

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง "ทัศนคติกับการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดียในโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการสื่อสารของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร" เป็นการศึกษาถึงทัศนคติของวัยรุ่นรวมถึงการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดียในโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการสื่อสาร รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดียในกลุ่มวัยรุ่นเพื่อเป็นประโยชน์แก่บุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เก็บข้อมูลครั้งเดียวจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นที่ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามที่ผู้ตอบกรอกแบบสอบถามเอง (Self-Administered Questionnaire) ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบผสมผสาน (Mix Method Sampling) คือ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) และการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling)

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนวัตกรรมมัลติมีเดียในโทรศัพท์เคลื่อนที่ของวัยรุ่น
2. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์กับปริมาณการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดียในโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการสื่อสารของวัยรุ่น
3. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์กับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดียในโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการสื่อสารของวัยรุ่น
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างกับปริมาณการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดียในโทรศัพท์เคลื่อนที่กับการใช้มัลติมีเดียในโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการสื่อสารของวัยรุ่น
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างกับวัตถุประสงค์ในการใช้มัลติมีเดียในโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการสื่อสารของวัยรุ่น

ผลการวิจัยพบว่า

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อทั้งในเรื่องของความถี่ในการเปิดรับ และระยะเวลาในการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนวัตกรรมมัลติมีเดีย นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนวัตกรรมมัลติมีเดียไม่แตกต่างกัน
2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์โดยทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ (ยกเว้นตัวแปรรายได้) ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้นวัตกรรม

มัลติมีเดียในโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการสื่อสาร ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องจากกลไกด้านราคา กล่าวคือ การรับส่ง MMS ในแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายมากกว่าการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อโทรออก อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างจัดอยู่ในช่วงวัยรุ่น และมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ถึงร้อยละ 74.3 จึงทำให้ตัวแปรด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ มีพฤติกรรมการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดียไม่แตกต่างกัน มีเพียงตัวแปรด้านรายได้ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดียในโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการสื่อสาร โดยพบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดีย ทั้งระยะเวลาในการใช้และความถี่ในการใช้ กล่าวคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกันมีผลทำให้มีระยะเวลาการใช้และความถี่ในการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดียเพื่อการสื่อสารแตกต่างกัน

3. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ (ยกเว้นตัวแปรด้านอาชีพ) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดียในโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีเพียงตัวแปรด้านอาชีพเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดียในโทรศัพท์เคลื่อนที่ นอกจากนี้ยังพบประเด็นที่น่าสนใจพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะมีทัศนคติในทางที่ด้อยต่อการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดียเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัท/ห้างร้าน เอกชน และอาชีพอื่นๆ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4. ทัศนคติที่มีต่อนวัตกรรมมัลติมีเดียไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดียในโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการสื่อสารของวัยรุ่น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดียน้อยกว่า 1 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.5 และมีปริมาณการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดีย 1-2 ครั้งต่อวัน อาจเป็นไปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีปริมาณการใช้น้อย จึงทำให้ทัศนคติกับปริมาณการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดียไม่แตกต่างกัน

5. ทัศนคติที่มีต่อการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดียมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการใช้มัลติมีเดียในโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการสื่อสารของวัยรุ่น แต่มีข้อสังเกตที่ว่า ทัศนคติที่มีต่อการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดียมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับวัตถุประสงค์ในการใช้มัลติมีเดีย