

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกาเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในการดำเนินชีวิตประจำวันของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาลักษณะจิตวิทยาและสังคมของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่ออินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความพอใจต่ออินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาความคาดหวังต่ออินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
6. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกาเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร
7. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตในการดำเนินชีวิตประจำวันของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีรูปแบบการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลครั้งเดียว (One-Shot Case Study) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multiple Sampling) กลุ่มตัวอย่างได้แก่ กลุ่มวัยรุ่นเพศชาย และเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 13 ถึง 16 ปี ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และเคยใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเท่านั้น จำนวน 400 ตัวอย่าง มาจากกลุ่มเขตเมือง จำนวน 3 เขต ได้แก่ เขตพระนคร เขตบางรัก และเขตปทุมวัน และกลุ่มเขตต่อเมือง จำนวน 5 เขต ได้แก่ เขตดอนเมือง เขตคลองเตย เขตลาดพร้าว เขตจตุจักร และเขตบางเขน กลุ่มเขตชานเมือง จำนวน 2 เขต ได้แก่ เขตบางแค และเขตตลิ่งชัน

สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการให้ผู้ตอบกรอกแบบสอบถามเอง (Self-administered Questionnaire) โดยจะทำการเก็บข้อมูลในเดือน พฤษภาคม 2551 ใช้ระเบียบวิธีศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีรูปแบบการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลครั้งเดียว (One-Shot Case Study) ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูล ได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้ในการหาค่าทางสถิติ (SPSS for Window) และสถิติที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) แสดงค่าร้อยละ

(Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งผลการวิเคราะห์สรุปผลได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาสรุปผลได้ดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายสูงกว่าเพศหญิง โดยเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 88.0 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 12.0

- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 15 ปี สูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.5 รองลงมา คือ อายุ 16 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.5 และอายุ 14 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.3 ส่วนกลุ่มที่พบน้อยที่สุดคือ อายุ 13 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.8

- ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.3 รองลงมา คือ ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 11.5 และกลุ่มที่พบน้อยที่สุด คือ ระดับชั้นประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 9.0

- ที่พักอาศัยของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่กับบิดา มารดา คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมา คือ พักอยู่กับญาติ/พี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 19.0 และกลุ่มที่พบน้อยที่สุดคือ พักอยู่บ้านเช่า หอพัก คิดเป็นร้อยละ 9.5

- รายได้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ในระดับที่ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมา คือ 1,001-3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.0 รองลงมา คือ 3,001-5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.8 และกลุ่มที่น้อยที่สุดคือ สูงกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.3

2. ลักษณะจิตวิทยาและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษามีมุมมองเรื่องของชีวิตในเรื่องความอิสระเป็นจำนวนสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.8 รองลงมา คือ มองว่า ชีวิตคือชีวิต คิดเป็นร้อยละ 4.0 และส่วนที่น้อยที่สุด คือ การมองว่ามนุษย์บนโลก สิ่งที่มีค่าที่สุด และการอยู่รอด คิดเป็นร้อยละ 1.0

- บุคคลที่เป็นฮีโร่ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า เป็นกลุ่มดารา นักร้อง นักแสดง สูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.8 รองลงมา คือ กลุ่มญาติผู้ใหญ่ เช่น พ่อแม่ คิดเป็นร้อยละ 15.3 และส่วนที่น้อยที่สุด คือ กลุ่มการ์ตูนและซูเปอร์ฮีโร่ คิดเป็นร้อยละ 9.2
- สิ่งที่สำคัญที่สุดในชีวิตของกลุ่มตัวอย่างสูงที่สุดคือ ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 90.8 รองลงมา คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 41.5 และสิ่งที่สำคัญที่สุดในชีวิตที่น้อยที่สุด คือ ความร่ำรวย คิดเป็นร้อยละ 19.8
- บุคลิกเด่นของกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน คิดว่าตนเองมีบุคลิกเด่นในด้านรักสนุกมีจำนวนสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.8 และคิดว่าตนเองมีบุคลิกเด่นในด้านสันโดษมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.3
- ความพอใจต่อชีวิตโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีในระดับที่สูงโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับอยู่ที่ 3.60
- กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อชีวิตในเรื่องความอิสระสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.3 รองลงมา คือ ความสำเร็จ คิดเป็นร้อยละ 39.0 และมีความคาดหวังต่อชีวิตในเรื่องต้องการคำแนะนำน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.0

3. ความคิดเห็นต่อสื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง

- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ถ้าพูดถึงอินเทอร์เน็ตจะนึกถึง ไฮไฟฟ์ (hi5) คิดเป็นร้อยละ 17.3 รองลงมาคือนึกถึง เอ็ม เอส เอ็น (MSN) คิดเป็นร้อยละ 12.3 และนึกถึงความบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 8.8 ส่วนสิ่งที่นึกถึงน้อยที่สุด คือ ความรวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 1.0
- ความคิดเห็นต่อสื่ออินเทอร์เน็ตในระดับที่สูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 โดยมีความคิดเห็นถึง 7 ข้อด้วยกันที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยรวม โดยอันดับที่ 1 มีความคิดว่าอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งค้นคว้าหาความรู้ใหม่ ๆ อยู่ในระดับที่สูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ส่วนความคิดเห็นต่อสื่ออินเทอร์เน็ตที่อยู่ในระดับที่น้อยที่สุดและต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวม คือ อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อเพื่อการค้าเท่านั้น อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12

4. เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเปิดรับและลักษณะการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต

- เหตุผลในการเปิดรับอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับที่สูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 โดยมีความคิดเห็น 3 ข้อด้วยกันที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยรวม คือ เพื่อรับทราบข้อมูล ข่าวสาร เหตุการณ์ต่าง ๆ อยู่ในระดับที่สูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมาคือเพื่อศึกษา ค้นคว้า และเรียนรู้ตามความต้องการอยู่ในระดับที่สูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และเพื่อลดและผ่อนคลายความตึงเครียดหรือเพื่อความบันเทิงอยู่ในระดับที่สูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ส่วนเหตุผลเพื่อ

ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับตนเอง และสอดคล้องกับทัศนคติของตนเพื่อเพิ่มความมั่นใจอยู่ในระดับที่สูง แต่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าค่าเฉลี่ยรวมสูงสุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58

- ความถี่ในการเข้าใช้สื่ออินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ต 7 วัน ต่อสัปดาห์ หรือทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมา คือ 5 - 6 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 23.5 รองลงมา คือ 3 - 4 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 20.3 รองลงมา คือ 1 - 2 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 13.0 และส่วนที่น้อยที่สุด คือ นาน ๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.5

- ความถี่ในการเข้าใช้สื่ออินเทอร์เน็ตต่อวันของความถี่ในการเข้าใช้สื่ออินเทอร์เน็ตต่อวันของกลุ่มตัวอย่างสูงสุด คือ สูงกว่า 3 ครั้งต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมา คือ วันละ 3 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมา คือ เป็นวันละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.3 และส่วนที่น้อยที่สุดเป็นวันละ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.5

- กลุ่มตัวอย่างสูงกว่าครึ่งใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นเวลาสูงกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมา คือ ใช้เวลา 1 - 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมา คือ ใช้เวลา 31-59 นาที คิดเป็นร้อยละ 8.8 รองลงมา คือ ใช้เวลาน้อยกว่า 15 นาที คิดเป็นร้อยละ 3.5 และส่วนที่น้อยที่สุด คือใช้เวลา 15-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 1.8

- สถานที่ที่เข้าใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตที่บ้านคิดเป็นร้อยละ 79.0 รองลงมา คือ ที่โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 12.3 รองลงมา คือ ร้านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 5.8 และส่วนที่น้อยที่สุด คือ บ้านญาติ/เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 3.0

- ช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในวันธรรมดา กลุ่มตัวอย่างแต่ละคนมีช่วงเวลาการเข้าใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในวันธรรมดา ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นช่วงเวลา 21.01-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 34.0 และส่วนที่เป็นช่วงเวลา 09.01-12.00 น.คิดเป็นร้อยละ 2.5 ส่วนช่วงเวลา 06.01-09.00 น. ไม่มีการเข้าใช้

- ช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในวันหยุด กลุ่มตัวอย่างแต่ละคนมีช่วงเวลาการเข้าใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในวันหยุด ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นช่วงเวลา 21.01-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 36.0 และส่วนที่น้อยที่สุดเป็นช่วงเวลา 09.01-12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 3.3 ส่วนช่วงเวลา 06.01-09.00 น. ไม่มีการเข้าใช้

- ประเภทการใช้งานบนสื่ออินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างมีระดับการให้บริการในสื่ออินเทอร์เน็ตมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 โดยมีรูปแบบบริการ 3 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าค่าเฉลี่ยรวม คือ การให้ความบันเทิง (Entertainment) เช่น เล่นเกม ฟังเพลงมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 รองลงมาคือ การสืบค้นข้อมูล (WWW) มีค่าเฉลี่ย

ในระดับที่สูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และส่วนที่น้อยที่สุด คือ การสนทนาผ่านเครือข่าย (Chat) มีค่าเฉลี่ยระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79

- เว็บไซต์ที่เข้าไปใช้และชอบสูงที่สุด คือ เว็บไซต์ กูเกิ้ล (Google.com) สูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.8 รองลงมาคือเว็บไซต์ เด็กดี (Dek-d.com) คิดเป็นร้อยละ 11.0 รองลงมา คือ ไฮไฟว์ (hi5.com) คิดเป็นร้อยละ 10.0

- เหตุผลที่เข้าไปใช้บริการเว็บไซต์ที่ชื่นชอบสูงที่สุด คือ กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลที่เข้าไปใช้บริการเว็บไซต์ที่ชื่นชอบสูงที่สุด ส่วนใหญ่จะเข้าไปเพราะสามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ คิดเป็นร้อยละ 14.0 รองลงมา คือ เพราะชอบรายการบันเทิง และมีเพื่อนเยอะดี คิดเป็นร้อยละ 5.8 รองลงมา คือ เพราะเล่นเกมและมีข่าวและสารคดีมากมาย คิดเป็นร้อยละ 5.3

