พฤติกรรมการใช้ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัล ของชาวภูไท
Usage Behavior And Gratification From Digital Media Of Phu-Thai

สุธีรา คงอยู่[1] และ ปริยา รินรัตนากร[2]
SuteeraKhong-u[1] and Pariya Rinrattanakorn[2]

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลของชาวภูไท 2) เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลกับการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลของชาวภูไท 3) เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลกับความพึงพอใจต่อการใช้สื่อดิจิทัลของชาวภูไท และ 4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลของชาวภูไทกับความพึงพอใจต่อการใช้สื่อดิจิทัลของชาวภูไท ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด โดยใช้วิธีการลุ่ม ตัวอย่างแบบโค้วต้า และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา เพื่อคำนวณหาค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้ค่าสถิติ Chi-square เพื่อทดสอบความแตกต่างและการทดสอบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ย (F - Test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) และ Least Significant Difference: LSD และความสัมพันธ์ของตัวแปร ใช้ค่าสถิติ Correlation เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว

ผลการศึกษา พบว่าลักษณะประชากรของชาวภูไทที่ใช้สื่อดิจิทัลเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 – 30 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรสแล้วมากที่สุด และประกอบอาชีพพนักงานบริษัท /ลูกจ้าง โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 ในส่วนของพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล พบว่าชาวภูไทใช้สื่อดิจิทัลประเภท Facebook มากที่สุด โดยเหตุผลสำคัญในการใช้สื่อดิจิทัล เพื่อการผ่อนคลาย ลดความตึงเครียดที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันผ่านอุปกรณ์เชื่อมต่อสื่อดิจิทัลใช้ Smartphone เป็นอุปกรณ์เชื่อมต่อสื่อดิจิทัล มีระยะเวลา 4 - 6 ชั่วโมง/วัน โดยเฉลี่ยต่อวันที่ใช้สื่อดิจิทัล ในช่วงเวลา 18.01 น. – 22.00 น. ที่ใช้สื่อดิจิทัลเป็นประจำ และมีแนวโน้มในการใช้ ใช้สื่อดิจิทัลในชีวิตประจำวันเท่าเดิมและความพึงพอใจของชาวภูไทที่ใช้สื่อดิจิทัล พบว่า ชาวภูไทมีความพึงพอใจในความทันสมัยของสื่อดิจิทัลมากที่สุด และการใช้ประโยชน์ของชาวภูไทที่ใช้สื่อดิจิทัล พบว่า ชาวภูไทมีการใช้สื่อดิจิทัลในด้านความบันเทิงมากที่สุด รองลงมาชาวภูไทมีการใช้สื่อดิจิทัลในด้านการมีส่วนร่วมในท้องถิ่น และชาวภูไทมีการใช้สื่อดิจิทัลในด้านการตัดสินใจน้อยที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของชาวภูไทที่แตกต่างกัน กับ พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล พบว่าชาวภูไทที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีความแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการใช้สื่อดิจิทัล อาทิ ประเภทของสื่อที่ใช้ เหตุผลในการใช้สื่อ อุปกรณ์ที่ใช้เชื่อมต่อ ความถี่ในการใช้สื่อ ช่วงเวลาในการใช้ และแนวโน้มในการใช้สื่อดิจิทัล มีความแตกต่างกัน ในส่วนของพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลในด้านต่าง ๆ แตกต่างกัน พบว่า เมื่อพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลแตกต่างกัน การใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลในด้านการเรียนรู้และติดตามข่าวสาร ด้านการตัดสินใจ ด้านความบันเทิง และด้านการมีส่วนร่วมในท้องถิ่นมีความแตกต่างกัน และพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลกับ ความพึงพอใจต่อการใช้สื่อดิจิทัล พบว่า เมื่อพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลมีความแตกต่างกัน ความพึงพอใจต่อการใช้สื่อดิจิทัลแตกต่างกัน และการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลของชาวภูไทกับความพึงพอใจต่อการใช้สื่อดิจิทัล พบว่า การใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลของชาวภูไทมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้สื่อดิจิทัล

