

นิพนธ์ต้นฉบับ

Original article

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อกิจกรรม ของโครงการ To Be Number One ของเยาวชน ในเขตกรุงเทพมหานคร

ปริญญา บุญส่ง บธ.บ.*

สันต์ ทองรินทร์ ค.ศ.**

* หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (แขนงวิชาการบูรณาการการสื่อสาร) สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

** สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

*** ฝ่ายส่งเสริมและเผยแพร่ สำนักพัฒนาการเรียนรู้ตลอดชีวิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ติดต่อผู้เขียน: ปริญญา บุญส่ง Email: parinyarb@gmail.com

ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค ว.ม.**

วสันต์ ชูณหวิจิตร วท.บ.***

วันรับ:	21 ก.ย. 2566
วันแก้ไข:	6 มิ.ย. 2567
วันตอบรับ:	16 มิ.ย. 2567

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากสื่อกิจกรรมและความพึงพอใจต่อสื่อกิจกรรมของโครงการ To Be Number One ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือ สมาชิกโครงการ To Be Number One ที่เป็นเยาวชนในสถานศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน จากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นที่ 0.970 เก็บข้อมูลด้วยวิธีแจกแบบสอบถามผ่านระบบ Google Form สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการศึกษาพบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากสื่อกิจกรรมของโครงการ To Be Number One โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีการใช้ประโยชน์มากที่สุดในด้านความบันเทิงและความผ่อนคลายจากกิจกรรมที่สร้างสรรค์ของโครงการ และการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้พูดคุยหรือสนทนากับคนรู้จักและเพื่อน (2) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสื่อกิจกรรมของโครงการโดยรวมอยู่ในระดับมากและมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านรูปแบบการนำเสนอ (3) เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับชั้นที่ศึกษา เกรดเฉลี่ยสะสมและรายได้ของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากสื่อกิจกรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (4) เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ ระดับชั้นที่ศึกษาและรายได้ของผู้ปกครอง ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเนื้อหาและรูปแบบสื่อกิจกรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ (5) การใช้ประโยชน์จากสื่อกิจกรรมของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อเนื้อหาและรูปแบบของสื่อกิจกรรมทั้งในภาพรวม ด้านความชัดเจนของเนื้อหา และด้านความน่าเชื่อถือของเนื้อหาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น โครงการ To Be Number One ควรให้ความสำคัญกับออกแบบสื่อกิจกรรมที่เหมาะสมกับช่วงวัย และให้ความสำคัญและเพิ่มช่องทางการสื่อสารเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์อันดีระหว่างเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการ รวมทั้งควรปรับปรุงช่องทางการติดต่อกับโครงการให้มีความรวดเร็วมากขึ้น

คำสำคัญ: การใช้ประโยชน์; ความพึงพอใจ; สื่อกิจกรรม; โครงการทูบีวันเบอร์วัน

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงในสังคมไทยเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและด้านอื่น ๆ ซึ่งส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนไทย รวมถึงกลุ่มเยาวชน โดยเฉพาะในเรื่องพฤติกรรมการใช้สารเสพติด ตั้งแต่ปี 2542 เป็นต้นมา ปัญหาการระบาดของยาเสพติด ได้ทวีความรุนแรงมากขึ้นทุกขณะ ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งด้านการเมืองและความมั่นคงของประเทศ เป็นปัญหาสำคัญระดับชาติที่รัฐบาลถือเป็นนโยบายที่ต้องเร่งดำเนินการแก้ไขอย่างจริงจัง

ตั้งแต่ปี 2542 เป็นต้นมา สภาพปัญหาเสพติดเปลี่ยนแปลงไปจากที่เป็นอยู่ในอดีตอย่างสิ้นเชิงจากเดิมที่ “เฮโรอีน” เป็นปัญหาสำคัญที่ตำรวจต้องเร่งปราบปรามให้สิ้นซาก กลายเป็น “ยาบ้า” หรือสารเมทแอมเฟตามีน ที่กำลังระบาดตั้งแต่ระดับครอบครัว โรงเรียน ชุมชน สังคมและประเทศ จากข้อมูลการสำรวจพบว่ามีเยาวชนจำนวนกว่า 6 แสนคน หลงเข้าสู่วังวนของ ยาบ้า และจากสถิตินักโทษเด็ดขาดของกรมราชทัณฑ์ที่ถูกจำคุกอยู่ตามทัณฑสถานทั่วประเทศ สำรวจ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2543 มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 137,344 คน ในจำนวนนี้เป็นนักโทษคดียาเสพติดเกินกว่าครึ่ง คือประมาณ 87,966 คน คิดเป็นร้อยละ 64.05 และในจำนวนนักโทษเด็ดขาดคดียาเสพติดเหล่านี้มีจำนวนมากถึง 27,499 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 31.26 ของนักโทษคดียาเสพติดที่ต้องโทษในคดีเสพติดหรือครอบครองและทั้งเสพและครอบครอง⁽¹⁾

กลุ่มเด็กและเยาวชนที่เป็นกลุ่มขนาดใหญ่ มีจำนวนถึง 21 ล้านคน เป็นกลุ่มที่เสี่ยงต่อการติดยาเสพติดสูง เนื่องจากเป็นวัยที่ต้องการเรียนรู้ในสิ่งต่างๆ แต่ยังขาดวุฒิภาวะทางอารมณ์ที่ดีพอ รวมทั้งต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทั้งร่างกายและจิตใจ โครงการณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด To Be Number One ดำเนินการมาครบ 21 ปี เพื่อสร้างกระแสค่านิยมและเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางด้านจิตใจในกลุ่มเยาวชน ที่จะไม่ยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติด สนับสนุนให้เยาวชนได้ทำกิจกรรมสร้างสรรค์