5. ความพอใจต่อสื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง

- กลุ่มตัวอย่างมีความพอใจต่ออินเทอร์เน็ตมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 โดยมีความพอใจต่ออินเทอร์เน็ตที่มีค่าเฉลี่ยสูง กว่าค่าเฉลี่ยรวม 3 ข้อด้วยกัน คือ ลดและผ่อนคลายความตึงเครียดหรือเพื่อความบันเทิงอยู่ระดับสูงที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 รองลงมาคือได้ทราบข้อมูล ข่าวสาร เหตุการณ์ต่าง ๆ อยู่ระดับสูงที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และส่วนที่น้อยที่สุด คือ ได้ศึกษา ค้นคว้าและเรียนรู้ตามความต้องการอยู่ในระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

6. ความคาดหวังต่อสื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง

- ความคาดหวังต่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่ออินเทอร์เน็ตโดยรวมในระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 โดยมีความคาดหวังต่ออินเทอร์เน็ต 3 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าค่าเฉลี่ยรวม คือ สามารถเลือกรับข้อมูลได้ตามความต้องการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 รองลงมาคือ เป็นแหล่งข้อมูลในการแสวงหาความรู้ และได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ มีความทันสมัยซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93

7. การใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตในการดำเนินชีวิตประจำวันของกลุ่มตัวอย่าง

- ด้านข่าวสารสารสนเทศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตในด้านข่าวสารสารสนเทศโดยรวมในระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 โดยมีประโยชน์ 2 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าค่าเฉลี่ยรวม คือ ค้นหาและศึกษาข้อมูลหนังสือจากฐานข้อมูลห้องสมุด และเครื่องมือค้นหาบนเว็บไซต์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และสนองความต้องการอยากรู้ อยากเห็น และความสนใจทั่วไป ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70

- ด้านการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แกบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตในด้านการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แกบุคคลโดยรวมในระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 โดยมีประโยชน์ 3 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าค่าเฉลี่ยรวม คือ เป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 รองลงมาคือสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และสุดท้าย คือ ช่วยฝึกภาษา ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75

- ด้านการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตในด้านการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยรวมในระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 โดยมีประโยชน์ในข้อที่ ช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดอยู่ในระดับที่สูง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุด คือ ส่งการบ้าน หรือส่งรายงานอาจารย์ผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต และหลีกเลี่ยง หรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30

- ด้านความบันเทิง กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตในด้านบันเทิง โดยรวมในระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 โดยมีประโยชน์ 3 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าค่าเฉลี่ยรวม คือ โหลดคลิป ภาพ หนังสือ เพลง หรือเกมต่าง ๆ ช่วยผ่อนคลายความตึงเครียด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมาคือเพื่อศึกษา ค้นคว้า และเรียนรู้ตามความต้องการอยู่ในระดับที่สูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และเพื่อลดและผ่อนคลายความตึงเครียดหรือเพื่อความบันเทิงอยู่ในระดับที่สูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02

8. ปัญหาและอุปสรรคในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสื่ออินเทอร์เน็ต

- ปัญหา อุปสรรคในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต และข้อเสนอแนะอื่น ๆ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีปัญหาและอุปสรรคในเรื่องไวรัสต่าง ๆ ในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 50.8 รองลงมา คือ ไม่พบข้อมูลที่ต้องการ คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมา คือ การมีแหล่งข้อมูลทางเพศผ่านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 36.0 และปัญหาและอุปสรรคที่เป็นปัญหาที่น้อยที่สุด คือ อินเทอร์เน็ตช้า คิดเป็นร้อยละ 1.0

- ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะในเรื่องพัฒนาเรื่องความเร็ว คิดเป็นร้อยละ 5.0 รองลงมา คือ อยากให้หาอะไรก็เจอ คิดเป็นร้อยละ 2.5 รองลงมา คืออยากให้มีเว็บไซต์ที่มีความรู้เยอะ ๆ คิดเป็นร้อยละ 2.0 รองลงมาคืออยากให้มีระบบป้องกันมิจฉาชีพ คิดเป็นร้อยละ 1.8 และสุดท้าย คือ อยากให้มีค่าบริการที่ถูกลงกว่านี้ หรือฟรี คิดเป็นร้อยละ 1.0

อภิปรายผลการศึกษา

จากสรุปผลจากการศึกษาที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้ศึกษาขออภิปรายผลเพิ่มเติมในประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการศึกษา และการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 88.0 แต่อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการสุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non - probability Sampling) จึงไม่อาจสรุปเป็นการทั่วไปได้ว่า เพศชายมีการใช้และการยอมรับเทคโนโลยีด้านการสื่อสารข้อมูล หรือการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าเพศหญิง ดังนั้นในประเด็นนี้ จึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมและใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างที่อาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling)

ในทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสาร (Media Exposure Theory) ของ จอห์น เมอร์ริลล์ และราล์ฟ โลโวทีน (John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein) ได้แสดงความคิดเห็นว่า บุคคลมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเนื่องจากแรงผลักดันภายใน คือ¹

1. ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาที่เชื่อว่า มนุษย์ไม่ชอบที่จะอยู่โดดเดี่ยวตามลำพัง เพราะเกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว และไม่อยากถูกเมินเฉยจากสังคม ดังนั้นมนุษย์จึงชอบหรือพยายามรวมกลุ่มสังสรรค์ ซึ่งหากไม่สามารถติดต่อกับบุคคลอื่นได้โดยตรง ก็มักจะใช้สื่อเพื่อเป็นตัวกลางในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น ซึ่งในงานวิจัยนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้สื่ออินเทอร์เน็ตแทนเพื่อนในชีวิตจริงอยู่ในระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.54 รวมถึงกลุ่มตัวอย่างยอมรับว่าการใช้อินเทอร์เน็ตทำให้มีเพื่อนเพิ่มมากขึ้น

2. ความอยากรู้อยากเห็น ความอยากรู้อยากเห็นเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ เพราะธรรมชาติของมนุษย์จะความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเองมากที่สุด ไม่ว่าจะสิ่งนั้นจะเป็นวัตถุสิ่งของ ความคิดหรือการกระทำ นอกจากนั้น พฤติกรรมอยากรู้อยากเห็น อาจเป็นความอยากรู้อยากเห็นในแง่ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและ

¹John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein ,1971, อ้างถึงใน มนต์ชัย ศรีเพชรน้อย, "ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร," (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547), น. 13-14.

ทางอ้อม หรืออาจเป็นผลกระทบต่ผู้อื่น ซึ่งผลจากการศึกษาคั้งนี้ ยืนยันแนวคิดของ จอห์น เมอร์ริลล์ และราล์ฟ โลโวทีน (John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein) ในประเด็นนี้ กล่าวคือ ผลจากการศึกษาคั้งนี้พบว่า การใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันเพื่อสนองตอบความอยากรู้ อยากรูเห็น มีค่าเฉลี่ยสูงถึง 3.70

3. ประโยชน์ที่ตนเองสามารถใช้สอย โดยพื้นฐานมนุษย์เป็นผู้ที่มีความเห็นแก่ตัว ซึ่งในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสาร ดังนั้นมนุษย์จึงต้องการแสวงหาข่าวสาร และใช้ข่าวสารเพื่อสร้างประโยชน์ต่อตนเอง เช่น ทำให้ความคิดของตนบรรลุผลเพื่อเสริมความเด่นของตน และทำให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย ปลอดภัย รวมทั้งได้รับข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสนุกสนาน บันเทิง ซึ่งผลจากการศึกษาคั้งนี้ ยืนยันแนวคิดของ จอห์น เมอร์ริลล์ และราล์ฟ โลโวทีน (John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein) ในประเด็นนี้ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่าง ได้ใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อเข้าชม หรือโหลดคลิป ภาพ หนังสือ เพลง หรือเกมต่าง ๆ ทางอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.57 รวมทั้งมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสมัครสมาชิก กลุ่ม หรือชมรมต่าง ๆ อยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.49

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อ สื่อแต่ละประเภทมีลักษณะเฉพาะ ทำให้เมื่อผู้รับข่าวสาร แต่ละบุคคลเปิดรับสื่อ จะพิจารณาจากสื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ ซึ่งผลจากการศึกษาคั้งนี้ ยืนยันแนวคิดของ จอห์น เมอร์ริลล์ และราล์ฟ โลโวทีน (John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein) ในประเด็นนี้ กล่าวคือ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมต่ออินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 3.99 โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในแง่ที่ว่า ช่วยลดและผ่อนคลายความตึงเครียดให้กับตนเอง อยู่ในระดับสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.28

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย พักอาศัยอยู่กับบิดา มารดา มีรายได้ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 1,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้ศึกษาเรื่อง “รายงานผลการสำรวจการมีการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศ” ในปี พ.ศ. 2549 รวมทั้งผลงานศึกษาของเอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ² ที่ได้ดำเนินการสำรวจเรื่อง “พฤติกรรมและผลกระทบของการใช้อินเทอร์เน็ตจากกลุ่มเยาวชน:กรณีศึกษาเยาวชน

²สำนักวิจัยเอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, “พฤติกรรมและผลกระทบของการใช้อินเทอร์เน็ตจากกลุ่มเยาวชน:กรณีศึกษาเยาวชนอายุ 15-24 ปีที่ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร,” <<http://www.abacpoll.com>>, 19 พฤศจิกายน 2550.

อายุ 15-24 ปีที่ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร” และสอดคล้องกับแนวคิดของเดอเฟลอร์ (DeFleur)³ ที่กล่าวไว้ว่า แต่ละคนย่อมมีความแตกต่างกัน ความแตกต่างนี้มีอิทธิพลถึงพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารและการเลือกใช้สื่อของผู้รับสาร รวมถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร ความแตกต่างในการเปิดรับข่าวสารของบุคคลมีผลมาจากลักษณะประชากรศาสตร์เฉพาะตัวของแต่ละบุคคล ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ซึ่งมีอิทธิพลทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการสื่อสารเหมือนกัน

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นต่อสื่ออินเทอร์เน็ตในระดับที่สูง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 โดยมีความคิดเห็นในเรื่องอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งค้นคว้าหาความรู้ใหม่ ๆ อยู่ในระดับที่สูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 สิ่งที่น่าสังเกตจากการศึกษารั้งนี้ก็คือ จากค่าเฉลี่ยรวมวิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อสื่ออินเทอร์เน็ตในแง่ที่ดี