คำสำคัญ: พฤติกรรมการใช้สื่อ, ความพึงพอใจต่อการใช้สื่อ, การใช้ประโยชน์ของการใช้สื่อ, ชาวภูไท

[1] นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการโฆษณาและการสื่อสารการตลาด คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม

[2] อาจารย์ ดร., ปริยา รินรัตนากร หลักสูตรนิเทศศาตรมหาบัณฑิต คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Adstract

The objectives of this study were as follows: (1) To compare a difference between Demographic Characteristics with Digital media using behavior of Phu-Thai citizen; (2) To compare a difference between Digital media using behavior with Digital media utilization of Phu- Thai citizen; (3) To compare a difference between Digital media using behavior withDigital media using satisfaction of Phu-Thai citizen; and (4) To examine a relationship between Digital media utilization with Digital media using satisfaction of Phu-Thai citizen.

The researcher used a sample of 400 cases was selected *by* quota sampling method and analyzed the descriptive statistics by SPSS program to find out the Percentage, Frequency, Average and Standard Deviation. Test a difference by Chi-Square statistic. Test a difference between averages (F-Test), analysis of variances (One Way ANOVA)with Least Signification Difference (LSD) to test the relationship of values by Correlation statistic and find out the relationship between both values.

The result of the study was found that Demographic characteristics of Phu-Thai citizen users are female more than male, aged between 18 to 30 years old, *bachelor's degree* graduates, married and employed in a company that has a monthly income of 15,001 to 20,000 baht. Digital media using behavior of Phu-Thai citizen was found that Facebook is the top of digital media were used and has the reason of using *to reduce* the *stress* in a *life*.Usersconnected on a Smartphone device that spent time of 4 to 6 hours per day, period of a day to use during 6.01 to 10.00 pm. and likely to be stable time to use. Digital media using satisfaction of Phu-Thai citizen was found that a modern of a digital media is maximum were satisfied. Digital media utilization of Phu-Thai citizen was found that first, an entertainment is maximum were used, followed by the community participation and finally, they were least used to decision.

The result of hypothesis testing was found that Demographic characteristics and Digital media using behavior of Phu-Thai citizen - a sexual, ages, education, marital status, career and average monthly income; that's different affected to Digital media using behaviorsuch as a typeof digital media, reason of digital media using, device for connection, frequency of digital mediausing, time of digital media using, period of a day and digital media using likely to different. Thedifferences between Digital media using behavior and Digital media utilization in study case ofPhu-Thai citizen was found that Digital media using behavior differently affected to Digital mediautilization as learning and receive *information,* decision, entertainment and the community participation were different. Digital media using behavior and Digital media using satisfaction of Phu-Thai citizen was found that Digital media using behavior differently affected to Digital media using satisfaction were different. Last Digital media utilization and Digital media using satisfaction of Phu-Thai citizen was found that Digital media utilization of Phu-Thai citizen related with Digital media using satisfaction of Phu-Thai citizen.

Keyword: Media using behavior, Media using satisfaction, Media utilization, Phu-Thai citizen

บทนำ

ชาวภูไทที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยปัจจุบัน ยังคงรักษาเอกลักษณ์ในความเป็นภูไทไว้ได้ เนื่องจากภูไทมีอัตลักษณ์ที่เด่นชัด และสำคัญคือ ภาษาพูดของชาวภูไท ซึ่งเป็นภาษาที่ชาวภูไทในท้องถิ่นใช้สื่อสารกันตั้งแต่อดีตจนถึงยุคปัจจุบัน และความนิยมในการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นเพิ่มขึ้น จึงทำให้ชาวภูไทเกิดความภาคภูมิใจในภาษา จึงทำให้การสื่อสารระหว่างกลุ่มของชาวภูไทด้วยกัน เพื่อสร้างความแข็งแรงให้มากขึ้น แม้ว่าการสื่อสารยุคใหม่จะถูกพัฒนา ด้วยการนำสื่อต่าง ๆ มาใช้ในชีวิตประจำวันของชาวภูไท อาทิ วิทยุ โทรทัศน์ และการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ แต่ชาวภูไทยังคงสอนลูกหลานให้สื่อสารภาษาภูไท ทำให้ อัตลักษณ์ความเป็นภูไทยังคงอยู่ เมื่อสื่อสารภาษาภูไทกับชาวภูไทท้องถิ่นอื่น จะมีเพียงสำเนียงที่แตกต่างกัน แต่ความเป็นเอกลักษณ์ของภาษาทำให้ชาวภูไทท้องถิ่นที่แตกต่างกันสามารถสื่อสารกันได้

