

# การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

## ของ Generation Z ในจังหวัดหนองบัวลำภู

### Social Network Usage Behaviours of Generation Z of Nong Bua Lamphu

อภิชาติตรา โคตรเวียง<sup>1</sup>, จุฑาทิพย์ เตชยางกูร<sup>2</sup>

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาการคาดหวังต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Generation Z ในจังหวัดหนองบัวลำภู 2) เพื่อศึกษาการรับรู้และการเรียนรู้ที่มีผลต่อการพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Generation Z ในจังหวัดหนองบัวลำภู 3) เพื่อศึกษาทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Generation Z ในจังหวัดหนองบัวลำภู 4) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Generation Z ในจังหวัดหนองบัวลำภู ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้รับแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัย คือ กลุ่ม Generation Z ที่อาศัยในจังหวัดหนองบัวลำภู จำนวน 400 ชุด และได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมุติฐานการวิจัยโดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

#### ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 10- 15 ปี มีอาชีพนักเรียนและนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1,000 – 5,000 บาท ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น
2. การคาดหวังต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
3. การรับรู้ และการเรียนรู้ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
4. ทัศนคติต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
5. พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Generation Z มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
6. การทดสอบสมมุติฐาน สามารถสรุปได้ว่า การคาดหวังต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ การรับรู้ และการเรียนรู้ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และทัศนคติต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่ส่งผลต่อ

-----  
<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

<sup>2</sup> อาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ Generation Z ในจังหวัดหนองบัวลำภู อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**คำสำคัญ :** เครือข่ายสังคมออนไลน์ Generation Z

### **Abstract**

The objectives of this research were 1) to study the expectation of using social networks of Generation Z in Nongbualamphu province 2) to study the perception and learning affecting the behavior of using social networks online. of Generation Z in Nong Bua Lamphu Province 3) To study the attitudes of using social networks of Generation Z in Nong Bua Lamphu Province 4) To study the behavior of using social networks of Generation Z in Nong Bua Lamphu Province. The sample group used in this research was Generation Z group living in Nong Bua Lamphu Province, totaling 400 sets. The data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation. and test the research hypothesis by multiple regression analysis.

The results showed that

1. Most of the respondents were female, aged 10-15 years and were students and students. The average monthly income is 1,000 – 5,000 baht, lower secondary education level.
2. The expectation of using social networks has a high level of opinion.
3. The perception and learning towards the use of social networks were at a high level.
4. Attitudes towards using social networks have a high level of opinion.
5. Generation Z's social networking behavior has a high level of opinion.
6. Hypothesis Test can be concluded that Expectations for using social networks Awareness and learning towards the use of social networks and attitudes towards using social

networks that affect the behavior of using social networks Generation Z in Nong Bua Lamphu Province statistically significant at 0.05

**Keywords:** social network Generation Z

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความก้าวหน้า ด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่ได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน ของมนุษย์มากขึ้น สื่อชนิดหนึ่งที่ใช้สามารถมีส่วนร่วมสร้าง และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่างๆ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้คือ (social network) เพราะการพัฒนาที่ก้าวกระโดดของเทคโนโลยี การติดต่อสื่อสารและอุปกรณ์ เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้การสื่อสารการใช้งานโซเชียลมีเดีย เป็นไปอย่างสะดวกสบาย และรวดเร็ว มากยิ่งขึ้น เพื่อสนองความต้องการของผู้ใช้บริการทั่วโลก แม้ในภาวะวิกฤต covid-19 เช่นนี้ก็ยังคง มีความก้าวหน้าใหม่ๆ เกิดขึ้น 5G, อินเทอร์เน็ตของ สรรพสิ่ง iot ที่พร้อมที่จะพัฒนาและขับเคลื่อน ต่อไปในอนาคต ยุคของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (social network) ที่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ทุกเพศทุกวัยมีการติดต่อสื่อสารกันผ่าน แอปพลิเคชันต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น line เป็นโปรแกรมแชท ที่สามารถใช้งานได้ทั้งโทรศัพท์มือถือ ที่มีระบบปฏิบัติการ ios, android, สามารถใช้งานได้บน คอมพิวเตอร์ personal computer และ macbook ด้วยความสามารถใช้งานได้หลากหลาย สามารถแชท ส่งรูป ส่งไอคอน ส่ง Sticker ตั้งค่าคุยกันเป็นกลุ่ม ทำให้มีผู้ใช้งานแอปพลิเคชันนี้เป็นจำนวนมาก

เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นการเชื่อมโยงกันหลายๆบุคคลมีการสร้างปฏิสัมพันธ์ในสังคม หรือกลุ่มคน ที่มีกิจกรรมต่างๆ และความสนใจที่คล้ายกัน มีการตอบโต้สื่อสารกันระหว่างบุคคล หรือ กลุ่มบุคคลผ่าน อินเทอร์เน็ต เครือข่ายสังคมออนไลน์จึงเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสาร การทำกิจกรรมต่างๆ แลกเปลี่ยนความคิดข้อมูล แสดงความคิดเห็น สามารถประยุกต์ใช้เครือข่าย สังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวัน เช่น การสื่อสาร การศึกษา การตลาด บันเทิง สื่อสารการเมือง เป็นต้น มีการใช้งานอย่างแพร่หลายหลายคน ให้ ความสำคัญกับเครือข่ายสังคมออนไลน์หรือ โลกเสมือนจริงนี้ มากจนกลายเป็นกิจวัตรประจำวัน ของชีวิตคนในปัจจุบัน และหลายคนที่ไม่ สามารถขาดสิ่งเหล่านี้ได้เลย

คนรุ่น Gen-z ย่อมาจาก Generation z เป็นคนที่มีอายุ 10-25 ปี 2540-2555 และมีอายุ ระหว่าง 10 – 25 ปี ซึ่งในปี 2565 นี้พวกเขา กำลังจะกลายเป็นประชากรกลุ่มค่อนข้างใหญ่ ในภูมิภาคอาเซียน โดยปัจจุบัน จำนวนประชากรกลุ่มนี้คิดเป็นประมาณ 24% ของจำนวนประชากร ทั้งหมด และจะกลายมาเป็นผู้บริโภคหลักต่อไปดังนั้นคนในกลุ่ม gen-z จึงเป็นเจนเนอร์ชั่นที่มี ความสำคัญและมีอิทธิพล ต่อสังคมและเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก สำหรับประเทศไทย ที่ถึงแม้จะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ แต่ gen-z ก็จะมีบทบาท และช่วยชี้แนะการเลือกซื้อสินค้าให้กับ ผู้สูงอายุ จากการคาดการณ์ของฐานเศรษฐกิจ วิเคราะห์ไว้ว่าผู้บริโภค gen-z มีอัตราการเติบโต เพิ่มขึ้น ถึง 26% gen-y เพิ่มขึ้น 32% และ gen-b เพิ่มขึ้น 17% แต่ในปี 2022

gen-z จะเติบโตขึ้น จนกลายเป็นผู้ครองพื้นที่ 40% ของผู้บริโภคทั้งหมด(หาอ้างอิงค์)

ปัจจุบันมีผู้ใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสารทั่วโลก ประมาณพันล้านคน และยังมีแนวโน้ม ที่จะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆในทุกปี พฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้ใช้บริการกลุ่ม Generation z ที่ใช้งานเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ที่สามารถติดต่อสื่อสาร ได้ทุกที่ ทุกเวลา ส่งผลให้เกิด การเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่มีทั้งโทษและประโยชน์ของการใช้งาน สื่อโซเชียลมีเดีย

ดังนั้นในการศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาการคาดหวังต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ การรับรู้ การเรียนรู้ และทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของ Generation Z ในจังหวัดหนองบัวลำภู

### จุดมุ่งหมายของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาการคาดหวังต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Generation Z ในจังหวัดหนองบัวลำภู
- 2) เพื่อศึกษาการรับรู้และการเรียนรู้ที่มีผลต่อการพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Generation Z ในจังหวัดหนองบัวลำภู
- 3) เพื่อศึกษาทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Generation Z ในจังหวัดหนองบัวลำภู
- 4) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Generation Z ในจังหวัดหนองบัวลำภู

### ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ศึกษาเป็น Generation Z เป็นคนที่มีอายุ 10-25 ปี พ.ศ. 2540-2555 ทั้งเพศชายและหญิง ที่อาศัยในจังหวัดหนองบัวลำภู ที่ใช้โทรศัพท์/มาร์ทโฟน/แท็บเล็ต/ คอมพิวเตอร์ทั้งเพศชายและหญิง ในจังหวัดหนองบัวลำภู จำนวน 130,400 คน ( สถิติประชากรในจังหวัดหนองบัวลำภูจำแนกตาม อายุ, 2562 ) และใช้จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวนดังกล่าวโดยใช้สูตร ทาโร ยามาเน่ Taro Yamane, 1973 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อน ที่ระดับร้อยละ  $\pm 5$

2. ตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเลือกจากประชากร โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และใช้จำนวน 400 คน ซึ่งจำนวนนี้ได้จากการใช้สูตรทาโร ยามาเน่ Taro Yamane, 1973

3. ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. การคาดหวังต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
2. การรับรู้ และเรียนรู้ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

3. ทักษะติดต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ตัวแปรตามคือพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของ Generation Z ในจังหวัดหนองบัวลำภู

4. ระยะเวลาในการศึกษา เริ่มตั้งแต่เดือน มีนาคม พ.ศ. 2565 ถึง กรกฎาคม พ.ศ. 2565

## สมมุติฐานของการวิจัย

### สมมุติฐานที่ 1

การคาดหวังมีผลต่อการพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Generation Z ในจังหวัดหนองบัวลำภู

### สมมุติฐานที่ 2

การรับรู้และการเรียนรู้มีผลต่อการพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Generation Z ในจังหวัดหนองบัวลำภู

### สมมุติฐานที่ 3

ทัศนคติมีผลต่อการพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Generation Z ในจังหวัดหนองบัวลำภู

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสามารถนำผลเรื่องศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์ ของ Generation Z ในจังหวัดหนองบัวลำภู ไปใช้ในการวางแผนการตลาดกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในวัย Gen-Z

2. ฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสามารถนำผลเรื่องศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์ของ Generation Z ในจังหวัดหนองบัวลำภู ไปใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ กระจาย ข่าวสาร ข้อมูลต่างๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์ กระจายข่าว ข้อมูลได้ตรงและรวดเร็วกับกลุ่มผู้บริโภค Gen-Z

3. เพื่อทราบถึงพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Generation Z ในจังหวัดหนองบัวลำภู เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการค้นคว้าต่อยอดกับเรื่องที่เกี่ยวข้อง อีกทั้ง สามารถนำมาวางแผนสำหรับการตลาดออนไลน์ต่อไปได้

## ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Generation Z ในจังหวัดหนองบัวลำภู เนื้อหาของบทเป็นการอธิบายถึงวิธีการวิจัยสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งใช้การวิจัยเชิงปริมาณ quantitative research ประกอบด้วย ประชากรและตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล การแปลผลข้อมูล และวิธีการทางสถิติสำหรับใช้ในการวิเคราะห์ และการทดสอบสมมติฐานเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่กำหนดขึ้นข้อมูลโดยผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามลำดับขั้นตอน

ประชากรได้แก่ คือ Generation Z เป็นคนที่มีอายุ 10-25 ปี (พ.ศ. 2540-2555) ทั้งเพศชาย และหญิงที่อาศัยในจังหวัดหนองบัวลำภู จำนวน 130,400 คน (สถิติประชากรใน จังหวัดหนองบัวลำภู จำแนกตามอายุ, 2562)