แม้ผู้ศึกษาจะได้สร้างแบบสอบถามด้วยการป้อนข้อความในประเด็นที่เป็นข้อเสียของสื่ออินเทอร์เน็ตก็ตาม กลุ่มตัวอย่างก็ยังคงให้ความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยต่อสื่ออินเทอร์เน็ตในแง่ดี ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของอินเทอร์เน็ตแก้ปัญหาให้สังคมแต่ในขณะเดียวกันก็ก่อปัญหาให้กับสังคมเช่นกัน อินเทอร์เน็ตเต็มไปด้วยการลวงล้าลิสิตีส่วนบุคคล หรืออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ส่งเสริมการละเมิดลิขสิทธิ์ทางปัญญา แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครที่สำรวจในครั้งนี้มีการยอมรับสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ถ้าพูดถึงอินเทอร์เน็ตจะนึกถึง ไฮไฟว์ (hi5) สูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.3 ซึ่งกล่าวได้ว่า ไฮไฟว์ (hi5) เป็นเว็บไซต์ที่กำลังเป็นที่นิยมของกลุ่มวัยรุ่น เพราะสามารถช่วยให้วัยรุ่นได้ค้นหาเพื่อนเพิ่มมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวัยรุ่นในเรื่องของชีวิตวัยรุ่น ความสนใจ และความต้องการต่าง ๆ ของกลุ่มวัยรุ่น เนื่องจากวัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องเรียนรู้ตนเอง เรียนรู้ผู้อื่น เรียนรู้สังคมและการเปลี่ยนแปลง และเรียนรู้ความจริงแห่งชีวิต รวมทั้งยังสอดคล้องกับทฤษฎีการเปิดรับสาร ซึ่ง แคลปเปอร์ (Klapper)⁴ กล่าวว่า การเปิดรับข่าวสาร เป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์ของมนุษย์ในชีวิตประจำวัน การเปิดรับข่าวสารจะทำอย่างเป็นขั้นตอน รวมทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และ

³ กาญจนา แก้วเทพ, สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา, น. 302.

⁴ พิระ จิโรโสภณ, “ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน,” ใน หลักและทฤษฎีการสื่อสาร (นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2540), น. 84-85.

คอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค)⁵ ที่ผลการศึกษาพบว่า เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ยังเป็นชนกลุ่มใหญ่ที่นิยมกิจกรรมออนไลน์สุดฮิตในยุคนี้ ทั้งการสนทนาออนไลน์ การเล่นเกม การอ่านหรือเขียนบล็อก และเว็บบอร์ดมากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ และมีความคิดเห็นต่อสื่ออินเทอร์เน็ตในระดับที่สูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 โดยมีความคิดเห็นในเรื่องอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งค้นคว้าหาความรู้ใหม่ ๆ อยู่ในระดับที่สูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 โดยกลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลในการเปิดรับอินเทอร์เน็ตในระดับที่สูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 จากผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลในการเปิดรับอินเทอร์เน็ตในระดับที่สูงกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมโดยใช้สื่ออินเทอร์เน็ต 7 วัน ต่อสัปดาห์ หรือทุกวัน โดยการใช้เวลาสูงกว่า 2 ชั่วโมงต่อการใช้ 1 ครั้ง ซึ่งเป็นตัวเลขที่สอดคล้องกับงานศึกษาของ ธนัสต์ เกษมไชยานันท์⁶ ที่ได้ทำการศึกษาเมื่อ ปี พ.ศ. 2544 ซึ่งกล่าวได้ว่า ยิ่งเวลาผ่านไป ยิ่งมีผู้สนใจเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตสูงขึ้น อาจเป็นเพราะนับวันสื่อนี้ยิ่งใกล้ตัวเราสูงยิ่งขึ้น และปัจจุบันสื่ออินเทอร์เน็ตก็เป็นเสมือนอีกหนึ่งช่องทางของการสื่อสาร การหาข้อมูลข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ตก็เป็นเรื่องง่ายกว่าแต่ก่อน ตัวอย่างเช่น แม้แต่หน่วยงานราชการ ยังต้องมีเว็บไซต์ของตนเอง เพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการสื่อสารกับประชาชน

สถานที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ต คือ ที่บ้าน อีกทั้งช่วงเวลาที่กลุ่มเป้าหมายใช้สื่ออินเทอร์เน็ตสูงที่สุดในวันธรรมดา คือ 21.01-24.00 น. และในวันหยุดคือ 21.01-24.00 น. เนื่องจากสถานที่และช่วงเวลาดังกล่าวสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นนักเรียน ซึ่งสอดคล้องกับการสำรวจศึกษาของ ธนัสต์ เกษมไชยานันท์ ศุภอักษร ปรีดาสุทธิจิตต์⁷ และมนต์ชัย ศรีเพชรนัย⁸ ที่พบว่ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ใช้การสื่อ

⁵ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค), "กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประจำปี พ.ศ. 2550," <<http://www.nectec.or.th/internet>>, 31 ธันวาคม 2550.

⁶ ธนัสต์ เกษมไชยานันท์, "ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ (Web-Site) ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร," (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545), น. บทคัดย่อ.

⁷ ศุภอักษร ปรีดาสุทธิจิตต์, "พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย กรณีศึกษาโรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาพัฒนาการ," (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2545), น. บทคัดย่อ.