"กลุ่มชาติพันธุ์ภูไท" ที่ตั้งถิ่นฐาน และมีประวัติศาสตร์

ที่สำคัญในภาคอีสานของประเทศไทยตั้งแต่ในอดีต และยังคงถูกธำรงไว้จนถึงปัจจุบัน ผ่านสื่อพื้นบ้าน และปัจจุบันพัฒนาไปสู่สื่อดิจิทัล ที่ถือว่าเป็นช่องทางการสื่อสารที่สามารถส่งสารไปยังผู้รับสารได้อย่างรวดเร็วและในสื่อสารได้วงกว้าง ที่มิได้เป็นเพียงสื่อเพื่อธุรกิจ หรือความเพลิดเพลินเท่านั้นแต่สื่อที่ใช้เชื่อมโยงด้วยระบบคอมพิวเตอร์อย่างสื่อดิจิทัล (DigitalMedia) มีอิทธิพลกับชาวภูไทรุ่นใหม่เช่นเดียวกับชาวไทย เนื่องจากชาวภูไทรุ่นหลังดำเนินชีวิตในสังคมประเทศไทย จึงมีพฤติกรรมการใช้สื่อที่คล้ายคลึงกับชาวไทย

จากการค้นคว้าของผู้วิจัยเบื้องต้น พบว่ามีผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับด้านการสื่อสาร อาทิ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับสื่อดิจิทัล ผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ หรือผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับสื่อใหม่หลายผลงาน แต่ยังไม่พบผลงานวิจัยที่นำเอาสื่อดิจิทัล กับการสื่อสารของกลุ่มชาติพันธุ์ภูไทมาเชื่อมโยงในผลงานวิจัย ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการใช้ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลของชาวภูไท” เพื่อให้ทราบถึงวิวัฒนาการของการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มชาติพันธุ์ภูไท ซึ่งเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในประเทศไทย นอกจากนี้ยังสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล เป็นแนวทางในการอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านสื่อดิจิทัล และเป็นแนวทางในการค้นคว้าเกี่ยวกับกลุ่มชาติพันธุ์กับการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลของชาวภูไท
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลกับการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลของชาวภูไท
3. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลกับความพึงพอใจต่อการใช้สื่อดิจิทัล ของชาวภูไท
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัล (Digital Media) ของชาวภูไทกับความพึงพอใจต่อการใช้สื่อดิจิทัลของชาวภูไท

