

Research Article

การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติที่มีต่อโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

MEDIA EXPOSURE, KNOWLEDGE AND ATTITUDE TOWARDS THAILAND 4.0 OF PEOPLE IN BANGKOK

อวินดา สงศิริ*

สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Awinda Songsiri*

Mass Communication Program, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University

*E-mail: juna.awinda@gmail.com

Received: 2021-06-22

Revised: 2021-10-28

Accepted: 2021-10-29

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติที่มีต่อโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 (2) ศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรกับการเปิดรับข่าวเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 และ (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และเคยเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 จำนวน 400 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 จากสื่อประเภทต่าง ๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีความถี่ในการเปิดรับสื่อผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ก (เฟซบุ๊ก/ ทวิตเตอร์) มากกว่าสื่ออื่น ๆ มีความรู้เกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความรู้มากที่สุดในประเด็นการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการเกษตรเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้กับเกษตรกร และทัศนคติเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 ในภาพรวมมีทัศนคติเชิงบวก นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระดับ

การศึกษา และรายได้ต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับสื่อต่างกัน การเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำกับความรู้เกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 ($r = 0.154$) และมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำกับทัศนคติเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 ($r = 0.269$) ส่วนความรู้เกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับทัศนคติเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 ($r = 0.427$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ ประเทศไทย 4.0 ลักษณะทางประชากร

ABSTRACT

The objective of this research was to study 1) media exposure, knowledge, and attitude towards Thailand 4.0; 2) the exposure to news about Thailand 4.0 among different demographic characteristics; and 3) the relationship between exposure to news, knowledge, and attitude about Thailand 4.0. Quantitative research was done with data collected by questionnaire from 400 samples, all Bangkok Metropolitan Area (BMA) residents aged 15 and over. Data was analyzed by frequency, mean, percentage, standard deviation, t-test, one-way analysis of variance (ANOVA), and the Pearson product-moment correlation coefficient with correlations among study variables. Results were that frequency of exposure to news about Thailand 4.0 from different general media was moderate and frequency of media exposure through social networks (Facebook/Twitter) was higher than other media. Knowledge of Thailand 4.0 was moderate, with the most knowledge about applying modern agricultural technology to solve farming problems. Overall attitude about Thailand 4.0 was positive attitude level. Age, educational level and average monthly income influenced exposure frequency to media, but there was a low correlation between exposure frequency to different media news and knowledge of Thailand 4.0 ($r = 0.154$) and low positive correlation of attitudes about Thailand 4.0 ($r = 0.269$). In terms of knowledge, there was a moderate positive relationship between attitude about Thailand 4.0 ($r = 0.427$) at a statistical significance of 0.05.

Keywords: Media exposure, Knowledge, Attitude, Thailand 4.0, Demographic characteristics

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจให้ทันตามยุคสมัย ซึ่งประเทศไทยยังติดอยู่ในโมเดลเศรษฐกิจแบบ “ทำมาก ได้น้อย” ต้องเปลี่ยนเป็น “ทำน้อย ได้มาก” (Thairath Online, 2016) ซึ่งจะต้องเปลี่ยนจากการผลิตสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่สินค้าเชิง “นวัตกรรม” หากย้อนไปในอดีตประเทศไทยเคยเป็นประเทศที่ยากจน และพัฒนาสู่ประเทศที่มีรายได้ปานกลาง โดย ใช้ระยะเวลา กว่า 20 ปี แต่ประเทศไทยก็ยังไม่สามารถจะก้าวขึ้นไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูงได้ เพราะติดอยู่กับดัก ที่เรียกว่า “กับดักประเทศรายได้ปานกลาง” แม้ว่าประเทศไทยจะมีการปรับโมเดลเศรษฐกิจอยู่หลายครั้ง เริ่มจากประเทศไทย 1.0 เน้นการเกษตรเป็นหลัก หรือเป็นสังคมเกษตรกรรม ต่อมาเป็นประเทศไทย 2.0 เน้นอุตสาหกรรมเบา แรงงานราคาถูก โดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ และประชากรเริ่มมีการศึกษามากขึ้น เข้าสู่ประเทศไทย 3.0 เน้นอุตสาหกรรมหนัก และการส่งออก เช่น รถยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้ต้นทุน และเทคโนโลยีจากต่างประเทศ (It24hrs, 2017) ดังนั้น ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องก้าวไปอีกขั้น คือ ไปสู่ประเทศไทย 4.0 เป็นประเทศที่มีรายได้สูงสามารถพึ่งพาตัวเองได้ และยกระดับให้เป็นประเทศที่พัฒนา

ไทยแลนด์ 4.0 เป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบาย การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย ภายใต้การนำของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา บณวิสัยทัศน์ “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ที่มีการปฏิบัติงานสำคัญในการขับเคลื่อนปฏิรูปประเทศด้านต่าง ๆ เพื่อปรับแก้