อินเทอร์เน็ตที่บ้าน รวมถึงสอดคล้องกับการสำรวจศึกษาของ อรรอุมา ศรีสุทธิพันธ์⁹ ที่พบว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่นิยมใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงเวลากลางคืน คือ 21.01-24.00 น.

ส่วนประเภทการใช้งานบนสื่ออินเทอร์เน็ตที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมใช้กัน นั่นคือ การให้ความบันเทิง (Entertainment) เช่น เล่นเกม ฟังเพลง สอดคล้องกับแนวคิดของแม็กซ์เวลล์ อี แม็คคอมบ์ และลี บี เบคเคอร์ (Maxwell E. McCombs and Lee B. Becker) ที่ทำการศึกษา พฤติกรรมของผู้รับสารเกี่ยวกับการใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการ เนื่องจากวัยรุ่นเป็นวัยที่มีความต้องการรวมทั้งความสนใจในเรื่องตอบสนองต่อความต้องการของตนเองเป็นหลัก รวมทั้งสอดคล้องกับแนวคิดสื่อใหม่ ของไมค์ โฮลลิ่งเวิร์ท (Mike Hollingsworth)¹⁰ ได้กล่าวไว้ว่าสื่อในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปมาก โดยเฉพาะสื่อในเรื่องของความบันเทิง และข้อมูลข่าวสารที่ส่งไปยังผู้รับสาร ซึ่งในปัจจุบันสื่อต่าง ๆ นั้นล้อมรอบไปด้วยสื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) และเทคโนโลยีต่าง ๆ สื่อต่าง ๆ มีการการติดต่อสื่อสารที่คล้ายกันแทบทุกสื่อไม่ว่าจะเป็น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์

เว็บไซต์ที่กลุ่มตัวอย่าง มีความชอบและเข้าไปใช้บริการเว็บไซต์สูงสุดคือ กูเกิ้ล (Google.com) เหตุผลเพราะเป็นเว็บไซต์เพื่อค้นหาข้อมูลได้หลากหลาย ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ว่า ธรรมชาติของสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นเปรียบเสมือนกับห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์ขนาดใหญ่ ซึ่งเต็มไปด้วยข้อมูลที่มีข้อความและภาพ และเป็นแหล่งรวมของความรู้ต่าง ๆ จากทั่วทุกมุมโลกเอาไว้ด้วยกัน ฉะนั้น กิจกรรมส่วนใหญ่ที่คนมุ่งเน้นในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต จึงยังคงเป็นการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของจอห์น เมอร์ริลล์ และราล์ฟ โลโวทีน (John C.

⁸ มนต์ชัย ศรีเพชรน้อย, "ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร," (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547), น. บทคัดย่อ.

⁹ อรรอุมา ศรีสุทธิพันธ์, "ความคิดเห็นและพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร," (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545), น. บทคัดย่อ.

¹⁰ Mike Hollingsworth, How to Get In to Television, Radio and New media (London: Continuum International Publishing Group, 2003), pp. 37-38.

Merrill and Ralph L. Lowenstein)¹¹ ได้กล่าวไว้ว่า เหตุผลหนึ่งในการเปิดรับข่าวสารนั้นมาจากการแสวงหาข่าวสารเพื่อประโยชน์การใช้สอย และ ด้านลักษณะเฉพาะของสื่อ สื่อแต่ละประเภทมีลักษณะเฉพาะทำให้เมื่อผู้รับข่าวสารแต่ละบุคคลเปิดรับสื่อ จะพิจารณาจากสื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ และสามารถนำไปปรับใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันได้

ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่ออินเทอร์เน็ตสูงที่สุดคือ การลดและผ่อนคลายความตึงเครียดหรือเพื่อความบันเทิง เช่น การชมโทรทัศน์ หรือการฟังวิทยุยังพบน้อยสูง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ แคทซ์ (Katz)¹² และคณะซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเลือกบริโภคสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง บุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ที่มีความตั้งใจ และมีความต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน เพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่าง ๆ กัน

ความคาดหวังต่ออินเทอร์เน็ต จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่ออินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับสูง โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่ออินเทอร์เน็ตในด้านสามารถเลือกรับข้อมูลได้ตามความต้องการสูงที่สุดคือ ซึ่งความคาดหวังที่เกิดขึ้นนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต เนื่องจากสามารถเลือกรับข้อมูลได้ตามความต้องการสูงที่สุด ดังนั้นจึงเกิดความคาดหวังที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ สามารถเลือกรับข้อมูลได้ตามความต้องการ สอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อแมคเคवल และเกอริวิตซ์ (McQuail and Gurevitch) ได้แสดงความเห็นเกี่ยวกับแนวทฤษฎีนี้ว่า ในการนำแนวทฤษฎีนี้มาประยุกต์ใช้กับการศึกษาผู้รับสารนั้น พฤติกรรมการเปิดรับสื่อถูกมองว่าเป็นพฤติกรรมอิสระ ซึ่งผู้รับสารแสวงหา

¹¹John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein, 1971, อ้างถึงใน มนต์ชัย ศรีเพชรน้อย, "ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร," (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547), น. 13-14.

¹²E. Katz, J.G. Blumler and M. Gurevitch, 1974, อ้างถึงใน จรินทร์ ธนาศิลปกุล, "การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อเว็บไซต์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์," (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545), น. 13-22.

เพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ฉับพลัน (Immediate Benefits) หรือผลประโยชน์ที่จะตามมาในอนาคต (Delayed Benefits) ซึ่งล้วนแต่เป็นผลประโยชน์ที่ผู้รับสามารถมองเห็นและต้องการ¹³

ประโยชน์ที่ได้รับจากสื่ออินเทอร์เน็ต แบ่งออกเป็นด้านต่าง ๆ ดังนี้

- ด้านข่าวสารสารสนเทศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับประโยชน์จากการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อค้นหาและศึกษาข้อมูลหนังสือจากฐานข้อมูลห้องสมุด และเครื่องมือค้นหาบนเว็บไซต์ มีสูงที่สุด

- ด้านการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับประโยชน์จากการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ สูงที่สุด

- ด้านการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม พบว่ากลุ่มตัวอย่างได้รับประโยชน์จากการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ แมคควอล (McQuail)¹⁴ กล่าวว่ แนวทางการศึกษาตามทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้ได้ให้ความสำคัญกับการเลือก การรับรู้และการตอบสนองต่อสื่อของผู้รับสารเป็นหลัก ซึ่งหัวใจหลักของข้อตกลงพื้นฐานตามทฤษฎีนี้คือ ผู้รับสารนั้นรู้ตัวอยู่เสมอและเป็นผู้เลือกสรรช่องทางและเนื้อหาที่เขาต้องการด้วยตนเอง ความเชื่ออีกความเชื่อหนึ่งตามทฤษฎีนี้คือผู้รับสารสามารถเรียนรู้และจะจำความหมายของประสบการณ์ที่ได้รับผ่านสื่อได้ด้วยตนเอง ซึ่งเป็นทั้งกระบวนการตอบสนองต่อสื่อและกระบวนการทางจิตใจ อาจกล่าวได้ว่าการศึกษาในเรื่องการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจของมนุษย์เป็นแนวคิดที่มีความเชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไร จากสื่อใด และสารอะไรจึงจะสนองความพอใจของตนได้ เป็นการเน้นความสำคัญของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสารผู้รับสารไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น หากแต่จะเลือกใช้สื่อและรับสารที่สามารถสนองความต้องการและความพอใจของตน ดังจะเห็นว่าแนวคิดนี้ มักจะเรียกผู้รับสารว่า “ผู้ใช้” (User) แทนที่จะเรียกผู้รับสาร (Audience/Receiver) อย่างที่เคยเรียกกันโดย

¹³McQuail and Gurevitch, 1974, อ้างถึงใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร (กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534), น. 93.

¹⁴Dennis McQuail, 1995, อ้างถึงใน จรินทร์ ธนาศิลปกุล, “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเว็บไซต์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545), น. 19-20.

แนวคิดดังกล่าวทำให้ความสำคัญกับผู้รับสารในฐานะตัวจักรสำคัญที่สามารถตัดสินใจโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตัวเองเป็นหลัก

มุมมองในเรื่องชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการสูงสุดคือ ความอิสระซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดวัยรุ่น ของสุชา จันทน์เอม¹⁵ กล่าวถึงความต้องการของมนุษย์ โดยเฉพาะวัยรุ่นมักขึ้นอยู่กับค่านิยมที่แต่ละคนยึดถือและอิทธิพลของกลุ่มที่ตนเข้าร่วม ซึ่งสามารถสรุปความต้องการของวัยรุ่นได้ดังนี้ ความต้องการความเป็นอิสระ ความต้องการนี้จะรุนแรงมากในวัยรุ่น เพราะเป็นวัยที่อยู่ระหว่างวัยเด็กและวัยผู้ใหญ่ วัยรุ่นจะพยายามแสวงหาความจริง พยายามยืนหยัดด้วยตนเองและแสดงออกซึ่งความเป็นตัวของตัวเอง ไม่ชอบให้ผู้ใหญ่มากำกว่า ไม่ชอบให้ใครมาสอน มาคอยช่วยเหลือ บางคนจึงทำอะไรโดยที่ผู้ใหญ่ไม่รู้ไม่เห็น

ส่วนบุคคลที่เป็นฮีโร่ของกลุ่มตัวอย่างสูงสุดคือ กลุ่มดารา นักร้อง นักแสดง ส่วนสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าสำคัญที่สุดในชีวิตสูงสุดคือ ครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดวัยรุ่น ตามที่สุชา จันทน์เอม ได้กล่าวว่า ความต้องการของมนุษย์โดยเฉพาะวัยรุ่นมักขึ้นอยู่กับค่านิยมที่แต่ละคนยึดถือและอิทธิพลของกลุ่มที่ตนเข้าร่วม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นใช้อินเทอร์เน็ตใช้เพื่อติดตามข่าวสารของ ดารา นักร้อง ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.19 นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต จากตัวแบบในการหาพฤติกรรม เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้ตนเอง ในระดับสูง เช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.46

ในเรื่องความสนใจของวัยรุ่น ฉวีวรรณ สุขพันธ์ไพฑารามกล่าวไว้ส่วนหนึ่งว่า วัยรุ่นมีความสนใจแสวงหาความอิสระในตัวเอง และสนใจในการพักผ่อนหย่อนใจกับ เกม กีฬา ดุ ภาพยนตร์ ดูโทรทัศน์ ฟังวิทยุ เป็นต้น ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ ได้ผลสอดคล้องกัน โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างซึ่งอยู่ในวัยรุ่น มีความคาดหวังต่อชีวิตในด้านความเป็นอิสระ มากที่สุด ซึ่งมีจำนวนร้อยละ 61.3 ในขณะเดียวกัน ในด้านการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์ในด้านการติดตามข่าวสารด้านบันเทิง และการดลคศิลป์ ภาพ หนังส เพลง ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.19 และ 4.26 ตามลำดับ

¹⁵ สุชา จันทน์เอม, *จิตวิทยาพัฒนาการ* (กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2536), น.

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากผลการศึกษาพบว่า เว็บไซต์ที่กลุ่มเป้าหมายชื่นชอบเข้าไปใช้มากที่สุดเป็นอันดับแรกคือ กูเกิ้ล (Google.com) ดังนั้นในการวางแผนสื่อโฆษณาเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น จึงควรพิจารณาเว็บไซต์ดังกล่าวซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่กลุ่มวัยรุ่นนิยม เพื่อที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นได้มากที่สุด

2. จากผลการศึกษาพบว่า เหตุผลที่กลุ่มวัยรุ่นต้องการคือ เพื่อสืบค้นข้อมูล และเพื่อความบันเทิง ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อวงการศึกษาวิจัย ดังนั้นรัฐบาลควรที่จะเข้ามามีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนใช้ช่องทางนี้เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของกลุ่มวัยรุ่นในการแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร จากทั่วทุกมุมโลกได้อย่างรวดเร็ว และทันต่อเหตุการณ์ รวมทั้งยังเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารอีกช่องทางหนึ่งที่ไม่ถูกจำกัดด้วยระยะทาง และระยะเวลาที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

3. สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่กลุ่มเป้าหมายไม่สามารถสร้างการรับรู้ได้โดยตรง ดังนั้นในการสร้างหรือกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ จึงจำเป็นต้องใช้สื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเปิดรับ เช่น การโฆษณาในโทรทัศน์เกี่ยวกับบริการในสื่ออินเทอร์เน็ต ทั้งนี้เนื่องจากสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่รวมคุณสมบัติข้อดีของสื่อประเภทอื่น ๆ มาไว้ด้วยกัน เช่น ผู้รับชมสามารถได้เห็นตัวอักษรเช่นเดียวกับการอ่านหนังสือพิมพ์ หรือสามารถได้ยินเช่นเดียวกับการฟังวิทยุ ดังนั้นสื่อโทรทัศน์จึงทำให้ผู้รับชมเกิดความทรงจำได้นาน รวมถึงสื่อโทรทัศน์มีส่วนเกี่ยวข้องในการปลูกฝังค่านิยม ความคิดและทัศนคติต่าง ๆ ให้กับผู้รับชม ทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการความรู้จัก และสนใจที่จะเข้าไปค้นหาข้อมูลในสื่ออินเทอร์เน็ตต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับงานศึกษาในครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้มีข้อจำกัด ในด้านงบประมาณ และระยะเวลาในการศึกษา จึงทำให้สามารถทำการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้รูปแบบการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) เฉพาะกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คนเท่านั้น หากมีเวลาและงบประมาณมากกว่านี้ ควรจะเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่าง รวมไปถึงศึกษากับกลุ่มวัยรุ่นในเขตปริมณฑลด้วย

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาในเรื่องของ พฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตในการดำเนินชีวิตประจำวันของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม เป็นเชิงกว้าง โดย

การศึกษาครั้งต่อไปจึงควรจะศึกษาลงไปในแต่ละรายการ รวมไปถึงทำศึกษาเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ ผู้ให้บริการเว็บไซต์ต่าง ๆ และผู้ใช้บริการ (กลุ่มวัยรุ่น) เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนและปรับปรุงเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ ซึ่งจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น

3. ในเรื่องการดำเนินชีวิตประจำวัน การศึกษาตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ เช่น อายุ เพศ การศึกษา ฯลฯ มาใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งผู้รับสารนั้น ตัวแปรเหล่านี้เป็นเพียงปัจจัยภายนอก (**Exogenous Factor**) เท่านั้น แต่ยังมีปัจจัยภายใน (**Endogenous Factor**) ซึ่งได้แก่ ความต้องการ แรงจูงใจ ความคาดหวัง แรงจูงใจ ความคาดหวัง ทักษะ ทักษะ ความสนใจ ฯลฯ ที่สามารถเป็นประเด็นศึกษาศึกษา ในเชิงลึกต่อไป โดยเฉพาะการศึกษาในเชิงคุณภาพ นอกจากนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้ศึกษาควรหยิบยกเอารูปแบบการดำเนินชีวิต **AIO** ทั้ง 3 ด้านมาศึกษา ไม่ว่าจะเป็น ด้านกิจกรรม (**Activities**) ด้านความสนใจ (**Interests**) และด้านความคิดเห็น (**Opinion**) ก็จะทำให้การศึกษามีตัวแปรในเชิงลึกสูงยิ่งขึ้น