

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์ที่ส่งผลต่อการใช้ประโยชน์ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่” นั้น มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์ทวิตเตอร์ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ ระดับความรู้เกี่ยวกับการใช้ทวิตเตอร์ และพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์กับการใช้ประโยชน์ทวิตเตอร์ และ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของลักษณะประชากรศาสตร์ ระดับความรู้เกี่ยวกับการใช้ทวิตเตอร์ และพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์กับการใช้ประโยชน์ทวิตเตอร์ ทั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการวิจัยเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มวัยทำงานจำนวน 10 คน และกลุ่มวัยรุ่น จำนวน 10 คน สรุปผลการวิจัย ได้ดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ลักษณะพื้นฐานทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ภาพรวมลักษณะพื้นฐานทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้มีเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เพศหญิง ร้อยละ 53.80 เพศชาย ร้อยละ 46.30 กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 58.50 อาชีพส่วนใหญ่จะเป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 49.50 โดยส่วนใหญ่จะไม่มีรายได้ ร้อยละ 38.20 มีระยะเวลาในการใช้สื่อทวิตเตอร์ 1-3 ปี ร้อยละ 37.00 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้ทวิตเตอร์ทุกวัน ร้อยละ 30.80 มีจำนวนชั่วโมงในการใช้ทวิตเตอร์มากที่สุด น้อยกว่า 1 ชั่วโมง ร้อยละ 42.30 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ทวิตเตอร์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ สมาร์ทโฟน เช่น ไอโฟน แอนดรอยด์โฟน ฯลฯ ร้อยละ 66.00

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้ทวิตเตอร์ของกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มวัยทำงาน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาจำนวนปีในการใช้สื่อทวิตเตอร์ เป็นเวลา 1-3 ปี รองลงมาได้แก่ น้อยกว่า 1 ปี และลำดับสุดท้าย ระยะเวลามากกว่า 6 ปี โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้ทวิตเตอร์ทุกวัน มีจำนวนชั่วโมงในการใช้ทวิตเตอร์มากที่สุด น้อยกว่า 1 ชั่วโมง โดยใช้ทวิตเตอร์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ สมาร์ทโฟน เช่น ไอโฟน แอนดรอยด์โฟน ฯลฯ

ส่วนที่ 3 แสดงข้อมูลระดับความรู้เกี่ยวกับทวิตเตอร์ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน

ค่าคะแนนในการตอบคำถามเพื่อวัดความรู้เกี่ยวกับทวิตเตอร์ของกลุ่มวัยรุ่น ค่าเฉลี่ยระดับความรู้เกี่ยวกับทวิตเตอร์ของกลุ่มวัยรุ่น มีค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 7.515) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.=1.750) ส่วนค่าเฉลี่ยระดับความรู้เกี่ยวกับทวิตเตอร์ของกลุ่มวัยทำงาน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X} = 7.100) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.=1.562)

ส่วนที่ 4 แสดงข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความแตกต่างระดับความรู้เกี่ยวกับทวิตเตอร์ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความรู้เกี่ยวกับทวิตเตอร์ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน พบว่ากลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มวัยทำงานมีค่าเฉลี่ยระดับความรู้เกี่ยวกับทวิตเตอร์แตกต่างกัน โดยกลุ่มวัยรุ่นมีระดับความรู้เกี่ยวกับทวิตเตอร์ (\bar{X} = 7.515) มากกว่ากลุ่มวัยทำงาน ที่มีระดับความรู้เกี่ยวกับทวิตเตอร์ (\bar{X} = 7.100) ที่ระดับ (t-test) = 2.499 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

ส่วนที่ 5 แสดงข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความแตกต่างการใช้ประโยชน์ทวิตเตอร์ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างการใช้ประโยชน์ทวิตเตอร์ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน พบว่ากลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มวัยทำงานการใช้ประโยชน์ทวิตเตอร์แตกต่างกันกลุ่มวัยทำงานมีการใช้ประโยชน์ทวิตเตอร์ (\bar{X} = 3.830) มากกว่ากลุ่มวัยรุ่น ที่มีการใช้ประโยชน์ ทวิตเตอร์ (\bar{X} = 3.632) ที่ระดับ (t-test) = -3.068 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

ส่วนที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการใช้ประโยชน์ทวิตเตอร์ในแต่ละด้าน