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลของชาวภูไท” ผู้ศึกษาได้ทำการกำหนดประเด็นโดยทำการศึกษาค้นคว้าเอกสาร แนวคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นข้อมูลทุติภูมิ และนำเสนอเป็นลำดับ ดังนี้ 1. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร 2. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อดิจิทัล 3. แนวคิดเรื่องการเปิดรับสื่อหรือพฤติกรรมการใช้สื่อ 4. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ 5. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ 6. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลของชาวภูไท” เป็นการศึกษารูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียวประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มชาวภูไท เพศชาย – หญิง ที่มีอายุตั้งแต่ 18 – 50 ปีขึ้นไป และเป็นผู้ที่ใช้สื่อดิจิทัล ขั้นตอนที่1 การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (PurposiveSampling) โดยเลือกศึกษาเฉพาะชาวภูไทที่อาศัยอยู่ใน 5 จังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดสกลนคร จังหวัดนครพนม จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดหนองคาย ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มแบบกำหนดสัดส่วน (QuotaSampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยผู้วิจัยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตจังหวัดตามสัดส่วน ดังต่อไปนี้ จังหวัดสกลนคร 177 ตัวอย่าง จังหวัดนครพนม 109 ตัวอย่าง จังหวัดมุกดาหาร 57 ตัวอย่าง จังหวัดกาฬสินธุ์ 52 ตัวอย่าง จังหวัดหนองคาย 5 ตัวอย่าง ขั้นตอนที่ 3 การสุ่มแบบบังเอิญ (AccidentalSampling) เมื่อกำหนดจำนวนตัวอย่างของแต่ละจังหวัด และหมู่บ้านแล้ว ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (AccidentalSampling) เพื่อให้ขนาดของตัวอย่างตามที่กำหนดไว้ โดยเก็บข้อมูลจากชาวภูไทที่ใช้สื่อดิจิทัล ทั้งหมด 5 จังหวัด ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโค้วต้า และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา เพื่อคำนวณหาค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้ค่าสถิติ Chi-squareเพื่อทดสอบความแตกต่างและการทดสอบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ย (F - Test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (OneWayANOVA) และ LeastSignificantDifference: LSDและความสัมพันธ์ของตัวแปรใช้ค่าสถิติ Correlationเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรของชาวภูไทที่ใช้สื่อดิจิทัล จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างชาวภูไท จำนวนทั้งสิ้น 400 คนพบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิงมีจำนวน 257 คน (ร้อยละ 64.3) ส่วนชาวภูไทที่ใช้สื่อดิจิทัลเพศชาย มีจำนวน 143 คน (ร้อยละ 35.8) ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง

18 – 30 ปี มีจำนวน 175 คน (ร้อยละ 43.8) ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 149 คน (ร้อยละ 37.3) มีสถานภาพสมรส มีจำนวน 202 (ร้อยละ 50.5) มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง มีจำนวน 131 คน (ร้อยละ 32.8) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท มีจำนวน 149 คน (ร้อยละ 37.3)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลของชาวภูไท พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้สื่อดิจิทัลประเภท Facebook มากที่สุด มีจำนวน 304 คน (ร้อยละ 76.0) มีเหตุผลสำคัญในการใช้สื่อดิจิทัล เพื่อการผ่อนคลาย ลดความตึงเครียดที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน มีจำนวน 171 คน (ร้อยละ 42.8) มีการใช้ Smartphone เป็นอุปกรณ์เชื่อมต่อสื่อดิจิทัล มีจำนวน 295 คน (ร้อยละ 73.8) มีระยะเวลา 4 - 6 ชั่วโมง/ วัน โดยเฉลี่ยต่อวันที่ใช้สื่อดิจิทัล มีจำนวน 218 คน (ร้อยละ 54.5) ใช้ช่วงเวลา 18.01 น. – 22.00 น. ที่ใช้สื่อดิจิทัลเป็นประจำ มีจำนวน 252 คน (ร้อยละ 63.0) มีแนวโน้มในการใช้สื่อดิจิทัล คือ ใช้สื่อดิจิทัลในชีวิตประจำวัน เท่าเดิม มีจำนวน 216 คน (ร้อยละ 54.0)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการใช้สื่อดิจิทัล พบว่า ความพึงพอใจของชาวภูไทที่ใช้สื่อดิจิทัล อยู่ในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 3.73) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ชาวภูไทมีความพึงพอใจในความทันสมัยของสื่อดิจิทัลมากที่สุด ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 3.98) รองลงมาคือ ชาวภูไทมีความพึงพอใจในความรวดเร็วของการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 3.92) และชาวภูไทมีความพึงพอใจในการสนทนากับชาวภูไทผ่านสื่อดิจิทัล น้อยที่สุด ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 3.45)

