

**ความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักเศรษฐกิจพอเพียง
กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัย
ในกรุงเทพมหานคร¹**

**Correlation between Thai College Student's Exposure of Media Content
on the Philosophy of Sufficiency Economy and Their Media Uses
and Gratifications**

ทัศนัย สุนทรวิภาต²

Thatsanai Sundaravibhata

¹ งานวิจัยได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ E-mail: thatsanai.s@bu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร จำนวน 422 คน โดยใช้รูปแบบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงประเภทโทรทัศน์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจจากสื่อ ($r = .15$, $p < .05$) และการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงประเภทอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ ($r = .23$ และ $.20$, $p < .01$ ตามลำดับ)

Abstract

Using quantitative approach, this research aimed to examine correlations between Thai college students' exposure of media content on the Philosophy of Sufficiency Economy and their media uses and gratifications. Sample consists of 422 Thai college students in the Bangkok Metropolitan areas. Findings indicate positive correlations between samples' exposure of television content on the Philosophy of Sufficiency Economy and their media gratifications ($r = .15$, $p < .05$). Positive correlations between samples' exposure of the Internet content on the Philosophy of Sufficiency Economy and their media uses ($r = .23$, $p < .01$), and gratifications ($r = .20$, $p < .01$) were also found.

คำสำคัญ: การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์จากสื่อ ความพึงพอใจจากสื่อ หลักเศรษฐกิจพอเพียง

Keyword: Media exposure, Media use, Media gratification, Sufficiency economy paradigm

บทนำ

กระแสแห่งโลกาภิวัตน์ส่งผลให้สังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม อีกทั้งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของผู้คนมากขึ้น โดยเฉพาะส่งผลต่อผู้ใหญ่นั้นหากส่งผลกระทบต่อเยาวชนด้วยเช่นกัน เนื่องจากเยาวชนเป็นวัยแห่งการค้นหา อยากรเรียนรู้ อยากรลอง ชอบเลียนแบบ และแสวงหาการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน (โสภณัท นุชนาถ. 2542: 238) ประกอบกับอิทธิพลของสื่อที่มักนำเสนอภาพลักษณ์ของคอนรู้นใหม่ที่ใช้ชีวิตที่ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะกลุ่มนิสิตนักศึกษาที่นักรถลาดต่างยอมรับว่ากลุ่มนิสิตนักศึกษาเป็นลูกค้ำกลุ่มเป้าหมายที่มีการตัดสินใจเร็วมีกำลังซื้อสูง (เพลินทิพย์ โกเมศโสภา: และ ชัชพงศ์ ตั้งมณี. 2534:1) ซึ่งแอทกิน (Atkin. 1972 :188-199) กล่าวว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาในการดำเนินชีวิตที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงมีพระราชดำรัสชี้แนะแก่พสกนิกรชาวไทยมาโดยตลอดนานกว่า 30 ปี โดยเน้นแนวทางแก้ไขปัญหิต่าง ๆ เพื่อให้รอดพ้นวิกฤต และเป็นแนวทางการพัฒนาให้ก้าวหน้าไปอย่างเป็นขั้นตอนบนหลักแนวคิดพึ่งตนเอง มีคุณธรรมกำกับความรู้ เพื่อให้เกิดความพอมี พอกิน พอใช้ และมีความสุข ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งปัจจุบันมีการนำเสนอรายการหรือเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันในสื่อประเภทต่าง ๆ เช่น บทละครโทรทัศน์ที่มีการ

สอดคล้องเรื่องราวเกี่ยวกับแนวคิดหรือปรัชญาในการดำเนินชีวิตตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง รายการสารคดี สารคดีเชิงข่าว ตลอดจนข่าวสารดังกล่าวที่มีการเผยแพร่ผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อให้ผู้รับสื่อเห็นแนวทางและเข้าใจการดำเนินชีวิตตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ทั้งนี้การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อของผู้รับสาร คือ การศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับสภาวะทางสังคมและจิตใจที่ก่อให้เกิดความต้องการจำเป็นของบุคคล และมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ ก่อให้เกิดผล คือ การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการและผลอื่น ๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ให้ความหมายตัวแปรที่ศึกษา ดังนี้