พบว่า สรุปผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการใช้ประโยชน์ทวิตเตอร์ กลุ่มตัวอย่าง ใช้ประโยชน์ทวิตเตอร์เพื่อหาความรู้ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นจากบุคคลที่เราติดตาม รองลงมาได้แก่ ใช้ในการติดตามข้อมูลข่าวสาร ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และลำดับสุดท้าย ใช้เป็นช่องทางการติดต่อกับบริษัทผู้ผลิตสินค้า หรือบริการที่เราใช้บริการ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 7 แสดงการวิเคราะห์ที่ถดถอยเพื่อพยากรณ์พฤติกรรมการใช้สื่อทวิตเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจากตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ความถี่ในการใช้ทวิตเตอร์ จำนวนชั่วโมงในการใช้ทวิตเตอร์ ระยะเวลาในการใช้ทวิตเตอร์ ระดับความรู้

การพยากรณ์ตัวแปรต่าง ๆ จำนวน 9 ตัวแปรที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อทวิตเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจากตัวแปรเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จำนวนปีในการใช้ทวิตเตอร์ จำนวนชั่วโมงในการใช้ทวิตเตอร์ ระยะเวลาในการใช้ทวิตเตอร์ และระดับความรู้ โดยตัวแปรที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการใช้สื่อทวิตเตอร์ของกลุ่มตัวอย่าง มีทั้งหมด 3 ตัวแปร คือ อายุ ระดับการศึกษา และจำนวนปีในการใช้ทวิตเตอร์

2. อภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความแตกต่างระดับความรู้เกี่ยวกับทวิตเตอร์ในกลุ่มวัยรุ่นมีความรู้เกี่ยวกับทวิตเตอร์มากกว่ากลุ่มวัยทำงาน

จากผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความรู้เกี่ยวกับทวิตเตอร์ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน พบว่ากลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มวัยทำงานมีค่าเฉลี่ยระดับความรู้เกี่ยวกับทวิตเตอร์แตกต่างกัน โดยกลุ่มวัยรุ่นมีระดับความรู้เกี่ยวกับทวิตเตอร์มากกว่ากลุ่มวัยทำงาน ที่ผ่านมาจะเห็นว่าทวิตเตอร์เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในกลุ่มวัยรุ่นมากที่สุด เนื่องจากทวิตเตอร์มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย ในรูปแบบของการสื่อสารที่เข้าใจง่าย รวมถึงการใช้ภาษาที่ก่อให้เกิดการติดแอดแฮทก์ที่ได้รับความสนใจจากวัยรุ่นในทุกวัน สอดคล้องกับสถิติผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต ปี 2561 ในประเทศไทย (สุรางคณา วายุภาพ, 2561, อ้างถึงใน อภิเกียรติ เตชะจารุพันธ์, 2561) ที่รายงานถึงสัดส่วนผู้ใช้งานการใช้ “ทวิตเตอร์” เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา พบว่าอัตราการเติบโตของ ทวิตเตอร์ มีจำนวนผู้ใช้สูงที่สุดถึง 70 เปอร์เซ็นต์ เพิ่มขึ้นจาก 5.3 ล้านคน เป็น 9 ล้านคน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นอายุระหว่าง 16-24 ปี ทางด้านดวงพร พรหมอ่อน Country Director จาก AdParlor ตัวแทนทวิตเตอร์ประเทศไทย (Positioning, 2560) ยังชี้ให้เห็นว่ากลุ่มผู้ใช้ทวิตเตอร์เวลานี้เป็นเด็กวัยรุ่นอายุต่ำกว่า 34 ปี ถึง 65% แบ่งเป็น ช่วงอายุ 16-24 ปี มีถึง 35% เป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด รองลงมา คือ อายุ 25-34 ปี มีสัดส่วน 30% เท่ากับว่าในขณะนี้กลุ่ม “วัยรุ่น” คือ ทั้งนักเรียน และนักศึกษาเป็นกลุ่มผู้ใช้ใหญ่ที่สุดในทวิตเตอร์ เนื่องจากวัยรุ่นมีการใช้ทวิตเตอร์เป็นจำนวนมากทำให้อาจจะมีระดับความรู้เกี่ยวกับทวิตเตอร์มากกว่ากลุ่มวัยทำงาน นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับ DEBATE.ORE ที่กล่าวว่า กลุ่มวัยรุ่นจะมีความรู้ในเรื่องการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าพ่อแม่ ผู้ปกครอง เนื่องจากที่ผ่านมานั้นผู้ปกครอง หรือพ่อแม่ยังไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอินเทอร์เน็ตทำให้ขาดความรู้ทางด้านดังกล่าว นอกจากนี้เทคโนโลยีดังกล่าวได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทำให้พ่อแม่ ผู้ปกครอง หรือกลุ่มที่มีอายุมากกว่า

