

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	(1)
บทคัดย่อภาษาไทย	(2)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
สารบัญ	(4)
สารบัญตาราง	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย	2
วัตถุประสงค์การวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย	4
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	5
กรอบแนวคิดวิจัย	6
นิยามศัพท์ระดับปฏิบัติการ	7
สมมติฐานการวิจัย	7
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร	8
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ	12
แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์	14
แนวคิดเกี่ยวกับใช้ประโยชน์	17
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	23
ระเบียบวิธีวิจัย	23
กลุ่มประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง	23
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	26
การเก็บรวบรวมข้อมูล	30
การวิเคราะห์ข้อมูล	30
บทที่ 4 ผลการวิจัย	31
ส่วนที่ 1 ลักษณะพื้นฐานทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง	32
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้ทวิตเตอร์ของกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มวัยทำงาน	36
ส่วนที่ 3 แสดงข้อมูลระดับความรู้เกี่ยวกับทวิตเตอร์ของกลุ่มวัยรุ่น และวัยทำงาน	38
ส่วนที่ 4 แสดงข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความแตกต่างระดับความรู้ เกี่ยวกับทวิตเตอร์ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน	42

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 5 แสดงข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความแตกต่าง การใช้ประโยชน์ทวิตเตอร์ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน	43
ส่วนที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ การใช้ประโยชน์ทวิตเตอร์	44
ส่วนที่ 7 แสดงการวิเคราะห์ถดถอยเพื่อพยากรณ์พฤติกรรม การใช้สื่อทวิตเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจากตัวแปร เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ความถี่ในการใช้ทวิตเตอร์ จำนวนชั่วโมง ในการใช้ทวิตเตอร์ ระยะเวลาในการใช้ทวิตเตอร์ ระดับความรู้	66
บทที่ 5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ	69
สรุปผลการวิจัย	69
อภิปรายผลการวิจัย	70
ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย	72
บรรณานุกรม	74
ภาคผนวก	78
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	78
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์	85
ประวัติผู้วิจัย	86

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 แสดงข้อมูลให้สัมภาษณ์กลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน ในเขตอำเภอเมือง และนอกเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	25
ตารางที่ 4.1 แสดงความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	32
ตารางที่ 4.2 แสดงความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามช่วงอายุ	33
ตารางที่ 4.3 แสดงความถี่และร้อยละของระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง	33
ตารางที่ 4.4 แสดงความถี่และร้อยละอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	34
ตารางที่ 4.5 แสดงรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง	35
ตารางที่ 4.6 แสดงความถี่และร้อยละของระยะเวลาที่ใช้สื่อทวิตเตอร์ (จำนวนปี)	36
ตารางที่ 4.7 แสดงความถี่และร้อยละความบ่อยในการใช้ทวิตเตอร์ของกลุ่มตัวอย่าง	36
ตารางที่ 4.8 แสดงความถี่และร้อยละของจำนวนชั่วโมงในการใช้ทวิตเตอร์ ของกลุ่มตัวอย่าง	37
ตารางที่ 4.9 แสดงค่าความถี่และร้อยละของช่องทางในการใช้ทวิตเตอร์	37
ตารางที่ 4.10 แสดงค่าคะแนนในการตอบคำถามเพื่อวัดความรู้เกี่ยวกับทวิตเตอร์ ของกลุ่มวัยรุ่น จำนวน 200 คน	38
ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการตอบคำถาม เพื่อวัดระดับความรู้เกี่ยวกับทวิตเตอร์ของกลุ่มวัยรุ่น จำนวน 200 คน (10 ข้อ 10 คะแนน)	39
ตารางที่ 4.12 แสดงค่าคะแนนในการตอบคำถามเพื่อวัดความรู้เกี่ยวกับทวิตเตอร์ ของกลุ่มวัยทำงาน จำนวน 200 คน	40
ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการตอบคำถาม เพื่อวัดระดับความรู้เกี่ยวกับทวิตเตอร์ของกลุ่มวัยรุ่น จำนวน 200 คน (10 ข้อ 10 คะแนน)	41
ตารางที่ 4.14 แสดงผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความแตกต่าง ระดับความรู้เกี่ยวกับทวิตเตอร์ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน	42
ตารางที่ 4.15 แสดงผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความแตกต่าง การใช้ประโยชน์ทวิตเตอร์ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน	43
ตารางที่ 4.16 แสดงสรุปผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การใช้ประโยชน์ทวิตเตอร์	44
ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการใช้ประโยชน์ทวิตเตอร์เพื่อให้ เพื่อนได้รู้ถึงสถานะของคุณและไม่ขาดการติดต่อกับเพื่อนในทวิตเตอร์	45
ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการใช้ประโยชน์ทวิตเตอร์เพื่อ หาความรู้ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นจากบุคคลที่เราติดตาม	48

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการใช้ประโยชน์ในการติดตามข้อมูลข่าวสาร	51
ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการใช้ประโยชน์ทวิตเตอร์เพื่อใช้เป็นช่องทางการติดต่อกับบริษัทผู้ผลิตสินค้า หรือบริการที่เราใช้บริการ	58
ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการใช้ประโยชน์ทวิตเตอร์เพื่อใช้ในการขอความช่วยเหลือในเรื่องต่างๆ/การไม่ขาดการติดต่อจากเพื่อน ๆ	59
ตารางที่ 4.22 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการใช้ประโยชน์ในการโปรโมทผลงาน/เว็บไซต์ของตนเอง	61
ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การใช้ประโยชน์ในการค้นหา (Search) คน/บุคคล/เรื่องที่ยากรู้	65
ตารางที่ 4.24 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเพื่อพยากรณ์พฤติกรรมการใช้สื่อทวิตเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างจากตัวแปรเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จำนวนปีในการใช้ทวิตเตอร์ จำนวนชั่วโมงในการใช้ทวิตเตอร์ ระยะเวลาในการใช้ทวิตเตอร์ ระดับความรู้	66
ตารางที่ 4.25 อำนาจในการพยากรณ์ตามลำดับที่ของตัวแปรพยากรณ์ที่ศึกษา จำนวน 9 ตัวแปรที่ใช้ในการพยากรณ์พฤติกรรมการใช้สื่อทวิตเตอร์ของกลุ่มตัวอย่าง	67
ตารางที่ 4.26 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ ค่าคงที่ และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์พฤติกรรมการใช้สื่อทวิตเตอร์ของกลุ่มตัวอย่าง	68