จัดระบบ ปรับทิศทาง และสร้างหนทางที่จะพัฒนาประเทศให้เจริญ สามารถรับมือกับภัยคุกคามในรูปแบบต่าง ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลง ถ้าหากพูดถึงเรื่องโมเดลเศรษฐกิจรูปแบบใหม่เพื่อสร้างความมั่งคั่งในศตวรรษที่ 21 หลายประเทศก็ได้มีการกำหนดทิศทาง เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา (A nation of Makers) ประเทศอังกฤษ (Design of Innovation) สาธารณรัฐประชาชนจีน (Made in China 2025) รวมถึงสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (Power of ASEAN) (Maesincee, 2015) “ประเทศไทย 4.0” จึงเป็นการเปลี่ยนผ่านทั้งระบบใน 4 องค์ประกอบสำคัญ คือ 1) เปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิมไปเป็นแบบเกษตรสมัยใหม่ เน้นการบริหาร และการจัดการเทคโนโลยี เกษตรกรต้องร่ำรวยขึ้น และเป็นเกษตรกรแบบเป็นผู้ประกอบการ 2) เปลี่ยนจาก SMEs ที่รัฐต้องให้ความช่วยเหลือ ไปสู่การเป็น Smart Enterprises และ Startups ที่มีศักยภาพสูง 3) เปลี่ยนจาก Traditional Services ซึ่งมีการสร้างมูลค่าค่อนข้างต่ำ ไปสู่ High Value Services และ 4) เปลี่ยนจากแรงงานทักษะต่ำไปสู่แรงงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทักษะสูง

อาจกล่าวได้ว่า ประเทศไทย 4.0 เป็นการพัฒนา “เครื่องยนต์เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจชุดใหม่” ด้วยการแปลงความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศ ที่มีอยู่ 2 ด้าน คือ “ความหลากหลายเชิงชีวภาพ” และ “ความหลากหลายเชิงวัฒนธรรม” ให้เป็น “ความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน” ด้วยวิทยาการด้านความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการวิจัยและพัฒนา

โดยเน้นใน 5 กลุ่มเทคโนโลยีและ อุตสาหกรรม เป้าหมาย เพื่อเป็นแพลตฟอร์มในการสร้าง “New Startups” ดังนี้ 1) กลุ่มอาหาร เกษตร และ เทคโนโลยีชีวภาพ เป็นการนำเทคโนโลยีทางด้านการเกษตร เทคโนโลยีอาหาร เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ใช้วัตถุดิบจากชีวภาพ หรือมีการแปรรูปวัสดุชีวภาพ ได้แก่ อุตสาหกรรมอาหาร และเครื่องดื่ม ส่วนการเกษตรแปรรูปซึ่งมีการใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร ได้แก่ การใช้เทคโนโลยีชีวภาพ ในการปรับปรุงพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร การพัฒนาอาหารเพื่อสุขภาพ และการใช้ชีววิทยาศาสตร์ และกลุ่มอุตสาหกรรมชีวภาพ เช่น เชื้อเพลิงชีวภาพ และเคมีชีวภาพ เป็นต้น 2) กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ การใช้เทคโนโลยีสุขภาพ เทคโนโลยีทางการแพทย์ในการผลิตสินค้าและบริการด้านสุขภาพ เช่น ยา สมุนไพร อุปกรณ์ทางการแพทย์ และการบริการทางการแพทย์และสาธารณสุข ซึ่งจะต้องมีการพัฒนาทางด้านผลิตภัณฑ์ และบริการต่าง ๆ ให้ได้มาตรฐาน รวมถึงพัฒนาเทคโนโลยีทางการแพทย์ ทั้งในแง่ของอุปกรณ์ และมาตรฐานของการบริการ ได้แก่ การพิมพ์แบบ 3 มิติ ซึ่งสามารถช่วยในการรักษาและฟื้นฟูผู้ป่วยหรือเนื้อเยื่อต่าง ๆ ของร่างกายได้ 3) กลุ่มเครื่องมืออุปกรณ์อัจฉริยะ หุ่นยนต์ และระบบเครื่องกลที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ควบคุม การพัฒนาเทคโนโลยีหุ่นยนต์ ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 หุ่นยนต์บริการที่สร้างมูลค่า ได้แก่ หุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติด้านการแพทย์ การศึกษา ด้านการเกษตร และหุ่นยนต์ช่วยเหลือผู้สูงอายุและให้บริการสังคม และกลุ่มที่ 2

หุ่นยนต์ ในอุตสาหกรรมที่สามารถต่อยอด และ ส่งเสริมกลุ่มอื่นได้ โดยเฉพาะหุ่นยนต์ที่ช่วยในการผลิตยานยนต์สมัยใหม่ ได้แก่ เทคโนโลยีการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ เทคโนโลยีหุ่นยนต์อุตสาหกรรม การใช้อุปกรณ์ และเซนเซอร์ไร้สาย เป็นต้น 4) กลุ่มดิจิทัล เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อและบังคับอุปกรณ์ต่าง ๆ ปัญญาประดิษฐ์ และเทคโนโลยีสมองกลฝังตัว การพัฒนาเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเชื่อมต่อและบังคับอุปกรณ์ การพัฒนาด้านคลังข้อมูล การพัฒนาสมรรถนะที่ค้นหาสถานที่ท่องเที่ยว การจองที่พัก สมาร์ทฟาร์มที่ใช้ระบบสารสนเทศในการเก็บข้อมูลการผลิตพืชผล จนถึงการจำหน่าย หรือบริการทางสุขภาพครบวงจร ตลอด 24 ชั่วโมง ได้แก่ การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเชื่อมโยงอุปกรณ์ต่าง ๆ การใช้ฐานข้อมูลขนาดใหญ่ การพัฒนาด้านอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อพัฒนาเมืองให้ง่ายต่อการบริหารจัดการ เป็นต้น และ 5) กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง เป็นการนำเทคโนโลยีมาช่วยในอุตสาหกรรม ที่ต้องใช้ภูมิปัญญา วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบพัฒนาสินค้าและบริการ ได้แก่ อุตสาหกรรมแฟชั่น เช่น เครื่องนุ่งห่ม สิ่งทอ เครื่องหนัง อัญมณี และเครื่องประดับ อุตสาหกรรมสื่อสร้างสรรค์และแอนิเมชัน เช่น ภาพยนตร์ การพิมพ์ สิ่งพิมพ์ อุตสาหกรรมไลฟ์สไตล์ เช่น ของขวัญ ของชำร่วย เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ เทคโนโลยีการออกแบบเพื่อออกแบบและพัฒนาเฟอร์นิเจอร์ที่มีเอกลักษณ์การสร้างสรรค์ บรรจุภัณฑ์ที่สื่อถึงวัฒนธรรม ออกแบบโฆษณา ในรูปแบบใหม่ที่ดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย

รวมถึงการออกแบบอย่างยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือการใช้เทคโนโลยีการท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Ministry of Industry, 2016) เป็นต้น ทั้ง 5 กลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเป้าหมาย จะเป็นแพลตฟอร์มในการสร้าง “New Startups ต่าง ๆ มากมาย เช่น ในกลุ่มที่ 1 จะเป็นเทคโนโลยีการเกษตร เทคโนโลยีอาหาร กลุ่มที่ 2 เทคโนโลยีสุขภาพ เทคโนโลยีการแพทย์ สปา กลุ่มที่ 3 เทคโนโลยีหุ่นยนต์ กลุ่มที่ 4 เทคโนโลยีด้านการเงิน อุปกรณ์เชื่อมต่อออนไลน์โดยไม่ต้องใช้คน เทคโนโลยีการศึกษา อี-มาร์เก็ตเพลส อี-คอมเมิร์ซ และกลุ่มที่ 5 เทคโนโลยีการออกแบบ ธุรกิจไลฟ์สไตล์ เทคโนโลยีการท่องเที่ยว การเพิ่มประสิทธิภาพการบริการ เป็นต้น ทั้งหมดนี้ต้องใช้หลายส่วน ซึ่งจะประกอบไปด้วย ภาคเอกชน ภาคการเงิน การธนาคาร มหาวิทยาลัย และสถาบันวิจัยต่าง ๆ โดยเน้นตามความถนัดและจุดเด่นของแต่ละองค์กร และมีภาครัฐเป็นผู้สนับสนุน

ดังนั้น ประเทศไทยจึงมีโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 ที่เป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย หรือ โมเดลพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล ที่ต้องการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่ “Value-Based Economy” หรือ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” (Thairath Online, 2016) ซึ่งเป็นการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง 3 มิติ สำคัญ คือ 1) เปลี่ยนจากการผลิตสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่สินค้าเชิง “นวัตกรรม” 2) เปลี่ยนจากการเน้นภาคการ “ผลิตสินค้า” ไปสู่การเน้นภาค “บริการมากขึ้น” 3) เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศไทยด้วยภาคอุตสาหกรรม ไปสู่

การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม

สื่อมวลชนมีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาประเทศ เพราะสื่อมวลชนมีการกระจายข่าวสาร เป็นสื่อที่นำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในประเทศและภายนอกประเทศ อีกทั้งยังเป็นสื่อที่สามารถนำเสนอเรื่องราวและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลกได้ ซึ่งเหตุการณ์นั้นอาจจะช่วยให้ประเทศเกิดการพัฒนามีความเทียบเท่ากับหลาย ๆ ประเทศ เนื่องจากสื่อมวลชนเป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารไปยังประชาชนจำนวนมาก ในปัจจุบันสื่อมวลชนมีหลายแขนงด้วยกัน เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุ และสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งหน้าที่การเผยแพร่ข่าวสารของสื่อมวลชนเป็นกระบวนการสำคัญของการนำเสนอข่าวสาร จึงมีความจำเป็นที่จะต้องแสดงหน้าที่รับผิดชอบของสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวสารนั้น ๆ เพื่อที่จะให้ประชาชนได้ทราบ

ผู้วิจัยได้เห็นถึงปัญหา ถ้าประชาชนไม่มีการเปิดรับข่าวสาร และขาดความรู้ในเรื่องประเทศไทย 4.0 ความสำเร็จของการพัฒนาก็จะเป็นไปได้ยาก เพราะต้องอาศัยความร่วมมือและเริ่มต้นเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ เริ่มตั้งแต่การศึกษาไปจนถึงการทำงาน เพราะการจะทำให้ประเทศไทย 4.0 สำเร็จได้อาจใช้เวลาาน อีกทั้งยังต้องได้รับการร่วมมือจากหลายภาคส่วนซึ่งโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 จะประสบความสำเร็จได้นั้นก็ขึ้นอยู่กับ การเปิดรับข่าวสารของประชาชนเพื่อให้เกิดการรับรู้ต่อโมเดลเศรษฐกิจนี้ และจะนำผลจากการศึกษาครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนเพื่อการประชาสัมพันธ์

ให้โมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติที่มีต่อโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรกับการเปิดรับข่าวเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อทราบถึงลักษณะทางประชากรที่มีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติที่มีต่อโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. สามารถนำผลจากการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนประชาสัมพันธ์ให้โมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา โดยเป็นการศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติที่มีต่อโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตตัวแปรที่ศึกษา ประกอบด้วยลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ขอบเขตด้านประชากรที่ศึกษา คือ ประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษา คือ พื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ศึกษา รวมเวลา 2 เดือน