กลุ่มวัยรุ่นตามไม่ทัน ทำให้โดยรวมแล้วนั้นกลุ่มวัยรุ่นมีความฉลาดทางด้านอินเทอร์เน็ตมากกว่าพ่อแม่ของตนเอง ซึ่ง Adam Hughes and Stefan Wojcik (2019) ได้กล่าวถึงผู้ใช้ทวิตเตอร์ในประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีแนวโน้มที่จะมีอายุในช่วง 18-29 ปี เป็นกลุ่มวัยรุ่นที่มีการศึกษาและรายได้ที่สูงกว่าวัยทำงาน หรือวัยผู้ใหญ่ ซึ่งการที่กลุ่มวัยรุ่นมีการศึกษาและรายได้ที่สูงส่งผลต่อความรู้ในการใช้ทวิตเตอร์ด้วยเช่นกัน

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเพื่อพยากรณ์พฤติกรรมการใช้สื่อทวิตเตอร์ ตัวแปรอายุ ระดับการศึกษา และจำนวนปีในการใช้ทวิตเตอร์มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อทวิตเตอร์

จากผลการศึกษาพบว่า อายุเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อทวิตเตอร์ ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของ บริษัท Thoth Zocial Obivoc บริษัทด้านการวิเคราะห์ Data บนโลกออนไลน์ ซึ่งได้สรุปสถิติและพฤติกรรมของคนไทยกับโซเชียลมีเดียในปี พ.ศ. 2561 ที่ผ่านมามีทวิตเตอร์เป็นโซเชียลมีเดียที่มีการเติบโตสูงสุดเมื่อเทียบกับโซเชียลมีเดียประเภทอื่น ๆ โดยในปี พ.ศ. 2559 ทวิตเตอร์ มีผู้ใช้ 9 ล้านราย เติบโต 70% และในปี 2017 ทวิตเตอร์มีผู้ใช้ 12 ล้านราย เติบโต 33% และเป็นแอคทีฟยูสเซอร์ที่เข้ามาใช้ทวิตเตอร์ทุกวันมากถึง 5.7 ล้านราย ส่วนในปี พ.ศ. 2561 ทวิตเตอร์มีผู้ใช้งานมากถึง 20 ล้านราย และมีการเติบโตด้านมูลค่าเม็ดเงินโฆษณามากถึง 275% หรือจาก 30 ล้านบาทในปีที่ผ่านมาเป็น 90 ล้านบาท โดยพบว่าสัดส่วนของผู้ใช้ทวิตเตอร์มากที่สุดถึง 68% เป็นกลุ่มของผู้ใช้งานที่มีอายุระหว่าง 16-34 ปี (Sanook, 2561) กล่าวได้ว่าเป็นกลุ่ม Gen Millennial ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อสินค้าประเภทแบรนด์สูง เนื่องจากกลุ่มนี้มีความต้องการในการแสวงหาข้อมูลสิ่งใหม่ ๆ ที่ตนเองสนใจผ่านทวิตเตอร์ และจะนำเรื่องราวที่พบเห็นไปขยายต่อให้กับครอบครัวและบุคคลรอบข้างได้รับรู้ นอกจากนี้กลุ่มวัยรุ่นกลุ่มนี้ที่เข้ามาใช้ทวิตเตอร์มาก ๆ เนื่องจากพบว่าทวิตเตอร์คือโลกใบใหม่ที่สามารถโพสต์แสดงตัวตนของตัวเองได้อย่างเต็มที่มากกว่าเฟซบุ๊กที่พ่อแม่เริ่มเข้ามาเล่นและมาขอเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊กเพื่อดูความเคลื่อนไหวของลูกตลอดเวลา สอดคล้องกับ สุภาวดี ลิ้มสกุล (2562) และชนะชัย ไชยปัญญา (2562) ที่กล่าวถึงกลุ่มผู้ใช้งานที่เป็นกลุ่มผู้ใช้ทวิตเตอร์ส่วนใหญ่ในประเทศไทยตอนนี้ คือกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่อยู่ในช่วงอายุ 16-24 ปี ที่มีความคิดที่ว่าเฟซบุ๊กเป็นสื่อที่ใหญ่ที่มีคุณแม่ คุณแม่ ครูประจำชั้นใช้จำนวนมาก ทำให้เกิดความรู้สึกว่าเฟซบุ๊กไม่ปลอดภัย และต้องการพื้นที่ที่มีความเป็นส่วนตัวแบบทวิตเตอร์ ซึ่งเป็นทางเลือกใหม่ที่ตรงกับความต้องการความเป็นส่วนตัวหลบเลี่ยงจากสังคมคนรู้จักของวัยรุ่นไทยในตอนนี้ ซึ่งทวิตเตอร์ถือเป็นพื้นที่ที่สามารถเป็นตัวของตัวเองได้อย่างเต็มที่และมีอิสระเสรีในความคิดไม่ถูกคาดหวังหรือตีกรอบจากสังคมอีกต่อไป จะเห็นได้ว่าปัจจัยทางด้านอายุมีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อทวิตเตอร์

นอกจากตัวแปรทางด้านอายุแล้ว ระดับการศึกษาก็เป็นตัวแปรหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ทวิตเตอร์ สอดคล้องกับ River, Peterson and Jensen (1971, อ้างถึงใน ประมะ

สตะเวทิน, 2540) ที่กล่าวว่าคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกันจะมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ รสนิยม ค่านิยม และความต้องการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน โดยทั่วไปแล้วเราเชื่อกันว่าคนที่มีการศึกษาระดับสูงมักจะมีพฤติกรรมในการใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาระดับต่ำ และคนที่มีการศึกษาสูงจะมีความรู้กว้างขวางเข้าใจศัพท์และสารได้ดีกว่า ทางด้าน ปรมะ สตะเวทิน (2546) ได้กล่าวถึงการศึกษาว่ามีลักษณะที่สำคัญเช่นกันเป็นอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกันจึงมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกัน นอกจากนี้งานวิจัยของ ธนัสต์ เกษมไชยานันท์ (2544) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ คือลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ น้ำทิพย์ สำเภาประเสริฐ (2543) ที่พบว่าอายุ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

ทั้งนี้ ประสพการณ์ในการเปิดรับสื่อและนิสัยก็มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสารตามที่ Hunt & Ruben (1993) กล่าวว่า ประสพการณ์และนิสัยในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนจะมีการพัฒนานิสัยในการรับสารอันเป็นผลมาจากประสพการณ์ในการรับสารของเรา โดยการที่ผู้รับสารจะพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้น เราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมถึงการตีความอย่างใดอย่างหนึ่งและเลือกที่จะจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

3. ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยมีดังต่อไปนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการใช้ประโยชน์

1) เนื่องจากสื่อทวิตเตอร์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในกลุ่มวัยรุ่น จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่ากลุ่มวัยรุ่นมีระดับความรู้ทวิตเตอร์มากกว่ากลุ่มวัยทำงาน ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องอาจจะนำผลการศึกษาดังกล่าวไปวางแผนเพื่อใช้ประโยชน์กับกลุ่มวัยรุ่นโดยเน้นการนำเสนอผ่านสื่อทวิตเตอร์

2) เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า วัยรุ่นและวัยทำงานส่วนใหญ่ใช้ทวิตเตอร์ในการติดตามข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการใช้ทวิตเตอร์ อาจจะใช้ทวิตเตอร์เป็นช่องทางสำหรับกิจกรรมการเรียนการสอน ในระดับโรงเรียน มหาวิทยาลัย เพื่อใช้ในการศึกษา การส่งคำถามความคิดเห็น เพื่อเป็นเครือข่ายของการเรียนรู้ร่วมกันอีกช่องทางหนึ่ง

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

- 1) ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่น่าสนใจ เช่น ทักษะคติของกลุ่มผู้ใช้ทวิตเตอร์ หรือศึกษาระดับการรู้เท่าทันสื่อทวิตเตอร์ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน
- 2) ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาการวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงลึกมาก เช่น รูปแบบของการโพสต์เกี่ยวกับทวิตเตอร์ เนื้อหาที่ได้รับความนิยมในทวิตเตอร์ในแต่ละช่วง เป็นต้น