1. การเปิดรับสื่อ หมายถึง ปริมาณการเปิดรับสื่อที่เสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงในหนึ่งวันจากสื่อประเภทโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตของนักศึกษา
2. การใช้ประโยชน์จากสื่อ หมายถึง การนำข้อมูลข่าวสาร การดำเนินชีวิต หลักคิดตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงที่ได้รับจากสื่อโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันของนักศึกษา
3. ความพึงพอใจจากสื่อ หมายถึง ระดับความพอใจของนักศึกษาต่อข้อมูลข่าวสาร การดำเนินชีวิต หลักคิดตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงที่นักศึกษาได้รับจากสื่อโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต

ความมุ่งหมายของการวิจัย

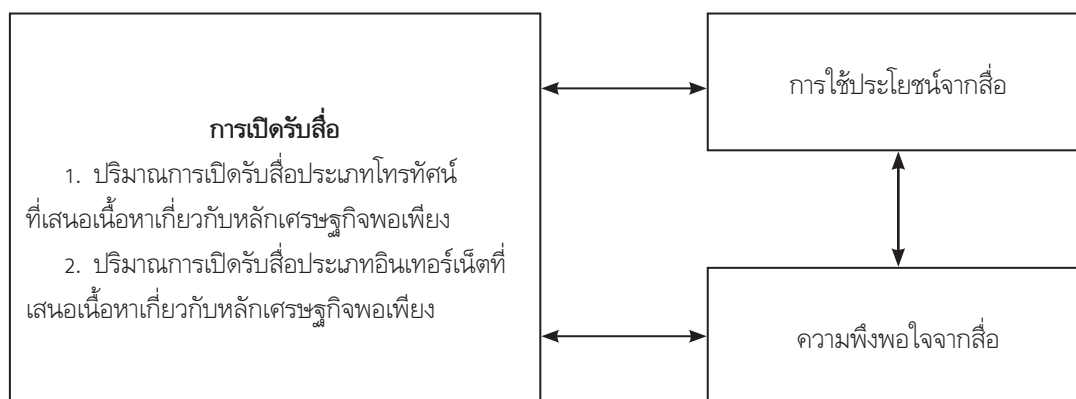
1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงจากสื่อประเภทโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปริมาณการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงจากสื่อประเภทโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตกับการใช้ประโยชน์จากสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปริมาณการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงจากสื่อประเภทโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตกับความพึงพอใจจากสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์กับสื่อกับความพึงพอใจจากสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ดังนี้

1. ทฤษฎีการเปิดรับสื่อ (Media exposure theory) แมคคอมบส์และเบคเกอร์ (McCombs; & Becker. 1979: 51-52) ได้อธิบายไว้ว่า มนุษย์มีเหตุผลในการเลือกใช้สื่อหรือเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกันไปและเหตุผลนั้นทำให้มนุษย์เลือกที่จะใช้สื่อมวลชนต่างประเภทกัน โดยเหตุผลในการติดตามข่าวสารของบุคคลจากการใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการแบ่งออกเป็น 6 ประการ คือ 1) เพื่อต้องการรับรู้เหตุการณ์ (Surveillance) 2) เพื่อต้องการช่วยในการตัดสินใจ (Decision) 3) เพื่อการสนทนา (Discussion) 4) เพื่อต้องการมีส่วนร่วม (Participation) 5) เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น (Reinforcement) และ 6) เพื่อความบันเทิง (Entertainment) นอกจากนี้ประม อดเวทิน (2546: 121-122) ได้กล่าวถึงตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสาร คือ กระบวนการเลือกสรร (Selective processes) มี 4 กระบวนการที่มีความต่อเนื่องกัน คือ 1) การเลือกเปิดรับหรือการเลือกใช้สื่อมวลชน (Selective exposure) 2) การเลือกให้ความสนใจ (Selective attention) 3) การเลือกรับรู้หรือการเลือกตีความหมาย (Selective perception or selective interpretation) และ 4) การเลือกจดจำ (Selective retention)

2. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and gratification theory) เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญแก่ผู้รับสารว่าผู้รับสารเลือกใช้สื่อประเภทใดและเลือกรับสารเพื่อสนองความต้องการของตนโดยมีพื้นฐานจากความต้องการ 5 ประการของมาสโลว์ (Maslow, 1970: 35-47) คือ 1) ความต้องการทางกายภาพ (Physiological needs) 2) ความต้องการด้านความปลอดภัยและมั่นคง (Safety needs) 3) ความต้องการความรักและความเป็นพวกเดียวกัน (Belongingness and love needs) หรือความต้องการทางสังคม 4) ความต้องการทางด้านเกียรติยศหรือการรู้จักคุณค่าของตน (Esteem needs) 5) ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต (Need for self-actualization) โดยเดทซ์ บลัมเลอร์ และกรูวิทซ์ (Katz; Blumler; & Gurevitch, 1973-74: 509-510) ได้ศึกษาแนวทางการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ คือ การศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับ 1) สภาวะทางสังคมและจิตใจก่อให้เกิด 2) ความต้องการจำเป็นของบุคคลและเกิดมี 3) ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่ 4) การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กันอันก่อให้เกิดผล คือ 5) การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ และ 6) ผลอื่น ๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้ รวมถึงงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อของนักศึกษา ได้แก่ งานวิจัยของ ลูติ วิทยาธรณะและลลฎาภา เหลืองอ่อน (2555) และงานวิจัยของดวงทิพย์ เจริญรุกษ์ เพื่อนโซติ (2556) เป็นแนวทางในการศึกษา



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ได้แก่ มหาวิทยาลัยของรัฐ จำนวน 20 แห่ง และมหาวิทยาลัยเอกชน จำนวน 26 แห่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 836,568 คน (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2557: ออนไลน์)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 422 คน โดยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage sampling) (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2542: 8-15) ดังนี้

2.1 สุ่มมหาวิทยาลัยด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified sampling) โดยแบ่งเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐ (มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์) และมหาวิทยาลัยเอกชน (มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย)

2.2 สุ่มคณะด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ โดยแบ่ง 2 ชั้นภูมิตามสาขาวิชา และแต่ละชั้นภูมิสุ่มเลือก 2 คณะ คือ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (คณะมนุษยศาสตร์ และคณะนิเทศศาสตร์) และสาขาวิทยาศาสตร์ (คณะวิศวกรรมศาสตร์ และคณะวิทยาศาสตร์)

2.3 เลือกนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1-4 โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมตามแนวคิดของแฮร์ (Hair; et al. 2006: 245) คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 10-20 คน ต่อ ตัวแปรในงานวิจัย 1 ตัวแปร กล่าวคือ งานวิจัยนี้มีตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด 4 ตัวแปร ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย รวมจำนวนทั้งสิ้น 422 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามมี 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักเศรษฐกิจพอเพียง โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามรายงานปริมาณเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตในช่องคำตอบที่กำหนดไว้

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากสื่อ เป็นแบบวัดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยใช้แนวคำถามส่วนหนึ่งจากงานวิจัยของอรุณี ตันศักดิ์ตา (2553) เป็นข้อคำถามแบบมาตรวัดประเมินค่า 6 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยมาก และน้อยที่สุด โดยกำหนดคะแนนของคำตอบแต่ละระดับตั้งแต่ระดับมากที่สุด 6 คะแนน และลดลงจนถึงระดับต่ำสุด 1 คะแนน ผู้ที่ได้คะแนนสูงกว่าค่าเฉลี่ยแสดงว่าเป็นผู้มีการใช้ประโยชน์สูงกว่ากลุ่มตรงข้าม แบบสอบถามตอนนี้มีค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ .94

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจจากสื่อ เป็นแบบวัดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยใช้แนวคำถามส่วนหนึ่งจากงานวิจัยของอรุณี ตันศักดิ์ตา (2553) เป็นข้อคำถามแบบมาตรวัดประเมินค่า 6 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยมาก และน้อยที่สุด โดยกำหนดคะแนนของคำตอบแต่ละระดับตั้งแต่ระดับมากที่สุด 6 คะแนน และลดลงจนถึงระดับต่ำสุด 1 คะแนน ผู้ที่ได้คะแนนสูงกว่าค่าเฉลี่ยแสดงว่าเป็นผู้มีความพึงพอใจสูงกว่ากลุ่มตรงข้าม แบบสอบถามตอนนี้มีค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ .93

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามแก่นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างตามกระบวนการสุ่มที่ได้ระบุไว้ข้างต้นในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2556 ถึงกุมภาพันธ์ 2557 ได้แบบสอบถามกลับคืนมา จำนวน 498 ฉบับ ซึ่งได้คัดเลือกฉบับที่มีข้อมูลสมบูรณ์ ได้จำนวนทั้งสิ้น 422 ฉบับ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต การใช้ประโยชน์จากสื่อ และความพึงพอใจจากสื่อ โดยใช้สถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตที่เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงกับการใช้ประโยชน์จากสื่อ และความพึงพอใจจากสื่อ โดยใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