ทบทวนแนวคิด

Sotanasathien (2014) อธิบายไว้ว่า ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and Gratifications Theory) มีพื้นฐานอยู่ที่การเลือกใช้สื่อของผู้รับสาร โดยเชื่อว่าผู้รับสารสามารถจำแนกในฐานะเป็นผู้ใช้หรือเปิดรับสื่อ เพราะผู้รับสารได้รับประโยชน์จากการเปิดรับสื่อทั้งในด้านการสร้างประสบการณ์ตรงจากข้อมูลข่าวสารของสื่อ ผู้รับสารสามารถใช้ประโยชน์จากสาระในการนำเสนอของสื่อ และผู้รับสารเป็นผู้กระทำการใช้ ผู้รับสารถือว่าเป็นผู้กระตือรือร้นและต้องการไปสู่เป้าหมาย ผู้รับสารมีความรับผิดชอบในการเลือกสื่อเพื่อสนองต่อความต้องการของตน และใช้สิ่งที่ได้มาเป็นหนทางในการสร้างความพึงพอใจ

นอกจากนี้ Kaewthep (2010) อธิบายไว้ว่าทฤษฎีนี้มีแนวคิดว่าผู้รับสารมีวิธีการใช้สื่อและสารอย่างมีเป้าหมาย เป็นรูปแบบหนึ่งของการศึกษาบทบาทหน้าที่ของสื่อแต่เปลี่ยนมุมมองจากเดิมว่าสื่อมีบทบาทหน้าที่ต่อสังคมอย่างไรมาเป็นมุมมองของปัจเจกบุคคลว่าคนแต่ละคนใช้สื่อเพื่อหน้าที่อะไรบ้าง แนวคิดหลักมีดังนี้

1. ในการเปิดรับสารของผู้รับสารนั้นมีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง

2. การใช้สื่อมิใช่กิจกรรมที่กระทำไปตามยถากรรมหรือไร้เป้าหมาย หากแต่เป็นกิจกรรมที่มีเป้าประสงค์ที่แน่นอน

3. ในท่ามกลางการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสาร สื่อมวลชนมิใช่เป็นทางเลือกทางเดียวของบุคคล หากแต่เป็นเพียงตัวเลือกหนึ่งท่ามกลางตัวเลือกอื่น ๆ

4. ทิศทางที่บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้นจะเกิดจากความต้องการของบุคคลนั้นเป็นเบื้องต้น จากนั้นความต้องการจะถูกแปรมาเป็นแรงจูงใจที่ผลักดันให้บุคคลเคลื่อนไหวเข้าหาการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ กล่าวคือ ความรู้เป็นความสามารถในการใช้ข้อเท็จจริง (Facts) หรือความคิด (Idea) ความหยั่งรู้หยั่งเห็น (Insight) หรือสามารถเชื่อมโยงความคิดเข้ากับเหตุการณ์ (Pilun-Owad, 2011)

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ โดย Zimbardo & Leippe (As cited in Pilun-Owad, 2011) กล่าวว่า ทัศนคติมองค์ประกอบหลัก 5 ประการ ซึ่งจะแสดงให้เห็นว่าเรามีปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือแนวคิดใดแนวคิดหนึ่งอย่างไร

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ความนึกคิด (Cognition) คือ ส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ทั่วไป ไม่ว่าจะป็นสิ่งที่ชอบหรือสิ่งที่ไม่ชอบก็ตาม หากบุคคลมีความรู้หรือความคิดว่าสิ่งใดดีก็มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น และหากมีความรู้หรือความคิดว่าสิ่งใดไม่ดีก็มักจะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้นด้วยเช่นกัน

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Responses) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์

ที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพเป็นค่านิยมเฉพาะของแต่ละคน

3. ความตั้งใจทางด้านพฤติกรรม (Behavior Intentions) คือ ความตั้งใจของบุคคลที่จะแสดงออกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือแนวคิดใดแนวคิดหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

4. พฤติกรรม (Behaviors) คือ การที่บุคคลแสดงออกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือแนวคิดใดแนวคิดหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

5. ทัศนคติ (Attitude) ไม่ได้เป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด หากแต่เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ของแต่ละคน เป็นสภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อความคิดและการกระทำของบุคคล ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ เนื่องมาจากอิทธิพลของสภาพแวดล้อมต่าง ๆ

สมมติฐาน

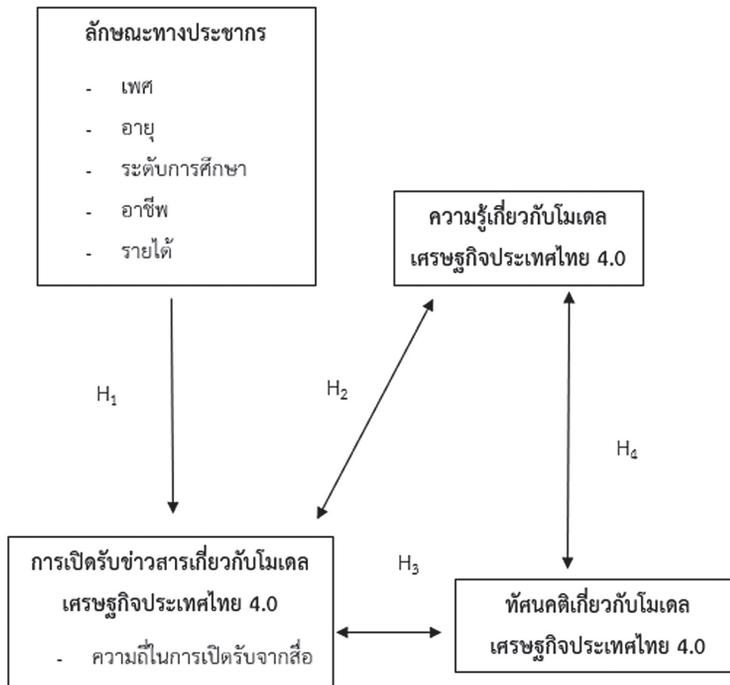
สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0

สมมติฐานที่ 3 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0

สมมติฐานที่ 4 ความรู้เกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ และการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และเคยเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบผสมผสาน โดยใช้ในการเลือกตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น และไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยมีลำดับขั้นตอน ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) แบ่งพื้นที่เขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร 50 เขต จัดเป็น 6 ชั้นภูมิ ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่าง

แบบกลุ่ม (Cluster Sampling) ได้เขตตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิเป็นไปตามสัดส่วน (Proportion) จำนวนเขตในแต่ละชั้นภูมิ (กลุ่มเขต) ขั้นตอนที่ 3 การสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีการจับฉลากตัวแทนเขต และขั้นตอนที่ 4 การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยการใช้การสุ่มแบบตรงตามชนิด (Typical Sampling) ซึ่งผู้วิจัยจะทำการคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง (Screening) ก่อนแจกแบบสอบถาม โดยจะต้องเป็นผู้ที่มีอายุ

ตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และต้องเคยเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 โดยดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตตัวอย่าง เขตละ 36 คน จำนวน 10 เขต และ 40 คน จำนวน 1 เขต รวมทั้งหมด 11 เขต เป็นจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 ประกอบด้วย ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 จากสื่อประเภทต่าง ๆ จำนวน 8 ข้อ มาตรการวัดข้อความแบบประมาณค่า 5 ระดับ และการเปิดรับประเภทของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำนวน 1 ข้อ ลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 จำนวน 20 ข้อ ลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ ใช่ ไม่ใช่ และไม่แน่ใจ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 จำนวน 10 ข้อ มาตรการวัดข้อความแบบประมาณค่า 5 ระดับ

เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

4.21 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด

3.41 – 4.20 หมายถึง มาก

2.61 – 3.40 หมายถึง ปานกลาง

1.81 – 2.60 หมายถึง น้อย

1.00 – 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลค่าคะแนนความรู้ แบ่งเป็น 3 ระดับ ดังนี้ คะแนนน้อยกว่า 8 คะแนน (มีความรู้ น้อย) คะแนน 9-14 คะแนน (มีความรู้ปานกลาง) และ คะแนน 15 - 20 คะแนน (มีความรู้มาก)

เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยทัศนคติ แบ่งเป็น 3 ระดับ ดังนี้

3.41 – 5.00 หมายถึง ทัศนคติเชิงบวก

2.61 – 3.40 หมายถึง ทัศนคติปานกลาง

1.00 – 2.60 หมายถึง ทัศนคติเชิงลบ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย มีดังนี้ 1) การทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านระเบียบวิธีวิจัย และ กรรมการวิทยานิพนธ์ เป็นผู้พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงทางด้านเนื้อหา (Content Validity) ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไข และเลือกเอาเฉพาะ ข้อคำถามที่มีความเที่ยงตรงแล้วไปทดสอบก่อนเก็บข้อมูลจริง เพื่อหาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม และ 2) การทดสอบหาความน่าเชื่อถือ (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Pre-test) และทดสอบความเชื่อมั่นกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะตรงตามกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้จริง จำนวน 40 ชุด เพื่อตรวจสอบข้อคำถามในแต่ละข้อ แต่ละตอนของแบบสอบถามว่าสามารถสื่อความหมายได้ ตรงตามที่ผู้วิจัยต้องการ และ

คำถามมีความเหมาะสมหรือไม่ มีความยากง่าย
ต่อความเข้าใจเพียงใด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ
ของแบบสอบถาม โดยมีเกณฑ์การยอมรับตั้งแต่
0.7 ขึ้นไป ซึ่งผลการหาความน่าเชื่อถือของ
แบบสอบถามความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ
โมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 จากสื่อประเภท
ต่างๆ เท่ากับ 0.732 ความรู้เกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจ
ประเทศไทย 4.0 เท่ากับ 0.874 และทัศนคติที่มีต่อ
โมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 เท่ากับ 0.928

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการ
แจกแบบสอบถาม เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลจาก
กลุ่มตัวอย่างที่กำหนด จำนวน 400 คน โดยเป็น
กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป อาศัย
อยู่ในกรุงเทพมหานคร และเคยเปิดรับข่าวสาร
เกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 ซึ่งหลังจาก
การเก็บข้อมูลจนครบตามจำนวนแล้วจึงนำข้อมูล

ที่ได้มา นำไปวิเคราะห์โดยวิธีการทางสถิติโดยใช้
โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อหาค่าสถิติ ดังนี้ การแจกแจง
ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ค่าสถิติ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว
และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง จำนวน
400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน
231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 อายุระหว่าง
15 - 18 ปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0
ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 205 คน คิดเป็น
ร้อยละ 51.2 โดยส่วนใหญ่เป็นนักเรียน หรือ นิสิต
นักศึกษา จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 และ
มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในระดับไม่เกิน 15,000 บาท
จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 จากสื่อประเภทต่าง ๆ

สื่อ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. โซเชียลเน็ตเวิร์ก (เฟซบุ๊ก/ทวิตเตอร์)	4.21	1.011	มากที่สุด
2. เว็บไซต์	3.70	1.049	มาก
3. โทรทัศน์	3.49	1.131	มาก
4. สื่อบุคคล (ครอบครัว/เพื่อน)	3.35	0.978	ปานกลาง
5. วิทยุกระจายเสียง	2.36	1.028	น้อย
6. การจัดกิจกรรม/สัมมนา	2.34	0.928	น้อย
7. หนังสือพิมพ์	2.21	1.105	น้อย
8. วารสาร	2.15	0.990	น้อย
รวม	2.98	0.580	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 จากสื่อประเภทต่าง ๆ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.98) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ก (เฟซบุ๊ก/ทวิตเตอร์) มากกว่าสื่ออื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.21)

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข้อมูลประเภทกลุ่มดิจิทัล เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อและบังคับอุปกรณ์ต่าง ๆ ปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีสมองกลฝังตัว จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเปิดรับประเภทข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0

ประเภทของข้อมูลข่าวสาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. กลุ่มอาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ	80	20.0
2. กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์	82	20.5
3. กลุ่มเครื่องมืออุปกรณ์อัจฉริยะ หุ่นยนต์ และระบบเครื่องกลที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ควบคุม	49	12.3
4. กลุ่มดิจิทัล เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อและบังคับอุปกรณ์ต่าง ๆ ปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีสมองฝังตัว	144	36.0
5. กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง	40	10.0
จำนวนผู้ไม่ตอบ	5	1.2
รวม	400	100

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0

ระดับความรู้	จำนวน	ร้อยละ
มีความรู้น้อย (น้อยกว่า 8 คะแนน)	113	28.2
มีความรู้ปานกลาง (9 – 14 คะแนน)	232	58.0
มีความรู้มาก (15 – 20 คะแนน)	47	11.8
จำนวนผู้ไม่ตอบ	8	2.0
รวม	400	100

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทัศนคติเกี่ยวกับ โมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0

ประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. มีความจำเป็นต่อสังคมและสามารถสร้างประโยชน์ในภาพรวมให้กับสังคมในด้านต่าง ๆ ได้	4.09	0.861	ทัศนคติเชิงบวก
2. สามารถเพิ่มศักยภาพในการผลิตสินค้าทางการเกษตร รวมถึงเพิ่มมูลค่าสินค้าทางการเกษตรให้ดียิ่งขึ้น	4.04	0.879	ทัศนคติเชิงบวก
3. สามารถลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงระบบสุขภาพของคนในประเทศได้	3.71	0.954	ทัศนคติเชิงบวก
4. ช่วยลดต้นทุนการนำเข้าพวกเครื่องมืออุปกรณ์อัจฉริยะ หรือหุ่นยนต์จากต่างประเทศ	3.65	0.954	ทัศนคติเชิงบวก
5. สามารถทำให้คนไทยทุกคนเข้าถึงข้อมูลได้เท่าเทียมกัน และสะดวก สบายในการใช้ชีวิตมากขึ้น	3.85	0.969	ทัศนคติเชิงบวก
6. ส่งผลให้คนไทยมีความภาคภูมิใจในความเป็นชาติ และวัฒนธรรมของตนมากขึ้น	3.67	1.037	ทัศนคติเชิงบวก
7. สามารถทำให้ประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในเวทีระดับภูมิภาค และระดับโลกมากขึ้น	3.79	1.018	ทัศนคติเชิงบวก
8. สามารถทำให้ประเทศไทยหลุดพ้นจากกับดักประเทศรายได้ปานกลาง ไปสู่การเป็นประเทศที่มีรายได้สูง	3.54	1.046	ทัศนคติเชิงบวก
9. สามารถทำให้ประเทศไทยมีโครงสร้างเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง ประชาชนอยู่ดีกินดีมากขึ้น	3.68	1.013	ทัศนคติเชิงบวก
10. สามารถทำให้เกิดความคล่องตัวในการทำธุรกรรมทางการเงินได้มากขึ้น รวมถึงเพิ่มความสะดวกสบายในการชำระค่าสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น	4.06	0.923	ทัศนคติเชิงบวก
รวม	3.81	0.760	ทัศนคติเชิงบวก

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความรู้เกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 นอกจากนี้ เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความรู้เกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 ที่ถูกต้องมากที่สุด ในประเด็นการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการเกษตรเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้กับเกษตรกร จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 77.3 ในขณะที่มีความรู้ที่น้อยที่สุดในประเด็นการใช้

ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ที่มีอยู่ในการออกแบบพัฒนาสินค้า และการบริการให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 ในภาพรวมมีทัศนคติเชิงบวก (ค่าเฉลี่ย 3.81) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด พบว่า ประเด็นเรื่องมีความจำเป็นต่อสังคม และสามารถสร้างประโยชน์ในภาพรวมให้กับสังคมในด้านต่าง ๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประเภทต่าง ๆ จำแนกตามลักษณะทางประชากรของประชาชน

ลักษณะทางประชากร	ค่าสถิติ	Sig.
เพศ	t (-0.834)	0.405
อายุ	F (3.076*)	0.016
ระดับการศึกษา	F (3.054*)	0.017
อาชีพ	F (1.377)	0.232
รายได้	F (3.024*)	0.011

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 6 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	
	ความรู้	ทัศนคติ
การเปิดรับข่าวสาร (ความถี่ในการเปิดรับจากสื่อ)	0.154* (ระดับความสัมพันธ์ต่ำ)	0.269* (ระดับความสัมพันธ์ต่ำ)
ความรู้	-	0.427* (ระดับความสัมพันธ์ปานกลาง)

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการทดสอบสมมติฐานวิจัยสามารถแสดงผลตามลำดับ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน ได้แก่ ช่วงอายุ ($F = 3.076$, Sig. < 0.05) ระดับการศึกษา ($F = 3.054$, Sig. < 0.05) และรายได้ ($F = 3.024$, Sig. < 0.05) มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (แสดงข้อมูลในตารางที่ 5)

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 (ผู้ที่มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประเภทต่าง ๆ) มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำกับความรู้เกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($r = 0.154$, Sig. < 0.05) (แสดงข้อมูลในตารางที่ 6)

สมมติฐานที่ 3 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 (ผู้ที่มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประเภทต่าง ๆ) มีความ

สัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำกับทัศนคติเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($r = 0.269$, Sig. < 0.05) (แสดงข้อมูลในตารางที่ 6)

สมมติฐานที่ 4 ความรู้เกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับทัศนคติเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($r = 0.427$, Sig. < 0.05) (แสดงข้อมูลในตารางที่ 6)

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบประเด็นที่น่าสนใจและสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

ช่วงอายุ ระดับการศึกษา รายได้ แตกต่างกันอย่างมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (แสดงข้อมูลในตารางที่ 5) อธิบายได้ว่าบุคคลที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้แตกต่างกัน จะเปิดรับสื่อบ่อยครั้งต่างกันไป เพื่อต้องการข่าวสารที่มาเสริมอาชีพของตน นำข่าวสารมาเป็นช่องทาง

ในการหาหนทางเพิ่มรายได้ ซึ่งสอดคล้องกับ Kaewthep (2010) กล่าวว่า ทิศทางที่บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้นจะเกิดจากความต้องการของบุคคลนั้นเป็นเบื้องต้น จากนั้นความต้องการจะถูกแปรมาเป็นแรงจูงใจที่จะผลักดันให้บุคคลเคลื่อนไหวเข้าหาการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ สอดคล้องกับ Sotanasathien (2014) กล่าวว่า ผู้รับสารมีความรับผิดชอบในการเลือกสื่อเพื่อสนองต่อความต้องการของตน และใช้สิ่งที่ได้มาเป็นหนทางในการสร้างความพึงพอใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sinchongcharoenkit (2016) ที่พบว่า ช่วงอายุที่ต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อด้านความถี่ของสื่อภายในและภายนอกแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัย Sangsuwan (2013) ที่พบว่า ระดับการศึกษา และรายได้แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่ออินเทอร์เน็ตที่เผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลแตกต่างกัน

ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประเภทต่าง ๆ กับความรู้เกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 มีความสัมพันธ์กันต่ำ และเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดย ผู้ที่มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประเภทต่าง ๆ น้อย จะมีความรู้เกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 น้อย อธิบายได้ว่า บุคคลจะเปิดรับสื่อก็เพื่อต้องการรับรู้ข่าวสารรอบตัว เป็นการเสริมความรู้ในสิ่งที่ ไม่เคยทราบมาก่อน แต่เมื่อการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 ตามสื่อต่าง ๆ นั้นไม่เป็นไปอย่างกว้าง ทำให้ประชาชนรับรู้ได้อย่างจำกัด จึงทำให้ประชาชนมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อได้น้อย

ซึ่งสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 ก็จะน้อยเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับ Kaewthep (2010) กล่าวว่า การเปิดรับสารของผู้รับสารนั้น มีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง สอดคล้องกับ Sotanasathien (2014) กล่าวว่า ผู้รับสารได้รับประโยชน์จากการเปิดรับสื่อ สามารถใช้ประโยชน์จากสาระในการนำเสนอของสื่อ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sinchongcharoenkit (2016) ที่พบว่า ความถี่ของการเปิดรับ และระยะเวลาเปิดรับสื่อภายใน และสื่อภายนอก กับความรู้มีความสัมพันธ์กับในเชิงบวกในระดับต่ำ

ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประเภทต่าง ๆ กับทัศนคติเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 มีความสัมพันธ์กันต่ำ โดยเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ โดยผู้ที่มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประเภทต่าง ๆ น้อย จะมีทัศนคติเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 ในระดับน้อย อธิบายได้ว่า บุคคลมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งจากสื่อประเภทต่าง ๆ บ่อยครั้ง ย่อมจะมีแนวโน้มความคิดเห็นต่อข่าวสารเหล่านั้นได้เป็นอย่างดี หากมีการเปิดรับสารนั้น ๆ จากสื่อน้อยครั้ง ก็จะมีความคิดเห็นต่อข่าวสารเหล่านั้นได้น้อย เนื่องจากอาจเป็นข้อมูลแค่ผ่านตา ไม่สามารถเพิ่มประสบการณ์ร่วมต่อข่าวสารที่ได้รับก็อาจเป็นได้ ซึ่งสอดคล้องกับ Zimbardo & Leippe (As cited in Pilun-Owad, 2011) กล่าวว่า ทัศนคติไม่ได้เป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด หากแต่เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ของแต่ละคน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kunchan (2016)

พบว่า การเปิดรับสื่อมวลชนเรื่องผู้ลี้ภัยในเมือง มีความสัมพันธ์กับทัศนคติอยู่ในระดับต่ำ

ความรู้เกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 มีความสัมพันธ์ปานกลางกับทัศนคติเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 โดยเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อธิบายได้ว่า เมื่อบุคคลมีความรู้เกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 ได้อย่างถูกต้อง ก็จะทำให้มีทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 ด้วยเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับ Zimbardo & Leippe (As cited in Pilun-Owad, 2011) กล่าวว่า หากบุคคลมีความรู้หรือความคิดว่าสิ่งใดดีก็มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sanyos (2015) ที่พบว่า ความรู้เกี่ยวกับประกันบำนาญ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับประกันบำนาญ

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถนัดในการเปิดรับสื่อผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ก (เฟซบุ๊ก/ ทวิตเตอร์) มากกว่า สื่ออื่น ๆ และมีความรู้เกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 ในประเด็นการใช้ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ที่มีอยู่ในการออกแบบพัฒนาสินค้า และการบริการ ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ได้ถูกต้องน้อยที่สุด ดังนั้น ควรสร้างการรับรู้และมีการสื่อสารให้ข้อมูลเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 ในประเด็นดังกล่าวให้มากยิ่งขึ้น โดยทางภาครัฐควรพิจารณาวางแผนการสื่อสารข้อมูลผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ก

(เฟซบุ๊ก/ ทวิตเตอร์) เพื่อสร้างการรับรู้แก่ประชาชน ได้อย่างถูกต้องมากขึ้น

2. จากผลการทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับ ความรู้ และทัศนคตินั้น พบว่า ทุกส่วนล้วนมีความสัมพันธ์กันทั้งสิ้น ดังนั้น ถ้ามีการกระตุ้นให้ประชาชนมีการเปิดรับสื่อ และข้อมูลข่าวสารมากขึ้น ก็จะส่งผลทำให้ประชาชนมีความรู้ รวมถึงทัศนคติต่อโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 มากขึ้นตามไปด้วย และเมื่อประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติที่ดีแล้วก็จะส่งผลให้ประเทศไทยมีการพัฒนาให้เทียบเท่ากับประเทศอื่น ๆ มากขึ้นตามไปด้วย

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเพียงอย่างเดียว ซึ่งอาจจะยังไม่เพียงพอ และไม่สามารถวัดความรู้และทัศนคติในเชิงลึกได้ ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาในเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในด้านความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 มากขึ้น

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปอาจจะมีการศึกษาประชากรที่อยู่ในเขตปริมณฑล รวมถึงต่างจังหวัด เพื่อเพิ่มความหลากหลายทางประชากร เนื่องจากหนึ่งในกลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเป้าหมายของโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 นั้น มีกลุ่มอาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพอยู่ด้วย

REFERENCES

- It24hrs. (2017). **What is Thailand 4.0?**. Retrieved from <https://www.it24hrs.com/2017/thailand-4-0/> [2018, 12 Feb.] (in Thai)
- Kaewthep, K. (2010). **Mass communication theory**. 2nd ed. Bangkok: Parbpim. (in Thai)
- Kunchan, P. (2016). **The instruction of media exposure and knowledge, attitude and behavior with refugees in Bangkok**. (The degree of Master of Arts). Thammasat University. (in Thai)
- Maesincee, S. (2015). **Thailand 4.0**. Retrieved from <https://www.facebook.com/drsuvitpage/photos/a.1385956698377723/1389559364684123/> [2018, 12 Feb.] (in Thai)
- Ministry of Industry. (2016). **The 20-year industrial development under industry 4.0 (3017-2036)**. Retrieved from <https://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub/2017/20171114-oie.pdf> [2018, 12 Feb.] (in Thai)
- Pilun-Owad. (2011). **Persuasive communication**. 6th ed. Bangkok: Chulalongkorn University. (in Thai)
- Sangsuwan, S. (2013). **Media exposure, knowledge and attitude of people in Bangkok towards publicity about digital television of Thailand's information**. (The degree of Master of Arts). Thammasat University. (in Thai)
- Sanyos, A. (2015). **Exposure, knowledge, attitude and behavioral tendency towards pension insurance to accommodate the aging society of people of working age in Bangkok Metropolis**. (The degree of Master of Arts). Thammasat University. (in Thai)
- Sinchongcharoenkit, P. (2016). **Media exposure, knowledge and attitude towards the National Legislative Assembly B.E. 2557 and political participation of people in Bangkok**. (The degree of Master of Arts). Thammasat University. (in Thai)
- Sotanasathien, S. (2014) **Communication theories**. Bangkok: Rabiangthong. (in Thai)
- Thairath Online. (2016). **"Thailand 4.0" creates a new economy**. Retrieved from <https://www.thairath.co.th/content/613903> [2018, 12 Feb.] (in Thai)
- Thairath Online. (2016). **What is Thailand 4.0? Is it possible to reach your dream?**. Retrieved from <https://www.thairath.co.th/content/617496> [2018, 12 Feb.] (in Thai)