กลุ่มตัวอย่างได้แก่ Generation Z เป็นคนที่มีอายุ 10-25 ปี (พ.ศ. 2540-2555) ทั้งเพศชาย และหญิงที่อาศัยในจังหวัดหนองบัวลำภู และใช้จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้กำหนดขนาด ตัวอย่างจำนวนดังกล่าวโดยการคำนวณกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ทราบจำนวนประชากรที่มี จำนวนจำกัดที่นับได้ finite population ใช้สูตร ทาโร ยามาเน่ Taro Yamane, (1973) ใช้การทดสอบความเชื่อมั่นร้อยละ 95 คือ ให้มีความผิดพลาดได้ร้อยละ 0.05

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามเพื่อการวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Generation Z ในจังหวัดหนองบัวลำภู สร้างขึ้นจากกรอบแนวคิดที่พัฒนาจากวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นหลัก เนื้อหาของแบบสอบถามประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้ คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อวันในแต่ละครั้งของท่าน

ส่วนที่ 2 ถึงส่วนที่ 5 เป็นส่วนที่เกี่ยวกับข้อมูลการประเมินการคาดหวังต่อการใช้งานเครือข่าย

สังคมออนไลน์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า Rating scale โดยใช้มาตรวัดตามวิธีของ ลิเคิร์ต Likert โดยข้อคำถามที่ใช้วัดระดับคะแนนดังนี้ คือ

- |   |         |                                       |
|---|---------|---------------------------------------|
| 5 | หมายถึง | คาดหวังต่อการใช้งานเครือข่ายมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | คาดหวังต่อการใช้งานเครือข่ายมาก       |
| 3 | หมายถึง | คาดหวังต่อการใช้งานเครือข่ายปานกลาง   |

2	หมายถึง	คาดหวังต่อการใช้งานเครือข่ายน้อย
1	หมายถึง	คาดหวังต่อการใช้งานเครือข่ายน้อยที่สุด

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Generation Z ครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากลักษณะพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้จากการแจกแบบสอบถามออนไลน์จำนวน 400 ชุดโดยรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองจากการให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามออนไลน์ ผ่านทาง Google Form และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data sources) ได้จากการศึกษาจากเอกสาร ข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ทำวิจัยได้กำหนดค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้ คือสถิติเชิงพรรณนา ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนาสำหรับการอธิบายผลการศึกษาในเรื่องต่อไปนี้ คือ

ตัวแปรด้านข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ อายุระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อวันในแต่ละครั้งของท่าน เนื่องจากไม่สามารถวัดเป็นมูลค่าได้และผู้วิจัยต้องการบรรยายเพื่อให้ทราบถึงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามคุณสมบัติเท่านั้น ดังนั้น สถิติที่เหมาะสมคือ ค่าความถี่ (จำนวน) และค่าร้อยละ

ตัวแปรด้านระดับความคิดเห็น ได้แก่ การคาดหวังต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ การรับรู้และเรียนรู้ต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ ทศนคติต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์และ พฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคน Generation Z ในจังหวัดหนองบัวลำภู เป็นข้อมูลที่ใช้มาตรวจวัดอันตรภาค เนื่องจากผู้วิจัยได้กำหนดค่าคะแนนของแต่ละระดับความคิดเห็นของตัวอย่าง สถิติที่ใช้จึงได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน กัลยา วานิชย์บัญชา (2550)

สถิติเชิงอ้างอิง ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงอ้างอิงสำหรับการอธิบายผลการศึกษารายละเอียดของตัวอย่าง

ในเรื่องต่อไปนี้ การวิเคราะห์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์หรือการส่งผลต่อกันระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ การคาดหวังต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ การรับรู้ และเรียนรู้ต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์

ทัศนคติต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์และพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคน Generation Z ซึ่งใช้มาตรการวัดอันตรายภาคและเพื่อทดสอบถึงความแตกต่างที่ตัวแปรอิสระดังกล่าวแต่ละตัวที่มีต่อตัวแปรตาม ถ้าตัวแปรอิสระมีมากกว่าหนึ่งตัวกับตัวแปรตามหนึ่งตัว สถิติที่ใช้คือการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

## ผลการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการอธิบายและการทดสอบสมมุติฐานที่เกี่ยวข้องกับ ตัวแปรแต่ละตัว ซึ่งข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด ผลการวิเคราะห์แบ่ง ออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 10- 15 ปีมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1,000 – 5,000 บาท ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีอาชีพนักเรียนและนักศึกษา

### ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการคาดหวังต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์

การคาดหวังต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์	X	S.D	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านต้องการเป็นที่รู้จักหรือมีตัวตนในสังคมออนไลน์ (เช่น ใน <b>facebook, youtube ,instagram,tiktok</b> )	3.69	1.04	มาก
2.ท่านต้องการให้ผู้อื่นชื่นชมในผลงานภาพถ่าย,วิดีโอหรือ ประสบการณ์ต่างๆที่ได้อัปโหลดลงเครือข่ายสังคมออนไลน์ (เช่น การกด <b>like</b> ใน <b>facebook</b> )	3.62	1.00	มาก
3.ท่านต้องการความรวดเร็วในการทำงาน,คุยงานหรือส่งข้อมูล	4.07	.86	มาก
4. ท่านต้องการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือแสดงความคิดเห็น ความรู้สึกต่างๆ ในมุมมองของท่านให้คนอื่นได้รับรู้ (เช่น การ <b>comment</b> ใน <b>facebook</b> )	3.75	.97	มาก
5. ท่านต้องการสร้างความบันเทิงหรือผ่อนคลายจากใช้งาน เครือข่ายสังคมออนไลน์ (เช่น ดูคลิปวิดีโอผ่าน Youtube,tiktok)	3.98	.96	มาก
รวม	<b>3.82</b>	<b>.77</b>	มาก



จากตารางที่ 1 พบว่าการคาดหวังต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-z ในจังหวัดหนองบัวลำภู มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $X = 3.82$ ) และเมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงตามลำดับของค่าเฉลี่ย พบว่ามากที่สุดคือต้องการความรวดเร็วในการทำงาน, คຸยงานหรือส่งข้อมูล ( $X = 4.07$ ) และด้านที่ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดคือ ต้องการให้ผู้อื่นชื่นชมในผลงานภาพถ่าย วิดีโอ หรือประสบการณ์ต่างๆ ที่ได้อัปโหลดลงเครือข่ายสังคมออนไลน์ชม เช่น การกด like ใน facebook ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ( $X = 3.62$ )

### ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ และการเรียนรู้ต่อการใช้งานเครือข่ายสังคม

การรับรู้และการเรียนรู้ต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์	X	S.D	ระดับความคิดเห็น
<b>ด้านการรับรู้</b>			
1. ท่านรู้จักเครือข่ายสังคมออนไลน์ เว็บไซต์หรือ แอปพลิเคชันต่างๆ	3.80	.85	มาก
2. ท่านรู้จักวิธีการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์	3.79	.83	มาก
3. ท่านรู้จักเครือข่ายสังคมออนไลน์จากคนรอบข้าง, เพื่อน, คนรู้จัก	3.79	.87	มาก
4. ท่านคุ้นเคยกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ (เช่น facebook, youtube, instagram, tiktok)	3.93	.90	มาก
5. ท่านทราบถึงประโยชน์และโทษในการใช้งาน ( facebook, youtube, instagram, tiktok)	3.83	.94	มาก
รวม	<b>3.82</b>	<b>.73</b>	มาก
<b>ด้านการเรียนรู้</b>			
1. ท่านเรียนรู้การสมัครเข้าใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์ได้ด้วยตนเอง	3.75	.87	มาก
2. ท่านได้เรียนรู้วิธีใช้งานในเว็บไซต์หรือ แอปพลิเคชันต่างๆ	3.73	.86	มาก
3. ท่านได้ทดลองใช้เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันใหม่ๆอยู่ตลอดเวลา	3.53	.98	มาก
4. ท่านคุ้นเคยกับเทคโนโลยี ซึ่งทำให้สามารถใช้งานแอปพลิเคชันต่างๆ ได้รวดเร็วมากขึ้น	3.72	.88	มาก

5. ท่านสามารถเข้าใจและประยุกต์ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ให้เข้ากับชีวิตประจำวัน	3.70	.89	มาก
รวม	<b>3.68</b>	<b>.76</b>	มาก
สรุปผลรวม	3.75	.71	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าการรับรู้และการเรียนรู้ต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-z ในจังหวัดหนองบัวลำภู มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $X=3.75$ ) และเมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงตามลำดับของค่าเฉลี่ย พบว่ามากที่สุดของด้านการรับรู้คือ ท่านคุ้นเคยกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น facebook,youtube, instagram,tiktok ( $X=3.93$ ) และด้านการเรียนรู้คือ ท่านเรียนรู้การสมัครเข้าใช้ เครือข่าย สังคมออนไลน์ได้ด้วยตนเอง ( $X=3.75$ ) และด้านที่ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดของด้านการรับรู้คือ ท่านรู้จัก วิธีการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ( $X=3.79$ ) และด้านการเรียนรู้คือท่านได้ทดลองใช้เว็บไซต์หรือ แอปพลิเคชันใหม่ๆอยู่ตลอดเวลา ( $X=3.53$ )

#### ส่วนที่ 4 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์

ทัศนคติต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์	X	S.D	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านรู้สึกสนุกเพลิดเพลิน กับการเข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ (เช่น facebook,youtube,instagram,tiktok)	4.19	.84	มาก
2. ท่านรู้สึกดีใจหรือภูมิใจ เมื่อมีคนมากกด Like หรือ Share รูปภาพ,วิดีโอ หรือเรื่องราวของท่านที่โพสต์บนโลกออนไลน์	3.90	.93	มาก
3.ท่านมีความสุขในการแบ่งปันเรื่องราว,รูปภาพต่างๆผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ให้เพื่อนๆ ของท่านได้เห็น	3.79	.95	มาก
4. ท่านรู้สึกว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นโลกเสมือนจริง และสามารถเป็นตัวเองได้มากที่สุด	3.85	.95	มาก
5. ท่านเชื่อว่าสังคมออนไลน์เป็นสังคมที่เสรีเปิดกว้างในการแสดงความคิดเห็น	3.90	.91	มาก
รวม	<b>3.92</b>	<b>.78</b>	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่าทัศนคติต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-z ในจังหวัดหนองบัวลำภู มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $X=3.92$ ) และเมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงตามลำดับของค่าเฉลี่ย พบว่ามากที่สุดคือท่านรู้สึกสนุกเพลิดเพลิน กับการเข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น facebook, youtube,instagram,tiktok ( $X=4.91$ ) และด้านที่ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดคือ

ท่านมีความสุขในการแบ่งปันเรื่องราว,รูปภาพต่างๆ ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ให้เพื่อนๆ ของท่านได้  
เห็น (  $X = 3.79$ )

### ส่วนที่ 5 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	X	S.D	ระดับความคิดเห็น
1. ถ้าท่านต้องการค้นหาข้อมูลหรือข่าวสาร คุณเลือกที่จะ เข้า ใช้งาน ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Google เป็น อันดับ แรกเสมอ	3.99	.89	มาก
2.เมื่อท่านต้องการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นคุณเลือกใช้งาน Line เป็นอันดับแรกเสมอ	3.47	.98	มาก
3. ถ้าท่านต้องการติดต่อสื่อสารอย่างเร่งด่วน คุณเลือกใช้ งาน Messenger หรือ Line เสมอ	4.04	.90	มาก
4. เมื่อท่านต้องการความบันเทิง หรือต้องการผ่อนคลาย คุณจะใช้ใช้งาน Facebook, YouTube, Tiktok เสมอ	4.13	.89	มาก
5. เมื่อท่านมีภาพถ่าย,วิดีโอหรือประสบการณ์ใหม่ๆ คุณมักอัปโหลดลงบน Facebook, Instagram เสมอ	3.50	1.16	มาก
รวม	<b>3.82</b>	<b>.70</b>	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่าพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-z ในจังหวัด  
หนองบัวลำภู มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $X=3.82$ ) และเมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียง  
ตามลำดับของค่าเฉลี่ย พบว่ามากที่สุดคือเมื่อท่านต้องการความบันเทิง หรือต้องการผ่อนคลาย คุณจะเข้า  
ใช้งาน facebook, youtube, tiktok เสมอ ( $X=4.13$ ) และด้านที่ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดคือ เมื่อท่าน  
ต้องการติดต่อ สื่อสารกับผู้อื่นท่านเลือกใช้งาน line เป็นอันดับแรกเสมอ ( $X=3.47$ )

### ส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐานและสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

พฤติกรรมการใช้ เครือข่ายสังคม ออนไลน์ของGen-z ในจังหวัด หนองบัวลำภู	Unstandardized		Standardized		Collinearity		
	Coefficients		Coefficients		Statistics		
	B	SE	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	.538	.116		4.638	.000		
ความคาดหวัง	.181	.040	.199	4.500	.000*	.415	2.410
การรับรู้	.194	.052	.203	3.710	.000*	.270	3.703
การเรียนรู้	.151	.047	.163	3.222	.001*	.315	3.171
ทัศนคติ	.329	.042	.367	7.797	.000*	.366	2.736
R = 0.824    R Square = .679    Adjusted R Square = .676    F = 209.295    Sig = .000*							

จากตาราง 5 พบว่า การทดสอบเงื่อนไขของ Multiple Regression Analysis พบว่า พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-z ในจังหวัดหนองบัวลำภู ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจากค่า Tolerance ทุกตัวแปร มีค่ามากกว่า 0.1 Menard (1995) และค่า VIF ทุกตัวแปรมีค่าน้อยกว่า 10 (Lind, Marchal & Wathen, 2010, p. 528) แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-z ในจังหวัดหนองบัวลำภู พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์  $R = 0.824$  แสดงว่า ด้านการคาดหวัง ด้านการรับรู้ ด้านการเรียนรู้ และด้านทัศนคติ มีผลต่อการพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-z ในจังหวัดหนองบัวลำภูในระดับมาก เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าสูงเข้าใกล้ 1 ค่าสัมประสิทธิ์กำหนด  $R$  Square = .679 แสดงว่าด้านการคาดหวัง ด้านการรับรู้ ด้านการเรียนรู้ และด้านทัศนคติ มีผลต่อการพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-z ในจังหวัดหนองบัวลำภู คิดเป็นร้อยละ 67.9 ตัวแปร

อิสระ 4 ด้าน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-z ในจังหวัดหนองบัวลำภู ได้ร้อยละ 67.9 ที่เหลืออีกร้อยละ 32.1 เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรอื่นๆ

## การอภิปรายผล

จากผลการศึกษา พบว่าพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของประชาชน Generation Z ในจังหวัดหนองบัวลำภู มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวัง ทักษะคติ และพฤติกรรมโดยรวมระดับ มาก ทำให้ผลงานวิจัยในครั้งนี้เป็นภาพบวก นำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

จากการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของประชาชน Generation Z ในจังหวัดหนองบัวลำภู มีระดับความคิดเห็นโดยรวม ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเมื่อต้องการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น จะเลือกใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือเป็นอันดับแรก เช่น facebook, line และต้องการความบันเทิงหรือผ่อนคลาย จะเข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกครั้ง สอดคล้องกับแนวคิดของ ลิขิต กาญจนารณ (2525, หน้า 7) ว่าพฤติกรรม หมายถึง กิจกรรม ใดๆ ก็ตามที่เกิดขึ้นโดยคนอื่น หรือโดยเครื่องมือของผู้ทดลอง เช่น เด็กรับประทานอาหาร ชี จักรยานพูด หัวเราะ และร้องไห้ กิริยาเหล่านี้กล่าวถึงพฤติกรรมทั้งสิ้น การสังเกตพฤติกรรมอาจทำได้ โดยใช้เครื่องมือเข้าช่วย เช่น การเล่นเกมสีในโทรศัพท์มือถือ สอดคล้องกับ เอมิกา เหมมินทร์ (2556 หน้า 5) กล่าวว่า พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในเรื่องประสบการณ์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้บ่อยที่สุด ช่องทางที่ใช้บ่อยที่สุด ความถี่ในการใช้ต่อวัน ช่วงเวลาที่ใช้ระยะเวลาที่ใช้ต่อ วัน ใช้เพื่อวัตถุประสงค์ใดมากที่สุด คุณสมบัติที่ชอบมากที่สุด และแหล่งหรือสื่อที่ทำให้สนใจใช้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรภรณ์ ไกรชุมพล (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคติและพฤติกรรมการ สื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในการสร้างชื่อเสียงกรณีศึกษา ยูทูบ ผลการวิจัยพบว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีทัศนคติเชิงบวกต่อยูทูบ และมีพฤติกรรม

การสื่อสารผ่านเครือข่าย สังคมออนไลน์โดยเฉพาะยูทูบอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากทัศนคติที่มีต่อยูทูบ ว่าสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ แนวโน้มในอนาคตพบว่าผู้คนในสังคมจะให้ความสำคัญต่อการสื่อสารผ่านยูทูบเพิ่มสูงขึ้น และมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้ยูทูบเป็นเครื่องมือในการสร้างความสำเร็จทั้งในด้านชื่อเสียง รายได้ จากการวิจัยพบว่า การคาดหวังมีผลต่อการพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ Generation Z ในจังหวัดหนองบัวลำภู ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประชาชนมีความต้องการเป็นที่รู้จัก

สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัครเดช ปิ่นสุข (2557) เรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ และส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ

ผลวิจัยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.3 ส่วนใหญ่มีอายุ 10- 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 94 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 91.5 ส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน-นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 98.5 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1,000 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53

### ข้อเสนอแนะ

สำหรับการนำผลไปใช้ทางธุรกิจ ธุรกิจ/หน่วยงาน/องค์กรที่ดำเนินการเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ Generation Z ในจังหวัดหนองบัวลำภู สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ได้ดังนี้

1. ฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสามารถนำผลเรื่องศึกษาพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคม ออนไลน์ ของ Generation Z ในจังหวัดหนองบัวลำภู ไปใช้ในการวางแผนการตลาดกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในวัย Gen-Z
2. ฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสามารถนำผลเรื่องศึกษาพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคม ออนไลน์ของ Generation Z ในจังหวัดหนองบัวลำภู ไปใช้ให้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ กระจาย ข่าวสาร ข้อมูลต่างๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์ กระจายข่าว ข้อมูลได้ตรงและรวดเร็วกับกลุ่มผู้บริโภค Gen-Z
3. เพื่อทราบถึงพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Generation Z ในจังหวัดหนองบัวลำภู เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการค้นคว้าต่อยอดกับเรื่องที่เกี่ยวข้อง อีกทั้ง สามารถนำมาวางแผนสำหรับการตลาดออนไลน์ต่อไปได้

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถขยายต่อไปในทัศนะที่กว้างมากขึ้นอันจะเป็นประโยชน์ ในการอธิบายปรากฏการณ์และปัญหาทางด้าน ศึกษาวิจัย พฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ Generation Z ในจังหวัดหนองบัวลำภู หรือปัญหาอื่นที่มีความเกี่ยวข้องกัน ผู้ทำวิจัยจึงขอเสนอแนะประเด็น สำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. ควรศึกษาพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ Generation Z ในพื้นที่อื่นๆ ที่ไม่ใช่ในจังหวัดหนองบัวลำภู เพื่อให้ทราบข้อมูลมากยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ Generation Z ในแต่ละประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line, Instagram เมื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในการศึกษาต่อไป

## บรรณานุกรม

กัณฑ์พล บรรทัดทอง. (2557). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคนผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ลิขิต กาญจนากรณ์. (2525). พื้นฐานพฤติกรรมมนุษย์. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วฤณลักษณ์ นพประเสริฐ. (2550). ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการเปิดรับข่าวสารจาก

สื่อมวลชน ของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาขอนแก่น.(2564

(Addor, 2011; Adecco Group, 2015; Ozkan & Solmaz, 2015) Managing brand equity: Capitalizing on the value of brandname. New York: Free.

Yamane, T. (1967). Statistics, an introductory analysis (2nded.). New York: Harper and Row