รวมทั้งสร้างความเข้าใจและยอมรับผู้มีปัญหาสารเสพติด

โครงการ To Be Number One คือโครงการรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดรูปแบบใหม่⁽²⁾ มีสื่อกิจกรรมที่สอดคล้องกับธรรมชาติและความต้องการของเยาวชนวัยรุ่น ซึ่งสื่อกิจกรรมมีความสำคัญในการป้องกันและปราบปรามปัญหายาเสพติด เนื่องจากสื่อกิจกรรมมีการสร้างการมีส่วนร่วมและปฏิสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมที่ช่วยให้ผู้เข้าร่วมได้มีประสบการณ์ตรง เรียนรู้ผ่านการลงมือทำ ทั้งยังสร้างความผูกพันระหว่างผู้เข้าร่วมกิจกรรม เกิดเครือข่ายป้องกันยาเสพติด และเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ตลอดจนยังช่วยในการฝึกการตัดสินใจและแก้ปัญหาผ่านกิจกรรมต่างๆ เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจในการปฏิเสธยาเสพติด ตลอดจนยังช่วยในการสร้างความยั่งยืนด้วยการพัฒนาแกนนำเยาวชนผ่านกิจกรรมต่างๆ สร้างเครือข่ายการทำงานระหว่างชุมชนเพื่อต่อยอดกิจกรรมสู่โครงการระยะยาว ดังนั้นสื่อกิจกรรมของโครงการ To Be Number One จึงเป็นเครื่องมือที่ช่วยจูงใจให้อยากเข้าร่วมกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เป็นการป้องกันปัญหาที่ตัวเยาวชนเอง ทั้งด้านการพัฒนา EQ การค้นหาและเข้าใจตนเอง การใช้เวลาว่างอย่างสร้างสรรค์ ส่งเสริมให้เยาวชนกล้าคิด กล้าทำ กล้าแสดงออก อย่างถูกต้องเหมาะสม สื่อกิจกรรมของโครงการ To Be Number One ประกอบด้วย To Be Number One CAMP กิจกรรมช่วงปิดภาคเรียนเพื่อเปิดโอกาสให้สมาชิกได้เรียนรู้อย่างมีความสุขและสนุกกับการเรียนรู้ พร้อมๆ กับการได้รับการเสริมสร้างความภาคภูมิใจในตนเอง To Be Number One Teen Dancercise กิจกรรมสร้างสรรค์ เพื่อเปิดโอกาสให้เยาวชน ได้มีเวทีแสดงพลังความสามารถ ทำให้เกิดทักษะที่สามารถเป็นเกราะป้องกันยาเสพติด การประกวดเยาวชนต้นแบบเก่งและดีทูปีนัมเบอร์วัน (To Be Number One Idol) กิจกรรมเพื่อแข่งขันการทำความดีและค้นหาเยาวชนที่จะมาเป็นต้นแบบของเพื่อนๆ สมาชิกด้วยกัน การจัดตั้งชมรมและศูนย์เพื่อนใจ To Be Number One กิจกรรมตามแนวคิด “ปรับทุกข์ สร้างสุข แก้ปัญหา พัฒนา EQ” ฯลฯ

ทุก ๆ กิจกรรมของโครงการ To Be Number One จะเน้นการให้โอกาสมากกว่าการปราบปราม มีการออกแบบเป็นลักษณะ Play and Learn ส่งเสริมให้เยาวชนได้เรียนรู้อย่างมีความสุขและสนุกกับการเรียนรู้ มียุทธศาสตร์การดำเนินงานที่ชัดเจนเป็นระบบ ใช้กลวิธีสร้างกระแสการแสดงพลังอย่างถูกต้อง เพิ่มโอกาสให้เยาวชนได้รับการพัฒนา แสดงความสามารถที่หลากหลาย รวมถึงกิจกรรมภายใต้โครงการ “ใครติดยา ยกมือขึ้น” เพื่อจัดระบบการบำบัดรักษารองรับการคืนคนดีสู่สังคมและป้องกันการกลับมาเสพซ้ำ

จากการประเมินประสิทธิผลกิจกรรมของโครงการ To Be Number One พบว่า เยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง มีความสุขสนุกไปกับการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ได้รับโอกาสทางเลือกในการพัฒนาทักษะทางร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคมได้อย่างเท่าเทียม มีความภาคภูมิใจในตนเอง ตั้งใจเรียน ผลการเรียนรู้ดีขึ้น มีอัตลักษณ์ทางสังคมที่บุคคลทั่วไปยอมรับและชื่นชม ได้แก่ การมีจิตอาสาและการทำประโยชน์ให้กับสังคม การช่วยเหลือผู้อื่น การอยู่ร่วมกับผู้อื่น กล้าพูดกล้าแสดงออก มีภาวะผู้นำ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ทั้งที่เป็นผลดีเฉพาะตัว ผู้วิจัยเห็นว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่งจึงได้มีการศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อกิจกรรมของโครงการ To Be Number One ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่และเป็นพื้นที่ที่มีความเจริญสูงสอดคล้องกับงานวิจัยของพุทธิพร พงศ์นันทกุล-กิก⁽³⁾ เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการป้องกันการใช้ยาเสพติดในนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่พบว่าตัวแปรที่สามารถทำนายพฤติกรรมการป้องกันการใช้ยาเสพติด ได้แก่ ความแข็งแกร่งในชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อด้วยปัญญา และทัศนคติต่อการใช้ยาเสพติด ซึ่งตัวแปรทั้งสามสามารถ ร่วมทำนายพฤติกรรมการป้องกันการใช้ยาเสพติดได้ร้อยละ 61.5 และผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า บุคลากรที่ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับวัยรุ่นและพยาบาลโดยเฉพาะพยาบาลด้านสุขภาพจิตและจิตเวช

ควรให้ความสำคัญในการส่งเสริมความแข็งแกร่งในชีวิต พฤติกรรมการบริโภคสื่อด้วยปัญญา และทัศนคติต่อการใช้ยาเสพติดเพื่อป้องกันการใช้ยาเสพติดในนักเรียนต่อไป ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่างานวิจัยดังกล่าวมีความเหมือนกับงานวิจัยที่ผู้วิจัยกำลังศึกษาในหลายๆ ประเด็น จึงได้นำแนวทางการศึกษาของงานวิจัยดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยนี้ได้

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากสื่อกิจกรรมโครงการ To Be Number One ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อกิจกรรมโครงการ To Be Number One ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรกับการใช้ประโยชน์ และศึกษาเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรกับความพึงพอใจต่อสื่อกิจกรรมโครงการ To Be Number One ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจต่อสื่อกิจกรรมโครงการ To Be Number One ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีการศึกษา

เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง คือ เยาวชนอายุ 12-24 ปี เป็นสมาชิกโครงการ To Be Number One ในเขตกรุงเทพมหานคร (ในสถานศึกษา) ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (ม. 1- ม. 3) อายุระหว่าง 12-15 ปี และตอนปลาย (ม. 4-ม. 6) อายุระหว่าง 15-18 ปี และนักศึกษาที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1-4 (อายุ 18-24 ปี)

กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณหาจากกลุ่มตัวอย่างที่สามารถเป็นตัวแทนประชากร เพื่อให้ได้ค่าเฉลี่ยของจำนวนนักเรียนที่มีความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05 ด้วยความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยใช้ตารางเลขสุ่มของ Yamane⁽⁴⁾ ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่จำนวน 400 คน

เกณฑ์การคัดเลือกเข้าศึกษา

คัดเลือกจากเยาวชนอายุ 12-24 ปี ที่เป็นสมาชิกโครงการ To Be Number One สถานศึกษาเขต

กรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (stratified random sampling) จำแนกโดยใช้การสุ่มตามระดับชั้นที่ศึกษาที่ไม่เป็นสัดส่วนตามจำนวนของประชากรในแต่ละชั้น ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยระบบออนไลน์ผ่าน Google Form

เกณฑ์การคัดออก

คัดออกจากเยาวชนอายุ 12-24 ปี ที่เป็นสมาชิกโครงการ To Be Number One ไม่ถึง 6 เดือน

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ stratified random sampling จำแนกโดยใช้การสุ่มตามระดับชั้นที่ศึกษาที่ไม่เป็นสัดส่วนตามจำนวนของประชากรในแต่ละชั้น ได้แก่ มัธยมศึกษาปีที่ 1 จำนวน 40 คน มัธยมศึกษาปีที่ 2 จำนวน 40 คน มัธยมศึกษาปีที่ 3 / ปวช. จำนวน 40 คน มัธยมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 40 คน มัธยมศึกษาปีที่ 5 จำนวน 40 คน มัธยมศึกษาปีที่ 6/ ปวส. จำนวน 40 คน ปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 จำนวน 40 คน ปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 จำนวน 40 คน ปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 จำนวน 40 คน และ ปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 จำนวน 40 คน

ระยะเวลาในการทำวิจัย ระหว่างวันที่ 1 กันยายน - 30 พฤศจิกายน 2566

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ใช้แบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นเองจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลทางเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่จะศึกษา แบ่งคำถามออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับชั้นที่ศึกษา เกรดเฉลี่ยสะสม จำนวนสมาชิกในบ้าน สถานภาพของบิดามารดา ลักษณะการพักอาศัย รายได้ของผู้ปกครอง

ส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากสื่อกิจกรรมของโครงการ To Be Number One โดยถามระดับการใช้ประโยชน์จากสื่อกิจกรรมแบบสอบถามจะมี

ลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed-ended) โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนเป็นเชิงนิมิตและเชิงนิเสธ คือ 5, 4, 3, 2, 1 และ 1, 2, 3, 4, 5 ให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบข้อใดข้อหนึ่งหรือมากกว่าหนึ่งข้อที่ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับผู้ตอบมากที่สุด

ส่วนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อสื่อกิจกรรมของโครงการ To Be Number One ด้านความชัดเจนของเนื้อหา ด้านความน่าเชื่อถือของเนื้อหา ด้านรูปแบบการนำเสนอ โดยถามระดับความพึงพอใจต่อสื่อกิจกรรม แบบสอบถามจะมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (closed-ended) โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนเป็นเชิงนิมิตและเชิงนิเสธ คือ 5, 4, 3, 2, 1 และ 1, 2, 3, 4, 5 ให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบข้อใดข้อหนึ่งหรือมากกว่าหนึ่งข้อที่ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับผู้ตอบมากที่สุด

ส่วนที่ 4 สอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อสื่อกิจกรรมของโครงการ To Be Number One โดยแบบสอบถามจะมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (opened-ended) ใน 3 ข้อคำถาม ได้แก่ (1) ข้อเสนอแนะต่อเนื้อหาข้อมูลข่าวสารของสื่อกิจกรรมของโครงการ To Be Number One (2) ข้อเสนอแนะต่อรูปแบบการนำเสนอของสื่อกิจกรรมของโครงการ To Be Number One และ (3) ข้อเสนอแนะอื่นๆ

2. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1) ก่อนนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจะทำการทดสอบความตรงของเนื้อหา (content validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ทำการตรวจสอบความตรงในข้อคำถามต่างๆ ตามกรอบแนวคิดและทำการปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ได้ค่าผลความตรง IOC⁽⁵⁾ เท่ากับ 0.835

2) การทดสอบความเที่ยง (reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทำการทดลองใช้กับกลุ่มเยาวชนที่มีลักษณะคล้ายกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีการ alpha coefficient

ของ Cronbach จากโปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ ค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.970

การพิทักษ์สิทธิ์

ผู้วิจัยได้ดำเนินการโดยแนะนำตนเอง แจ้งวัตถุประสงค์การทำวิจัยและขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างในการให้ข้อมูลที่ตรงตามความเป็นจริงและแจ้งกลุ่มตัวอย่างว่าในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลนี้เป็นความลับไม่มีการระบุชื่อ และรายงานการวิจัยจะเสนอผลโดยรวมและกลุ่มตัวอย่างมีสิทธิ์ในการปฏิเสธเข้าร่วมวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการระหว่างวันที่ 1 มิถุนายน - 31 สิงหาคม 2566

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามให้สมาชิกโครงการ To Be Number One ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ตอบแบบสอบถามโดยผ่านระบบออนไลน์ Google form

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น

1) สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2) สถิติเชิงอ้างอิง สำหรับการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่

2.1) การทดสอบ t-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน

2.2) การวิเคราะห์ one-way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม เมื่อพบความแตกต่างในเชิงสถิติจะทำการทดสอบ least significant difference

2.3) การวิเคราะห์ Pearson correlation เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่อยู่ในมาตราการวัดระดับ interval หรือ ratio scale

ผลการศึกษา

1. การใช้ประโยชน์จากสื่อกิจกรรมของโครงการ To Be Number One พบว่า เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีการใช้ประโยชน์จากสื่อกิจกรรมของโครงการ To Be Number One โดยรวมอยู่ในระดับมากและมีการใช้ประโยชน์มากที่สุด ได้แก่ ความบันเทิงและความผ่อนคลายจากกิจกรรมที่สร้างสรรค์ของโครงการและการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้พูดคุย สนทนากับคนรู้จักหรือเพื่อน รongลงมาคือ ความรู้ สามารถนำไปใช้ในการดำรงชีวิตประจำวันและการตัดสินใจหรือยับยั้งชั่งใจในการไม่ยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติด ความเข้าใจและยอมรับผู้มีปัญหา ยาเสพติดให้โอกาสกลับมาเป็นคนดีของสังคมและการทำให้เป็นคนรุ่นใหม่ที่เชื่อมั่นและภาคภูมิใจในตนเองมีภูมิคุ้มกันทางจิตใจจากปัญหาเสพติดตามลำดับ

2. ความพึงพอใจต่อสื่อกิจกรรมของโครงการ To Be Number One พบว่า เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจต่อสื่อกิจกรรมของโครงการ To Be Number One โดยรวมอยู่ในระดับมากในภาพรวม ได้แก่ ด้านความชัดเจนของเนื้อหา ด้านความน่าเชื่อถือของเนื้อหา และด้านรูปแบบการนำเสนอ ดังนี้

ด้านความชัดเจนของเนื้อหา มีความพึงพอใจมากที่สุดในประเด็น ข้อมูลข่าวสารในสื่อกิจกรรมสามารถนำไปใช้ได้จริง (Mean=4.19, SD=0.80) รองลงมาคือ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมีความถูกต้อง (Mean=4.17, SD=0.83) ข้อมูลข่าวสารในสื่อกิจกรรมตอบข้อสงสัยที่ต้องการทราบ ได้จริง (Mean=4.11, SD=0.84) และความชัดเจนของข้อมูลข่าวสาร (Mean=4.10, SD=0.87)

ด้านความน่าเชื่อถือของเนื้อหา มีความพึงพอใจมากที่สุดในประเด็น ข้อมูลข่าวสารในสื่อกิจกรรมมีความถูกต้อง (Mean=4.18, SD=0.80) รองลงมา คือ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมีความทันเหตุการณ์และรวดเร็ว (Mean=4.14, SD=0.84) และข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมีความต่อเนื่อง (Mean=4.12, SD=0.85)

ด้านรูปแบบการนำเสนอ มีความพึงพอใจมากที่สุดในประเด็น การนำเสนอข้อมูลข่าวสารเป็นขั้นตอนเข้าใจง่าย

(Mean=4.21, SD=0.84) รองลงมา คือ รูปแบบการนำเสนอของสื่อกิจกรรมมีความทันสมัย (Mean=4.19, SD=0.86) รูปแบบการนำเสนอของสื่อกิจกรรมมีความน่าสนใจ (Mean=4.19, SD=0.84) และเป็นสื่อกิจกรรมที่มีปฏิภิกิริยาโต้ตอบได้เมื่อต้องการข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติม (Mean=4.17, SD=0.86)

3. การเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรกับการใช้ประโยชน์จากสื่อกิจกรรมของโครงการ To Be Number One ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันในด้านระดับชั้นที่ศึกษา เกรดเฉลี่ยสะสม และรายได้ของผู้ปกครอง มีการใช้ประโยชน์จากสื่อกิจกรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.05$) ส่วนเพศ อายุ จำนวนสมาชิกในบ้าน ลักษณะการพักอาศัย และสถานภาพของบิดามารดาที่แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากสื่อกิจกรรมไม่แตกต่างกัน

4. การเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรกับความพึงพอใจต่อสื่อกิจกรรมของโครงการ To Be Number One ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันในด้านอายุ ระดับชั้นที่ศึกษา และรายได้ของผู้ปกครอง มีความพึงพอใจต่อเนื้อหาและรูปแบบสื่อกิจกรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.05$) ส่วนเพศ เกรดเฉลี่ยสะสม จำนวนสมาชิกในบ้าน ลักษณะการพักอาศัย และสถานภาพของบิดามารดาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเนื้อหาและรูปแบบสื่อกิจกรรมไม่แตกต่างกัน

5. ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจต่อสื่อกิจกรรมของโครงการ To Be Number One ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การใช้ประโยชน์จากสื่อกิจกรรมของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อเนื้อหาและรูปแบบของสื่อกิจกรรมทั้งในภาพรวมด้านความชัดเจนของเนื้อหา ด้านความน่าเชื่อถือของเนื้อหาและด้านรูปแบบการนำเสนออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.05$)

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่า

1. ลักษณะทางประชากรของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากสื่อกิจกรรมของโครงการ To Be Number One แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.05$) ส่วนเพศ อายุ จำนวนสมาชิกในบ้าน ลักษณะการพักอาศัย และสถานภาพของบิดามารดาที่แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากสื่อกิจกรรมไม่แตกต่างกัน

2. ลักษณะทางประชากรที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อเนื้อหาและรูปแบบสื่อกิจกรรมของโครงการ To Be Number One ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.05$) ส่วนเพศ เกรดเฉลี่ยสะสม จำนวนสมาชิกในบ้าน และสถานภาพของบิดามารดา ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเนื้อหาและรูปแบบสื่อกิจกรรมไม่แตกต่างกัน

3. การใช้ประโยชน์จากสื่อกิจกรรมของโครงการ To Be Number One มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อเนื้อหาและรูปแบบสื่อกิจกรรมของโครงการ To Be Number One อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.05$) และสัมพันธ์กับความน่าเชื่อถือของเนื้อหาของโครงการ To Be Number One ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.05$) รวมทั้งสัมพันธ์กับรูปแบบการนำเสนอของโครงการ To Be Number One ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05

วิจารณ์

1. การใช้ประโยชน์จากสื่อกิจกรรมของโครงการ To Be Number One ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์จากสื่อกิจกรรมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากและมีการใช้ประโยชน์มากที่สุดในระดับความบันเทิงและความผ่อนคลายจากกิจกรรมที่สร้างสรรค์ของโครงการ To Be Number One ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถามมีอายุเฉลี่ย 17.53 ปี ซึ่งเป็นเยาวชนที่อยู่ในวัยกำลังศึกษาที่มีความเคร่งเครียดกับการเรียน

การสอนในระบบ จึงอาจมีความต้องการใช้ประโยชน์จากความบันเทิงและความผ่อนคลายจากการเรียนการสอนในระบบสอดคล้องกับแนวคิดของพีระ จิโรโสภณ⁽⁶⁾ กล่าวถึงพฤติกรรมการสื่อสารและความต้องการสิ่งที่ตอบสนองปัจเจกบุคคลในการใช้สื่อ ได้แก่ การหันเหไปจากสิ่งเร้าที่สร้างความเครียดในชีวิตประจำวัน จากปัญหาต่างๆ ที่เผชิญอยู่ ความต้องการการผ่อนคลายและความบันเทิง ซึ่งเป็นแรงจูงใจหลักอย่างหนึ่งในการใช้ประโยชน์จากสื่อของผู้รับสาร รวมถึง“สื่อกิจกรรม”เป็นนวัตกรรมหนึ่งในสังคม การศึกษาที่ทันสมัยดังที่ Rogers ได้กล่าวว่า นวัตกรรมเป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารแต่เป็นการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใหม่ไม่ว่าจะเป็นความคิดใหม่หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ สื่อใหม่เหล่านี้อาจเคยปรากฏในกลุ่มชนอื่นมาก่อน แต่ไม่เคยปรากฏในชุมชนนั้นๆ ก็ได้⁽⁷⁾ และยังคงสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุคนธ์ทิพย์ ทิววัฒน์⁽⁸⁾ ที่ได้ทำการศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของโครงการณรงค์เพื่อลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่า โครงการที่ทำการศึกษามีกลยุทธ์หลักด้านการใช้สื่อ ได้แก่ สื่อเฉพาะกิจ

2. ความพึงพอใจต่อสื่อกิจกรรมโครงการ To Be Number One ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อสื่อกิจกรรมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งในด้านความชัดเจนของเนื้อหา ด้านความน่าเชื่อถือของเนื้อหาและด้านรูปแบบการนำเสนอ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 และปริญาตรี ชั้นปีที่ 1 ซึ่งเป็นการเริ่มต้นการศึกษาในระบบใหม่ มีสถานศึกษาและเพื่อนใหม่ จึงมีความต้องการข้อมูลข่าวสารที่มีความชัดเจน ข้อมูลข่าวสารที่มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือตอบข้อสงสัยที่ต้องการทราบได้จริง มีรูปแบบการนำเสนอที่ทันสมัย เข้าใจง่ายและมีปฏิภริยาโต้ตอบได้เมื่อต้องการข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติม เพื่อนำข้อมูลความรู้ที่ได้รับไปใช้พูดคุย สนทนากับคนรู้จักหรือเพื่อนใหม่เพื่อเข้าสู่สังคมใหม่นั้นเอง สอดคล้องกับแนวคิดของพัชนี เขยจรรรยา และประทุม ถูกษ์กลาง⁽⁹⁾ ที่ได้ทำการ

วิเคราะห์รูปแบบการสื่อสารเพื่อจัดประเภทความต้องการของผู้รับสื่อพบว่า ด้านรูปแบบคือสิ่งแปลกใหม่และความบันเทิง เป็น 1 ใน 4 ประเภทความต้องการและยังสอดคล้องกับแนวคิดของ McQuail⁽¹⁰⁾ กล่าวถึงความต้องการและสิ่งที่ตอบสนองปัจเจกบุคคล ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเนื้อหาที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์เชิงสังคมผ่านสื่อการใช้สื่อเพื่อเป็นเพื่อน เป็นช่องทางสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ

3. เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรกับการใช้ประโยชน์จากสื่อกิจกรรมโครงการ To Be Number One ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เยาวชนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันในด้านเพศ ระดับชั้นที่ศึกษา เกรดเฉลี่ยสะสม รายได้ของผู้ปกครอง มีการใช้ประโยชน์จากสื่อกิจกรรมแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะระดับการศึกษาที่แตกต่างกันระหว่างมัธยมศึกษาและระดับอุดมศึกษา มีกระบวนการเรียนการสอน รวมทั้งความเข้มข้นของเนื้อหาในการเรียนการสอนภาคบรรยายและภาคปฏิบัติที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกรดเฉลี่ยมีความแตกต่างกัน อาจมีเวลาในการเข้าร่วมกิจกรรมที่แตกต่างกัน ส่งผลให้การใช้ประโยชน์จากสื่อกิจกรรมแตกต่างกันนั่นเอง สอดคล้องกับแนวคิดของนิพนธ์ เทพวัลย์⁽¹¹⁾ ได้กล่าวว่าการเปลี่ยนแปลงทั้งขนาดและโครงสร้างทางประชากรนั้นประกอบไปด้วยคุณลักษณะหลายประการที่สำคัญๆ ได้แก่ การศึกษา องค์ประกอบดังกล่าว สามารถส่งผลในการเปลี่ยนแปลงทั้งด้าน ทศนคติ ความคิด รวมถึงการแสดงออกถึงความต้องการตามการเปลี่ยนแปลงส่วนบุคคล ในการเปิดรับสื่อการประชาสัมพันธ์

ส่วนรายได้ของผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากสื่อกิจกรรมแตกต่างกัน โดยเฉพาะจากการวิจัย พบว่า เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ผู้ปกครองมีรายได้น้อยกว่า 10,001 บาท มีการใช้ประโยชน์จากสื่อกิจกรรมของโครงการ To Be Number One น้อยกว่าเยาวชนที่ผู้ปกครองมีรายได้ระหว่าง 20,001, 25,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท ซึ่งเห็นได้ว่าเยาวชนที่ผู้ปกครองมีรายได้สูงจะมีการใช้ประโยชน์จากสื่อกิจกรรม

มากกว่าเยาวชนที่ผู้ปกครองมีรายได้น้อยกว่า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะรายได้ของผู้ปกครองส่งผลต่อการหาซื้อหรือจ่ายใช้สอยวัตถุหรืออุปกรณ์สำหรับการสื่อสารประชาสัมพันธ์กิจกรรม เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์สมาร์ตโฟน ได้มากกว่าเยาวชนที่ผู้ปกครองมีรายได้น้อยกว่านั่นเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเทียนฉาย กิระนันท์⁽¹²⁾ ที่ได้อธิบายถึงองค์ประกอบของลักษณะประชากรต่าง ๆ โดยกล่าวว่า รายได้และการมีศักดิ์ศรีของตนเองด้วยเงินทองที่สามารถจะหาซื้อหรือจ่ายใช้สอยสิ่งที่ตนต้องการเพื่อรักษาสถานภาพในสังคม รายได้ของคนย่อมเป็นเครื่องกำหนดความรู้สึกนึกคิดและพฤติกรรมของคนเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ และพฤติกรรมของคน นอกจากนั้นคนที่ฐานะดีหรือรายได้สูงยังใช้สื่อมวลชนมาก ด้วยประโยชน์ในโอกาสต่อไปได้

4. เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรกับความพึงพอใจต่อสื่อสื่อกิจกรรมโครงการ To Be Number One ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เยาวชนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันในด้านอายุ ระดับชั้นที่ศึกษา รายได้ของผู้ปกครอง มีความพึงพอใจต่อสื่อกิจกรรมแตกต่างกัน โดยเฉพาะเยาวชนที่มีอายุระหว่าง 19 - 20 ปี มีการศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ปริญญาตรีปีที่ 1 และปริญญาตรีปีที่ 2 รวมทั้งเยาวชนที่ผู้ปกครองมีรายได้ระหว่าง 20,001 - 25,000 บาท ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะเยาวชนที่มีอายุค่อนข้างมากและระดับการศึกษาที่สูง รวมทั้งมีผู้ปกครองที่มีรายได้สูง เป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในลักษณะงานและกิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการ To Be Number One จึงมีความพึงพอใจต่อสื่อกิจกรรมที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของเจนิสตาร์ รักษสิริโสภ⁽¹³⁾ ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมแต่ละระดับที่มีต่อรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยทางสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย จากการศึกษา พบว่า ผู้ชมรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยทั้ง 3 ระดับ คือ ระดับสูง ระดับกลาง และระดับล่างมีความพึงพอใจต่อรายการแต่ละรายการแตกต่างกันออกไป โดยมีปัจจัย เช่น ระดับการศึกษา อาชีพ อายุ รายได้ และประสบการณ์ ซึ่งปัจจัยดัง

กล่าวส่งผลให้ผู้ชมในแต่ละระดับมีการเปิดรับสารและเลือกรับสารแตกต่างกัน อีกทั้งยังมีปัจจัยเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างบุคคลเป็นตัวการสำคัญในการเลือกรับข้อมูลต่าง ๆ จึงส่งผลให้ผู้ชมรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยในแต่ละระดับมีความพึงพอใจต่อรายการในลักษณะที่แตกต่างกัน

5. ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจต่อสื่อสื่อกิจกรรมโครงการ To Be Number One ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การใช้ประโยชน์จากสื่อสื่อกิจกรรมของโครงการ To Be Number One มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อสื่อสื่อกิจกรรมของโครงการโดยภาพรวม ด้านความชัดเจนของเนื้อหา ด้านความน่าเชื่อถือของเนื้อหา ด้านรูปแบบการนำเสนอ อย่างมีนัยสำคัญ เป็นไปตามแนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ซึ่งอธิบายว่าผู้รับสารเป็นผู้กำหนดความต้องการใด ๆ ในการสื่อสารที่นำไปสู่พฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของวิมลพรรณ อาภาเวท และวราพันธ์ มุ่งวิชา⁽¹⁴⁾ โดยผู้รับสารที่มีความตั้งใจแสวงหาหรือเข้าถึงสื่อเพื่อประโยชน์ทางใดทางหนึ่งจะมีแนวโน้มของการตัดสินใจใช้สื่อที่นำไปสู่จุดมุ่งหมายของตนเอง โดยการเชื่อมโยงความต้องการเข้ากับพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของภริตา โกเชก⁽¹⁵⁾ ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการสอนภาษาอังกฤษแนวใหม่ ศึกษาเฉพาะกรณีรายการ อี ฟอ ทิน ผลการศึกษาวิจัยและทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความพึงพอใจจากการดูรายการมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการและยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของฉายสิริ พัฒนถาวร และคณะ⁽¹⁶⁾ ที่ได้ศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อออนไลน์ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ในภาพรวมการเปิดรับสื่อออนไลน์ของ สสว. มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความ

พึงพอใจของผู้ประกอบการทุกกลุ่ม โดยการใช้ประโยชน์สื่อออนไลน์เพื่อสนองความต้องการด้านต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่าง มีความสัมพันธ์ระดับสูงกับความพึงพอใจต่อสื่อออนไลน์ของ สสว. ในทิศทางเดียวกันทุกๆ ด้าน ได้แก่ ด้านความต้องการสารสนเทศ หรือข้อมูล ด้านความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ ความต้องการการรวมตัว และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และต้องการด้านความบันเทิง

1. ข้อเสนอแนะในการประยุกต์ผลการวิจัยไปใช้

1.1 โครงการ To Be Number One ควรให้ความสำคัญกับออกแบบสื่อกิจกรรมที่เหมาะสมกับช่วงวัย ตลอดจนช่องทางการเผยแพร่ผ่านอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับเยาวชน เช่น สมาร์ทโฟน อินเทอร์เน็ต เนื่องจากพบว่า เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุระหว่าง 19 - 20 ปี และมีการศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ปริญญาตรีปีที่ 1 และปริญญาตรีปีที่ 2 เยาวชนที่ผู้ปกครองมีรายได้ระหว่าง 20,001 - 25,000 บาท มีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อกิจกรรมของโครงการ To Be Number One มากกว่าเยาวชนในช่วงอายุและระดับชั้นการศึกษาอื่นและผู้ปกครองที่มีรายได้ในระดับดังกล่าวมีกำลังในการจัดหาให้กับบุตรซึ่งเป็นเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการ

1.2 โครงการ To Be Number One ควรให้ความสำคัญและเพิ่มช่องทางการสื่อสารเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ (engage) อันดีระหว่างเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการบนสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้เยาวชนรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งและมีทัศนคติที่ดีต่อโครงการ To Be Number One ในฐานะสมาชิกที่ไว้วางใจได้ เช่น การสื่อสารเพื่อแสดงความคิดเห็นที่มีต่อกิจกรรมโครงการ To Be Number One บนพื้นฐานของความเข้าใจไม่ใช้การสื่อสารบนพื้นฐานของรูปแบบที่มีการกำหนดไว้แล้วไม่สามารถปรับเปลี่ยนได้

1.3 ควรปรับปรุงช่องทางการติดต่อกับโครงการ To Be Number One ให้มีความรวดเร็วมากขึ้น เนื่องจากประเด็นนี้เยาวชนมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจน้อยที่สุด

1.4 ผลจากศึกษาแสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กัน ดังนั้น โครงการ To Be Number One จึงควรพัฒนารูปแบบ เนื้อหาและบริการต่างๆ รวมถึงมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ที่ต้องการใช้ประโยชน์จากข้อมูลต่างๆ ได้ทราบถึงช่องทางที่มีบริการเพื่อเป็นการกระตุ้นให้มีการเข้าร่วมกิจกรรม อันจะส่งผลถึงการนำไปใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการของเยาวชน อันจะช่วยให้สามารถจัดทำสื่อกิจกรรมที่เข้าถึงและทำความเข้าใจง่ายและช่วยให้เยาวชนได้รับข้อมูลข่าวสารที่เกิดประโยชน์ได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น

2.2 การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ดังนั้น จึงควรมีการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนและตรงกับความต้องการของเยาวชนมากขึ้น ในการนำมาใช้เพื่อพัฒนาสื่อกิจกรรมและการสื่อสารของโครงการ To Be Number One ต่อไป

2.3 การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาเฉพาะสื่อกิจกรรมเท่านั้น แต่ปัจจุบันได้มีแพลตฟอร์มบนสื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook, Instagram, YouTube เป็นต้น ควรศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจข้อมูลบนแพลตฟอร์มที่หลากหลายเพื่อเปรียบเทียบและศึกษาความแตกต่างทางด้านพฤติกรรม การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเพื่อนำข้อมูลไปปรับใช้ในการสื่อสารให้เหมาะสมและครอบคลุมตามลักษณะการใช้งานของแต่ละแพลตฟอร์ม

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณรองศาสตราจารย์ไพบูรณ์ คะเชนทร์พรรค และรองศาสตราจารย์ ดร.สันต์ ท่องอินทร์ สาขา นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระมหาไถราช หม่อมหลวง ยุพดี ศิริวรรณ เลขานุการมูลนิธิโครงการ To Be Number One และที่ปรึกษาโครงการ To Be Number One บุคลากร และเยาวชนสมาชิกโครงการ To Be Number One ที่ช่วย

อำนวยความสะดวกในการประสานเก็บข้อมูล ขอขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ได้กรุณาชี้แนะและให้ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปรับปรุงบทความขึ้นนี้ให้มีความถูกต้องสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

1. โครงการ To Be Number One. ความเป็นมา คำขวัญ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย [อินเทอร์เน็ต]. 2560 [สืบค้นเมื่อ 16 ต.ค. 2565]. แหล่งข้อมูล: <https://www.tobenumber1.net/abouttobe/content2.php>
2. กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข. โครงการรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด [อินเทอร์เน็ต]. 2562 [สืบค้นเมื่อ 16 ต.ค. 2565]. แหล่งข้อมูล: <http://www.Tobefriend.in.th/aboutTobe/content2.php>
3. พุทธิพร พงศ์นันท์กุลกิจ. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการป้องกันการเข้ายาเสพติดในนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา; 2561.
4. Yamane T. Statistic: an introductory analysis. 3rd ed. New York: Harper and Row; 1973.
5. Rovinelli RJ, Hambleton RK. On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. Tijdschrift Voor Onderwijs Research 1977;2:49-60.
6. พีระ จิรโสภณ. พฤติกรรมการสื่อสารมวลชน. ใน: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. เอกสารการสอนชุดวิชา ทฤษฎีและพฤติกรรมการสื่อสาร หน่วยที่ 11 สาขาวิชานิเทศศาสตร์. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช; 2547.
7. Rogers E M, Shoemaker F F Communication of innovation: a cross-cultural approach, 2nd ed. New York: the Free Press; 1971.
8. สุคนธ์ทิพย์ ทิพวัฒน์. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของโครงการรณรงค์เพื่อลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2549.
9. พัทณี เขยจรรยา, ประทุม ฤกษ์กลาง. รูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัวและการเปิดรับสื่อมวลชนของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2540.
10. McQuail D. Mass communication theory. London: Sage Publications; 1994.
11. นิพนธ์ เทพวัลย์. ประชากรศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช; 2523.
12. เทียนฉาย กิระนันท์. ประชากรศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2528.
13. เจริญสตาร์ รัชสิทธิ์โสภณ. ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมแต่ละระดับที่มีต่อรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยทางสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์; 2553.
14. วิมลพรรณ อภาเวท, วราพันธ์ มุ่งวิชา. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการโฆษณาแบบตอบกลับโดยตรงที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร; 2549.
15. ภริดา โกเชก. การศึกษาความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการเรียนภาษาอังกฤษแนวใหม่ ศึกษาเฉพาะกรณีรายการ “อี ฟอ ทิน” [วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต]. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์; 2541.
16. ฉายสิริ พัฒนถาวร, บุชบา สุธีธร, เสาวณี ชินนาลอง. การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจสื่อออนไลน์ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 2565;9(1):62-79.

Utilization and Satisfaction to Activities Media of the To Be Number One Project of Youth in Bangkok

Parinya Boonsong, B.B.A.*; Paiboon Kachentaraphan, M.A.**; Santat Thongrin, Ph.D.**; Wasan Choonwijitra, M.Sc.***

* Master of Communication Arts (Communication Integration), School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University; ** School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University; *** Learning Encouragement Division, Lifelong Learning Development Office, Kasetsart University, Thailand

Journal of Health Science of Thailand 2025;34(1):97-107.

Corresponding author: Parinya Boonsong, Email: parinyarb@gmail.com

Abstract: This study aimed to assess (1) media activity utilization, (2) satisfaction towards media activities, (3) comparison of demographic characteristics and media activity utilization, (4) comparison of demographic characteristics and satisfaction towards media activities, and (5) the relationship between media activity utilization and satisfaction towards media activities of the To Be Number One Project among youth in Bangkok Metropolitan area. The sample group consisted of 400 To Be Number One Project members who were youth in educational institutions, selected through stratified random sampling. The research instrument was a questionnaire with a reliability value of 0.970. Data were collected by distributing questionnaires to To Be Number One Project members, who were the sample group in this research, to complete the questionnaire through Google Form online system. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way analysis of variance, and Pearson's correlation analysis. The results showed that (1) the samples utilized the To Be Number One media activities at high level. They used the creative activities mainly for entertainment and relaxation purpose; and secondarily to talk about the things they learned from the activities with their friends and acquaintances. (2) Overall, the samples had a high level of satisfaction with the To Be Number One media activities. The highest satisfaction scores were for the presentation format of the activities. (3) Youths from different grade levels and who had different grade point averages, income range of their parents or guardians, and different frequency of joining in To Be Number One activities had different utilization level of the activities ($p<0.05$). (4) Different youth in Bangkok by age, grade, and income of parents had different satisfaction level with the contents and formats of activity media ($p<0.05$). (5) This research points out that utilization of activity media in the youths was associated with overall satisfaction of the content and format of activity media, the clarity of the content, and the reliability of the content ($p<0.05$). Thus, more attention should be paid to the design of media activities suitable for each age range, and raise the importance and the increase of communication channels to establish good relationship among the youths participating in the Project.

Keywords: utilization; satisfaction; activities media; To Be Number One project