ส่วนที่ 4 การใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลพบว่า ภาพรวมการใช้ประโยชน์ของชาวภูไทที่ใช้สื่อดิจิทัล อยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 3.53) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ชาวภูไทมีการใช้สื่อดิจิทัลในด้านความบันเทิงมากที่สุด การใช้ประโยชน์อยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 4.08) รองลงมาชาวภูไทมีการใช้สื่อดิจิทัลในด้านการมีส่วนร่วมในท้องถิ่น การใช้ประโยชน์อยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 3.85) และชาวภูไทมีการใช้สื่อดิจิทัลในด้านการตัดสินใจน้อยที่สุด การใช้ประโยชน์อยู่ในระดับน้อย (ร้อยละ 2.56)

อภิปรายผล

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 – 30 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท สอดคล้องกับนพดล ทองมั่น (2541, หน้า บทคัดย่อ) ซึ่งศึกษาวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรศาสตร์และการเปิดรับสื่อที่มีต่อความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมต่อเรื่องการบริจาคอวัยวะ ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” พบว่า เพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่สมรสแล้ว อายุระหว่าง 20 – 29 ปี

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัลของชาวภูไท พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้สื่อดิจิทัลประเภท Facebook มากที่สุด มีเหตุผลสำคัญในการใช้สื่อดิจิทัล เพื่อการผ่อนคลาย ลดความตึงเครียดที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน ผ่านการใช้ Smartphone เป็นอุปกรณ์เชื่อมต่อสื่อดิจิทัล มีระยะเวลา 4 - 6 ชั่วโมง/ วัน โดยเฉลี่ยต่อวันที่ใช้สื่อดิจิทัล ในช่วงเวลา 18.01 น. – 22.00 น. ที่ใช้สื่อดิจิทัลเป็น โดยมีแนวโน้มในการใช้สื่อดิจิทัล คือ ใช้สื่อดิจิทัลในชีวิตประจำวันเท่าเดิม สอดคล้องกับศิริพร สุขไสย (2556, หน้า บทคัดย่อ) ซึ่งการศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจที่มีต่อสื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการธุรกิจให้บริการความงาม ห้างหุ้นส่วนสามัญทิงเกิล” พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับสื่อ Facebook มากที่สุด และส่วนใหญ่จะเปิดรับผ่านอุปกรณ์ Smartphone มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อต่ำกว่า 30 นาทีต่อวัน และมีช่วงเวลาในการเปิดรับอยู่ในช่วง 18.01 -21.00 น. นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของปิยะภาวรรณสมพร (2552, หน้า 58 - 59) ซึ่งการศึกษาวิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการใช้ Facebook ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่” พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้ Facebook ทุกวัน เพื่อเหตุผลในการใช้ประโยชน์หลายประการ โดยผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ (Smartphone) เนื่องจากเป็นการเชื่อมต่อที่สะดวกต่อการใช้งานโดยมีความถี่ 1 – 2 ชั่วโมงต่อครั้งและมีช่วงเวลาในการข้าใช้ คือ 18.01 – 21.00 น. มากที่สุด

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการใช้สื่อดิจิทัล พบว่า ภาพรวมความพึงพอใจของชาวภูไทที่ใช้สื่อดิจิทัล อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ชาวภูไทมีความพึงพอใจในความทันสมัยของสื่อดิจิทัลมากที่สุด ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ชาวภูไทมีความพึงพอใจในความรวดเร็วของการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และชาวภูไทมีความพึงพอใจในการสนทนากับชาวภูไทผ่านสื่อดิจิทัล น้อยที่สุด ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับปิยะภาวรรณสมพร (2552, หน้าบทคัดย่อ) ซึ่งการศึกษาวิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการใช้ Facebook ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่” พบว่าภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการใช้ Facebook เกี่ยวกับความสะดวกรวดเร็วและง่ายต่อการรับข่าวสาร/ได้รับข้อมูลที่มีความทันสมัยและสามารถติดต่อสื่อสาร

กับเพื่อนและคนอื่นๆ ได้อย่างรวดเร็วและประหยัดเวลา/ได้รับความเพลิดเพลินสนุกสนาน/มีรูปแบบการนาเสนอที่ดึงดูดน่าสนใจ/สามารถแสดงออกถึงความคิดเห็นต่างๆของตนเองได้/สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกลุ่มเพื่อนและบุคคลอื่นได้/การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่างๆ (Share) / การแสดงความถูกใจ (Like) ต่อรูปภาพหรือข้อมูลข่าวสารต่างๆ/ เป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์รองลงมาคือมีความแปลกใหม่ของเนื้อหา/ สร้างเอกลักษณ์ของตนเองรวมทั้งการสนทนา (Chat) อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับ ไวปัญญา คงอยู่ (สัมภาษณ์, 2559) ที่กล่าวว่าชาวภูไทที่ใช้สื่อดิจิทัล ส่วนใหญ่ใช้เพื่อความบันเทิงและติดต่อสื่อสารกับญาติที่อาศัยอยู่ไกล ส่วนใหญ่จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อ เนื่องจากการเกิดความพึงพอใจได้ ก็ต่อเมื่อได้รับประโยชน์ตรงตามความต้องการหรือบรรลุวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อ

ส่วนที่ 4 การใช้ประโยชน์จากสื่อดิจิทัลพบว่า ชาวภูไทมีการใช้สื่อดิจิทัลในด้านความบันเทิงมากที่สุด การใช้ประโยชน์อยู่ในระดับมาก รองลงมาชาวภูไทมีการใช้สื่อดิจิทัลในด้านการมีส่วนร่วมในท้องถิ่น การใช้ประโยชน์อยู่ในระดับมาก และชาวภูไทมีการใช้สื่อดิจิทัลในด้านการตัดสินใจน้อยที่สุด การใช้ประโยชน์อยู่ในระดับน้อย สอดคล้องกับปิยะภาวรรณสมพร (2552, หน้าบทคัดย่อ) ซึ่งการศึกษาวิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการใช้ Facebook ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่” พบว่าภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างเลือกใช้ประโยชน์จาก Facebookเพื่อต้องการความบันเทิงสนุกสนานและความแปลกใหม่/ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมกับกลุ่มเพื่อน/ เพื่อแสดงความคิดเห็นในประเด็นที่ตนสนใจ/ เพื่อสนทนากับเพื่อนและคนอื่นๆ อยู่ในระดับมากรองลงมาเพื่อเป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์เพื่อการสร้างรายได้และอยู่ในระดับปานกลางและน้อยที่สุดคือเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความคิดเห็นและระดมความคิดในกลุ่มเพื่อนนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับมนต์ชัย ศรีเพชรนัย (2547 หน้า 106) ศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มวันรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ประโยชน์ที่กลุ่มตัวอย่างได้รับจากการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นแหล่งค้นคว้าข้อมูล และตอบสนองความต้องการของตนเอง เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อประสมที่รวมข่าวสารจากทั่วโลก เมื่อผู้ใช้อินเทอร์เน็ตต้องการแสวงหาข้อมูลตามความต้องการ ช่องทางออนไลน์ถือว่าเป็นสื่อที่สามารถตอบสนองได้

บรรณานุกรม

นพดล ทองมั่น. (2541). ความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรศาสตร์และการเปิดรับสื่อที่มีต่อความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมต่อเรื่องการบริจาคอวัยวะของประชาชนในกรุงเทพมหานคร.กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปิยะภา วรรณสมพร. (2556). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการใช้เฟสบุ๊คของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสาร.มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มนต์ชัย ศรีเพชนชัย. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร:วารสารศาสตรมหาบัณฑิต(สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ไวปัญญา คงอยู่. (2559). สัมภาษณ์. นครพนม

คิริพร สุขไสย. (2556). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และความพึงพอใจที่มีต่อสื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการความงามห้าง หุ้นส่วนสามัญทิงเกิล. กรุงเทพมหานคร: สาขาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี