

บทคัดย่อ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้ใช้ที่มีความแตกต่างระหว่างเจนเนอเรชัน
ชื่อผู้เขียน	นางสาวอมรกานต์ เส็มโสม
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการสื่อสาร)
ปีการศึกษา	2562

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มเจนเนอเรชัน X, Y และ Z และความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มเจนเนอเรชัน X, Y และ Z โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในกลุ่มเจนเนอเรชัน X, Y และ Z จำนวน 210 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ Facebook มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน มีระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ครั้งละ 1 – 3 ชั่วโมง ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงกลางคืน (19.00 – 24.00 น.) ใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่บ้านหรือหอพัก เข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์โดยใช้โทรศัพท์มือถือ (Smart Phone) การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์มีความคิดเห็นโดยรวม พบว่า อันดับแรกอยู่ในระดับมากที่สุด คือ เพื่อค้นหาข้อมูล และความพึงพอใจในสื่อสังคมออนไลน์ มีความคิดเห็นโดยรวม พบว่า อันดับแรกอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านข้อมูลข่าวสาร

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1) ช่วงเจนเนอเรชัน (อายุ) ต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2) ปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามช่วงเจนเนอเรชัน (อายุ) สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 3) พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ และ 4) การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในสื่อสังคมออนไลน์

ABSTRACT

Title of Independent Study	A Study of Behavior of Social Media Usage Between Different Generations
Author	Miss. Amonkan Semsom
Degree	Master of Arts (Communication Arts and Innovation)
Year	2019

The objective of this research was to study on the differences between behavior of used social media of Generation X, Y and Z and to study the relationship between behavior of used social media, the uses and gratifications in social media of Generation X, Y and Z. The research instrument was a questionnaire. The researcher selected a sample of 210 used social media of Generation X, Y and Z. The descriptive statistics were presented in percentage, arithmetic mean and Pearson's product moment correlation coefficient.

The results of this study showed that most of the respondents used facebook more than 1 time a day. They reported that they used social media during 1 – 3 hour per time, and they used it in the period from 19.00 to 24.00 hours in their places. The device that was most used to expose social media was the smartphone. As for the uses and gratifications of social media, the finding show that the online user generally found the obtained information highest useful, which refers use for searching information, while they generally felt highest gratified when they use for information.

The hypothesis tests results show that 1) user with difference of Generation X, Y and Z had related with behavior of used social media at a significant level; 2) user with different demographics, including Generation (age), marital status, occupation and monthly income had related with the uses of social media at a significant level; 3) user with difference of behavior of used social media had related with the uses of social media; and 4) the uses of social media had related with the gratifications of social media.