

บทคัดย่อ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	การศึกษาอิทธิพลของ Influencers บนสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมของกลุ่ม Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ผ่านทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมและทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุผล
ชื่อผู้เขียน	นายปวีร์ ประกอบกิจ
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)
ปีการศึกษา	2562

งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาอิทธิพลของ Influencers บนสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมของกลุ่ม Generation Y ในกรุงเทพมหานคร ผ่านทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมและทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุผล” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะพฤติกรรมที่เกิดจากอิทธิพลของ Influencer อันส่งผลต่อวัยรุ่น Generation Y รวมถึงศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการและอิทธิพลจากสภาพแวดล้อม

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมุ่งเน้นทำการสำรวจเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นในประเทศไทยที่ใช้บริการ Social Media โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยการเก็บแบบสอบถามเป็นการเก็บแบบสอบถามผ่านทางอินเทอร์เน็ต (Online Survey) การสุ่มตัวอย่างจะสุ่มตัวอย่างกลุ่มวัยรุ่นอายุระหว่าง 18 - 35 ปี เนื่องจากช่วงเวลาที่จำกัดทำให้ได้รับแบบสอบถามที่ตอบรับกลับมาทั้งสิ้น 300 ชุด

ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาศึกษาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ซึ่งประกอบด้วย ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) ทฤษฎีการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ทฤษฎีลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristic Theory) แนวคิดเครือข่ายทางสังคม (Social Networking Online) แนวคิดด้านการสื่อสาร (Communication) และทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of reasoned action: TRA)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงอายุ 26-30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,000 – 30,000 บาท มีอาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานออฟฟิศจำนวน 217 คน โดยสมมติฐานสามารถสรุปได้ว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์และทัศนคติในการเลือกติดตาม Page หรือ Influencer นั้น มีปัจจัยเพียง 2 ตัวที่มีความสัมพันธ์กันได้แก่ การศึกษาและอาชีพ ในขณะที่เพศ อายุ และรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการเลือกติดตาม Page หรือ Influencer ในขณะเดียวกันทัศนคติและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงส่งผลต่อพฤติกรรมในการเลือกติดตาม Page หรือ Influencer ซึ่งพฤติกรรมในการเลือกติดตามและความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมในการติดตาม Page หรือ Influencer มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความนิยมในการเลือกใช้กลุ่มผู้มีอิทธิพลทางสังคมในการทำการตลาด ทั้งนี้ความนิยมในการเลือกใช้กลุ่มผู้มีอิทธิพลทางสังคมหรือรูปแบบความนิยมจากสังคมมีความสัมพันธ์ในแง่ลบกับบุคคลหรือลักษณะทางประชากรศาสตร์



Abstract

Title of Independent Study	A study of influencer that affects the behavior of generation Y in Bangkok through the social learning theory and the reasoned action
Author	Mr. Pawee Prakobkij
Degree	Master of Arts (Communication Arts and Innovation)
Year	2019

The research entitled “A study of influencer that affects the behavior of generation Y in Bangkok through the social learning theory and the reasoned action” is intended to study the teenager's behavior that effected from an influencer, and to compare the relationship between demographic, behavioral, and environment.

Qualitative research was employed through a questionnaire with 300 male and female social media users, aged between 18 -35 years old. The researcher has collected the data by using an online survey.

The researcher uses 6 theories to create a conceptual framework that complies with 1. Social Learning Theory 2. Media Exposure 3. Demographic Characteristic Theory 4. Social Networking Online 5. Communication 6. Theory of Reasoned Action (TRA)

The result of this research showed that the following: the majority of a user is female, aged 26 – 30, graduated with bachelor’s degree, average monthly salary 20,000 – 30,000 Bath, most of the users are office workers.

The results of hypotheses testing also reveal that the relationship between demographic and attitude for following an influencer had 2 factors related. There are education and occupation. Moreover, Attitude and subjective norm had affected to behavior to select an influencer to follow. Meanwhile, Behavioral intention and behavioral had a positive affected on trending influencer marketing. Lastly, trending influencer marketing or the character of society had affected demographic (Person).

