

งานวิจัย: ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณของประชาชนใน
เขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย: จุฑาทกานต์ ธนยศบุญญฤทธิ์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคม
ออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณของ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับ
สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ การได้รับตัวแบบจาก
ครอบครัว และอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเก็บแบบสอบถามจาก
ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน มาจากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร
ของทาโรยามานะ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลลักษณะทั่วไปของกลุ่ม
ตัวอย่าง ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบ
สมมติฐานค่าสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งขึ้น โดยจะใช้สถิติต่างๆ
ดังนี้ T-test, F-test และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 59.5% อายุ 18-28 ปี 40% ระดับ
การศึกษาปริญญาตรี 79.5% สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในชีวิตประจำวันคือไลน์ 42.5% เวลาเฉลี่ยที่ใช้
ออนไลน์ต่อวัน 5-10 ชั่วโมง 46% ระดับของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ
ระดับความคิดเห็นของ เจตคติต่อการรับสื่ออย่างมีวิจารณญาณ ระดับพฤติกรรมการได้รับตัวแบบจาก
ครอบครัว และระดับพฤติกรรมอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยส่วน
บุคคลได้แก่ เพศ การศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ เจตคติต่อการ
รับสื่อสังคมออนไลน์ การได้รับตัวแบบจากครอบครัวแตกต่างกัน เพศที่ต่างกันมีผลต่ออิทธิพลของ
กลุ่มเพื่อนไม่แตกต่างกัน การศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ ไม่
แตกต่างกัน อายุที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ เจตคติต่อการรับสื่อสังคม
ออนไลน์ การได้รับตัวแบบจากครอบครัว และอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนไม่แตกต่างกัน