5.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์จากสื่อและความพึงพอใจจากสื่อ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล และมีประเด็นสำคัญที่สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาที่เรียนในมหาวิทยาลัยของรัฐ จำนวน 178 คน (ร้อยละ 42.20) และเรียนในมหาวิทยาลัยเอกชน จำนวน 244 คน (ร้อยละ 57.80) นักศึกษาที่เปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์ที่เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง มีจำนวน 194 คน (ร้อยละ 46) โดยเปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์เฉลี่ยวันละ 79.97 นาที และนักศึกษาที่ไม่เปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์ที่เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง มีจำนวน 228 คน (ร้อยละ 54) นักศึกษาที่เปิดรับสื่อประเภทอินเทอร์เน็ตที่เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง มีจำนวน 211 คน (ร้อยละ 50) โดยเปิดรับสื่อประเภทอินเทอร์เน็ต เฉลี่ย วันละ 132.95 นาที และนักศึกษาที่ไม่เปิดรับสื่อประเภทอินเทอร์เน็ตที่เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง มีจำนวน 211 คน (ร้อยละ 50) ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของดวงพร เวทไว (2545) พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้เวลาในการดูโทรทัศน์วันละ 3-4 ชั่วโมง และงานวิจัยของคิวัช จันทนาสุภาภรณ์ (2554) พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีระยะเวลาใช้งานสื่อออนไลน์ 4 ชั่วโมงขึ้นไป

2. ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงจากสื่อประเภทโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตกับการใช้ประโยชน์จากสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานครพบว่า ปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงไม่มีความสัมพันธ์ ทางบวกกับการใช้ประโยชน์จากสื่อ ส่วนปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทอินเทอร์เน็ตที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักเศรษฐกิจพอเพียง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการใช้ประโยชน์จากสื่อ ($r=.23$, $p<.05$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการใช้ประโยชน์จากสื่อ ($r=.33$, $p<.05$) และ ปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทอินเทอร์เน็ตที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการใช้ประโยชน์จากสื่อ ($r=.29$, $p<.05$) ผลการวิจัยเช่นนี้เนื่องจาก นักศึกษามีเหตุผลในการเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ แตกต่างกันไป ซึ่งแมคคอมบส์และเบคเกอร์ (McCombs; & Becker. 1979: 51-52) ได้อธิบายและเหตุผลที่ทำให้มนุษย์เลือกที่จะใช้สื่อต่างประเภทกัน ว่า เกิดจากความต้องการที่แตกต่างกัน ได้แก่ การรับรู้เหตุการณ์ การตัดสินใจ การสนทนา การมีส่วนร่วม การเสริมสร้างความคิดเห็น และความบันเทิง ผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของดวงพร เวทไว (2545) พบว่า การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อโทรทัศน์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับกลุ่มผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ที่มีความต้องการต่างกัน

3. ความสัมพันธ์ของปริมาณการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงจากสื่อประเภทโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตกับความพึงพอใจจากสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์และสื่อประเภทอินเทอร์เน็ตที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจจากสื่อ ($r=.15$ และ $r=.20$, $p<.05$ ตามลำดับ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์และสื่อประเภทอินเทอร์เน็ตที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงจากสื่อประเภทอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจจากสื่อ ($r=.33$ และ $r=.27$, $p<.05$ ตามลำดับ) และ ปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทอินเทอร์เน็ตที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจจากสื่อ ($r=.19$, $p<.05$) ผลการวิจัยนี้เกิดจากความพึงพอใจของการเปิดรับสื่อขึ้นกับการใช้ประโยชน์ของแต่ละบุคคล ซึ่งเวนนอร์ (Wennwer. 1985: 171-193) ได้อธิบายความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร โดยแบ่งความพึงพอใจเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล (Orientation gratification) โดยใช้เพื่อการอ้างอิงและเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม 2) การใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูล

เกี่ยวกับสังคม (Social gratification) โดยการรับรู้ข่าวสารเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน 3) กระบวนการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล (Para-social gratifications) หรืออ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อหรือที่ปรากฏในเนื้อหาของสื่อ และ 4) กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือ ผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์เพื่อหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่พอใจ (Para-orientation gratification) ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ซีร์คัคดี อริยะอรุณ (2556) พบว่า ผู้ชมที่มีพฤติกรรมการเปิดรับรายการข่าวแตกต่างกัน

4. ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์จากสื่อกับความพึงพอใจจากสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร พบว่า การใช้ประโยชน์จากสื่อมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจจากสื่อ ($r=.76$, $p<.01$) ผลการวิจัยนี้เนื่องจาก กระบวนการสื่อสารในสื่อมวลชนและการใช้สื่อมวลชนโดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้น การเลือกบริโภคสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสาร โดยบุคคลแต่ละคนมีวัตถุประสงค์ ความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน เพื่อสนองความพึงพอใจของตนเอง (Katz; Blumler; & Gruevitch. 1973-74: 509-510) ซึ่งผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของดวงทิพย์ เจริญรุกษ์ เพื่อนโซติ (2556) งานวิจัยของฐิติ วิทยาสระณะและลฎาภา เหลืองอ่อน (2555) และงานวิจัยของยอน (Yuan. 2011) พบว่า การใช้ประโยชน์จากสื่อประเภทอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการใช้สื่ออื่น

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากผลการวิจัยที่พบว่า ปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์และสื่อประเภทอินเทอร์เน็ตที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการใช้ประโยชน์จากสื่อ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะแก่กองกิจการนักศึกษา และบุคคล/หน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพนักศึกษา ให้ปลูกฝังแก่นักศึกษาในการพัฒนาทักษะการเปิดรับสื่อและการใช้ประโยชน์จากสื่ออย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการนำข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันซึ่งอาจกระทำด้วยการสร้างชุดฝึกที่นำรายการจากโทรทัศน์และเว็บไซต์ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงเป็นส่วนหนึ่งของชุดฝึก

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2542). **การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฐิติ วิทยาสระณะ และ ลฎาภา เหลืองอ่อน. (2555). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเนื้อหาทางด้านนาฏศิลป์ผ่านเว็บไซต์สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์. **นิเทศศาสตร์ปริทัศน์**. 16(2): 258-274.
- ดวงทิพย์ เจริญรุกษ์ เพื่อนโซติ. (2556) ทศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์. **นิเทศศาสตร์ปริทัศน์**. 17(1): 25-37.
- ดวงพร เวทไ. (2545). **การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อโทรทัศน์ การเปิดรับโฆษณา และทัศนคติที่มีต่อโฆษณา**. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (การโฆษณา). กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ซีร์คัคดี อริยะอรุณ. (2556). **พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจต่อรายการข่าวทางโทรทัศน์ดาวเทียม MEDIA NEWS CHANNEL ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์ นศ.ม. (ประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร). กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). **การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี**. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- เพลินทิพย์ โกเมศโสภา: และ ชัชพงศ์ ตั้งมณี. (2534). **พฤติกรรมการใช้เวลาและรูปแบบการใช้จ่ายของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร: รายงานผลการวิจัย**. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์. (2554). **ทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ : กรณีศึกษานักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี**. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. (ระบบสารสนเทศ). ปทุมธานี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2557). **มหาวิทยาลัยในสังกัด**. สืบค้นเมื่อ 27 เมษายน 2557, จาก www.mua.go.th/university.html
- โสภณัท นุชนาถ. (2542). **จิตวิทยาวัยรุ่น**. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏธนบุรี.
- อรุณี ตันศักดิ์ตา. (2553). **การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรของเกษตรกรในจังหวัดสุพรรณบุรี**. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตร์พัฒนาการ). กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Atkin, Charl K. (1972). Anticipated Communication and Mass Media Information-Seeking. **Public Opinion Quarterly**, 36(2): 188-199.
- Hair, Joseph F.; et al. (2006). **Multivariate Data Analysis**. Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice Hall.
- Katz, Elihu; Blumler, Jay G.; & Gurevitch, Michael. (1973-74. Winter). Uses and Gratifications Research. **The Public Opinion Quarterly**, 37(4): 509-523
- Maslow, Abraham Harold. (1970). **Motivation and Personality**. 2nd ed. New York: Harper & Row.
- McCombs, Maxwell E.; & Becker, Lee B. (1979). **Using Mass Communication Theory**. Englewood Cliffs, NJ: Pearson/Prentice Hall.
- Wennwer, Lawrence A. (1985). **The Nature of News Gratification: Media Gratification Research**. Beverly Hills, CA: Sage.
- Yuan, Yacong. (2011). **A Survey Study on Uses and Gratification of Social Networking Sites in China**. M.S. Thesis (Journalism). Athens, OH: Ohio University.