECTEC/Internet Thailand
1997	220,000	NECTEC/Internet Thailand
1996	70,000	NECTEC
1995	45,000	NECTEC
1994	23,000	NECTEC
1993	8,000	NECTEC
1992	200	NECTEC
1991	30	NECTEC

ที่มา : NECTEC, "Internet Users and Statistics in Thailand," <<http://internet.nectec.or.th/webstats/home.iir?Sec=home>>, 23 พฤษภาคม 2551.

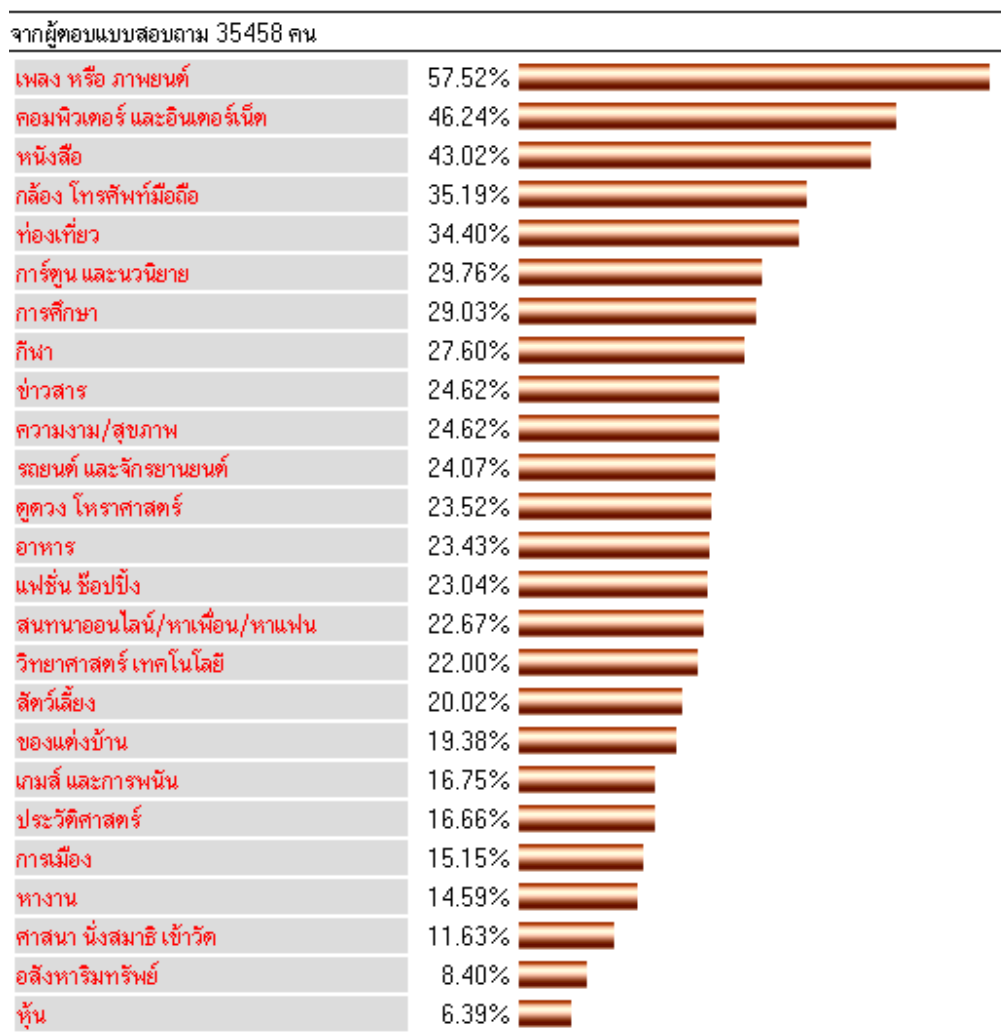
ในปี พ.ศ. 2534 มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพียง 30 ราย ต่อมาในปี พ.ศ. 2548 มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเป็น 9,909,000 ราย ซึ่งมีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนถึงปี พ.ศ. 2550 มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตถึง 13,416,000 ราย และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นอีกในปีต่อ ๆ มา

สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถให้บริการทั้งข้อมูลข่าวสาร และความบันเทิงทั้งนี้การเปิดรับข้อมูลข่าวสารประเภทใดนั้นย่อมขึ้นอยู่กับความต้องการ (Demand) ของแต่ละบุคคลที่เลือกจะเปิดรับในเรื่องที่ตนมีความสนใจในขณะนั้น สำหรับในประเทศไทยในช่วง ปี พ.ศ. 2549-พ.ศ. 2550 มีอัตราของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตซึ่งแบ่งตามความสนใจในการเข้าชม (ดังแผนภูมิที่ 1.2)

แผนภูมิที่ 1.2

แสดงความสนใจในการเข้าชมตามประเภทของเว็บไซต์ (Website) ช่วงเดือน

กันยายน พ.ศ. 2549 – เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2550



ที่มา : บริษัท ทูคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน), “ผลการสำรวจโดยภาพรวมจากผู้เข้าชมทุกเว็บไซต์ ช่วงเดือน กันยายน พ.ศ. 2549 – เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2550,” <http://poll.truehits.net/reports/report_year2007.php>, 22 พฤษภาคม 2551.

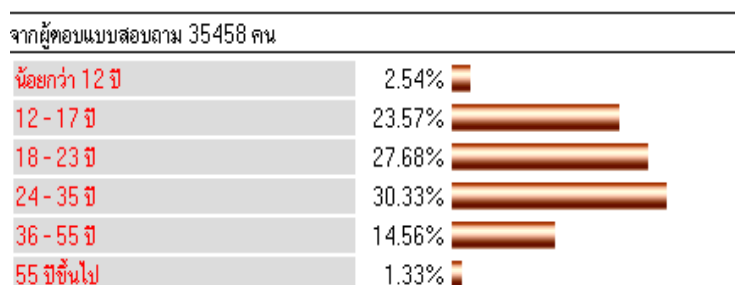
จากแผนภูมิที่ 1.2 จะเห็นได้ว่าผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตสนใจเข้าชมเว็บไซต์ประเภท เพลง หรือ ภาพยนตร์ มากกว่าเว็บไซต์ประเภทอื่นถึง 57.52% รองลงมาคือเว็บไซต์ประเภท คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตคิดเป็น 46.24% และเข้าชมเว็บไซต์ประเภทหนังสือคิดเป็น 43.02% ทั้งนี้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตมักจะเลือกใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิงและจะใช้บริการ อินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลในยามที่ต้องการจะทราบข้อมูลนั้น ๆ

ด้วยความบันเทิงที่หลากหลายที่ผู้ให้บริการพยายามป้อนให้กับผู้ให้บริการผ่าน ช่องทางอินเทอร์เน็ตตามความต้องการและพฤติกรรมในการเลือกชมผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตและ แนวโน้มอัตราการเติบโตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี และมีแนวโน้มที่จะ เพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มผู้เข้าใช้บริการอินเทอร์เน็ตอายุ 24 - 35 ปี และรองลงมาคือระดับอายุ 18 - 23 ปี (ดังแผนภูมิที่ 1.3)

แผนภูมิที่ 1.3

แสดงระดับอายุที่เข้าชมเว็บไซต์ (Website) ช่วงเดือนกันยายน พ.ศ. 2549 –

เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2550



ที่มา : บริษัท ทรูคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน), “ผลการสำรวจโดยภาพรวมจากผู้เข้าชมทุกเว็บไซต์ ช่วงเดือน กันยายน พ.ศ. 2549 – เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2550,” <http://poll.truehits.net/reports/report_year2007.php>, 22 พฤษภาคม 2551.

การเข้าชมเว็บไซต์ของกลุ่ม อายุ 24-35 ปี และ 18-23 ปี มีอัตราการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตมากกว่ากลุ่มคนวัยอื่น ๆ ด้วยพฤติกรรมการใช้ชีวิตนอกบ้านมากกว่าที่บ้านโดยเฉพาะ ในวันธรรมดาผู้คนมักจะใช้ชีวิตอยู่ที่ทำงานหรือสถานศึกษาเป็นส่วนใหญ่และมีนอกจากการ ทำงานและเรียนแล้วยังมีการใช้อินเทอร์เน็ตควบคู่ไปด้วย จากพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปจึงเป็นเหตุให้ บรรดาสื่อมวลชนทั้งหลายหันมาสนใจช่องทางเพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงผู้ชมมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ดังเช่นหนังสือพิมพ์ก็มีการเพิ่มช่องทางให้บริการอ่านข่าวผ่านทางเว็บไซต์

สื่อวิทยุทุกคลื่นก็หันมาเปิดให้บริการฟังเพลงทางเว็บไซต์ แม้แต่สื่อโทรทัศน์ที่มีอัตราการเข้าถึงมากที่สุดก็ยังคงต้องเปิดให้บริการดูโทรทัศน์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตทั้งสิ้น ซึ่งแนวโน้มของสื่อโทรทัศน์ที่กำลังเกิดขึ้นอีกเป็นจำนวนมากบนเว็บไซต์

ทีวีผ่านอินเทอร์เน็ต³ แม้จะไม่ใช่เทคโนโลยีใหม่สำหรับกลุ่มคนที่เปิดรับอินเทอร์เน็ตอยู่เป็นประจำโดยเฉพาะชาวต่างชาติ แต่สำหรับคนไทยนั้น ก็สามารถให้ความรู้สึกลึกซึ้งขึ้นมาทันทีทันใด เพราะรายการที่ออกอากาศให้เห็นนั้น เป็นภาคภาษาไทย ไม่ใช่รายการทีวีจากต่างชาติ ยิ่งไปกว่านั้น ไม่เพียงมีรายการจากช่องฟรีทีวีให้ดูกันแล้ว เจ้าของเว็บไซต์แห่งนี้เริ่มมีรายการใหม่ไม่ช้าใครให้ได้รับชมกัน ด้วยรายการที่ผลิตขึ้นมาโดยเฉพาะเจาะจง

กล้า ตั้งสุวรรณ ผู้ก่อตั้ง Duocore.tv รายการทีวีออนไลน์บนอินเทอร์เน็ตที่ถ่ายทำกันเอง โดยมีการเริ่มมาจากเพราะเขาได้ดูรายการชื่อ www.diggnation.com ซึ่งเป็นรายการทีวีออนไลน์เมืองนอก ของ Digg.com แล้วเขามีความรู้สึกว่า น่าจะมีรายการอย่างนี้ที่บ้านเราดู เพราะว่ารายการไอทีที่บ้านเราบนทีวีนั้น ส่วนใหญ่เป็นรายการขายของโฆษณาแฝงทั้งสิ้น Duocore.tv เริ่มมาตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2549 โดยเน้นเรื่องข่าวสาร ว่าโลกไอทีจริง ๆ แล้วไปถึงไหน ไม่ใช่ว่ามีแต่ขายของ

นอกจากนี้ พล.อ.ชุธาติ พรหมพระสิทธิ์ ประธานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.) เปิดเผยว่า การให้บริการทีวีผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นเรื่องที่ กทช.มีความสนใจ เพราะในแง่ของกฎหมาย ผู้ให้บริการโทรทัศน์จะต้องขอใบอนุญาตจากคณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) แต่ขณะนี้ กสทช.ยังไม่ได้รับการอนุมัติแต่งตั้งจากวุฒิสภา จึงจะต้องไปขอใบอนุญาตจากกรมประชาสัมพันธ์ แต่ก็ยังติดขัดข้อกฎหมายอีก เพราะมีบทเฉพาะกาล ห้ามกรมประชาสัมพันธ์ออกใบอนุญาตให้ผู้ประกอบการทีวีเพิ่มเติม ขณะที่ กทช.มีอำนาจในการให้ใบอนุญาตเฉพาะผู้ประกอบการอินเทอร์เน็ตเท่านั้น "ยอมรับว่าตอนนี้เป็นสุญญากาศของธุรกิจทีวีผ่านอินเทอร์เน็ต เพราะเป็นเรื่องที่แยกลำบากระหว่างเทคโนโลยีกับข้อกฎหมาย และต่อไปจะเป็นปัญหาเหมือนวิทยุชุมชน ที่ยิ่งนานไปก็ยังมีผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ โดยไม่มีกฎหมายรองรับ"

แนวโน้มของสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตกำลังชิงไหวชิงพริบกันอย่างเอาการเอางาน เพื่อให้ได้บรรลุความต้องการในการเป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์สักแห่งหนึ่ง ในแวดวงจอคู่

³"Knowledge Tracking By NAI-ST Lab," <<http://vivaldi.cpe.ku.ac.th/~note/event/?id=374669>>, 5 เมษายน 2551.

เหมือนกันแต่เป็นเครื่องคอมพิวเตอร์ ที่ปัจจุบันมีนับล้านเครื่อง เพราะเหตุนี้จึงทำให้แนวโน้มของทีวีอินเทอร์เน็ตในโลกจะเน้นเข้าสู่คนดูเฉพาะกลุ่มที่สนใจในบางเรื่องเช่นที่อังกฤษเขามี blogger TV ชื่อ 18 Doughty Street.com ที่ประกาศอย่างจะแจ้งว่า "รายการวิเคราะห์การเมืองของเรานั้นไม่เป็นกลางแน่นอนเพราะเราจะประกาศจุดยืนในแต่ละเรื่องอย่างชัดเจน"

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษารูปแบบที่เหมาะสมในการเสนอข่าวสารเพื่อกระบวนการเรียนรู้ของประชาชนทางสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตว่าจะมีความเป็นไปได้มากหรือน้อยเพียงใดเพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจในการประกอบธุรกิจประเภทสื่อโทรทัศน์ต่อไป ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำผลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการดำเนินการและปรับปรุงธุรกิจประเภทสื่อโทรทัศน์ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้รับสารโดยเฉพาะกลุ่มประชากรอายุระหว่าง 18-24 ปี ให้มีประสิทธิภาพต่อไปเนื่องจากกลุ่มประชากรดังกล่าวเป็นกลุ่มประชากรที่กำลังจะก้าวเข้ามามีบทบาทและกำลังสำคัญของประเทศชาติในอนาคต และสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องใหม่สำหรับประเทศไทย จึงเลือกที่จะศึกษากลุ่มประชากรอายุระหว่าง 18-24 ปี เพราะเป็นกลุ่มที่สามารถรับนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีได้รวดเร็วกว่าประชากรกลุ่มอื่น ๆ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหารายการทางสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยภาครัฐในเขตกรุงเทพมหานครและความเป็นไปได้ของสื่อโทรทัศน์ที่จะเกิดขึ้นบนช่องทางอินเทอร์เน็ต
2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตควบคู่ไปกับการดูโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยภาครัฐในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาแหล่งข้อมูลที่มีผลทำให้เกิดการเปิดรับสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยภาครัฐในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัญหานำวิจัย

1. พฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหารายการทางสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยภาครัฐในเขตกรุงเทพมหานครและความเป็นไปได้ของสื่อโทรทัศน์ที่จะเกิดขึ้นบนช่องทางอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างไร
2. พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตควบคู่ไปกับการดูโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยภาครัฐในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร
3. แหล่งข้อมูลใดบ้างที่มีผลทำให้เกิดการเปิดรับสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยภาครัฐในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน
2. แหล่งที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิง ซึ่งมีอายุระหว่าง 18 -24 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันเท่านั้น โดยทำการเก็บข้อมูลเฉพาะในเดือน มีนาคม – เมษายน พ.ศ. 2551

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

กลุ่มเป้าหมาย หมายถึง เพศชาย หญิง อายุ 18 – 24 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และเคยใช้อินเทอร์เน็ต

ลักษณะการใช้สื่อ หมายถึง สถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต ช่วงเวลาที่ใช้ บริการที่ใช้ในสื่ออินเทอร์เน็ต

สื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต หมายถึง สื่อที่สามารถส่งสัญญาณภาพและเสียงได้พร้อม ๆ กันลักษณะเดียวกับสื่อโทรทัศน์โดยส่งสัญญาณผ่านระบบบรอดแบนด์ (Broadband) หรืออินเทอร์เน็ต (Internet) โดยในที่นี้หมายถึง ผู้ที่ให้บริการสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตในรูปแบบฟรีทีวี และ รูปแบบรายการเฉพาะ

พฤติกรรม的开ป้ดรับสื่อโทรทัศน์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต หมายถึง จำนวนครั้งที่เปิดรับต่อหนึ่งสัปดาห์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้ต่อครั้ง

เนื้อหารายการ หมายถึง ลักษณะเนื้อหาของรายการที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เช่น รายการมิวสิควิดีโอเพลง รายการข่าว รายการกีฬา รายการเพื่อการศึกษา ละคร ฯลฯ

แหล่งที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต หมายถึง การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้บริการสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต โดยผ่านแหล่งข้อมูลสื่อสารมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

สื่อมวลชน หมายถึง โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ และนิตยสารที่น่าเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต

สื่อบุคคล หมายถึง บิดา มารดา หรือญาติพี่น้อง และเพื่อน ที่บอกเล่าข้อมูลเกี่ยวกับสื่ออินเทอร์เน็ต

สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ ป้ายโฆษณาข้างรถเมล์ และสื่ออินเทอร์เน็ต

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมในการเปิดรับเนื้อหารายการทางสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตแนวโน้มและความเป็นไปได้ของสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต

2. ทำให้ทราบแหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตมีผลต่อพฤติกรรม的开ป้ดรับสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตของกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยภาครัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลจากการวิจัยจะนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการตัดสินใจและการวางแผนใน

การประกอบธุรกิจประเภทสื่อโทรทัศน์ อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการดำเนินการและปรับปรุงธุรกิจประเภทสื่อโทรทัศน์ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้รับสาร

3. เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดของผู้ให้บริการสื่อโทรทัศน์ผ่านบนอินเทอร์เน็ต เช่น การลงโฆษณาในช่วงเวลาออกอากาศบนอินเทอร์เน็ต เพื่อตอบสนองความต้องการและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย