

พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

พฤศจิกายน 2557

พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

พฤษภาคม 2557

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ  
พฤศจิกายน 2557

เอกพล รุ่งโรจน์กิจกุล. (2557). พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของผู้บริโภคในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์:  
อาจารย์ ดร.ชนภูมิ อติเวทิน.

การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 400 ราย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติทดสอบที สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพสมรสโสด สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพ นักเรียน นิสิต นักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

2. ผลการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า

2.1 ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ แตกต่างกัน

2.2 ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน

2.3 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการประกาศ การแบ่งปัน และการแสดงความคิดเห็น บนสังคมออนไลน์ ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องนักแสดง/นักร้อง/วงการบันเทิง หัวข้อเรื่องการถ่ายรูป/การตกแต่งรูป มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้ซื้อสินค้าสะดวกขึ้น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้รับข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วขึ้น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้ติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้เกิดความสะดวกในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์

LINE APPLICATION USAGE BEHAVIORS AMONG CONSUMERS IN BANGKOK

METHOPOLIS



Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the  
Master of Business Administration degree in Management  
at Srinakharinwirot University

November 2014

Ekapon Rungrojkitkul. (2014). *Line Application Usage Behaviors Among Consumers in Bangkok Methopolis*. Master's Project, M.B.A. (Management). Bangkok. Graduate School Srinakharinwirot University. Project Advisor: Dr. Tanapoom Ativetin.

This research was aimed at studying the behavior of consumers in Bangkok Methopolis for Usage Line Application. Questionnaires were for used data collection with sampling of 400 consumers. The statistic analysis tools consisted of Percentage, Mean, Standard Deviation, t-test, One-Way Analysis of Variance and Pearson Product Moment Correlation Coefficient.

The results of this research found that:

1. Most respondents were female, aged group between 21-30 years old, held single marital status, held bachelor degree or equivalent, were mainly students, and earned monthly income below or equal to 10,000 Bath.

2. The results of hypotheses test at the statistical significance level of 0.05 were shown as follows:

2.1 The users with the different age had different Line Application behavior in the aspect of frequency and usage time.

2.2 The users with the different occupation had different Line Application behavior in the aspect of time.

2.3 The lifestyle factor of Line Application on activities, in the aspect of frequency of post/share/comment on social media The lifestyle factor of Line Application on interests, in the aspect of interest about actor/singer/entertainment Industry about photography/photo editing The lifestyle factor of Line Application on opinions, in the aspect of opinions about Line Application makes you buy products more easily about Line Application makes you receive news more quickly about Line Application makes communication more easily about Line Application makes your work more easily has correlated with Line Application behavior.

สารนิพนธ์

เรื่อง

พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ของ

เอกพล รุ่งโรจน์กิจกุล

ได้รับการอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้



.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.2557

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

.....

.....ประธาน

(อาจารย์ ดร.ชนภูมิ อติเวทิน)

(อาจารย์ ดร.อัจฉรียา ศักดิ์ณรงค์)

.....กรรมการ

(อาจารย์ ดร.ชนภูมิ อติเวทิน)

.....กรรมการ

(อาจารย์ ดร.กัลยกิตติ์ กীরติอังกูร)

## ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดี  
ยิ่งจากอาจารย์ ดร.ชนภูมิ อติเวทิน อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่า  
นับตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ในการให้คำปรึกษา คำแนะนำที่มีคุณค่า ช่วยเหลือและ  
แก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ซึ่งเป็นประโยชน์ในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความ  
กรุณา และขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร.อัจฉริยา ศักดิ์รินทร์ และอาจารย์ ดร.กัลยภักดิ์  
กียรติอังกูร ที่กรุณาเป็นกรรมการเพิ่มเติมในการสอบสารนิพนธ์ และให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อ  
ปรับปรุง แก้ไขข้อบกพร่องอันเป็นประโยชน์ และกรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจ  
คุณภาพเครื่องมือของแบบสอบถาม อีกทั้งยังให้คำแนะนำในการวิจัยครั้งนี้ และให้ความเมตตา  
ด้วยดีเสมอมา

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ให้ความช่วยเหลือ  
ตลอดจนประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัย อีกทั้งให้ความเมตตาด้วยดีเสมอมา รวมถึงเจ้าหน้าที่ประจำ  
ภาควิชาบริหารธุรกิจ และเจ้าหน้าที่ประจำห้องบัณฑิตวิทยาลัยทุกท่าน ที่คอยช่วยเหลือให้  
คำแนะนำเป็นอย่างดีตลอดจนผู้มีส่วนสำเร็จต่องานวิจัยชิ้นนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณนางสาวธนาพร ปัญญาอมรวัฒน์ และเพื่อนนิสิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทร  
วิโรฒ ประสานมิตร คณะสังคมศาสตร์ ภาควิชาบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการรุ่นที่ 14 รวมถึงรุ่นพี่  
สาขาการจัดการรุ่นที่ 13 และรุ่นน้อง สาขาการจัดการรุ่นที่ 15 ทุกคนด้วย ที่คอยช่วยเหลือ ให้  
กำลังใจ และให้คำแนะนำ ในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้มาโดยตลอด

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ที่ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบ  
แบบสอบถาม รวมถึงทุก ๆ ท่านที่มีส่วนร่วมในความสำเร็จของสารนิพนธ์ฉบับนี้ที่ไม่ได้เอ่ยนาม ณ  
ที่นี่ได้อย่างครบถ้วน

ท้ายที่สุดคุณประโยชน์และความดีอันพึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่อง  
บูชาพระคุณของบิดา มารดา บรรพบุรุษ บูรพคณาจารย์ทุกท่านที่ได้อบรมสั่งสอน ชี้แนะแนวทางที่ดี  
และมีคุณค่าตลอดมาจนสำเร็จการศึกษา

# สารบัญ

บทที่	หน้า
<b>1 บทนำ</b> .....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	3
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
สมมติฐานในการวิจัย.....	8
<b>2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b> .....	10
แนวความคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์.....	10
แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle).....	14
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	17
แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ Social Network.....	24
ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับ แอปพลิเคชันไลน์.....	27
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	33
<b>3 วิธีการดำเนินการวิจัย</b> .....	36
การกำหนดกลุ่มประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	36
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	37
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	43
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
<b>3 (ต่อ)</b>	
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
<b>4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....</b>	51
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	52
<b>5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....</b>	98
ความมุ่งหมายของการวิจัย และความสำคัญของการวิจัย.....	98
สมมติฐานการวิจัย.....	99
วิธีดำเนินการวิจัย และการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	101
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	103
สรุปผลการศึกษาวิจัย.....	104
อภิปรายผลการศึกษา.....	115
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	119
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	120
<b>บรรณานุกรม.....</b>	121
<b>ภาคผนวก.....</b>	124
ผนวก ก.....	125
ผนวก ข.....	131
<b>ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....</b>	133

## บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	52
2 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม (รวมกลุ่มใหม่).....	55
3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม..	58
4 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ	59
5 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น	59
6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในส่วนของเหตุผลที่เล่นไลน์ .....	60
7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในส่วนของใครแนะนำให้ใช้งานไลน์.....	61
8 แสดงค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของ พฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานครในส่วนของ ประสิทธิภาพการใช้งานไลน์ ความถี่ที่คุณเข้าใช้แอปพลิเคชันไลน์ และ จำนวนชั่วโมงที่คุณเข้าใช้แอปพลิเคชันไลน์.....	62
9 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในส่วนของช่วงเวลาที่ใช้งานไลน์เป็นประจำ.....	63
10 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในส่วนของสถานที่ที่ใช้งานไลน์เป็นประจำ .....	64
11 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ จำแนกตามเพศ	65
12 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ จำแนกตามอายุ โดยใช้ Levene's test .....	67

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
13 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ.....	68
14 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ จำแนกตามอายุ.....	68
15 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	70
16 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้ Levene's test.....	72
17 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	73
18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับการศึกษาที่แตกต่างกันกับ พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3.....	74
19 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้ Levene's test.....	76
20 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ จำแนกตามอาชีพ.....	77
21 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของอาชีพที่แตกต่างกันกับ พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3.....	78

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
22 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้ Levene's test.....	80
23 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	81
24 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์.....	83
25 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจหัวข้อเรื่องนักแสดง/นักร้อง/วงการบันเทิง กับพฤติกรรม การใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์.....	87
26 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ชีวิตปัจจัยรูปแบบการดำเนินด้านความคิดเห็น กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์.....	91
27 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย.....	96

## บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
2 การจัด AIOs เพื่อการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต.....	16
3 กรอบโมเดลคำถามที่ใช้ค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค.....	18
4 กรอบโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค.....	22
5 แถบเมนูเพื่อน (Friends).....	29
6 แถบเมนูพูดคุย (Chats).....	29
7 แถบเมนูไทม์ไลน์ (Timeline).....	31
8 แถบเมนูอื่นๆ (More).....	31
9 ตัวอย่างการพูดคุยกับเพื่อน โดยใช้ตัวอักษรและสติ๊กเกอร์.....	32



# บทที่ 1

## บทนำ

### ภูมิหลัง

การสื่อสารในยุคปัจจุบันนี้สามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างแพร่หลายและยังสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ทุกที่ทุกเวลา ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนก็สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ทั้งนั้น เป็นยุคแห่งการสื่อสารอย่างแท้จริง โดยเฉพาะการสื่อสารกันผ่านทางอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือ ซึ่งในยุคปัจจุบันนั้นได้รับการยอมรับกันอย่างกว้างขวางไปทั่วโลก เป็นช่องทางในการสื่อสารที่ไม่มีวันสิ้นสุด มีข่าวสารต่างๆ มากมายถูกส่งไป ถ่ายทอดผ่านทางอินเทอร์เน็ต เช่น อีเมล (E-mail) แชท (Chat) การโฆษณาสินค้าในเว็บไซต์ ข้อมูลข่าวสารจากทางเว็บไซต์ต่างๆ เป็นต้น ตลอดจนการส่งข้อความ ภาพและเสียงในโทรศัพท์มือถือก็ถือว่าการสื่อสารที่สำคัญในยุคนี้ ซึ่งการส่งข้อความ ภาพและเสียงสามารถกระทำผ่าน แอปพลิเคชัน ต่างๆ มากมาย ออกมาให้ผู้ใช้สามารถเลือกใช้ได้ตามความชื่นชอบและรูปแบบชีวิต เช่น ไลน์ (LINE) วอทแอป(Whatsapp) บีบีเอ็ม(BBM) เฟสบุ๊ก เมสเซนเจอร์(Facebook Messenger) สไกป์(Skype) วีแชท(We Chat) ไอแมสเสจ(imassage)

ไลน์ (LINE) เป็นหนึ่งในแอปพลิเคชันหรือโปรแกรมส่งข้อความที่ได้รับความนิยมมากที่สุดของประเทศไทย ออกแบบโดยบริษัทเนเวอร์เจแปน คอร์ปอเรชั่น (Naver Japan Corporation) พัฒนาโดยบริษัทเอ็นเอชเอ็น เจแปน(NHN Japan) บริษัทของทีมงานเกาหลีและญี่ปุ่น ซึ่งได้มีการเปิดให้ใช้งานตั้งแต่วันที่ 23 มิถุนายน พ.ศ.2554 หลังเหตุการณ์แผ่นดินไหว-สึนามิ-โรงไฟฟ้าพลังนิวเคลียร์รั่วไหลวันที่ 11 มีนาคม 2554 (ค.ศ.2011) ช่วงนั้นการติดต่อทางโทรศัพท์และสัญญาณมือถือขัดข้องหมด แต่ไลน์ใช้ระบบเชื่อมต่อผ่าน จีพีอาร์เอส/เอ็ดจ์ (GPRS/EDGE) ไวไฟ (Wi-Fi) หรือ 3จี (3G) ได้ ทั้งไม่มีค่าใช้จ่ายในการสนทนาหรือส่งข้อมูลในรูปแบบต่างๆ เช่น ภาพ เสียง วิดีโอ จึงเข้ามาทดแทนในสถานการณ์ยากลำบากได้เป็นอย่างดี ทั้งได้รับความนิยมในพื้นที่อื่นๆ ด้วย

ปัจจุบัน ไลน์ (LINE) ใช้งานได้ทั้งโทรศัพท์มือถือที่มีระบบปฏิบัติการไอโอเอส แอนดรอยด์ วินโดวส์โฟน รวมถึงคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล และแมคโอเอส มีความหลากหลาย ทั้งการส่งข้อความ ส่งรูป ส่งสติ๊กเกอร์ ตั้งค่าคุยกันเป็นกลุ่ม และมีโปรแกรมเสริม เช่น ไลน์คาเมรา(Line Camera) ไลน์บรัช(Line Brush) สำหรับแต่งรูป ไลน์ทาวน์เพื่อนรัก(LINE Town Anime) เป็นการ์ตูนทีวี ไลน์ป๊อป(Line Pop) เกมยอดนิยม เป็นต้น เมื่อวันที่ 25 พ.ย.2556 มีสถิติผู้ลงทะเบียนใช้งาน 300 ล้านราย (ข้อมูลจากเว็บ LINE Thailand - Official ณ วันที่ 25 พ.ย.2556 ) ประเทศที่

นิยมมากๆ นอกจากญี่ปุ่นที่เป็นอันดับ 1 แล้ว ประเทศไทยก็มีผู้ใช้งานมากเป็นอันดับ 2 ของโลก (20 ล้านราย) นอกจากนั้นก็มีผู้ใช้งานที่ไต้หวัน ประเทศแถบอาเซียน ตะวันออกกลาง สเปน อินเดีย และอเมริกาใต้ ด้วยเป็นต้น ความสำเร็จมหาศาลส่วนหนึ่งมาจากการนำเสนอของไลน์ ที่ไม่ได้ใช้แค่คำพูด แต่เป็นตัวสติ๊กเกอร์แบบอีโมจิ (emoji ตัวแสดงอารมณ์) ที่ใหญ่เห็นชัด และมีลูกเล่นน่ารัก ตรงใจผู้ใช้ ออกแบบโดยทีมงานของบริษัท

ตัวสติ๊กเกอร์แฉงเกิด เริ่มจากตัวโคนี่(Cony) กระต่ายสีขาวน่ารัก บราวน์(Brown) หมีสีน้ำตาลหน้าหนึ่ง มูน(Moon) ตัวห้วกลมสีขาวหลากอารมณ์ และเจมส์(James) หนุ่มฝรั่งผมทอง จากนั้นก็เพิ่มตัวละครมาอีกเรื่อยๆ โดยมีบริษัทอื่นๆ นำเสนอหลากหลายรูปแบบ รวมถึงรายใหญ่อย่างดิสนีย์ และโตราเอมอนด้วย ส่วนตัวการ์ตูนของไลน์เองก็เป็นที่รู้จักและเป็นสินค้าดังไปทั่ว ทั้งการ์ตูนทางทีวี ของเล่น เสื้อผ้า ของที่ระลึก (ข้อมูลจากเว็บ มติชนออนไลน์ ณ วันที่ 26.พ.ย.2556 )

### ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมที่แตกต่างกันของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในด้านความถี่ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้

2. เพื่อศึกษาปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในด้านความถี่ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้

### ความสำคัญของการวิจัย

#### ประโยชน์เชิงพาณิชย์

1. เพื่อให้ผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน สามารถนำข้อมูลมาปรับใช้เพื่อออกแบบสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับลักษณะความต้องการของ ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ได้

2. เพื่อกระตุ้นให้มีผู้ใช้บริการมากขึ้น

#### ประโยชน์เชิงวิชาการ

1. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจในการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่องพฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการสร้างหรือพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ

## ประโยชน์ด้านอื่น ๆ

1. เพื่อเป็นประโยชน์กับประชาชนทั่วไปที่ต้องการเลือกใช้แอปพลิเคชันที่เหมาะสมกับตัวเอง

## ขอบเขตของการวิจัย

### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโรยามาเน (Yamane, 1967: 887) กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5% จะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 400 ตัวอย่าง การเลือกเก็บตัวอย่างจะใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

### ตัวแปรที่ศึกษา

#### 1. ตัวแปรอิสระ (Independent variables) แบ่งได้ดังนี้

##### 1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่

##### 1.1.1 เพศ

##### 1.1.1.1 ชาย

##### 1.1.1.2 หญิง

##### 1.1.2 อายุ

##### 1.1.2.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

##### 1.1.2.2 21-30 ปี

##### 1.1.2.3 31-40 ปี

##### 1.1.2.4 41-50 ปี

##### 1.1.2.5 51 ปีขึ้นไป

##### 1.1.3 สถานภาพสมรส

##### 1.1.3.1 โสด

##### 1.1.3.2 สมรส

1.1.3.3 หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่

1.1.4 ระดับการศึกษาสูงสุด

1.1.4.1 มัธยมศึกษาตอนต้น

1.1.4.2 มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

1.1.4.3 อนุปริญญา

1.1.4.4 ปริญญาตรี

1.1.4.5 สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.5 อาชีพ

1.1.5.1 นักเรียน นิสิต นักศึกษา

1.1.5.2 ลูกจ้าง/รับจ้าง/อาชีพอิสระ

1.1.5.3 ข้าราชการบำนาญ/พ่อบ้าน แม่บ้าน

1.1.5.4 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานเอกชน

1.1.5.5 ค้าขาย/กิจการส่วนตัว

1.1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.1.6.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

1.1.6.2 10,001-20,000 บาท

1.1.6.3 20,001-30,000 บาท

1.1.6.4 30,001-40,000 บาท

1.1.6.5 40,001 บาทขึ้นไป

1.2 รูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่

1.2.1 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม

1.2.1.1 การใช้โทรศัพท์มือถือในด้านการโทรออกและรับสาย

1.2.1.2 การใช้งานคอมพิวเตอร์

1.2.1.3 การประกาศ (Post) การแบ่งปัน (Share) และการแสดงความ

ความคิดเห็น (Comment) บนสังคมออนไลน์

1.2.2 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ

1.2.2.1 นักแสดง/นักร้อง/วงการบันเทิง

1.2.2.2 การเดินทาง/การท่องเที่ยว

1.2.2.3 การถ่ายรูป/การตกแต่งรูป

### 1.2.3 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น

1.2.3.1 ไลน์ทำให้มีเพื่อนมากขึ้น

1.2.3.2 ไลน์ช่วยให้ซื้อสินค้าสะดวกขึ้น

1.2.3.3 ไลน์ช่วยให้รับข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วขึ้น

1.2.3.4 ไลน์ช่วยให้ติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้น

1.2.3.5 ไลน์ช่วยให้เกิดความสะดวกในการทำงาน

## 2. ตัวแปรตาม (Dependent variable)

พฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย  
พฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์



## นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ไลน์ (LINE) หมายถึง แอปพลิเคชันหรือโปรแกรมส่งข้อความที่ออกแบบโดยบริษัท Naver Japan Corporation พัฒนาโดยบริษัท NHN Japan Inc. ซึ่งสามารถ Download มาใช้ได้ ในสมาร์ทโฟนที่มีระบบปฏิบัติการ IOS, Android, Windows Phone, BlackBerry

2. ผู้ใช้งาน หรือ ผู้บริโภค หมายถึง ประชาชนชาวไทยที่ใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์

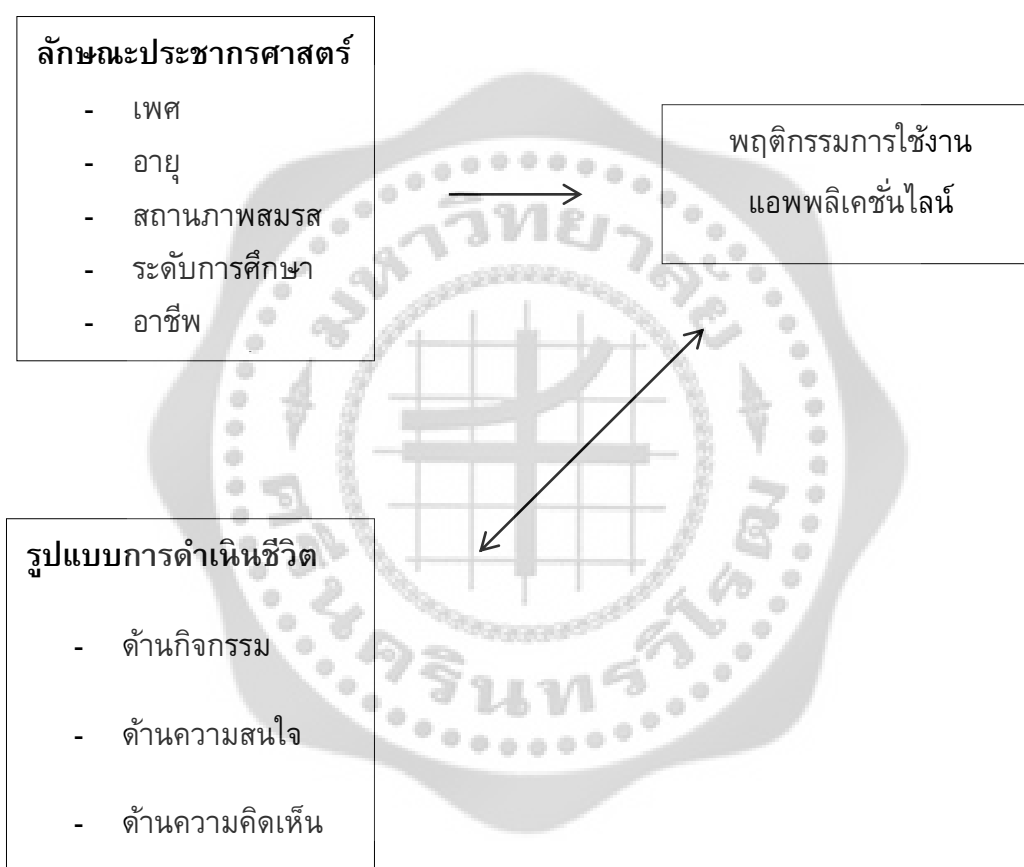
3. แท็บเล็ต หมายถึง คอมพิวเตอร์ที่รวมการทำงานทุกอย่างไว้ในจอสัมผัสโดยใช้ปากกาสไตลัส ปากกาดิจิตอล หรือปลายนิ้ว เป็นอุปกรณ์การเข้ารหัสพื้นฐาน แทนการใช้คีย์บอร์ด และเมาส์ แต่มีอยู่หรือไม่มีก็ได้ มีอุปกรณ์ไร้สายสำหรับการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตและระบบเครือข่าย ภายใน คำว่าแท็บเล็ตเป็นคำย่อสั้นของคำว่า แท็บเล็ตคอมพิวเตอร์

4. สมาร์ทโฟน หมายถึง เป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสามารถที่เพิ่มเติมนอกเหนือจาก โทรศัพท์มือถือทั่วไป สมาร์ทโฟนได้ถูกมองว่าเป็นคอมพิวเตอร์พกพาที่ทำงานในลักษณะของ โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยที่สามารถเชื่อมต่อความสามารถหลักของโทรศัพท์มือถือ เข้าร่วมกับแอปพลิเคชันของโทรศัพท์เอง สมาร์ทโฟนสามารถให้ผู้ใช้งานติดตั้งโปรแกรมเสริมสำหรับเพิ่มความสามารถของโทรศัพท์ตัวเอง โดยรูปแบบนั้นขึ้นอยู่กับแพลตฟอร์มของโทรศัพท์และระบบปฏิบัติการ

5. แอปพลิเคชัน หมายถึง ซอฟต์แวร์ประเภทหนึ่งสำหรับใช้งานสำหรับงานเฉพาะทาง ซึ่งแตกต่างกับซอฟต์แวร์ประเภทอื่น เช่น ระบบปฏิบัติการ ที่ใช้สำหรับรับรองการทำงานหลายด้าน โดยไม่จำเพาะเจาะจง ซึ่งคำว่าแอปพลิเคชัน นั้น ย่อมาจาก ซอฟต์แวร์แอปพลิเคชัน หรือ โปรแกรมประยุกต์

## กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของผู้บริโภคในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร มีกรอบแนวความคิดในการทำวิจัย ดังนี้



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการทำวิจัย

## สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน
2. ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน
3. ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน
4. ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน
5. ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน
6. ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน
7. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์
  - 7.1. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการใช้โทรศัพท์มือถือถือในด้านการโทรออกและรับสาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์
  - 7.2. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการใช้งานคอมพิวเตอร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์
  - 7.3. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการประกาศ (Post) การแบ่งปัน (Share) และการแสดงความคิดเห็น (Comment) บนสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

8. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

8.1. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องนักแสดง/นักร้อง/วงการบันเทิง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

8.2. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องการเดินทาง/การท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

8.3. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องการถ่ายรูปลูก/การตกแต่งรูป มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

9. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

9.1. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ทำให้มีเพื่อนมากขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

9.2. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้ซื้อสินค้าสะดวกขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

9.3. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้รับข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

9.4. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้ติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

9.5. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้เกิดความสะดวกในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าและการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ดำเนินไปตามลำดับขั้นตอน ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยได้กำหนดประเด็นในการเสนอ ดังนี้

1. แนวความคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
2. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)
3. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค
4. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ Social Network
5. ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับแอปพลิเคชันไลน์
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538: 41) กล่าวว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรและช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้น ข้อมูลด้านประชากรจะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิภาพต่อการกำหนดตลาดเป้าหมายคนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน โดยวิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้

1.1 เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือ เพศหญิงมาแนวโน้ม มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย นอกจากนี้เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน

1.2 อายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม คนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนอายุมากมักจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อย เนื่องมาจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ต่างกันคนที่อายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆ มากกว่าความบันเทิง

1.3 การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกันคนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความกว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ ในขณะที่คนมีการศึกษต่ำมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอก็จะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าประเภทอื่น

1.4 สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้และสถานภาพทางสังคมของบุคคล มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิภรียาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารเพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน ปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคนเช่นปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่จะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสาร

เบเรลสัน และสไตเนอร์ (ชิบ จิตนิยม. 2534: 27; อ้างอิงจาก Berelson; & Steiner. n.d.) ได้แสดงความเห็นว่า คนเรามีแนวโน้มที่จะดูและฟังการสื่อสารที่สอดคล้องกับกรอบอ้างอิงทางความคิดของเขา ซึ่งกรอบอ้างอิงแนวความคิดนี้ หมายรวมถึง บทบาททางเพศ การศึกษา ความสนใจ และความเกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ สถานภาพทางสังคมและอื่นๆ ที่เป็นคุณสมบัติที่มีความสำคัญของบุคคลโดยกรอบอ้างอิงทางความคิดเหล่านี้ ทำให้เกิดความแตกต่างกันในเรื่องของความรู้ ความคิด ความเชื่อทศนคติ ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสื่อสารของคนตัวแปรทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่สำคัญที่นิยมนำมาศึกษาความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อ (ชนสท์ เกษมไชยานันท์. 2544: 24-26) มีดังต่อไปนี้

1.1 เพศ (Sex) จากการวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่อง แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของหญิงชายไว้ต่างกัน จึงส่งผลให้พฤติกรรมการสื่อสารของหญิงและชายต่างกันด้วย งานวิจัยทางนิเทศศาสตร์ยังชี้ให้เห็นว่า ผู้หญิงมักจะถูกโน้มน้าวใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย และมักเผยแพร่ทศนคติที่ได้รับการจูงใจนั้นให้ผู้อื่นต่อไปอีกด้วย นอกจากนี้ เพศหญิงมีแนวโน้มและความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความ

ต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับข่าวสารนั้นด้วย

1.2 อายุ (Age) โดยทั่วไปบุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย และบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไปเมื่อตนเองมีอายุมากขึ้น ในประเด็นนี้ ปริมาณและแบบแผนการใช้สื่อจะสัมพันธ์กับช่วงชีวิตที่เปลี่ยนไป เนื่องจากในแต่ละช่วงชีวิต คนเราจะเปลี่ยนสถานที่ที่ใช้เวลาอยู่เป็นส่วนใหญ่ เช่น เด็กเล็กต้องอยู่ในบ้าน วัยรุ่นอยู่กับกลุ่มเพื่อน หรือในโรงเรียน ผู้ใหญ่อยู่นอกบ้านหรือที่ทำงาน เป็นต้น แบบแผนการใช้เวลาเปลี่ยนไป เช่น เด็กเล็กจะเล่นและว่างเป็นหลัก ในขณะที่ผู้ใหญ่จะทำงานและมีเวลาว่างเป็นส่วนน้อย นอกจากนี้ ลักษณะของกิจกรรมที่ทำและกลุ่มบุคคลที่แวดล้อมก็จะเปลี่ยนไป การเปลี่ยนแปลงในวัฏจักรชีวิต (Life cycle) ดังกล่าวจึงมีผลต่อปริมาณการใช้สื่อ เช่น

1.2.1 เด็กเล็กจะใช้สื่อในบ้านเป็นส่วนใหญ่ และใช้เพื่อความบันเทิง

1.2.2 วัยรุ่นจะใช้สื่อนอกบ้านและ ใช้สื่อพร้อมกลุ่ม และใช้สื่อเพื่อความบันเทิง

1.2.3 ผู้ใหญ่จะใช้สื่อทั้งในและนอกบ้าน แต่จะมีเป้าหมายการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ในการทำงานมากกว่า

1.2.4 คนชราจะหันมาใช้สื่อในบ้านเป็นส่วนใหญ่อีกครั้งหนึ่ง แต่จะใช้เพื่อฆ่าเวลาหรือเป็นเพื่อนเป็นหลัก

1.3 การศึกษา (Education) นักวิชาการสื่อสารพบว่า การศึกษาเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงกับตัวแปรที่เกี่ยวกับการรับสารและใช้สื่อ การศึกษาของผู้รับสารทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมการสื่อสารต่างกันไป โดยคนที่มีการศึกษาสูงจะเป็นผู้รับสารที่ดี เนื่องจากมีความรู้กว้างขวางในหลายๆเรื่อง และสามารถเข้าใจสารได้ดี จึงส่งผลให้คนที่มีการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ

1.4 ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Status) โดยดูจากรายได้ อาชีพ เชื้อชาติ ภูมิหลังของครอบครัว เป็นต้น เช่นคนที่มีฐานะดี อาศัยอยู่ในเมือง อาจมีโอกาสเลือกสื่อได้หลากหลายประเภทกว่าและบ่อยครั้งกว่า โดยเฉพาะสื่อที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการใช้

### ภูมิหลังเฉพาะบุคคล

ภูมิหลังเฉพาะบุคคล (Personal background) หรือลักษณะชีวประวัติของแต่ละบุคคล (Biographical characteristics) เป็นลักษณะส่วนตัวของบุคคล ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพสมรส

และ ความมีอาวุโสในงาน เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานของบุคคลดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2550: 259-260)

1. อายุกับการทำงาน (Age and Job Performance) เป็นที่ยอมรับกันว่าผลงานของบุคคลจะลดน้อยลงในขณะที่มีอายุเพิ่มขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม สำหรับบุคคลที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไปนั้น ถือว่ามีประสิทธิภาพในการทำงานสูง และสามารถที่จะปฏิบัติหน้าที่การงานที่ก่อให้เกิดผลผลิต (Productivity) สูงได้ พนักงานในองค์กรไม่จำเป็นต้องเกษียณอายุการทำงานเมื่ออายุครบ 60 ปี จากการศึกษาพบว่า พนักงานที่มีอายุมากขึ้นจะไม่อยากลาออกหรือย้ายงาน ทั้งนี้เนื่องจากการมีระยะเวลาในการทำงานนานจะมีผลทำให้ได้รับค่าตอบแทนหรือค่าจ้างที่มากขึ้น และมีสิทธิในการลาพักผ่อนได้มากขึ้นตลอดจนมีสิทธิในสวัสดิการต่างๆ ที่พึงได้เพิ่มขึ้นด้วย

พนักงานที่มีอายุมากขึ้นจำนวนมากจะปฏิบัติหน้าที่การทำงานอย่างสม่ำเสมอหรือไม่ หลีกเลียงงาน มีจริยธรรมในการปฏิบัติงานสูง มีประสิทธิภาพ การทำงานจะเน้นคุณภาพ แต่ก็จะขาดความยืดหยุ่น และจะต่อต้านเทคโนโลยีใหม่ๆ ซึ่งในปัจจุบัน องค์กรจำเป็นต้องเผชิญหน้ากับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ในการดำเนินงานขององค์กร

2. เพศกับการทำงาน (Gender and Job Performance) จากการศึกษาพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันหรือแตกต่างกันน้อยมากระหว่างเพศหญิงกับเพศชายในเรื่องความสามารถเกี่ยวกับการแก้ปัญหาในการทำงาน ทักษะในความคิดวิเคราะห์ แรงกระตุ้นเพื่อต่อสู้เมื่อมีการแข่งขัน แรงจูงใจ การปรับตัวทางสังคม ความสามารถในการเรียนรู้ และความพึงพอใจในการทำงาน อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาของนักจิตวิทยาพบว่า เพศหญิงจะมีลักษณะคล้ายตามมากกว่าเพศชาย และเพศชายจะมีลักษณะคิดเชิงรุก ตลอดจนมีความคาดหวังในความสำเร็จมากกว่าเพศหญิง

3. สถานภาพการสมรสกับการทำงาน (Marital Status and Job Performance) จากการศึกษายังไม่สามารถสรุปได้แน่นอนว่า สถานภาพสมรสมีผลต่อการทำงานอย่างไร แต่มีผลการวิจัยบางส่วนพบว่าพนักงานที่สมรสแล้วจะขาดงาน และมีอัตราการออกจางาน (Turnover) น้อยกว่าผู้ที่โสด นอกจากนี้ยังมีความพึงพอใจในงานสูงกว่าผู้ที่โสด ตลอดจนมีความรับผิดชอบ เห็นคุณค่าของงาน และมีความสม่ำเสมอในการทำงานด้วย

4. ความมีอาวุโสในงานกับการทำงาน (Tenure and Job Performance) จากการศึกษาพบว่าผู้ที่มีระยะเวลาการทำงานในองค์กรมานาน หรือผู้ที่มีอาวุโสในการทำงานจะมีผลงานสูงกว่าพนักงานใหม่ และมีความพึงพอใจในงานสูงกว่าด้วย รวมถึงจะมีอัตราการขาดงานน้อยและการลาออกจางานน้อย

จากแนวคิด และทฤษฎีที่กล่าวมาผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ เบเรลสันและสไตเนอร์ มาใช้กำหนดเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ฝายงานที่สังกัด และระยะเวลาในการทำงาน มีผลต่อการเกิดประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน บริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์โตโยต้าแห่งหนึ่ง ในเขต บางกะปิ กรุงเทพมหานคร นั่นคือ มองว่าพนักงานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จะมีการเกิดประสิทธิภาพการทำงานที่แตกต่างกัน

## 2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)

รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) เป็นการอธิบายถึงลักษณะการใช้ชีวิตของผู้บริโภคว่า มีการจัดสรรเวลาต่อกิจกรรมต่าง ๆ อย่างไร ให้ความสนใจเรื่องใดเป็นพิเศษ และมีความคิดเห็น เช่นไรต่อสภาพแวดล้อมทางสังคม การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตจะช่วยให้นักการตลาด สามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ดีกว่าการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์เพียง อย่างเดียว ผลจากการศึกษารูปแบบดำเนินชีวิตของผู้บริโภคจะทำให้นักการตลาดสามารถเข้าใจถึง ความต้องการ ความรู้สึกนึกคิด พฤติกรรมการบริโภคและการเลือกซื้อสินค้า ตลอดจนพฤติกรรม การเปิดรับสื่อของผู้บริโภคที่มีความเหมือนหรือแตกต่างกันเช่นไร อันจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อ การวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (พินิตา หอมบุญยงค์, 2552)

ฮอคินส์และโคเน (Hawkins; & Coney, 2001) กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) หมายถึง ลักษณะการใช้ชีวิตของแต่ละบุคคลซึ่งเกิดขึ้นจากการหล่อหลอมจากสังคมที่ อาศัยอยู่ โดยจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามวงจรชีวิต (Life Cycle) ทั้งนี้รูปแบบการดำเนินชีวิตมัก ได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัย ได้แก่ วัฒนธรรม ค่านิยม ลักษณะทางประชากร ที่ส่งผลต่อ พฤติกรรมและการบริโภคของบุคคล

รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) เป็นเรื่องทางด้านจิตใจ (Mental) ได้แก่ทัศนคติ (Attitudes) ความเชื่อ (Beliefs) ความคิดเห็น (Opinions) บุคลิกภาพ (Personality) การ วิเคราะห์และศึกษาเรื่องกิจกรรมหรือพฤติกรรมของผู้บริโภค ชิฟแมนและคานุก (Schiffman, Kanuk; & 1997) รวมถึงค่านิยม เป็นผลของการแสดงออกของความรู้สึกภายในของบุคคล (Self Concept) ซึ่งเป็นวิธีการที่บุคคลเลือกที่จะอยู่ พยายามให้มีรายได้และมีความสามารถจากสถานะ ทางสังคมและความปรารถนาภายในของบุคคล เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนซึ่งรวมกันถึง สินค้าที่ซื้อ วิธีที่ใช้สินค้าและวิธีการคิดเกี่ยวกับสินค้า เป็นบทสรุปของการตัดสินใจในอดีตและเป็น

การวางแผนในอนาคต เป็นภาพรวมทั้งหมดของบุคคลหนึ่งที่มีต่อสิ่งแวดล้อมของคนๆนั้น และเป็นประโยชน์ต่อการแบ่งส่วนตลาด

รูปแบบการใช้ชีวิตขึ้นอยู่กับ วัฒนธรรม ระดับทางสังคม หรือกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคลซึ่งแตกต่างกัน นักการตลาดเชื่อว่าการเลือกผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับค่านิยม รูปแบบการใช้ชีวิต ตัวอย่าง รูปแบบการใช้ชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคสินค้า สำหรับผู้ที่ชอบเที่ยวกลางคืน กับผู้ที่อยู่บ้านมีความแตกต่างกันซึ่งนักการตลาดต้องค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างสินค้าของบริษัทกับกลุ่มรูปแบบการดำรงชีวิตต่าง ๆ เพื่อสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสมที่สุด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์ และ (ปริญา ลักษิตานนท์ 2546: 206)

พหลัมเมอร์ (Plummer. 1992) ได้ให้คำจำกัดความของรูปแบบการดำเนินชีวิตไว้ว่า เป็นการแสดงให้เห็นถึงภาพรวมของวิถีการใช้ชีวิตที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล โดยการสร้างเป็นรูปแบบที่พัฒนามาจากความต่อเนื่องของการดำเนินชีวิตในสังคม

วิธีการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ได้ใช้มาตรวัดลักษณะทางจิตวิทยา (Psychographics) ซึ่งเป็นการวัดเชิงปริมาณ (Quantitative) ในรูปแบบของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น (Activities Interests and Opinions: AIOs) โดยการวัดแบบ AIOs เป็นการวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตในรูปของการจัดสรรเวลาต่อกิจกรรมต่าง ๆ เรื่องที่ให้ความสนใจและความคิดเห็นต่อสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล

การจัด AIOs เพื่อการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต (AIO Categories of Lifestyle Studies) (Plummer, 1974 cited in Gunter & Furnham, 1996)

กิจกรรม (Activities)	ความสนใจ (Interests)	ความคิดเห็น (Opinions)
การทำงาน (Work)	ครอบครัว (Family)	ต่อตัวเอง (Themselves)
งานอดิเรก (Hobbies)	บ้าน (Home)	ปัญหาสังคม (Social Issues)
กิจกรรมสังคม (Social Event)	งาน (Job)	การเมือง (Politics)
การใช้เวลาว่าง (Vacation)	การร่วมกิจกรรมชุมชน (Community)	ธุรกิจ (Business)
การพักผ่อน (Entertainment)	การสันทนาการ (Recreation)	เศรษฐกิจ (Economics)
สมาชิกคลับ (Club Membership)	เสื้อผ้า (Fashion)	การศึกษา (Education)
การร่วมกิจกรรมชุมชน (Community)	อาหาร (Food)	ผลิตภัณฑ์ (Product)
การเลือกซื้อ (Shopping)	สื่อ (Media)	อนาคต (Future)
กีฬา (Sports)	ความสำเร็จ (Achievement)	วัฒนธรรม (Culture)

ภาพประกอบ 2 แสดงการจัด AIOs เพื่อการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต

การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตตาม AIO Framework จะเป็นการศึกษารูปแบบ การดำเนินชีวิตควบคู่กับการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค เนื่องจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีคุณสมบัติเป็นตัวกำหนดรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle Determination) ที่มีบทบาทสำคัญอย่างมากที่ทำให้แต่ละคนมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน

การศึกษาโดยใช้ลักษณะคำถาม หรือ AIO Statement ถามบุคคลในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม การกระทำต่าง ๆ (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) ที่เขามีต่อสิ่งแวดล้อมรอบตัวว่าเป็นอย่างไร โดยมีพื้นฐานจากความคิดเกี่ยวกับตัวเอง (Self Concept) ซึ่งแนวคำถามจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สามารถนำไปวิเคราะห์ และจัดประเภทรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลว่ามีลักษณะอย่างไร รวมทั้งการศึกษาควบคู่กับลักษณะทางประชากรศาสตร์ก็จะทำให้ได้ข้อมูลที่ช่วยให้เข้าใจบุคคลมากยิ่งขึ้น เนื่องจากได้รับทราบลักษณะทางจิตวิทยาสังคมซึ่งเป็นปัจจัยภายใน และลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่มีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อพฤติกรรมของบุคคล

### 3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

มีผู้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้หลายท่านด้วยกัน ได้แก่ เสรี วงษ์มณฑา (2548: 32-46) กล่าวว่า พฤติกรรมบริโภค คือ พฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลแต่ละบุคคลในการค้นหา การเลือกซื้อ การใช้ การประเมินผล หรือการจัดการกับสินค้าและบริการ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2551) ให้ความหมายของพฤติกรรมบริโภคว่า หมายถึงบุคคลต่าง ๆ ที่มีความสามารถในการซื้อหรือทุกคนที่มีเงิน มีความตั้งใจจะซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ

#### การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2552: 125-126) กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่นักการตลาดสามารถจัดกลุ่มกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies) ที่จะตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้

คำถามที่ใช้ค้นหาหลักลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ตารางแสดงคำถาม 7 คำถาม 6Ws และ 1H เพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7 O's)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำถามที่ต้องการทราบ (7 O's)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย(Occupants) 1) ทางด้านประชากรศาสตร์ 2) ภูมิศาสตร์ 3) จิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์ 4) พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์ทางการตลาด (4 P's)ประกอบด้วยกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม กับการตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ก็คือต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive Differentiation)	ผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) ประกอบด้วย 1). ผลิตภัณฑ์หลัก 2). รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ได้แก่การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า รูปแบบบริการ คุณภาพ ลักษณะ นวัตกรรม 3). ผลิตภัณฑ์ควบ 4). ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง 5). ศักยภาพผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation)
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของเขาด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ 1. ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทาง จิตวิทยา 2. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม 3. ปัจจัยเฉพาะบุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุดคือ 1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) 2. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ประกอบด้วยกลยุทธ์การโฆษณา การขายโดยใช้

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำถามที่ต้องการทราบ (7 O's)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
		พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ 3. กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategies) 4. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategies)
4.ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) มีอิทธิพลในการตัดสินใจซึ่งประกอบด้วย 1). ผู้ริเริ่ม 2).ผู้มีอิทธิพล 3). ผู้ตัดสินใจซื้อ 4). ผู้ซื้อ 5). ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ การโฆษณา และ(หรือ) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Advertising and Promotion Strategies) โดยใช้กลุ่มอิทธิพล
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือ ช่วงฤดูใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของโอกาสพิเศษหรือ เทศกาลวันสำคัญต่างๆ	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) เช่น ทำการส่งเสริมการตลาดเมื่อใดจึงจะสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ประกอบด้วย 1). การรับรู้ปัญหา 2). การค้นหาข้อมูล	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategies) นำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดโดยจะผ่านคนกลางอย่างไร
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร	3). การประเมินผลทางการเลือก 4). ตัดสินใจซื้อ 5). ความรู้สึกหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้กันมากคือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำถามที่ต้องการทราบ (7 O's)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
(How does the consumer buy?)		Strategies) ประกอบด้วย การ โฆษณาการขายโดยใช้ พนักงานขาย การ ส่งเสริมการขาย การให้ ข้าราชการ และการ ประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง เช่น พนักงานขายจะกำหนด วัตถุประสงค์ในการขาย ให้สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ในการ ตัดสินใจซื้อ

ภาพประกอบ 3 แสดงกรอบโมเดลคำถามที่ใช้ค้นหาหลักภาวะพฤติกรรมผู้บริโภค

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. หน้า 128-130.

### รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคหรือโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552: 128-130) กล่าวว่า โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้น

ภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying Motive) ซึ่งอาจให้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผล และใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

- สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย

- สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการ
- สิ่งกระตุ้นด้านราคา เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โดยพิจารณา

ลูกค้าเป้าหมาย

- สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

- สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลดแลกแจกแถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป

2.

สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์การซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้แก่

- สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภคเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

- สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านฝากถอนเงินอัตโนมัติสามารถกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการ

- สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and Political) เช่น กฎหมายเพิ่มลดภาษีสินค้าใดสินค้าหนึ่งจะมีผลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการซื้อ

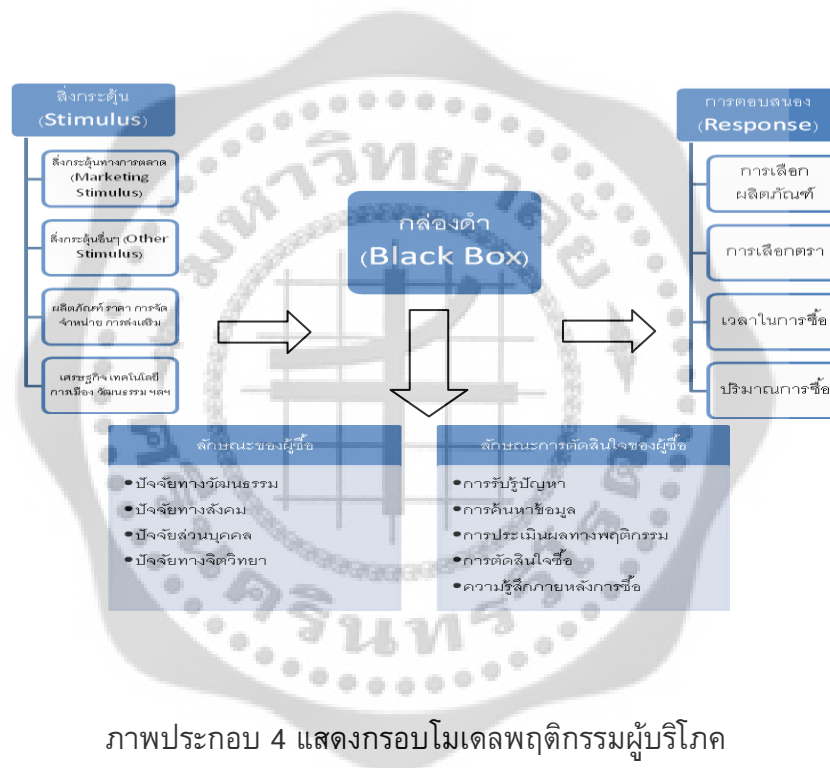
- สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่างๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

3. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับผลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

4. กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buyer Decision Process) ประกอบด้วย ขั้นตอนคือ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

5. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decisions) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้

- 5.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice)
- 5.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice)
- 5.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice)
- 5.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing)
- 5.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount)



ที่มา: Schiffman, Leon G. and Leslie Kanuk. (2010). *Consumer Behavior*. p. 94.

### ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture Factors) ปัจจัยด้านวัฒนธรรมประกอบด้วยปัจจัยย่อย ได้แก่ วัฒนธรรม วัฒนธรรมย่อย และชั้นทางสังคม ซึ่งจะได้อธิบายดังนี้

วัฒนธรรม (Culture) วัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดขั้นพื้นฐานของความจำเป็น และพฤติกรรมของบุคคล เมื่อบุคคลเกิดมาในสังคม เขาจะได้เรียนรู้ถึงความพอใจ (Value) ต่อสินค้าโดยการใช้

สินค้าเกิดการรับรู้ (perceptions) ถึงยี่ห้อสินค้าตั้งแต่เด็กจนโต มีความชอบ (Preferences) ต่อสินค้าบริการที่เห็น และก่อให้เกิดพฤติกรรมโดยผ่านกระบวนการทางสังคม ครอบครัว โรงเรียน และอื่นๆ

วัฒนธรรมย่อย (Subculture) ในแต่ละวัฒนธรรม (Culture) จะประกอบไปด้วยกลุ่มที่เล็กกว่าเรียกว่ากลุ่มวัฒนธรรมย่อย ซึ่งจะประกอบด้วยสมาชิกที่เฉพาะเจาะจง แบ่งออกได้เป็น 4 แบบ คือ กลุ่มเชื้อชาติ (Nationality Groups) กลุ่มทางศาสนา (Religious Groups) กลุ่มแบ่งตามผิว (Racial Groups) และกลุ่มแบ่งตามพื้นที่ (Geographical Groups) ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ จะเป็นตัวกำหนดสิ่งต่างๆ เกี่ยวกับผู้บริโภค เช่น อาหาร ความชอบ การเลือกเสื้อผ้า การพักผ่อน และอาชีพ

- ชั้นทางสังคม (Social Class) พฤติกรรมของผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลจากชั้นทางสังคมด้วย ชั้นทางสังคมของนักการตลาดจะหมายถึง การแบ่งตลาดที่มีความคล้ายคลึงกัน มีความสัมพันธ์กันในสังคมโดยในแต่ละชั้นสังคมที่ได้แบ่งไว้นั้น จะเรียงตามลำดับคือสังคมชั้นสูง (Upper class) ชั้นกลาง (Middle Class) และชั้นล่าง (Lower Class) และสมาชิกในแต่ละชั้นสังคมจะมีส่วนคล้ายกันในเรื่องความพอใจ (Values) ในสินค้า ความสนใจ (Interests) และพฤติกรรมการซื้อ (Behavior)

- ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) พฤติกรรมของผู้ซื้อยังได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านสังคมด้วย อันได้แก่กลุ่มอ้างอิง บทบาท และสถานภาพ

- กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups) กลุ่มอ้างอิงจะประกอบด้วยกลุ่มต่างที่มีความสัมพันธ์ในทางตรงหรือทางอ้อม กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล พฤติกรรมของบุคคลสามารถแบ่งได้เป็น 2 ระดับคือ

กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Groups) เป็นกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กันต่อเนื่องได้แก่กลุ่มเพื่อน ครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน

กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Groups) คือกลุ่มที่มีความสัมพันธ์แบบเป็นทางการ มีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกันน้อย หรือกลุ่มที่บุคคลนั้นอยากเป็น อยากเลียนแบบ เช่น ดารา นักร้อง นักแสดง นักกีฬา

- ครอบครัว (Family) สมาชิกในครอบครัวมีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมของผู้ซื้อ การเสนอขายสินค้าต้องคำนึงลักษณะการบริโภค และการดำเนินชีวิตของครอบครัวด้วย

บทบาทและสถานะ (Role and Status) บุคคลเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่มเช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กรและสถาบันต่างๆ และมีสถานะที่แตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่ม ฉะนั้นในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคมักมีบทบาทที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อสินค้าของตนเองและผู้อื่นด้วย

### ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

สามารถแบ่งได้เป็น 2 ด้าน (คิวกุทธีร์ พงศกรรังศิลป์. 2547) คือ ปัจจัยภายนอก คือ ปัจจัยทางวัฒนธรรมและสังคม

- ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Culture Factors) เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคแสดงพฤติกรรมที่ต่างกันออกมา สามารถแบ่งได้เป็น 3 ส่วนคือ วัฒนธรรม (Culture) วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Sub-Culture) และชั้นทางสังคม (Social Class)

- ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง, ครอบครัว, บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ

ปัจจัยภายใน ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค คือ

- ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) ได้แก่ ภาวะจิต และช่วงอายุ การประกอบอาชีพ เศรษฐกิจ การดำรงชีวิต และบุคลิกส่วนบุคคล

- ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factors) การเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ได้แก่ แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อและทัศนคติ

### พฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการใดๆ มีปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ 2 ประการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2552: 54) ได้แก่

การซื้อด้วยเหตุผล เป็นการซื้อบริการโดยการหาข้อมูลมาเปรียบเทียบ แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ว่ามีความคุ้มค่าหรือไม่ การตัดสินใจแบบนี้มักพบในเพศชายมากกว่าเพศหญิง เนื่องจากเพศชายมีภาวะทางอารมณ์ที่ค่อนข้างคงที่และมีมั่นคงกว่าเพศหญิง นักการตลาดต้องกระตุ้นลูกค้ากลุ่มที่ซื้อด้วยเหตุผลให้เห็นความคุ้มค่าอย่างแท้จริง ด้วยการให้ข้อมูลอย่างเหมาะสมและชัดเจน

การซื้อด้วยอารมณ์ มักเกิดกับเพศหญิงมากกว่าเพศชาย การตัดสินใจแบบนี้เป็นการตัดสินใจอย่างรวดเร็ว เมื่อได้รับข้อมูลมากระตุ้นความต้องการ การลดราคาเป็นการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมทันที นักการตลาดต้องกระตุ้นลูกค้าให้มากขึ้น

## 4. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ Social Network

### ความหมายของเครือข่ายทางสังคม (Social Network Meaning)

Encyclopedia of Sociology (Volume 4: S-Z Index, 1992) ให้นิยามของ เครือข่ายทางสังคม (Social Network) ว่าหมายถึง ปรากฏการณ์ทางสังคมในรูปแบบหนึ่งซึ่งแสดงให้เห็นถึง

รูปแบบการจัดเรียงความสัมพันธ์ (Patterned Arrays of Relationship) ระหว่างปัจเจกชน (Individual) ที่ร่วมกระทำการในสังคม

The SAGE Dictionary of Sociology (2006: 239) ให้นิยามว่า เครือข่ายทางสังคม คือ รูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคม (Pattern of Social Relationship) ของปัจเจกชน (Individual) ซึ่งนักสังคมวิทยาถือว่าเป็นหน่วยวิเคราะห์ (Unit of Analysis) ในการศึกษา และใช้วิธีศึกษาโดยการสังเกต (Observation) ก่อนจะเขียนออกมาเป็นแผนที่ปฏิสัมพันธ์ (Interaction Mapping)

พระมหาสุทิตย์ อากาศโร (2547: 6) ให้นิยามของ เครือข่ายทางสังคม ว่าหมายถึง ความสัมพันธ์ในสังคมมนุษย์ ทั้งในระดับปัจเจกบุคคล ปัจเจกบุคคลกับกลุ่ม กลุ่มกับกลุ่ม และกลุ่มกับเครือข่าย โดยเป็นการอธิบายถึงพฤติกรรมและความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่าง ๆ เช่น กิจกรรม การสื่อสาร ความร่วมมือ การพึ่งพาอาศัย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่มีโครงสร้างและรูปแบบที่หลากหลาย

อัลเตอร์ และเฮจ (นฤมล นีราทร. 2543: 6; อ้างอิงจาก Alter; & Hage. 1993) กล่าวว่า เครือข่าย (Network) คือ รูปแบบทางสังคม ที่เปิดโอกาสให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กร เพื่อแลกเปลี่ยน การสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียว และการร่วมกันทำงาน เครือข่ายประกอบด้วย องค์กรจำนวนหนึ่งซึ่งมีอาณาเขตที่แน่นอนหรือไม่ก็ได้ และองค์กรเหล่านี้มีฐานะเท่าเทียมกัน

เยเรมี บอยส์เวิน (Jeremy Boissevain, 1974: 22) ให้นิยามของ เครือข่ายทางสังคม ว่าหมายถึง ความสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคล โดยมีการติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน

### ประเภทของเครือข่ายทางสังคม (Type of Social Network)

ในการจำแนกประเภทของเครือข่ายทางสังคม สามารถแบ่งได้ในหลายรูปแบบ โดยมีนักวิชาการหลายคนที่ได้จำแนกประเภทของเครือข่าย ซึ่งผู้เขียนขอเสนอโดยสังเขป ดังนี้

นฤมล นีราทร (2543: 18-21) ได้จำแนกประเภทของเครือข่ายทางสังคม ตามมิติ 4 มิติ ดังนี้

1) จำแนกตามพื้นที่ดำเนินการ เช่น เครือข่ายระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัด ภาค และประเทศ

2) จำแนกตามกิจกรรมหรือประเด็นปัญหา เช่น เครือข่ายที่ทำงานด้านเด็ก สตรี สาธารณสุข เศรษฐกิจ พัฒนาชุมชน สิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม

3) จำแนกตามอาชีพหรือสถานภาพทางสังคม เช่น เครือข่ายด้านแรงงาน เครือข่ายกลุ่มพระสงฆ์ เครือข่ายครูพิทักษ์สิทธิเด็ก เครือข่ายสารวัตรนักเรียน

4) จำแนกตามรูปแบบโครงสร้างหรือความสัมพันธ์ ทำให้เกิดเครือข่ายใน 2 ลักษณะ คือ เครือข่ายตามแนวตั้ง คือ (1) เครือข่ายที่มีโครงสร้างเป็นช่วงชั้น ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภายในเครือข่ายไม่เท่ากัน และ (2) เครือข่ายตามแนวนอน เป็นเครือข่ายที่ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภายในเครือข่ายเท่าเทียมกัน

มาร์ติน คิลด์ฟ และเวนปิ่น ซาย (Martin Kilduff; & Wenpin Tsai, 2003: 4-8) ได้แบ่งประเภทของเครือข่ายตามระดับของการศึกษาวิเคราะห์เครือข่าย (Network Analysis) โดย แบ่งได้เป็น 4 ประเภท คือ (1) เครือข่ายระดับปัจเจกบุคคล (Individual Level Network) (2) เครือข่ายระดับหน่วยธุรกิจ (Business Unit Level Network) (3) เครือข่ายระดับองค์กร (Organization Level Network) และ (4) เครือข่ายระดับอื่นๆ (Other Level Network) หรือระดับระหว่างองค์กร

#### องค์ประกอบของเครือข่ายทางสังคม (Social Network Components)

พระมหาสุทิตย์ อากาศโร (2547: 48-49) กล่าวว่าองค์ประกอบที่สำคัญของความเป็นเครือข่าย ประกอบด้วย (1) หน่วยชีวิตหรือสมาชิก (2) จุดมุ่งหมาย (3) การทำหน้าที่อย่างมีจิตสำนึก (4) การมีส่วนร่วมและการแลกเปลี่ยน และ (5) ระบบความสัมพันธ์และการสื่อสาร

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2543: 36-43) กล่าวถึงองค์ประกอบที่สำคัญของเครือข่ายว่ามีอยู่ 7 ประการ ประกอบด้วย (1) การรับรู้มุมมองร่วมกัน (2) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (3) การมีผลประโยชน์และความสนใจร่วมกัน (4) การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายอย่างกว้างขวาง (5) มีกระบวนการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน (6) มีการพึ่งอิงร่วมกัน และ (7) การมีปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน

ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และชัยวัฒน์ ธีระพันธ์ (2546: 9) กล่าวถึงองค์ประกอบของเครือข่าย โดยใช้ตัวอักษรย่อภาษาอังกฤษ คือ LINK ซึ่งประกอบด้วย (1) การเรียนรู้ (Learning) (2) การลงทุน (Investing) (3) การดูแล (Nursing) และ (4) การรักษา (Keeping)

สรุปได้ว่า องค์ประกอบของเครือข่ายทางสังคม ประกอบด้วย

- (1) สมาชิกของเครือข่าย
- (2) มีจุดมุ่งหมายร่วมกัน
- (3) การปฏิบัติหน้าที่ของสมาชิกในเครือข่าย
- (4) การสื่อสารภายในเครือข่าย

## (5) การมีปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน

### การสร้างเครือข่ายทางสังคม (Social Network Construct)

การสร้างเครือข่าย (Networking) หมายถึง กิจกรรมในการก่อให้เกิดกลุ่ม ซึ่งอาจเป็นกลุ่มองค์กร หรือกลุ่มบุคคล เพื่อวัตถุประสงค์ในการแลกเปลี่ยน การจัดกิจกรรม หรือการผลิตรายหว่างองค์กรสมาชิก ต้องอาศัยการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันมาก่อนหน้าที่จะทำความตกลงเป็นองค์กรเครือข่าย (นฤมล นิราทร. 2543: 8)

สำหรับเหตุผลในการสร้างเครือข่ายทางสังคมนั้น นฤมล นิราทร (2543: 11-12) กล่าวว่า เป็นเพราะ (1) ต้องการมีเพื่อนในการทำงาน ต้องการมีหมู่ มีพวก (2) ต้องการทรัพยากรในการทำงาน (3) ต้องการรับภาระความเสี่ยงในกิจกรรมร่วมกัน (4) ต้องการความชำนาญเฉพาะด้านในการแก้ไขปัญหา (5) ต้องการประหยัด และ (6) ต้องการเรียนรู้ประสบการณ์ในการทำงานร่วมกัน รวมไปถึงมีปัจจัยเสริมที่เป็นเงื่อนไขสำคัญ คือ ความเต็มใจที่จะเข้าร่วมเป็นเครือข่าย

ส่วนพระมหาสุทิตย์ อาภากรโ (2547: 55-58) ให้เหตุผลว่าการสร้างเครือข่ายทางสังคมเกิดจาก (1) สถานการณ์ปัญหาและสภาพแวดล้อมที่ซับซ้อน หลากหลาย และขยายตัว จนเกินความสามารถของปัจเจกบุคคล หรือกลุ่ม ที่จะดำเนินการแก้ไข (2) เครือข่ายเป็นเครื่องมือหรือยุทธศาสตร์ในการสร้างพื้นที่ทางสังคม และ (3) เพื่อให้การประสานผลประโยชน์เป็นไปอย่างเท่าเทียม

จากที่กล่าวมาในข้างต้น จะเห็นได้ว่าเหตุผลสำคัญของการสร้างเครือข่ายทางสังคม คือ การมุ่งที่จะบรรลุเป้าหมายของปัจเจกบุคคล ซึ่งไม่สามารถทำได้ด้วยตนเองโดยลำพัง แต่ต้องอาศัยการรวมตัวกันเป็นกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนทรัพยากร อันจะส่งผลให้สามารถดำเนินการให้บรรลุเป้าหมาย อันเป็นการประสานผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน

## 5. ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับ แอปพลิเคชัน ไลน์

LINE เป็นแอปพลิเคชันให้บริการ Messaging ร่วมกับ Voice Over IP ทำให้ผู้ใช้สามารถสร้างกลุ่มแชต ส่งข้อความ ภาพ คลิปวิดีโอ หรือจะพูดคุยโทรศัพท์แบบเสียงก็ได้ โดยข้อมูลที่ถูกส่งขึ้นไปนั้นฟรีทั้งหมด ตอนนี้ LINE ใช้ได้ในระบบปฏิบัติการ iOS, Android, Windows Phone, PC และ BlackBerry

ฟีเจอร์ของ LINE ประกอบด้วย การส่งข้อความ, การสนทนาด้วยเสียง, การเปลี่ยนพื้นหลังแบ็กกราวนด์หน้าห้องแชต, การสนทนาแบบกลุ่ม, Official LINE และการส่งสติ๊กเกอร์

ต่อมา LINE ถูกพัฒนาไปไกลกว่าการเป็นแค่แอปพลิเคชัน เพราะ LINE ได้เพิ่มฟีเจอร์ Home และ Timeline เข้ามาจนกลายเป็น Social Media อย่างหนึ่ง โพสต์ข้อความปกป้องสแตตัส, รูปภาพ, คลิปวิดีโอ และพิกัด โดยมีจุดเด่นที่การแสดงอารมณ์ด้วยสติ๊กเกอร์ซึ่งเป็นจุดแข็งของ LINE

### ส่วนประกอบของ LINE

#### 1. แถบเมนูเพื่อน (Friends)

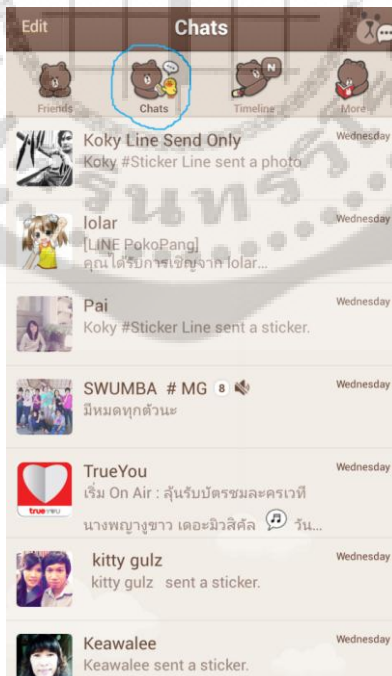
- 1.1 ประวัติ (Profile) แสดงชื่อและรูปของเจ้าของบัญชี
- 1.2 เพื่อนใหม่ (New Friends) แสดงเพื่อนที่เพิ่งเพิ่มเข้ามาเร็ว ๆ นี้
- 1.3 กลุ่ม (Group) แสดงกลุ่มที่ได้เข้าร่วมอยู่
- 1.4 ชื่นชอบ (Favorites) แสดงเพื่อนที่เราเคยเลือกให้เป็น Favorites
- 1.5 เพื่อน (Friends) แสดงเพื่อนทั้งหมดที่มี

#### 2. แถบเมนูพูดคุย (Chats)

รวมประวัติการพูดคุยทั้งหมดอยู่ที่แถบเมนูนี้ โดยที่มีการแบ่งเป็นห้องๆ ตามการพูดคุยกับผู้อื่นตามแต่ละบัญชี



ภาพประกอบ 5 แถบเมนูเพื่อน (Friends)



ภาพประกอบ 6 แถบเมนูพูดคุย (Chats)

### 3. แถบเมนูไทม์ไลน์ (Timeline)

มีลักษณะคล้ายคลึงกับ Facebook โดยสามารถเขียนข้อความ หรือ ใส่รูปภาพ ให้เพื่อนๆ ของเราเข้ามาแสดงความคิดเห็นได้ แต่ที่พิเศษกว่า Facebook คือผู้ใช้สามารถ ใช้รูป Sticker ตัวการ์ตูนที่มีแสดงลักษณะต่างๆลงบน Timeline ได้

### 4. แถบเมนูอื่นๆ (More)

#### 4.1 เพิ่มเพื่อน (Add Friends) สามารถเพิ่มเพื่อนด้วยวิธีต่างๆดังนี้

##### 4.1.1 เพิ่มคอนแทกต์จากรายชื่อในสมุดโทรศัพท์ ซึ่งตรงนี้เป็นข้อดีของ

WhatsApp ที่ทำให้ผู้ใช้งานสะดวก

##### 4.1.2 การสแกน QR Code

4.1.3 Shake it เอาโทรศัพท์ที่มีมือถือ 2 เครื่องที่อยู่ใกล้กันมาเขย่าคล้ายการจับมือให้รู้จักกัน

##### 4.1.4 การเสิร์ชหาจาก ID คล้ายการใส่รหัส Pin ของ BlackBerry

4.2 ตั้งค่า (Settings) สามารถตั้งค่าต่างๆของบัญชีและโปรแกรมได้ เช่น เปลี่ยนชื่อ, กำหนดไอดี กำหนดการสั่นหรือเสียง,เปิด-ปิดเสียงโปรแกรม,ตั้งค่าความเป็นส่วนตัว

#### 4.3 โฮม (Home) เข้าสู่หน้า Timeline ที่เป็นส่วนตัวเฉพาะของเรา

#### 4.4 ร้านค้าสติ๊กเกอร์ (Sticker Shop) เลือกซื้อสติ๊กเกอร์เพื่อนำมาใช้ในโปรแกรมได้

4.5 บัญชีทางการ (Official Accounts) บัญชีสำหรับบริษัทหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงต่างๆ ซึ่งผู้ใช้สามารถเพิ่มเพื่อนได้เพื่อติดตามข่าวสารของบริษัทหรือบุคคลที่สนใจ

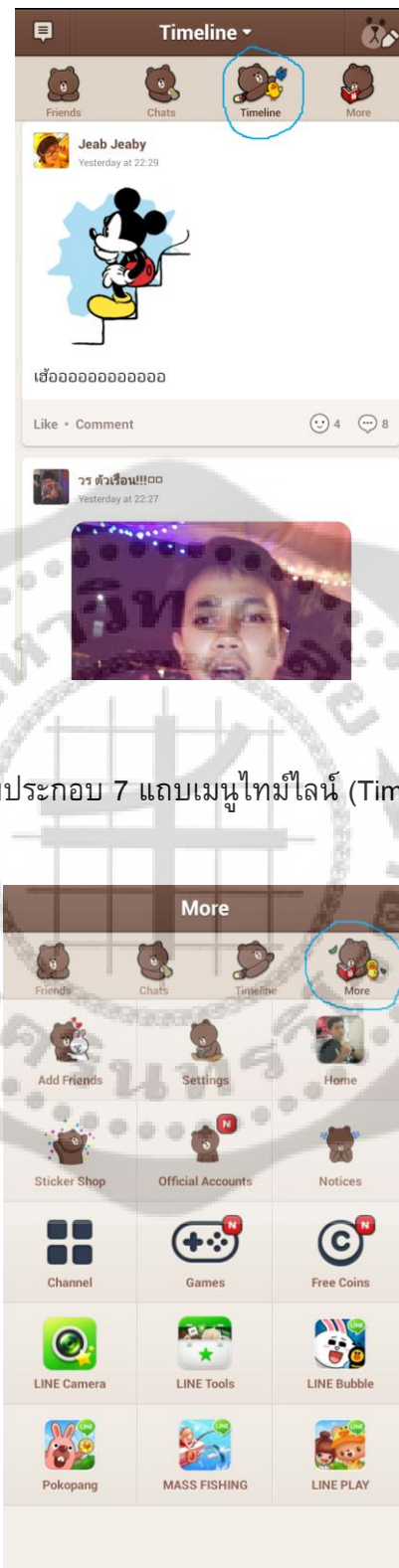
#### 4.6 แจ้งข่าว (Notices) บอกรายการใหม่ๆของตัวโปรแกรมให้ผู้ใช้ทราบ

นอกจากนั้นยังแสดงการเชื่อมต่อไปยังโปรแกรมอื่นๆในเครือ LINE อื่นๆด้วยเช่น

- LINE Game ต่างๆ ที่ต้องใช้บัญชี LINE ในการเล่น

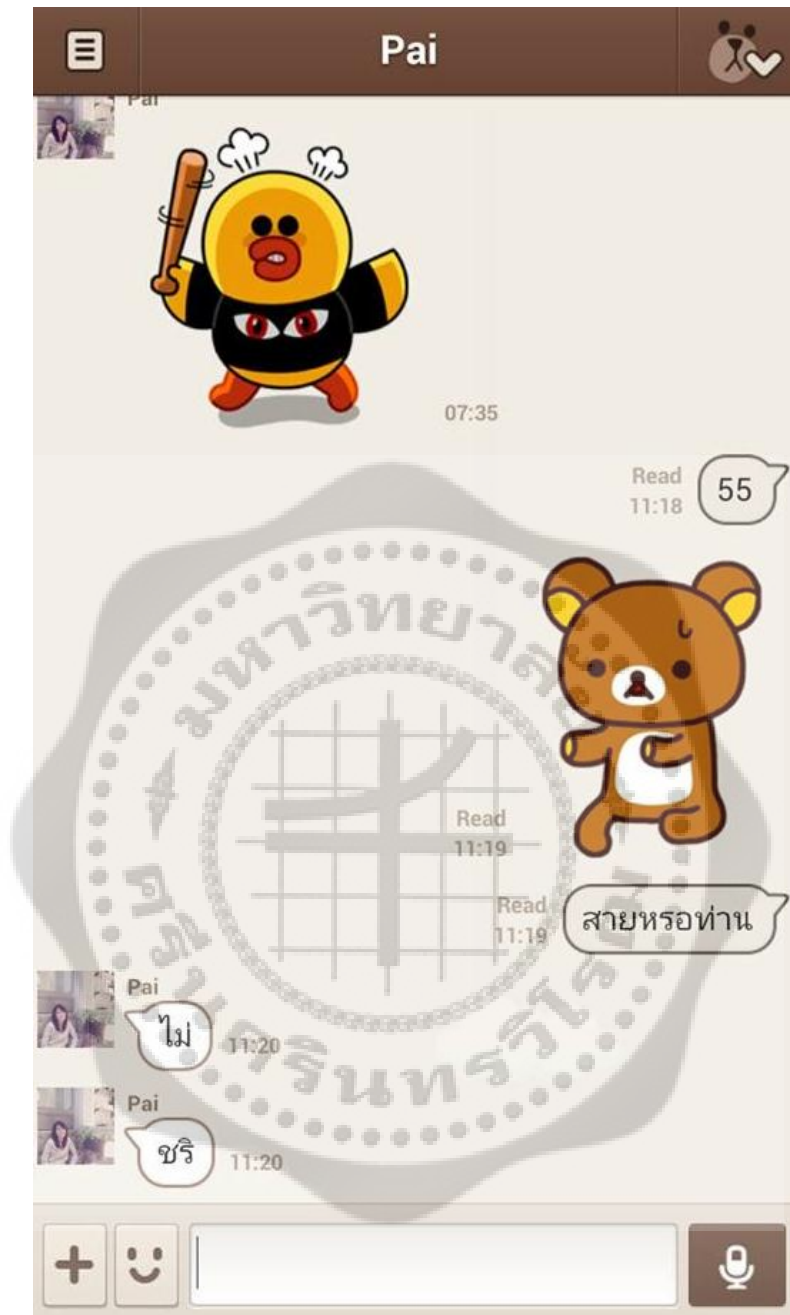
- LINE Cameras แอปพลิเคชันสำหรับแต่งรูป

- LINE Tools แอปพลิเคชันที่สามารถใช้มือถือเป็นเครื่องมือต่างๆได้ เช่น ไม้บรรทัด, ไฟฉาย, เครื่องคิดเลข



ภาพประกอบ 7 แถบเมนูไทม์ไลน์ (Timeline)

ภาพประกอบ 8 แถบเมนูอื่นๆ (More)



ภาพประกอบ 9 แสดงตัวอย่างการพูดคุยกับเพื่อน โดยใช้ตัวอักษรและสติ๊กเกอร์

## 6.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศุทธฤทัย เชิญขวัญมา และคนอื่นๆ (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรม การใช้เวลาว่างในการทำกิจกรรมนันทนาการ และการเล่นเกมส์คอมพิวเตอร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย สังกัดกรมสามัญศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ข้อเสียของการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ก็คือ มักจะทำให้ผู้เล่นเพลิดเพลิน ใช้เวลาในการเล่นนานขึ้น และเล่นไม่เลิก จนเกิดอาการติดเกม ทำให้เกิดผลกระทบต่อตนเองในหลายๆด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้าน การเรียน การมีปฏิสัมพันธ์กับคนรอบข้าง รวมทั้งมีผลต่อพฤติกรรม การแสดงออกและลักษณะนิสัยที่เปลี่ยนไปจากเดิม ซึ่งผลการวิจัยบางเรื่องได้บ่งชี้ว่าเป็นผลมาจากการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ประเภทต่อสู้ รุนแรง และเป็นความรู้สึกของคนที่ต้องการเอาชนะในการแข่งขัน นอกจากนี้ยังได้ข้อสรุปจากผู้ร่วมกลุ่มสนทนากลุ่มว่า นักเรียนมีพฤติกรรมการใช้เวลาว่างที่ไม่เหมาะสม กล่าวคือ นอกจากจะใช้เวลาไปในการเล่นเกมส์แล้ว นักเรียนส่วนใหญ่จะใช้เวลาว่างในการเดินเล่นตาม ศูนย์การค้า หรือไม่กี่คุยโทรศัพท์กับเพื่อนหรือแฟน ซึ่งในมุมมองของผู้ร่วมสนทนาคิดว่าเป็นเรื่องไร้สาระ และเป็น การเสียเวลาโดยเปล่าประโยชน์ ซึ่งสอดคล้องกับทัศนคติของอาจารย์ที่คิดว่านักเรียนใช้เวลาในการเล่นเกมส์มากเกินไป แบ่งเวลาไม่ถูก และขาดความรับผิดชอบ ไม่สนใจการเรียนเท่าที่ควร แต่คอมพิวเตอร์มีประโยชน์ต่อนักเรียนในแง่ของการฝึกสมอง การได้รับความรู้จากการค้นคว้าข้อมูลและมีความคิดสร้างสรรค์ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียน รวมทั้งช่วยประหยัดเวลาในการทำงาน ตลอดจนช่วยพัฒนาทักษะด้าน IT ของนักเรียนอีกด้วย

องอาจ ฤทธิ์ทองพิทักษ์ (2539) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

1. นักศึกษาส่วนใหญ่มีการใช้การสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บที่มหาวิทยาลัย และสนใจเปิดรับเนื้อหาประเภทบันเทิงมากที่สุด

2. นักศึกษาที่มีความแตกต่างกันในเรื่อง เพศ อายุ และความเป็นเจ้าของเครื่องคอมพิวเตอร์ มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเพศชายมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บมากกว่าเพศหญิงและนักศึกษาที่เป็นเจ้าของเครื่องคอมพิวเตอร์มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บมากกว่านักศึกษาที่ไม่เป็น เจ้าของเครื่องคอมพิวเตอร์

3. นักศึกษามีการใช้ประโยชน์จากระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ เพื่อการพัฒนาตนเองในด้านวิชาการและทักษะการใช้งานระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ และใช้ระบบเว็ลด์ไวด์เว็บในการตอบสนองความต้องการด้านข่าวสารและการพักผ่อนหย่อนใจ

คมกริช ทักษิณี (2540: 137-147) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้ Internet ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนเข้าร่วมโครงการเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทย พบว่า พฤติกรรมก่อนการใช้ Internet นักเรียนส่วนใหญ่มีประสบการณ์การใช้ Internet อยู่บ้างแล้ว นักเรียนเรียนรู้จากการใช้ Internet ที่โรงเรียน และจากเพื่อน เหตุผลที่ใช้มากที่สุดคือ เพื่อการบันเทิง และเพื่อการเรียน ส่วนใหญ่จะเป็นนักเรียนชาย และเป็นนักเรียนสายวิทยาศาสตร์ เรียนรู้การใช้ Internet จากการอ่านหนังสือ และค้นคว้าด้วยตนเอง ปัจจัยด้านการสนับสนุนส่งเสริมของโรงเรียน ลักษณะของผู้เรียน และวิธีการการเรียนรู้เกี่ยวกับ Internet มีความสัมพันธ์กับปริมาณวัน และช่วงเวลาที่ใช้ Internet

ไพบุลย์ สุกิจบุลย์ (2545: 139) ได้ศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการใช้บริการเว็บไซต์แต่ละประเภทในทัศนะของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย พบว่า สัดส่วนระหว่างเพศชายและหญิงไม่แตกต่างกัน กลุ่มผู้ใช้งานทางอินเทอร์เน็ตมีอายุในช่วง 16-30 ปี มีอาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา และคนหนุ่มสาววัยทำงาน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 15000 บาทต่อเดือน

วรสิทธิ์ แสงแดง (2547) ศึกษาเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้เล่นเกมออนไลน์ส่วนใหญ่มีการรับรู้เกี่ยวกับเกมออนไลน์ ซึ่งนักศึกษาปริญญาตรีมีระยะเวลาที่ใช้ในการเล่นเกมนอนไลน์ในแต่ละครั้งเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 ชั่วโมง โดยมีค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับค่าชั่วโมงอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยเท่ากับ 365.40 บาท มีค่าใช้จ่ายบริการอินเทอร์เน็ตคาเฟ่โดยเฉลี่ยเท่ากับ 740.51 บาท และมีค่าลงทะเบียนออนไลน์โดยเฉลี่ยเท่ากับ 187.14 บาท ส่วนค่าใช้จ่ายอื่นๆจากแบบสอบถามได้แก่ค่าโทรศัพท์และค่าไฟ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 406.25 บาท ทั้งนี้ประโยชน์ที่ได้รับจากเกมออนไลน์ที่นักศึกษาส่วนใหญ่ คิดเห็นมากที่สุดคือ ได้พบเพื่อนใหม่ๆบนเกมออนไลน์ อันดับสอง คือ เพิ่มทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์ ส่วนอันดับสาม คือ เป็นจุดเริ่มต้นของการเรียนรู้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ส่วนปัญหาที่ได้รับจากเกมออนไลน์ ความคิดเห็นโดยส่วนใหญ่คือ มีการโกงกันในเกมออนไลน์ อันดับสองคือ เกมออนไลน์ในปัจจุบันโหลดข้อมูลช้าไม่รวดเร็ว ส่วนอันดับสาม คือ การเล่นเกมออนไลน์ทำให้ผลการเรียนตกต่ำลง โดยปัจจัยด้านปัญหาในการเล่นเกมนอนไลน์ในปัจจุบันเป็นอบายมุข มีความสัมพันธ์กับประสบการณ์เล่นเกมออนไลน์และกับระยะเวลาในการเล่นเกมนอนไลน์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สรุปแนวคิดและทฤษฎีที่นำมาอ้างอิงในเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ โจเซฟ ที พลัมเมอร์ (Joseph T. Plummer. 1974) ที่ศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต โดยใช้มาตรวัดลักษณะทางจิตวิทยา (Psychographics) ซึ่งเป็นการวัดเชิงปริมาณ (Quantitative) ในรูปแบบของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น (Activities Interests and Opinions: AIOs) โดยการวัดแบบ AIOs เป็นการวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตในรูปของการจัดสรรเวลาต่อกิจกรรมต่างๆ เรื่องที่ให้ความสนใจและความคิดเห็นต่อสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล

แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาอ้างอิงในเรื่องของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546: 194) ศึกษาเกี่ยวกับคำถามที่ใช้เพื่อค้นหาพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H เพื่อให้ทราบถึงลักษณะพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้งานได้อย่างเหมาะสม

ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการอ้างอิงและเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวความคิดและแบบสอบถาม



### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าเรื่อง พฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ของผู้บริโภคในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษา ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

### 1. การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

#### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

#### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้งาน แอปพลิเคชัน ไลน์ ในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1967: 887) กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5% มีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + (N)(e)^2}$$

เมื่อ  $n$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$N$  แทน ขนาดของประชากร

$e$  แทน ค่าความคลาดเคลื่อน

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ในประเทศไทย มีจำนวน 20,000,000 คน (แหล่งที่มา: LINE Thailand - Official ณ วันที่ 25 พ.ย.2556) ความคลาดเคลื่อน 5% = 0.05

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าในสูตร } n &= \frac{20,000,000}{1 + (20,000,000)(0.05)^2} \\ &= 400 \text{ คน} \end{aligned}$$

จะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 400 ตัวอย่าง การเลือกเก็บตัวอย่างนี้จะใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้การแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจนครบจำนวน

## 2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อ จำนวน 6 ข้อ เป็นแบบกำหนดให้เลือกตอบ (Check List) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) และข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 1 เพศ โดยระดับการวัดข้อมูลเพศ เป็นประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่

1. เพศชาย
2. เพศหญิง

ข้อที่ 2 อายุ โดยระดับการวัดข้อมูลอายุ เป็นประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ได้แก่

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี
2. 21-30 ปี
3. 31-40 ปี
4. 41-50 ปี
5. มากกว่า 50 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 สถานภาพสมรส โดยระดับการวัดข้อมูลสถานภาพสมรส เป็นประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่

1. โสด
2. สมรส
3. หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่

ข้อที่ 4 ระดับการศึกษาสูงสุด โดยระดับการวัดข้อมูลการศึกษา เป็นประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่

1. มัธยมศึกษาตอนต้น
2. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า
3. อนุปริญญา
4. ปริญญาตรี
5. สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 5 อาชีพ โดยระดับการวัดข้อมูลอาชีพ เป็นประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่

1. นักเรียน นิสิต นักศึกษา
2. ลูกจ้าง/รับจ้าง/อาชีพอิสระ
3. ข้าราชการบำนาญ/พ่อบ้าน แม่บ้าน
4. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานเอกชน
5. ค้าขาย/กิจการส่วนตัว

ข้อที่ 6 รายได้ต่อเดือน โดยระดับการวัดข้อมูลรายได้ เป็นประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ซึ่งกำหนดช่วงรายได้ต่อเดือน ดังนี้

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
2. 10,001-20,000 บาท
3. 20,001-30,000 บาท
4. 30,001-40,000 บาท
5. 40,001 บาทขึ้นไป

**ตอนที่ 2** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร แบบสอบถามได้ถามเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม มีคำถาม 3 ข้อ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ มีคำถาม 3 ข้อ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น มีคำถาม 5 ข้อ เป็นการให้คะแนนแบบ Likert (Summated Rating Method : The Likert Scale) โดยมีสเกลอยู่ 5 ระดับ จัดเป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน คือ การคำนวณหาอันตรภาคชั้น เพื่อการแปลผลคะแนนในแต่ละช่วงประกอบด้วย

- 2.1 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการใช้โทรศัพท์มือถือในด้านการโทรออกและรับสาย
- 2.2 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการใช้งานคอมพิวเตอร์
- 2.3 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการประกาศ (Post) การแบ่งปัน (Share) และการแสดงความคิดเห็น (Comment) บนสังคมออนไลน์

ระดับความถี่ในการใช้ทำกิจกรรมมากที่สุด	คะแนน 5
ระดับความถี่ในการใช้ทำกิจกรรมมาก	คะแนน 4
ระดับความถี่ในการใช้ทำกิจกรรมปานกลาง	คะแนน 3
ระดับความถี่ในการใช้ทำกิจกรรมน้อย	คะแนน 2
ระดับความถี่ในการใช้ทำกิจกรรมน้อยที่สุด	คะแนน 1

การกำหนดเกณฑ์เฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้นดังนี้

$$\begin{aligned} \text{Interval} &= \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (C)}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้นเกณฑ์ในการหาค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญในใช้งาน แอปพลิเคชัน ไลน์ สามารถกำหนดได้ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 5.00 หมายถึง ระดับความถี่ในการใช้ทำกิจกรรมมากที่สุด

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41 - 4.20 หมายถึง ระดับความถี่ในการใช้ทำกิจกรรมมาก

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61 - 3.40 หมายถึง ระดับความถี่ในการใช้ทำกิจกรรมปานกลาง

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81 - 2.60 หมายถึง ระดับความถี่ในการใช้ทำกิจกรรมน้อย

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80 หมายถึง ระดับความถี่ในการใช้ทำกิจกรรมน้อยที่สุด

2.4 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องนักแสดง/นักร้อง/วงการ  
บันเทิง

2.5 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องการเดินทาง/การท่องเที่ยว

2.6 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องการถ่ายรูป/การตกแต่งรูป

ระดับความสนใจมากที่สุด                      คะแนน 5

ระดับความสนใจมาก                              คะแนน 4

ระดับความสนใจปานกลาง                      คะแนน 3

ระดับความสนใจน้อย                              คะแนน 2

ระดับความสนใจน้อยที่สุด                      คะแนน 1

การกำหนดเกณฑ์เฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้นดังนี้

$$\begin{aligned} \text{Interval} &= \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (C)}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้นเกณฑ์ในการหาค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญในใช้งาน แอปพลิเคชัน ไลน์ สามารถกำหนดได้ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 5.00 หมายถึง ระดับความสนใจมากที่สุด

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41 - 4.20 หมายถึง ระดับความสนใจมาก

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61 - 3.40 หมายถึง ระดับความสนใจปานกลาง

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81 - 2.60 หมายถึง ระดับความสนใจน้อย

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80 หมายถึง ระดับความสนใจน้อยที่สุด

2.7 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ทำให้มีเพื่อนมากขึ้น

2.8 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้ซื้อสินค้าสะดวก

ขึ้น

2.9 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้รับข้อมูลข่าวสาร

ได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

2.10 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้ติดต่อสื่อสาร

สะดวกยิ่งขึ้น

2.11 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้เกิดความสะดวก

ในการทำงาน

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด                      คะแนน 5

ระดับความคิดเห็นมาก                              คะแนน 4

ระดับความคิดเห็นปานกลาง                      คะแนน 3

ระดับความคิดเห็นน้อย                              คะแนน 2

ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด                      คะแนน 1

การกำหนดเกณฑ์เฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้นดังนี้

$$\begin{aligned} \text{Interval} &= \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (C)}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้นเกณฑ์ในการหาค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญในใช้งาน แอปพลิเคชัน ไลน์ สามารถกำหนดได้ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41 - 4.20 หมายถึง ระดับความคิดเห็นเห็นด้วย

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61 - 3.40 หมายถึง ระดับความคิดเห็นไม่แน่ใจ

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81 - 2.60 หมายถึง ระดับความคิดเห็นไม่เห็นด้วย

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80 หมายถึง ระดับความคิดเห็นไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

**ตอนที่ 3** แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน ไลน์ ในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นแบบปลายปิด (Close-end) แบบมีให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choices) มีจำนวน 4 ข้อ แบบปลายเปิด (Open-end) มีจำนวน 3 ข้อ ซึ่งข้อคำถามและข้อมีลักษณะ ข้อมูลดังต่อไปนี้

ข้อที่ 1 เหตุผลที่ใช้งานไลน์ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 ใครแนะนำให้ใช้งานไลน์ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 3 ประสบการณ์การใช้งานไลน์ แบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 4 ความถี่ที่คุณเข้าใช้แอปพลิเคชันไลน์ แบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 5 จำนวนชั่วโมงที่คุณเข้าใช้แอปพลิเคชันไลน์ แบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 6 ช่วงเวลาที่ใช้งานไลน์เป็นประจำ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 7 สถานที่ที่ใช้งานไลน์เป็นประจำ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

### 3. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามโดยแบ่งเป็น 2 ตอน คือ  
ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 พฤติกรรมของผู้ใช้งาน แอปพลิเคชัน ไลน์ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

3. นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้ เสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เป็นผู้พิจารณา ตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) และข้อเสนอเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้คำถามอ่านแล้วมีความเข้าใจง่าย ชัดเจน และครอบคลุมวัตถุประสงค์ และนิยามศัพท์เฉพาะ

4. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่ใกล้เคียงกับตัวอย่างจริงจำนวน 30 ราย แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น

5. วิเคราะห์ค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability of the test) จากแบบสอบถามที่ผ่านการคัดเลือกโดย การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ -Coefficient) โดยใช้สูตร Cro0.nbach (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545: 449) ซึ่งค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง  $0 < \alpha < 1$  ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อถือได้มาก ซึ่งพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ และรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น มีค่าเท่ากับ 0.861 0.925 และ 0.840 ตามลำดับ

6. นำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

#### 4. การจัดการและการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้การประมวลผลทางคอมพิวเตอร์ โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) โดยผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ทำการตรวจสอบเรียบร้อยแล้วลงรหัสตามที่ได้กำหนด
3. การประมวลผลข้อมูล (Processing) นำข้อมูลในแบบสอบถามที่ทำการลงรหัสแล้ว มาลงบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ และทำการประมวลผลโดยใช้การประมวลผลทางคอมพิวเตอร์

##### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ดังนี้
  - 1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ในแบบสอบถามตอนที่ 1 เกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อ และในแบบสอบถามตอนที่ 3 พฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
  - 1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ในแบบสอบถามตอนที่ 3 พฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
  - 1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ในแบบสอบถามตอนที่ 2 เกี่ยวกับปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติจะนำข้อมูลที่ได้จากวิธีการสำรวจโดยอาศัยแบบสอบถาม มาวิเคราะห์สถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อ สถิติที่ใช้ได้แก่
  - 2.1 สถิติทดสอบที (t-test) ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มประชากร 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้านเพศ
  - 2.2 ค่า F-test แบบสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ใช้เปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มที่มีประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อใช้

ทดสอบสมมติฐานข้อ 2 ด้านอายุ ข้อที่ 3 ด้านสถานภาพสมรส ข้อ 4 ระดับการศึกษา ข้อ 5 อาชีพ ข้อ 6 รายได้ต่อเดือน

2.3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ โดยใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) สำหรับหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน

## 5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายถึงข้อมูลลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งค่าสถิติที่ใช้ได้แก่

1.1 สูตรหาค่าร้อยละ (Percentage) โดยใช้สูตร ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2543: 101)

$$\text{จากสูตร } P = \frac{f \times 100}{n}$$

เมื่อกำหนดให้

P แทน ร้อยละ

f แทน ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นร้อยละ

n แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

1.2 การหาค่าเฉลี่ย (Mean:  $\bar{x}$ ) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546:39)

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n}$$

เมื่อ  $\bar{x}$  แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum x_i$  แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลต่างๆ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546:48)

$$S.D. = \sqrt{\frac{\sum(x_i - \bar{x})^2}{n - 1}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
	$x_i$	แทน	คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
	$\bar{x}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

## 2. สถิติที่ใช้หาคุณภาพแบบสอบถาม

การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 449-450)

$$\alpha = \frac{k \text{ covariance} / \text{variance}}{1 + (k-1) \text{ covariance} / \text{variance}}$$

เมื่อ	$\alpha$	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
	k	แทน	จำนวนคำถาม
	$\frac{\text{covariance}}{\text{variance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ
		แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

## 3. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ประกอบด้วย

3.1 สถิติ T-test คือ การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม (Independent Samples) (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544: 169-170) โดยใช้สูตร ดังนี้

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

โดยมี

$$df = \frac{\left(\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}\right)}{\frac{\left(\frac{s_1^2}{n_1}\right)^2}{n_1 - 1} + \frac{\left(\frac{s_2^2}{n_2}\right)^2}{n_2 - 1}}$$

เมื่อ  $t$  แทน ค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม

$\bar{x}_1$  แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

$\bar{x}_2$  แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

$s_1^2$  แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

$s_2^2$  แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

$n_1$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

$n_2$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

$df$  แทน องศาอิสระ (Degree of freedom)

3.2 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) และจะใช้สถิติวิเคราะห์จากค่า ANOVA (F) หรือค่า Brown-Forsythe (B)

สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ANOVA (F) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2543: 312-313) สามารถเขียนได้ ดังนี้

$$F = \frac{MSB}{MSW}$$

เมื่อ  $F$  แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-Distribution

$MSB$  แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

$MSW$  แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม

โดยค่า  $df$  หรือ ชั้นแห่งความเป็นอิสระระหว่างกลุ่มเท่ากับ  $(k-1)$  และภายในกลุ่มเท่ากับ

$(n-k)$

สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว Brown-Forsythe (B) (Hartung. 2001: 300) สามารถเขียนได้ ดังนี้

$$B = \frac{MSB}{MSW'}$$

$$\text{โดยค่า } MSW' = \sum_{i=1}^k \left(1 - \frac{n_i}{N}\right) S_i^2$$

เมื่อ B แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown-Forsythe  
 MSB แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม  
 MSW' แทน ค่าความแปรปรวนภายในของกลุ่ม สำหรับสถิติ

Brown-Forsythe

K แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง  
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง  
 N แทน ขนาดประชากร  
 $S_i^2$  แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่าง

และถ้าผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้ว ต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไป เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett T3 (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 333)

สูตรการวิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ LSD (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 333) สามารถเขียนได้ ดังนี้

$$LSD = t_{1-\frac{\alpha}{2}; n-k} \sqrt{MSE \left[ \frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

$$\text{โดยที่ } n = \sum_{i=1}^k n_i$$

เมื่อ  $t_{1-\frac{\alpha}{2}; n-k}$  แทน ค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ T-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และชั้นห่างความเป็นอิสระภายในกลุ่ม

$MSE$	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม ( $MS_w$ )
$n_i$	แทน	จำนวนข้อมูลของกลุ่ม $i$
$n_j$	แทน	จำนวนข้อมูลของกลุ่ม $j$
$k$	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ
$\alpha$	แทน	ระดับนัยสำคัญ

สูตรการวิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ Dunnett T3 (Keppel. 1982: 153-155) สามารถเขียนได้ ดังนี้

$$\bar{d}_D = \frac{q_D \sqrt{2(MS_{S/A})}}{\sqrt{S}}$$

เมื่อ	$\bar{d}_D$	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Dunnett test
	$q_D$	แทน	ค่าจากตาราง Critical values of the Dunnett test
	$MS_{S/A}$	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
	$S$	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.3 สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย Pearson Correlation (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้ในการหาความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว ที่แต่ละตัวต่างมีระดับการวัดของข้อมูล ในระดับอันตรภาค (Interval Scale) ขึ้นไป (วิเชียร เกตุสิงห์. 2544: 313)

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

เมื่อ	$r_{xy}$	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนชุด $x$
	$\sum y$	แทน	ผลรวมของคะแนนชุด $y$
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนน $x$ แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum y^2$	แทน	ผลรวมของคะแนน $y$ แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum xy$	แทน	ผลรวมของผลคูณระหว่าง $x$ กับ $y$
	$n$	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง  $-1 \leq r \leq 1$  สำหรับการแปลความหมายค่าความสัมพันธ์ มีดังนี้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2545: 280)

1. ค่า  $r$  เป็นลบ แสดงว่า  $X$  และ  $Y$  มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม คือ ถ้า  $X$  เพิ่มขึ้น  $Y$  จะลด แต่ถ้า  $X$  ลด  $Y$  จะเพิ่ม
2. ค่า  $r$  เป็นบวก แสดงว่า  $X$  และ  $Y$  มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้า  $X$  เพิ่มขึ้น  $Y$  จะลด แต่ถ้า  $X$  ลด  $Y$  จะลด
3. ถ้า  $r$  มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง  $X$  และ  $Y$  มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก
4. ถ้า  $r$  มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง  $X$  และ  $Y$  มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก

การอ่านความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (สากล จริยวิทยานนท์. 2542: 508)

ค่าสัมประสิทธิ์ ( $|r|$ )

0.00 หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กัน

0.01 – 0.20 หมายถึง มีค่าสัมพันธ์ต่ำ

0.21 – 0.40 หมายถึง มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ

0.41 – 0.60 หมายถึง มีความสัมพันธ์ปานกลาง

0.61 – 0.80 หมายถึง มีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูง

0.81 – 1.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์สูง

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษา “พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลความหมายการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean Squares)
df	แทน	ชั้นของความอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t-Distribution
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F-Distribution
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
Sig	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบใช้ในการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
H <sub>0</sub>	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H <sub>1</sub>	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)

## การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล การวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น 3 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์

**ตอนที่ 2** การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

**ตอนที่ 3** การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

**ตอนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เป็นผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>1. เพศ</b>		
ชาย	137	34.25
หญิง	263	65.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>
<b>2. อายุ</b>		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	134	33.50
21-30 ปี	182	45.50
31--40 ปี	65	16.25
41--50 ปี	19	4.75
51 ปีขึ้นไป	0	0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

ตาราง 1 (ต่อ)

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>3. สถานภาพสมรส</b>		
โสด	359	89.75
สมรส	41	10.25
หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่	0	0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>
<b>4. ระดับการศึกษา</b>		
มัธยมศึกษาตอนต้น	42	10.50
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	86	21.50
อนุปริญญา	2	0.50
ปริญญาตรี	212	53.00
สูงกว่าปริญญาตรี	58	14.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>
<b>5. อาชีพ</b>		
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	201	50.25
ลูกจ้าง/รับจ้าง/อาชีพอิสระ	40	10.00
ข้าราชการบำนาญ/พ่อบ้าน แม่บ้าน	2	0.50
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานเอกชน	138	34.50
ค้าขาย/กิจการส่วนตัว	19	4.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

ตาราง 1 (ต่อ)

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	161	40.25
10,001-20,000 บาท	84	21.00
20,001-30,000 บาท	72	18.00
30,001-40,000 บาท	40	10.00
40,0001 บาท ขึ้นไป	43	10.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรได้ ดังนี้

1. เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงมีจำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.75 และเพศชายมีจำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25

2. อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี จำนวน 182 คน รองลงมา คือ อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 134 คน อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 65 คน อายุระหว่าง 41- 50 ปี จำนวน 19 คน และอายุระหว่าง 51 ปีขึ้นไป จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50, 33.50, 16.25 , 4.75 และ 0.00 ตามลำดับ

3. สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด จำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 89.75 สถานภาพสมรส จำนวน 41 คิดเป็นร้อยละ 10.25 และ สถานภาพ หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ มีจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.0

4. ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 212 คน รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จำนวน 86 คน สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 58 คน มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 42 คนและอนุปริญญา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00, 21.50, 14.50, 10.50 และ 0.50 ตามลำดับ

5. อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอาชีพนักเรียน นิสิต นักศึกษาจำนวน 201 คน รองลงมาคือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานเอกชน จำนวน 138 คน ลูกจ้าง/รับจ้าง/อาชีพอิสระจำนวน 40 คน ค้าขาย/กิจการส่วนตัว จำนวน 19 คนและข้าราชการบำนาญ/พ่อบ้านแม่บ้าน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25, 34.50, 10.00, 4.75 และ 0.50 ตามลำดับ

6. รายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทจำนวน 161 คน รองลงมาคือ รายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 84 คน รายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 72 คน รายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 43 คน และรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25 , 21.0 , 18.0 , 10.75 และ 10.0 ตามลำดับ

ทั้งนี้พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในเรื่อง อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีจำนวนความถี่ในกลุ่มย่อยบางกลุ่มค่อนข้างน้อย ผู้วิจัยจึงได้รวมกลุ่มเพื่อใช้สำหรับการทดสอบสมมติฐานต่อไป ซึ่งสามารถแสดงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ของข้อมูลกลุ่มใหม่ ดังนี้

ตาราง 2 แสดงจำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม (รวมกลุ่มใหม่)

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	134	33.50
21-30 ปี	182	45.50
31 ปีขึ้นไป	84	21.00
รวม	400	100
<b>สถานภาพสมรส</b>		
โสด	359	89.75
สมรส	41	10.25
รวม	400	100

## ตาราง 2 (ต่อ)

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>ระดับการศึกษา</b>		
มัธยมศึกษาตอนต้น	42	10.50
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า / อนุปริญญา	88	22.00
ปริญญาตรี	212	53.00
สูงกว่าปริญญาตรี	58	14.50
รวม	400	100
<b>อาชีพ</b>		
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	201	50.25
ลูกจ้าง/รับจ้าง/อาชีพอิสระ / ข้าราชการบำนาญ/พ่อบ้าน แม่บ้าน / ค้าขาย/กิจการส่วนตัว	61	15.25
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ พนักงานเอกชน	138	34.50
รวม	400	100

## ตาราง 2 (ต่อ)

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>รายได้ต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	161	40.25
10,001 – 20,000 บาท	84	21
20,001 – 30,000 บาท	72	18.0
30,001 บาทขึ้นไป	83	20.75
รวม	400	100

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปร ได้ดังนี้

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 รองลงมา คือ อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 และอายุ 31 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 21.00

สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด จำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 89.75 และ สถานภาพสมรส จำนวน 41 คิดเป็นร้อยละ 10.25

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 212 คน รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า / อนุปริญญา จำนวน 88 คน สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 58 คน มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00, 22.00, 14.50 และ 10.50 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอาชีพนักเรียน นิสิต นักศึกษาจำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25 รองลงมาคือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานเอกชน จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 และ ลูกจ้าง/รับจ้าง/อาชีพอิสระ ค้าขาย/กิจการส่วนตัว ข้าราชการบำนาญ/พ่อบ้าน แม่บ้าน จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25

รายได้ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทจำนวน 161 คน รองลงมาคือ รายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 84 คน รายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 83 คน และ รายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25 , 21.00 , 20.75 และ 18.00 ตามลำดับ

**ตอนที่ 2** การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ได้แก่ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ และรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น นำเสนอในรูปของค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยผู้วิจัยใช้เกณฑ์ของค่าเฉลี่ยในการอภิปรายผลดังนี้

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม	$\bar{x}$	SD.	ระดับความถี่
การใช้โทรศัพท์มือถือในด้านการโทรออกและรับสาย	3.87	0.95	มาก
การใช้งานคอมพิวเตอร์	3.98	0.89	มาก
การประกาศ (Post) การแบ่งปัน (Share) และ การแสดงความคิดเห็น (Comment) บนสังคมออนไลน์	3.67	0.93	มาก
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.87</b>	<b>0.92</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม โดยรวมพบว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ระดับความถี่โดยรวมอยู่ในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การใช้โทรศัพท์มือถือในด้านการโทรออกและรับสาย การใช้งานคอมพิวเตอร์ และ การประกาศ (Post) การแบ่งปัน (Share) และการแสดงความคิดเห็น (Comment) บนสังคมออนไลน์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87, 3.98 และ 3.67 ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ	$\bar{x}$	SD.	ระดับความสนใจ
นักแสดง/นักร้อง/วงการบันเทิง	3.62	1.04	มาก
การเดินทาง/การท่องเที่ยว	3.99	0.89	มาก
การถ่ายรูป/การตกแต่งรูป	3.73	1.06	มาก
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.78</b>	<b>1.01</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม โดยรวมพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านพบว่าทุกด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ นักแสดง/นักร้อง/วงการบันเทิง ความสนใจ ระดับความสนใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน การเดินทาง/การท่องเที่ยว และ การถ่ายรูป/การตกแต่งรูปมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62, 3.99 และ 3.73 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น	$\bar{x}$	SD.	ระดับความคิดเห็น
ไลน์ทำให้มีเพื่อนมากขึ้น	3.74	1.05	มาก
ไลน์ช่วยให้ซื้อสินค้าสะดวกขึ้น	3.42	1.14	มาก
ไลน์ช่วยให้รับข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วขึ้น	4.08	0.81	มาก
ไลน์ช่วยให้ติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้น	4.47	0.67	มากที่สุด
ไลน์ช่วยให้เกิดความสะดวกในการทำงาน	4.22	0.74	มากที่สุด
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.98</b>	<b>0.97</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 5 พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านคิดเห็น โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98

เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านคิดเห็น พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 2 ข้อ คือ ไลน์ช่วยให้ติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และ ไลน์ช่วยให้เกิดความสะดวกในการทำงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ส่วนระดับมาก 3 ข้อ ได้แก่ ไลน์ช่วยให้รับข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วขึ้น ไลน์ทำให้มีเพื่อนมากขึ้น และ ไลน์ช่วยให้ซื้อสินค้าสะดวกขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 , 3.74 และ 3.42 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในส่วนของเหตุผลที่เล่นไลน์

เหตุผลที่ใช้งานไลน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต้องการติดต่อสื่อสารทั่วไปในชีวิตประจำวัน	325	81.25
ต้องการใช้เพื่อประโยชน์ด้านการศึกษาหรือการทำธุรกิจ	28	7.00
ต้องการติดตามข่าวสารจากบริษัทหรือนักร่อนักแสดงที่ชื่นชอบ	11	2.75
เล่นตามกระแสนิยม	18	4.50
ต้องการเล่นเกมส์ที่เชื่อมโยงกับบัญชีผู้ใช้ไลน์	16	4.00
เหตุผลอื่นๆ	2	0.50
รวม	400	100

จากตาราง 6 พบว่า พฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในส่วนของเหตุผลที่เล่นไลน์ ส่วนใหญ่ คือ ต้องการติดต่อสื่อสารทั่วไปในชีวิตประจำวัน จำนวน 325

คน คิดเป็นร้อยละ 81.25 รองลงมาคือ ต้องการใช้เพื่อประโยชน์ด้านการศึกษาหรือการทำธุรกิจ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 เล่นตามกระแสนิยม จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ต้องการเล่นเกมส์ที่เชื่อมโยงกับบัญชีผู้ใช้ไลน์ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ต้องการติดตามข่าวสารจากบริษัทหรือนักร่อนักแสดงที่ชื่นชอบ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 และเหตุผลอื่น ๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ตาราง 7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในส่วนของใครแนะนำให้ใช้งานไลน์

ใครแนะนำให้ใช้งานไลน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัวเอง	243	60.75
เพื่อน	119	29.75
คนรัก / แฟน	14	3.50
ญาติพี่น้อง / คนรู้จัก	24	6.00
รวม	400	100

จากตาราง 7 พบว่า พฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในส่วนของใครแนะนำให้ใช้งานไลน์ ส่วนใหญ่ คือ ตัวเอง จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.75 รองลงมาคือ เพื่อน จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.75 ญาติพี่น้อง / คนรู้จัก จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และคนรัก / แฟนจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50

ตาราง 8 แสดงค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในส่วนของประสบการณ์การใช้งานไลน์ ความถี่ที่คุณเข้าใช้แอปพลิเคชันไลน์ และ จำนวนชั่วโมงที่คุณเข้าใช้แอปพลิเคชันไลน์

ตัวแปรที่ศึกษา	Max	Min	$\bar{x}$	S.D.
ประสบการณ์การใช้งานไลน์	36	2	22.13	8.47
ความถี่ในการใช้งานไลน์	160	1	34.52	38.23
จำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์	10	1	3.03	2.10

จากตาราง 8 พบว่า ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีประสบการณ์การใช้งานไลน์มากที่สุด 36 เดือน น้อยที่สุด 2 เดือน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 22.13 เดือน หรือ 1 ปี 10 เดือน ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ มีพฤติกรรมการใช้มากที่สุด 160 ครั้งต่อวัน น้อยที่สุด 1 ครั้งต่อวัน โดยมีค่าเฉลี่ย 34.52 ครั้งต่อวัน หรือประมาณ 35 ครั้งต่อวัน และด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์มีพฤติกรรมการใช้มากที่สุด 10 ชั่วโมงต่อวัน น้อยที่สุด 1 ชั่วโมงต่อวัน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.03 ชั่วโมงต่อวัน หรือประมาณ 3 ชั่วโมงต่อวัน

ตาราง 9 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในส่วนของช่วงเวลาที่ใช้งานไลน์เป็นประจำ

ช่วงเวลาที่ใช้งานไลน์เป็นประจำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
08.01 น. - 12.00 น	43	10.75
12.01 น. - 16.00 น	75	18.75
16.01 น. - 20.00 น	97	24.25
20.01 น. - 24.00 น	178	44.50
00.01 น. - 04.00 น	4	1.00
04.01 น. - 08.00 น	3	0.75
รวม	400	100

จากตาราง 9 พบว่า พฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในส่วนของช่วงเวลาที่ใช้งานไลน์เป็นประจำส่วนใหญ่ คือช่วงเวลา 20.01 น. - 24.00 น จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 รองลงมาคือช่วงเวลา 16.01 น. - 20.00 น จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 ช่วงเวลา 12.01 น. - 16.00 น จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 ช่วงเวลา 08.01 น. - 12.00 น จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 ช่วงเวลา 00.01 น. - 04.00 น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 และช่วงเวลา 04.01 น. - 08.00 น จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75

ตาราง 10 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในส่วนของสถานที่ที่ใช้งานไลน์เป็นประจำ

สถานที่ที่ใช้งานไลน์เป็นประจำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ที่พักอาศัยตนเอง	255	63.75
ที่พักอาศัยเพื่อนหรือบุคคลอื่น	9	2.25
สถานศึกษา	24	6.00
ที่ทำงาน	54	13.50
บนยานพาหนะระหว่างเดินทาง	46	11.50
อื่นๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า	12	3.00
รวม	400	100

จากตาราง 10 พบว่า พฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในส่วนของสถานที่ที่ใช้งานไลน์เป็นประจำส่วนใหญ่ คือที่พักอาศัยตนเอง จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.75 รองลงมาคือที่ทำงาน จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 บนยานพาหนะระหว่างเดินทาง จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 สถานศึกษา จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 อื่นๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 และที่พักอาศัยเพื่อนหรือบุคคลอื่น จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25

**ตอนที่ 3** การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 1** ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน

$H_0$  = ผู้ใช้งานที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  = ผู้ใช้งานที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent Sample T-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของกลุ่มแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test มีสมมติฐาน ดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนของข้อมูลแต่ละกลุ่มเพศไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนของข้อมูลแต่ละกลุ่มเพศแตกต่างกัน

ตาราง 11 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์	เพศ	Levene's test				t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig. (2-tailed)
1. ความถี่ในการใช้งานไลน์	ชาย	14.942**	.000	40.77	40.37	2.243*	237.431	.026
	หญิง			31.28	35.54			
2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์	ชาย	4.441*	.036	2.88	1.88	-1.115	318.259	.266
	หญิง			3.11	2.21			

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

\*\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 11 ผลการทดสอบความแตกต่างของความแปรปรวนของข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์จำแนกตามเพศ โดยใช้การทดสอบของ Levene's test พบว่า

การตรวจสอบค่าความแปรปรวนพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของข้อมูลแต่ละกลุ่มเพศมีความแตกต่างกัน จึงใช้ค่า t-test กรณี Equal Variances not Assumed และผลการทดสอบความแตกต่างของตัวแปรพบว่ามีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .026 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) และปฏิเสธ สมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า เพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายมีความถี่ในการใช้งานไลน์สูงกว่าเพศหญิง

การตรวจสอบค่าความแปรปรวนพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ มีค่า Sig. เท่ากับ .036 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของข้อมูลแต่ละกลุ่มเพศมีความแตกต่างกัน จึงใช้ค่า t-test กรณี Equal Variances not Assumed และผลการทดสอบความแตกต่างของตัวแปรพบว่ามีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .266 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า เพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 2** ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน

$H_0$  = ผู้ใช้งานที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  = ผู้ใช้งานที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) หรือ Brown-Forsythe ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Levene's test จะปฏิเสธสมมติฐาน

หลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่ม ไม่เท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในการทดสอบสมมติฐาน

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนของข้อมูลแต่ละกลุ่มอายุไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนของข้อมูลแต่ละกลุ่มอายุแตกต่างกัน

ตาราง 12 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้าน

ความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ จำแนกตามอายุ โดยใช้ Levene's test

พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1. ความถี่ในการใช้งานไลน์	0.503	2	397	.605
2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์	7.352**	2	397	.001

\*\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 12 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ จำแนกตามอายุ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.605 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่า ความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ ไม่แตกต่างกัน จึงใช้สถิติ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน

และพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์จำแนกตามอายุ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับ

สมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่า ความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวน ชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน จึงใช้วิธีทดสอบแบบ Brown-Forsythe

ตาราง 13 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ความถี่ในการ ใช้งานไลน์ จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ความถี่ในการใช้งาน ไลน์	ระหว่างกลุ่ม	4565.443	2	2282.722	1.566	.210
	ภายในกลุ่ม	578548.254	397	1457.300		
	รวม	583113.698	399			

ตาราง 14 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวน ชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ จำแนกตามอายุ

ตัวแปรที่ศึกษา	Statistic	df1	df2	Sig.
2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์	1.068	2	313.476	.345

จากตาราง 13 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ F-test พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.210 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้งานที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ จำแนกตามอายุ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 14 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe มีค่า Sig. เท่ากับ .345 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติ

ฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้งานที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ จำแนกตามอายุ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 3** ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน

$H_0$  = ผู้ใช้งานที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  = ผู้ใช้งานที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent Sample T-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของกลุ่มแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test มีสมมติฐาน ดังนี้

$H_0$  : ค่าความแปรปรวนของข้อมูลแต่ละกลุ่มสถานภาพสมรสไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ค่าความแปรปรวนของข้อมูลแต่ละกลุ่มสถานภาพสมรสแตกต่างกัน

ตาราง 15 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ จำแนกตามสถานภาพสมรส

พฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์	สถานภาพ สมรส	Levene's test		t-test for Equality of Means				
		F	Sig.	$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig. (2-tailed)
1. ความถี่ในการใช้งาน ไลน์	โสด	0.219	.640	34.17	38.72	-0.553	398	.581
	สมรส			37.66	33.92			
2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้งาน ไลน์	โสด	1.729	.189	3.02	2.14	-0.217	398	.828
	สมรส			3.10	1.71			

จากตาราง 15 ผลการทดสอบความแตกต่างของความแปรปรวนของข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยใช้การทดสอบของ Levene's test พบว่าการตรวจสอบค่าความแปรปรวนพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.640 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของข้อมูลแต่ละกลุ่มสถานภาพสมรสมีความแตกต่างกัน จึงใช้ค่า t-test กรณี Equal Variances Assumed และผลการทดสอบความแตกต่างของตัวแปรพบว่ามีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.581 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า สถานภาพโสดและสถานภาพสมรสมีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การตรวจสอบค่าความแปรปรวนพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.189 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของข้อมูลแต่ละกลุ่มสถานภาพสมรสมีความแตกต่างกัน จึงใช้ค่า t-test กรณี Equal Variances Assumed และผลการทดสอบความแตกต่างของตัวแปรพบว่ามีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ 0.828 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ

ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า สถานภาพโสดและสถานภาพสมรสมีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 4** ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน

$H_0$  = ผู้ใช้งานที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  = ผู้ใช้งานที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) หรือ Brown-Forsythe ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Levene's test จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่ม ไม่เท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในการทดสอบสมมติฐาน

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนของข้อมูลแต่ละกลุ่มระดับการศึกษาไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนของข้อมูลแต่ละกลุ่มระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ตาราง 16 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้าน  
 ความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้  
 Levene's test

พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1. ความถี่ในการใช้งานไลน์	4.446**	3	396	.004
2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์	11.037**	3	396	.000

\*\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 16 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์จำแนกตามระดับการศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่า ความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์แตกต่างกัน จึงใช้วิธีทดสอบแบบ Brown-Forsythe

และพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์จำแนกตามระดับการศึกษา มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่า ความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน จึงใช้วิธีทดสอบแบบ Brown-Forsythe

ตาราง 17 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษา	Statistic	df1	df2	Sig.
1. ความถี่ในการใช้งานไลน์	4.573**	3	282.983	.004
2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์	0.948	3	203.741	.418

\*\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 17 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า

#### 1. ความถี่ในการใช้งานไลน์

ผลการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H<sub>0</sub>) และยอมรับสมมติฐานรอง (H<sub>1</sub>) หมายความว่า ผู้ใช้งานที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่าระดับการศึกษาคู่ใดที่มีความแตกต่างกันจึงทำการทดสอบด้วยวิธี ทดสอบแบบ Dunnett's T3 ดังแสดงในตาราง ดังนี้

ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับการศึกษาที่แตกต่างกันกับพฤติกรรม  
การใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี  
Dunnett's T3

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	มัธยมศึกษาตอน ปลายหรือเทียบเท่า / อนุปริญญา		ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี
		มัธยมศึกษา ตอนต้น	ปริญญา		
		23.3810	27.7955	40.0047	32.7931
มัธยมศึกษาตอนต้น	23.3810	-	-4.41450 (.975)	-16.62376* (.015)	- (.539)
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า / อนุปริญญา	27.7955		-	-12.20926 (.074)	- 4.99765 (.940)
ปริญญาตรี	40.0047			-	7.21161 (.609)
สูงกว่าปริญญาตรี	32.7931				-

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 18 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่  
ในการใช้งานไลน์ จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ผู้ใช้งานที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น  
มีค่าเฉลี่ยของความถี่ในการใช้งานไลน์ โดยรวมน้อยกว่าผู้ใช้งานที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี  
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -16.62376

ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

## 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

ผลการวิเคราะห์พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .418 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H<sub>0</sub>) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H<sub>1</sub>) หมายความว่า ผู้ใช้งานที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 5** ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน

H<sub>0</sub> = ผู้ใช้งานที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ ไม่แตกต่างกัน

H<sub>1</sub> = ผู้ใช้งานที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) หรือ Brown-Forsythe ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Levene's test จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H<sub>0</sub>) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่ม ไม่เท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H<sub>0</sub>) และยอมรับสมมติฐานรอง (H<sub>1</sub>) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในการทดสอบสมมติฐาน

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

H<sub>0</sub>: ค่าความแปรปรวนของข้อมูลแต่ละกลุ่มอาชีพไม่แตกต่างกัน

H<sub>1</sub>: ค่าความแปรปรวนของข้อมูลแต่ละกลุ่มอาชีพแตกต่างกัน

ตาราง 19 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันด้าน  
ความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้ Levene's  
test

พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1. ความถี่ในการใช้งานไลน์	4.324*	2	397	.014
2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์	7.071**	2	397	.001

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

\*\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 19 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มของพฤติกรรมการใช้งาน  
แอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์จำแนกตามอาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่า  
0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่า ความ  
แปรปรวนของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน  
จึงใช้วิธีทดสอบแบบ Brown-Forsythe

และพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์จำแนกตาม  
อาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับ  
สมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่า ความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวน  
ชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน จึงใช้วิธีทดสอบแบบ Brown-Forsythe

ตาราง 20 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ จำแนกตามอาชีพ

ตัวแปรที่ศึกษา	Statistic	df1	df2	Sig.
1. ความถี่ในการใช้งานไลน์	0.938	2	329.372	.392
2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์	4.506*	2	370.235	.012

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 20 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพกับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า

#### 1. ความถี่ในการใช้งานไลน์

ผลการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .392 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้ใช้งานที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

#### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

ผลการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้ใช้งานที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่ารระดับการศึกษาคู่ใดที่มีความแตกต่างกันจึงทำการทดสอบด้วยวิธี ทดสอบแบบ Dunnett's T3 ดังแสดงในตาราง ดังนี้

ตาราง 21 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของอาชีพที่แตกต่างกันกับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3

อาชีพ	$\bar{x}$	ลูกจ้าง/รับจ้าง/ อาชีพอิสระ		
		ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐบาลกิจ/ พนักงานเอกชน	ข้าราชการบำนาญ/ พ่อบ้าน แม่บ้าน	ค้าขาย/กิจการ ส่วนตัว
		34.6368	29.2295	36.7101
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	34.6368	-	0.64987* (.017)	-0.20117 (.785)
ลูกจ้าง/รับจ้าง/อาชีพ อิสระ	29.2295		-	-0.85103** (.002 )
ข้าราชการบำนาญ/ พ่อบ้าน แม่บ้าน				
ค้าขาย/กิจการ ส่วนตัว				
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐบาลกิจ/พนักงาน เอกชน	36.7101			-

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

\*\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 21 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ จำแนกตามอาชีพพบว่า ผู้ใช้งานที่มีอาชีพนักเรียน นิสิต นักศึกษา มีค่าเฉลี่ย

ของจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ โดยรวมมากกว่าผู้ใช้งานที่มีอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง/อาชีพอิสระ ข้าราชการ บำนาญ/พ่อบ้าน แม่บ้าน ค้าขาย/กิจการส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.64987

ผู้ใช้งานที่มีอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง/อาชีพอิสระ ข้าราชการบำนาญ/พ่อบ้าน แม่บ้าน ค้าขาย/กิจการส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยของความถี่ในการใช้งานไลน์ โดยรวมน้อยกว่าผู้ใช้งานที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.85103

ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 6** ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน

$H_0$  = ผู้ใช้งานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  = ผู้ใช้งานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) หรือ Brown-Forsythe ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Levene's test จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่ม ไม่เท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในการทดสอบสมมติฐาน

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนของข้อมูลแต่ละกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนของข้อมูลแต่ละกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

ตาราง 22 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้าน  
ความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดย  
ใช้ Levene's test

พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1. ความถี่ในการใช้งานไลน์	3.184*	3	396	.024
2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์	4.408**	3	396	.005

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

\*\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตาราง 22 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ความถี่ในการใช้งานไลน์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.024 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์แตกต่างกัน จึงใช้วิธีทดสอบแบบ Brown-Forsythe

และพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่า ความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน จึงใช้วิธีทดสอบแบบ Brown-Forsythe

ตาราง 23 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรที่ศึกษา	Statistic	df1	df2	Sig.
1. ความถี่ในการใช้งานไลน์	0.601	3	325.827	.615
2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์	0.237	3	343.370	.870

จากตาราง 23 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า

#### 1. ความถี่ในการใช้งานไลน์

ผลการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.615 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้ใช้งานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

#### 2. จำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

ผลการวิเคราะห์พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.870 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้ใช้งานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 7** ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

**สมมติฐานข้อที่ 7.1** ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการใช้โทรศัพท์มือถือในด้านการโทรออกและรับสาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

$H_0$  = ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการใช้โทรศัพท์มือถือในด้านการโทรออกและรับสาย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

$H_1$  = ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการใช้โทรศัพท์มือถือในด้านการโทรออกและรับสาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์



ตาราง 24 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม กับ พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งาน ไลน์

		ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม		
		การใช้ โทรศัพท์มือถือใน ด้านการโทรออก และรับสาย	การใช้งาน คอมพิวเตอร์	การประกาศ (Post) การ แบ่งปัน (Share) และการแสดง ความคิดเห็น (Comment) บน สังคมออนไลน์
พฤติกรรมการใช้ งาน แอปพลิเคชัน ไลน์	Pearson Correlation	.047	-.004	.112*
	Sig. (2-tailed)	.351	.930	.025
	ระดับ ความสัมพันธ์	ไม่มีความสัมพันธ์	ไม่มีความสัมพันธ์	ทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ
จำนวนชั่วโมงที่ ใช้งานไลน์	Pearson Correlation	-.022	-.062	.147**
	Sig. (2-tailed)	.662	.217	.003
	ระดับ ความสัมพันธ์	ไม่มีความสัมพันธ์	ไม่มีความสัมพันธ์	ทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

\*\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตารางที่ 24 การวิเคราะห์พบว่าระหว่าง ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการใช้โทรศัพท์มือถือในด้านการโทรออกและรับสายไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ โดยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.351 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ตัวแปรดังกล่าว ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการใช้โทรศัพท์มือถือถือในด้านการโทรออกและรับสายไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้ โดยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.662 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ตัวแปรดังกล่าวไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 7.2** ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการใช้งานคอมพิวเตอร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

$H_0$  = ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการใช้งานคอมพิวเตอร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

$H_1$  = ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการใช้งานคอมพิวเตอร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

จากตารางที่ 24 การวิเคราะห์พบวาระหว่าง ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการใช้งานคอมพิวเตอร์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ โดยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.930 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ตัวแปรดังกล่าวไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการใช้งานคอมพิวเตอร์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้ โดยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.217 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ตัวแปรดังกล่าวไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 7.3** ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการประกาศ (Post) การแบ่งปัน (Share) และการแสดงความคิดเห็น (Comment) บนสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

$H_0$  = ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการประกาศ (Post) การแบ่งปัน (Share) และการแสดงความคิดเห็น (Comment) บนสังคมออนไลน์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

$H_1$  = ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการประกาศ (Post) การแบ่งปัน (Share) และการแสดงความคิดเห็น (Comment) บนสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

จากตารางที่ 24 การวิเคราะห์พบว่าระหว่าง ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการประกาศ (Post) การแบ่งปัน (Share) และการแสดงความคิดเห็น (Comment) บนสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ โดยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.025 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการประกาศ (Post) การแบ่งปัน (Share) และการแสดงความคิดเห็น (Comment) บนสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ที่เข้าใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.112 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ หากผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการประกาศ (Post) การแบ่งปัน (Share) และการแสดงความคิดเห็น (Comment) บนสังคมออนไลน์มากขึ้น จะทำให้มีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ที่เข้าใช้เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการประกาศ (Post) การแบ่งปัน (Share) และการแสดงความคิดเห็น (Comment) บนสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้ โดยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการประกาศ (Post) การแบ่งปัน (Share) และการแสดงความคิดเห็น (Comment) บนสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.147 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ หากผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการประกาศ (Post) การแบ่งปัน (Share) และการแสดงความคิดเห็น (Comment) บนสังคมออนไลน์มากขึ้น จะทำให้มีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

**สมมติฐานข้อที่ 8** ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

**สมมติฐานข้อที่ 8.1** ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องนักแสดง/ นักร้อง/วงการบันเทิง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการ ใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

$H_0$  = ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องนักแสดง/นักร้อง/วงการ บันเทิง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

$H_1$  = ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องนักแสดง/นักร้อง/วงการ บันเทิง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และ จำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์



ตาราง 25 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจหัวข้อเรื่องนักแสดง/นักร้อง/วงการบินเทิง กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์	ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ			
		นักแสดง/นักร้อง/วงการบินเทิง	การเดินทาง/การท่องเที่ยว	การถ่ายรูป/การตกแต่งรูป
ความถี่ในการใช้งานไลน์	Pearson Correlation	.042	.084	.125*
	Sig. (2-tailed)	.404	.095	.012
	ระดับความสัมพันธ์	ไม่มีความสัมพันธ์	ไม่มีความสัมพันธ์	ทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ
จำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์	Pearson Correlation	.116*	.035	.202**
	Sig. (2-tailed)	.020	.486	.000
	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ	ไม่มีความสัมพันธ์	ทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

\*\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตารางที่ 25 การวิเคราะห์พบว่าระหว่าง ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องนักแสดง/นักร้อง/วงการบันเทิง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ โดยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.404 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H<sub>0</sub>) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H<sub>1</sub>) หมายความว่า ตัวแปรดังกล่าวไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องนักแสดง/นักร้อง/วงการบันเทิงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้ โดยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.020 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H<sub>0</sub>) และยอมรับสมมติฐานรอง (H<sub>1</sub>) หมายความว่าปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องนักแสดง/นักร้อง/วงการบันเทิงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.116 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ หากผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องนักแสดง/นักร้อง/วงการบันเทิงมากขึ้น จะทำให้มีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

**สมมติฐานข้อที่ 8.2** ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องการเดินทาง/การท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

H<sub>0</sub> = ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องการเดินทาง/การท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

H<sub>1</sub> = ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องการเดินทาง/การท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

จากตารางที่ 25 การวิเคราะห์พบว่าระหว่าง ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องการเดินทาง/การท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ โดยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.095 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H<sub>0</sub>) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H<sub>1</sub>) หมายความว่า ตัวแปรดังกล่าวไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องการเดินทาง/การท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้ โดยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.486 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ตัวแปรดังกล่าวไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 8.3** ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องการถ่ายรูป/การตกแต่งรูป มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

$H_0$  = ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องการถ่ายรูป/การตกแต่งรูป ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

$H_1$  = ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องการถ่ายรูป/การตกแต่งรูป มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

จากตารางที่ 25 การวิเคราะห์พบว่าระหว่าง ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องการถ่ายรูป/การตกแต่งรูป มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ โดยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.012 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องการถ่ายรูป/การตกแต่งรูปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ที่เข้าใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.125 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ หากผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องการถ่ายรูป/การตกแต่งรูปมากขึ้น จะทำให้มีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ที่เข้าใช้เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องการถ่ายรูป/การตกแต่งรูป มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้ โดยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องการถ่ายรูป/การตกแต่งรูปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.202 ซึ่งมี

ความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ หากผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องการถ่ายรูป/การตกแต่งรูปมากขึ้น จะทำให้มีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้เพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

**สมมติฐานข้อที่ 9** ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

**สมมติฐานข้อที่ 9.1** ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ทำให้มีเพื่อนมากขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

$H_0$  = ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ทำให้มีเพื่อนมากขึ้น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

$H_1$  = ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ทำให้มีเพื่อนมากขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

ตาราง 26 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ชีวิตปัจจัยรูปแบบการดำเนินด้านความคิดเห็น กับพฤติกรรมการแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งาน ไลน์

		ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น				
พฤติกรรมการ ใช้งาน แอปพลิเคชัน ไลน์		ไลน์ทำให้	ไลน์ช่วยให้	ไลน์ช่วยให้	ไลน์ช่วยให้	ไลน์ช่วยให้
		มีเพื่อน มากขึ้น	ซื้อสินค้า สะดวกขึ้น	รับข้อมูล ข่าวสารได้ รวดเร็วขึ้น	ติดต่อ สื่อสาร สะดวกขึ้น	ไลน์ช่วยให้เกิด ความสะดวกใน การทำงาน
ความถี่ในการใช้ งานไลน์	Pearson	.022	-.016	.098*	.176*	.174**
	Correlatio n					
	Sig. (2- tailed)	.662	.745	.050	.000	.000
ระดับ ความสัมพันธ์	ไม่มี ความสัมพันธ์	ไม่มี ความสัมพันธ์	ทิศทาง เดียวกันใน ระดับต่ำ	ทิศทาง เดียวกันใน ระดับต่ำ	ทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ	
จำนวนชั่วโมงที่ ใช้งานไลน์	Pearson	.092	.102*	.149**	.169**	.243**
	Correlatio n					
	Sig. (2- tailed)	.067	.041	.003	.001	.000
ระดับ ความสัมพันธ์	ไม่มี ความสัมพันธ์	ทิศทาง เดียวกันใน ระดับต่ำ	ทิศทาง เดียวกันใน ระดับต่ำ	ทิศทาง เดียวกันใน ระดับต่ำ	ทิศทางเดียวกัน ในระดับ ค่อนข้างต่ำ	

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

\*\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตารางที่ 26 การวิเคราะห์พบว่าระหว่าง ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ทำให้มีเพื่อนมากขึ้น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ โดยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.662 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ

ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ตัวแปรดังกล่าวไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ทำให้มีเพื่อนมากขึ้น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้ โดยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.067 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ตัวแปรดังกล่าวไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 9.2** ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้ซื้อสินค้าสะดวกขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

$H_0$  = ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้ซื้อสินค้าสะดวกขึ้น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

$H_1$  = ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้ซื้อสินค้าสะดวกขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

จากตารางที่ 26 การวิเคราะห์พบว่าระหว่าง ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้ซื้อสินค้าสะดวกขึ้น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ โดยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.745 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ตัวแปรดังกล่าวไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้ซื้อสินค้าสะดวกขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้ โดยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.041 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้ซื้อสินค้าสะดวกขึ้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.102 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ หากผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีปัจจัยรูปแบบ

การดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้ซื้อสินค้าสะดวกขึ้นมากขึ้น จะทำให้มีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

**สมมติฐานข้อที่ 9.3** ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้รับข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

$H_0$  = ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้รับข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วขึ้น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

$H_1$  = ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้รับข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

จากตารางที่ 26 การวิเคราะห์พบว่าระหว่าง ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้รับข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ โดยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.050 ซึ่งมีค่าไม่มากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้รับข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ที่เข้าใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.98 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ หากผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้รับข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วขึ้นมากขึ้น จะทำให้มีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ที่เข้าใช้เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้รับข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วขึ้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้ โดยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้รับข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วขึ้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.149 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ หากผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน

ไลน์มีปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้รับข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วขึ้นมากขึ้น จะทำให้มีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

**สมมติฐานข้อที่ 9.4** ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้ติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

$H_0$  = ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้ติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

$H_1$  = ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้ติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

จากตารางที่ 26 การวิเคราะห์พบว่าระหว่าง ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้ติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ โดยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้ติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ที่เข้าใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.176 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ หากผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้ติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้นมากขึ้น จะทำให้มีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ที่เข้าใช้เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้ติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้ โดยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้ติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ

0.169 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ หากผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้ติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้นมาก ขึ้น จะทำให้มีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

**สมมติฐานข้อที่ 9.5** ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้เกิดความสะดวกในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

$H_0$  = ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้เกิดความสะดวกในการทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

$H_1$  = ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้เกิดความสะดวกในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

จากตารางที่ 26 การวิเคราะห์พบว่าระหว่าง ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้เกิดความสะดวกในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ โดยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้เกิดความสะดวกในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ที่เข้าใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.174 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ หากผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้เกิดความสะดวกในการทำงานมากขึ้น จะทำให้มีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ที่เข้าใช้เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้เกิดความสะดวกในการทำงานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้ โดยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้เกิดความสะดวกในการทำงานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มี

ค่าเท่ากับ 0.243 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ หากผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้เกิดความสะดวกในการทำงานมากขึ้น จะทำให้มีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้เพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ตาราง 27 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตัวแปรอิสระ : (ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์)	ตัวแปรตาม : พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน ไลน์	
	ความถี่ในการใช้งานไลน์	จำนวนชั่วโมงที่ใช้งาน ไลน์
ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์		
-เพศ	✓	X
-อายุ	X	X
-สถานภาพสมรส	X	X
-ระดับการศึกษา	✓	X
-อาชีพ	X	✓
-รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	X	X

## ตาราง 27 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ : (ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของ ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์)	ตัวแปรตาม : พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน ไลน์	
	ความถี่ในการใช้งานไลน์	จำนวนชั่วโมงที่ใช้งาน ไลน์
รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม		
-การใช้โทรศัพท์มือถือถือในด้านการโทรออก และรับสาย	X	X
-การใช้งานคอมพิวเตอร์	X	X
-การประกาศ (Post) การแบ่งปัน (Share) และการแสดงความคิดเห็น (Comment) บนสังคมออนไลน์	✓	✓
รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ		
-นักแสดง/นักร้อง/วงการบันเทิง	X	✓
-การเดินทาง/การท่องเที่ยว	X	X
-การถ่ายรูป/การตกแต่งรูป	✓	✓
รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น		
-ไลน์ทำให้มีเพื่อนมากขึ้น	X	X
-ไลน์ช่วยให้ซื้อสินค้าสะดวกขึ้น	X	✓
-ไลน์ช่วยให้รับข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วขึ้น	✓	✓
-ไลน์ช่วยให้ติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้น	✓	✓
-ไลน์ช่วยให้เกิดความสะดวกในการทำงาน	✓	✓

สัญลักษณ์ ✓ หมายถึง เป็นไปตามสมมติฐานรอง

สัญลักษณ์ X หมายถึง ไม่เป็นไปตามสมมติฐานรอง

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษา “พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร” ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลและปรับให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานครได้ และเพื่อกระตุ้นให้มีผู้ใช้งานมากขึ้น

#### ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมที่แตกต่างกันของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

2. เพื่อศึกษาปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

#### ความสำคัญของการวิจัย

##### ประโยชน์เชิงพาณิชย์

1. เพื่อให้ผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน สามารถนำข้อมูลมาปรับใช้เพื่อออกแบบสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับลักษณะความต้องการของ ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ได้

2. เพื่อกระตุ้นให้มีผู้ใช้บริการมากขึ้น

##### ประโยชน์เชิงวิชาการ

1. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจในการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่องพฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการสร้างหรือพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ

##### ประโยชน์ด้านอื่น ๆ

1. เพื่อเป็นประโยชน์กับประชาชนทั่วไปที่ต้องการเลือกใช้แอปพลิเคชันที่เหมาะสมกับตัวเอง

## สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน
2. ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน
3. ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน
4. ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน
5. ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน
6. ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน
7. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์
  - 7.1. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการใช้โทรศัพท์มือถือในด้านการโทรออกและรับสาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์
  - 7.2. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการใช้งานคอมพิวเตอร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์
  - 7.3. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการประกาศ (Post) การแบ่งปัน (Share) และการแสดงความคิดเห็น (Comment) บนสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์
8. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

8.1. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องนักแสดง/นักร้อง/วงการบันเทิง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

8.2. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องการเดินทาง/การท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

8.3. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องการถ่ายรูป/การตกแต่งรูป มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

9. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

9.1. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ทำให้มีเพื่อนมากขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

9.2. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้ซื้อสินค้าสะดวกขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

9.3. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้รับข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

9.4. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้ติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

9.5. ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้เกิดความสะดวกในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้

## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

### 2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโรยามาเน (Yamane. 1967: 887) กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5% จะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 400 ตัวอย่าง การเลือกเก็บตัวอย่างจะใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

## การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อ จำนวน 6 ข้อ เป็นแบบกำหนดให้เลือกตอบ (Check List) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) และข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

**ตอนที่ 2** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร แบบสอบถามได้ถามเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม มีคำถาม 3 ข้อ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ มีคำถาม 3 ข้อ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น มีคำถาม 5 ข้อ เป็นการให้คะแนนแบบ Likert (Summated Rating Method : The Likert Scale) โดยมีสเกลอยู่ 5 ระดับ จัดเป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน คือการคำนวณหาอันตรภาคชั้น เพื่อการแปลผลคะแนนในแต่ละช่วง

**ตอนที่ 3** แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน ไลน์ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นแบบปลายปิด (Close-end) แบบมีให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple

Choices) มีจำนวน 4 ข้อ แบบปลายเปิด (Open-end) มีจำนวน 3 ข้อ ซึ่งข้อคำถามและข้อมีลักษณะข้อมูลดังต่อไปนี้

ข้อที่ 1 เหตุผลที่ใช้งานไลน์ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 ใครแนะนำให้ใช้งานไลน์ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 3 ประสิทธิภาพการใช้งานไลน์ แบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 4 ความถี่ที่คุณเข้าใช้แอปพลิเคชันไลน์ แบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 5 จำนวนชั่วโมงที่คุณเข้าใช้แอปพลิเคชันไลน์ แบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 6 ช่วงเวลาที่ใช้งานไลน์เป็นประจำ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 7 สถานที่ที่ใช้งานไลน์เป็นประจำ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

### ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามโดยแบ่งเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ในพื้นที่

กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 พฤติกรรมของผู้ใช้งาน แอปพลิเคชัน ไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

3. นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้ เสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เป็นผู้พิจารณา

ตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) และข้อเสนอเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุง

แก้ไข เพื่อให้คำถามอ่านแล้วมีความเข้าใจง่าย ชัดเจน และครอบคลุมวัตถุประสงค์ และนิยามศัพท์เฉพาะ

4. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่ใกล้เคียงกับตัวอย่างจริงจำนวน 30 ราย แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น

5. วิเคราะห์ค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability of the test) จากแบบสอบถามที่ผ่านการคัดเลือกโดย การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ -Coefficient) โดยใช้สูตร Cro0.nbach (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 449) ซึ่งค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง  $0 < \alpha < 1$  ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อถือได้มาก ซึ่งพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ และรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น มีค่าเท่ากับ 0.861 0.925 และ 0.840 ตามลำดับ

6. นำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

### การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยกระทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้การประมวลผลทางคอมพิวเตอร์ โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) โดยผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ทำการตรวจสอบเรียบร้อยแล้วลงรหัสตามที่ได้กำหนด
3. การประมวลผลข้อมูล (Processing) นำข้อมูลในแบบสอบถามที่ทำการลงรหัสแล้ว มาลงบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ และทำการประมวลผลโดยใช้การประมวลผลทางคอมพิวเตอร์

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ดังนี้

- 1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ในแบบสอบถามตอนที่ 1 เกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อ และในแบบสอบถามตอนที่ 3 พฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ในแบบสอบถามตอนที่ 3 พฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้ในการแปลความหมายของ ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ในแบบสอบถามตอนที่ 2 เกี่ยวกับปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติจะ นำข้อมูลที่ได้จากวิธีการสำรวจโดยอาศัยแบบสอบถาม มาวิเคราะห์สถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อ สถิติที่ใช้ได้แก่

2.1 สถิติทดสอบที (t-test) ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าคะแนนเฉลี่ยของ กลุ่มประชากร 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้าน เพศ

2.2 ค่า F-test แบบสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ใช้เปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มที่มีประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อใช้ ทดสอบสมมติฐานข้อ 2 ด้านอายุ ข้อที่ 3 ด้านสถานภาพสมรส ข้อ 4 ระดับการศึกษา ข้อ 5 อาชีพ ข้อ 6 รายได้ต่อเดือน

2.3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมการใช้ งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ โดยใช้ค่าสถิติ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) สำหรับหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน

## สรุปผลการศึกษาวิจัย

**ตอนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์

**เพศ** พบว่า ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.8 และเป็นเพศชาย จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3

**อายุ** พบว่า ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 182 คน คิดเป็น ร้อยละ 45.5 รองลงมาคืออายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 และอายุ 31 ปีขึ้นไป จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 ตามลำดับ

**สถานภาพสมรส** พบว่า ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส โสด จำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 89.8 สถานภาพสมรส สมรส จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3

**ระดับการศึกษา** พบว่า ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมามีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า / อนุปริญญาจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 และระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ

**อาชีพ** พบว่า ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน นิสิต นักศึกษา จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมาก็คืออาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานเอกชนจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 และอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง/อาชีพอิสระ / ข้าราชการบำนาญ/พ่อบ้าน แม่บ้าน / ค้าขาย/กิจการส่วนตัว จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 ตามลำดับ

**รายได้เฉลี่ยต่อเดือน** พบว่า ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาก็คือรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 รายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 และรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ตามลำดับ

**ตอนที่ 2** การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ มีภาพรวมของของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีระดับความถี่ต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมอยู่ในระดับมาก คือการใช้โทรศัพท์มือถือในด้านการโทรออกและรับสาย การใช้งานคอมพิวเตอร์ และการประกาศ (Post) การแบ่งปัน (Share) และการแสดงความคิดเห็น (Comment) บนสังคมออนไลน์ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีระดับความสนใจต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจอยู่ในระดับมาก คือ นักแสดง/นักร้อง/วงการบันเทิง การเดินทาง/การท่องเที่ยว และการถ่ายรูป/การตกแต่งรูป

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีระดับความคิดเห็นต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ไลน์ช่วยให้ติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้น และไลน์ช่วยให้เกิดความสะดวกในการทำงาน มีระดับความคิดเห็นต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ไลน์ทำให้มีเพื่อนมากขึ้น ไลน์ช่วยให้ซื้อสินค้าสะดวกขึ้น และไลน์ช่วยให้รับข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วขึ้น

### ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 1** ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

#### ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์

ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายมีความถี่ที่เข้าใช้แอปพลิเคชันไลน์สูงกว่าเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

#### ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 2** ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

#### ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์

ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

### ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 3** ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

#### ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์

ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

#### ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 4** ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

#### ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์

ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ แตกต่างเป็นรายคู่ กับผู้ใช้งานที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -16.62376

ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ แตกต่างเป็นรายคู่ กับผู้ใช้งานที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -12.20926

ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

#### ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 5** ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

#### ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์

ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

#### ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีอาชีพนักเรียน นิสิต นักศึกษา มีพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างเป็นรายคู่ กับผู้ใช้งานที่มีอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง/อาชีพอิสระ ข้าราชการบำนาญ/พ่อบ้าน แม่บ้าน คำขาย/กิจการส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.64987

ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีอาชีพลูกจ้าง/รับจ้าง/อาชีพอิสระ ข้าราชการบำนาญ/พ่อบ้าน แม่บ้าน คำขาย/กิจการส่วนตัว มีพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างเป็นรายคู่ กับผู้ใช้งานที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.85103

ส่วนรายคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 6** ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

### ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์

ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

### ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

ผู้ใช้งานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 7** ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

**สมมติฐานข้อที่ 7.1** ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการใช้โทรศัพท์มือถือในด้านการโทรออกและรับสาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

### ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการใช้โทรศัพท์มือถือในด้านการโทรออกและรับสาย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ โดยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.351 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ตัวแปรดังกล่าว ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการใช้โทรศัพท์มือถือในด้านการโทรออกและรับสาย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ โดยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.662 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ตัวแปรดังกล่าว ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 7.2** ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการใช้งานคอมพิวเตอร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

#### **ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์**

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการใช้งานคอมพิวเตอร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ โดยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.930 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ตัวแปรดังกล่าว ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### **ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์**

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการใช้งานคอมพิวเตอร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์โดยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.217 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ตัวแปรดังกล่าว ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 7.3** ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการประกาศ (Post) การแบ่งปัน (Share) และการแสดงความคิดเห็น (Comment) บนสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

#### **ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์**

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการประกาศ (Post) การแบ่งปัน (Share) และการแสดงความคิดเห็น (Comment) บนสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.112 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

#### **ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์**

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการประกาศ (Post) การแบ่งปัน (Share) และการแสดงความคิดเห็น (Comment) บนสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.147 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

**สมมติฐานข้อที่ 8** ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

**สมมติฐานข้อที่ 8.1** ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องนักแสดง/นักร้อง/วงการบันเทิง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

**ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์**

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องนักแสดง/นักร้อง/วงการบันเทิง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ โดยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.404 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ตัวแปรดังกล่าว ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์**

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องนักแสดง/นักร้อง/วงการบันเทิง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) มีค่าเท่ากับ 0.116 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

**สมมติฐานข้อที่ 8.2** ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องการเดินทาง/การท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

**ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์**

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องการเดินทาง/การท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ โดยมี Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.095 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ตัวแปรดังกล่าว ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องการเดินทาง/การท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์โดยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.486 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ตัวแปรดังกล่าว ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 8.3** ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องการถ่ายรูป/การตกแต่งรูป มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

#### ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องการถ่ายรูป/การตกแต่งรูป มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.125 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

#### ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องการถ่ายรูป/การตกแต่งรูป มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.202 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ

**สมมติฐานข้อที่ 9** ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

**สมมติฐานข้อที่ 9.1** ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ทำให้มีเพื่อนมากขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

### ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ทำให้มีเพื่อนมากขึ้น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ โดยมี Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.662 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ตัวแปรดังกล่าว ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ทำให้มีเพื่อนมากขึ้น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์โดยมีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.067 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ตัวแปรดังกล่าว ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 9.2** ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้ข้อเสนิต้าสะดวกขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

### ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้ข้อเสนิต้าสะดวกขึ้น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ โดยมี Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.745 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ตัวแปรดังกล่าว ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้ข้อเสนิต้าสะดวกขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.102 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

**สมมติฐานข้อที่ 9.3** ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้รับข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

#### **ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์**

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้รับข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.98 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

#### **ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์**

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้รับข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.149 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

**สมมติฐานข้อที่ 9.4** ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้ติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

#### **ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์**

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้ติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.176 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

#### **ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์**

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้ติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.169 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

**สมมติฐานข้อที่ 9.5** ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้เกิดความสะดวกในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

#### **ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์**

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้เกิดความสะดวกในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.174 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

#### **ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์**

ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น หัวข้อเรื่อง ไลน์ช่วยให้เกิดความสะดวกในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 0.243 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ

### **อภิปรายผล**

จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร” สามารถสรุปประเด็นสำคัญมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

#### **1. ผลจากการศึกษาเกี่ยวกับความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์**

จากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 21-30 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพ นักเรียน นิสิต นักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

#### **2. ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่**

กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ แล้วด้านความคิดเห็น ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ มีภาพรวมของของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีระดับความถี่ต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมอยู่ในระดับมาก คือการใช้โทรศัพท์มือถือในด้านโทรออกและรับสาย การใช้งานคอมพิวเตอร์ และการประกาศ (Post) การแบ่งปัน (Share) และการแสดงความคิดเห็น (Comment) บนสังคมออนไลน์ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีระดับความสนใจต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจอยู่ในระดับมาก คือ นักแสดง/นักร้อง/วงการบันเทิง การเดินทาง/การท่องเที่ยว และการถ่ายรูป/การตกแต่งรูป

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีระดับความคิดเห็นต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ไลน์ช่วยให้ติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้น และไลน์ช่วยให้เกิดความสะดวกในการทำงาน มีระดับความคิดเห็นต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ไลน์ทำให้มีเพื่อนมากขึ้น ไลน์ช่วยให้ซื้อสินค้าสะดวกขึ้น และไลน์ช่วยให้รับข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วขึ้นซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ สพธอ. (ETDA) (ตุ๊กโกะ, 2556) เรื่องพฤติกรรมการใช้ไลน์ของประชาชน ในกลุ่มประชาชนอายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หรือร้อยละ 70.0 ใช้เพื่อการติดต่อเรื่องงานธุรกิจ ค่าขาย และร้องเรียน ร้อยละ 62.1 ใช้เพื่อส่งรูปภาพ/คลิปวิดีโอ และร้อยละ 53.7 ใช้แทนโทรศัพท์/ใช้โทรออนไลน์ตามลำดับ จากสถิติดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า กลุ่มคนวัยทำงานที่นิยมใช้ไลน์นั้น นอกเหนือจากการใช้ติดต่อสื่อสารทั่วไปแล้ว ยังสามารถใช้ไลน์เพื่อช่วยสนับสนุนการทำงานของตนในด้านต่างๆ เช่น การเจรจาทางธุรกิจด้วยวิธีการส่งข้อความ ภาพประกอบ หรือการเชื่อมต่อไปยังแหล่งข้อมูลอื่นๆ เพื่อสนับสนุนการทำงานของตนเอง

3. พฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จากการวิจัย พบว่า พฤติกรรมของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในส่วนของเหตุผลที่เล่นไลน์ ส่วนใหญ่ คือ ต้องการติดต่อสื่อสารทั่วไปในชีวิตประจำวัน ในส่วนของใครแนะนำให้ใช้งานไลน์ ส่วนใหญ่คือ ตัวเอง และด้านประสบการณ์การใช้งานไลน์มากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 22.13 เดือน หรือ 1 ปี 10 เดือน ด้านความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ มีค่าเฉลี่ย 34.52 ครั้งต่อวัน หรือประมาณ 35 ครั้งต่อวัน และด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีค่าเฉลี่ย 3.03 ชั่วโมงต่อวัน หรือประมาณ 3 ชั่วโมงต่อวัน ช่วงเวลาที่ใช้งานไลน์เป็นประจำส่วนใหญ่ คือช่วงเวลา 20.01 น. - 24.00

น ในส่วนของสถานที่ที่ใช้งานไลน์เป็นประจำส่วนใหญ่ คือที่พักอาศัยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทิกร ไทยเจริญ (2550) เรื่องทัศนคติและพฤติกรรมการใช้ Hi5 ในการติดต่อสื่อสารของผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ต พบว่า ความถี่ในการใช้ Hi5 โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 7 ครั้งต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาที่ใช้ในการเล่นคือช่วงเวลา 17.00-24.00 น. และสถานที่ที่ใช้เล่น Hi5 คือที่บ้าน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรสิทธิ์ แสงแดง (2547) เรื่องทัศนคติและพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ระยะเวลาที่ใช้ในการเล่นเกมออนไลน์แต่ละครั้งโดยเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 ชั่วโมงต่อวัน หรือประมาณ 21 ชั่วโมง 42 นาทีต่อสัปดาห์ ซึ่งมีระยะเวลาในการเล่นใกล้เคียงกัน

4. จากสมมติฐานข้อที่ 1 เพศ ที่แตกต่างกัน มีต่อพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เบเรลสัน และสไตเนอร์ (ซิปจิตนิยม, 2534 : 27; อ้างอิงจาก Berelson ; & Steiner. n.d.) กล่าวว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคม กำหนดบทบาทและกิจกรรมของหญิงชายไว้ต่างกัน จึงส่งผลให้พฤติกรรมของหญิงและชายต่างกันด้วย ซึ่งเพศหญิงมีแนวโน้มและความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ส่งผลทำให้เกิดเพศหญิง มีพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่มากกว่าเพศชาย

5. จากสมมติฐานข้อที่ 4 ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีต่อพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์แตกต่างกัน โดยผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ที่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภาณุวัฒน์ กองราช (2554:154) เรื่องการศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กรณีศึกษา FACEBOOK ในประเทศไทย พบว่า ผู้ใช้ที่มีระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีต่อพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมด้านความถี่แตกต่างกัน

6. จากสมมติฐานข้อที่ 5 อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีต่อพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์แตกต่างกัน โดยผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ที่มีอาชีพ นักเรียน นิสิต นักศึกษา กัน มีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพงศ์ธร วงศ์วารวิภัทร์ (2550:152-153) เรื่องความคิดเห็นของผู้บริโภคในด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเล่นเกมส์ออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเล่นเกมส์ออนไลน์ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเล่นแตกต่างกัน

7. จากสมมติฐานข้อที่ 7.3 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม หัวข้อเรื่องการประกาศ (Post) การแบ่งปัน (Share) และการแสดงความคิดเห็น (Comment) บนสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ เนื่องจากแอปพลิเคชันไลน์เป็นแอปพลิเคชันที่เด่นในเรื่องการแชท เมื่อผู้ใช้งานต้องการสื่อสารได้อย่างครอบคลุม ส่วนใหญ่แล้วผู้ใช้ใช้เวลาเล่นแอปพลิเคชันเครือข่ายสังคมในโทรศัพท์เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) ก็จะใช้เพื่อการประกาศ (Post) การแบ่งปัน (Share) และการแสดงความคิดเห็น (Comment) และใช้ควบคู่กับแอปพลิเคชันไลน์เมื่อต้องการจะแชทส่วนตัว หรือเป็นกลุ่มกับเพื่อนๆ จึงทำให้มีความสัมพันธ์แบบทิศทางเดียวกัน

8. จากสมมติฐานข้อที่ 8.1 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องนักแสดง/นักร้อง/วงการบันเทิง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ เนื่องจากมีผู้ใช้งานจำนวนมากที่นิยมแชทพูดคุยกับกลุ่มเพื่อนสนิท ในหัวข้อเรื่องนักแสดง/นักร้อง/วงการบันเทิง จึงทำให้มีความสัมพันธ์แบบทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ ออฟฟิเชียล แอคเคานต์ (Official Accounts) ของ นักแสดง นักร้อง ก็มีส่วนช่วยให้ผู้ใช้งานมีจำนวนชั่วโมงที่ใช้เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

9. จากสมมติฐานข้อที่ 8.3 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ หัวข้อเรื่องการถ่ายรูป/การตกแต่งรูป มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ กับซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ สพธอ. (ETDA) (ตุ๊กโกะ, 2556) เรื่องพฤติกรรมการใช้ไลน์ของประชาชนในกลุ่มประชาชนอายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หรือร้อยละ 62.1 ใช้เพื่อส่งรูปภาพ/คลิปวิดีโอ

10. จากสมมติฐานข้อที่ 9 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น สมมติฐานข้อที่ 9.2 หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้ซื้อสินค้าสะดวกขึ้น มีความสัมพันธ์แบบทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านจำนวนชั่วโมงที่ใช้ และ สมมติฐานข้อที่ 9.3 หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้รับข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วขึ้น สมมติฐานข้อที่ 9.4 หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้ติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้น สมมติฐานข้อที่ 9.5 หัวข้อเรื่องไลน์ช่วยให้เกิดความสะดวกในการทำงาน มีความสัมพันธ์แบบทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ในการใช้งานไลน์ และจำนวนชั่วโมงที่ใช้งานไลน์ ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของเอแบคโพลล์หัวข้อเรื่องปัจจัยที่ช่วยเื้ออำนวยความสะดวกจากการใช้ไลน์ (อาร์วายทีไนท์, 2556) โดยศึกษาประชาชนอายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า อันดับแรก คือ ความสะดวกง่าย และรวดเร็วใน

การใช้งาน ร้อยละ 83.7 รองลงมา ได้แก่สามารถใช้เป็นหลักฐานที่เป็นลายลักษณ์อักษร ร้อยละ 71.4 ระบุได้รับข้อมูล ข่าวสารมากขึ้น และ งานวิจัยของ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ สพธอ. (ETDA) (ตุ๊กโกะ, 2556) เรื่องพฤติกรรมการใช้ไลน์ของประชาชน ในกลุ่มประชาชน อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 70.0 ใช้เพื่อการติดต่อเรื่องงานธุรกิจ ค้าขาย และร้องเรียน

### ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยข้างต้น ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอ ดังนี้

1. เพศชาย และหญิง มีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ แตกต่างกัน โดยที่เพศชายมีความถี่ในการใช้งานมากกว่าเพศหญิง ดังนั้นในการวางกลยุทธ์สำหรับเพศชาย ควรจะเป็นด้านการเพิ่มความถี่ในการใช้งานต่อเนื่อง ส่วนเพศหญิง ควรให้มีการเพิ่มข่าวสาร สารบันเทิงต่าง ๆ หรือการใช้งานที่มีกลุ่มเป้าหมายคือเพศหญิงเพิ่มเติมขึ้นมา เพื่อกระตุ้นให้ ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีความถี่ที่เข้าใช้มากขึ้น

2. ระดับการศึกษามัธยมศึกษา มีการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์น้อยที่สุด จึงควรเพิ่มฟังก์ชันที่เป็นประโยชน์ในการศึกษาให้กับกลุ่มนี้ เช่น พจนานุกรมออนไลน์ที่สามารถแปลผ่านการแชทในไลน์ได้ หรือจะเป็นฟังก์ชันที่รวมสูตรคณิตศาสตร์ต่าง ๆ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้ใช้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มีความถี่ที่เข้าใช้มากขึ้น

3. ส่วนใหญ่แล้วผู้ที่ใช้เวลาเล่นแอปพลิเคชันเครือข่ายสังคมในโทรศัพท์เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) ก็จะใช้เพื่อ (Post) การแบ่งปัน (Share) และการแสดงความคิดเห็น (Comment) บนสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ด้านความถี่ ส่วนแอปพลิเคชันไลน์จะเน้นการใช้ด้านการแชท ซึ่งถ้ามีการร่วมมือกันระหว่างการแชร์ข้อความหรือรูปภาพข้ามแอปพลิเคชันกันได้ ก็จะช่วยให้ผู้ใช้ใช้งานสะดวกและเพิ่มความถี่ในการใช้งานได้

4. การเพิ่มออฟฟิเชียล แอคเคานต์ (Official Accounts) ของ นักแสดง นักร้องให้ครอบคลุม และอัปเดตข่าวสารเป็นประจำ อาจมีส่วนช่วยให้ผู้ใช้ใช้งานมีจำนวนชั่วโมงที่ใช้เพิ่มมากขึ้น

5. ควรจะมีการเพิ่มโหมดถ่ายรูปและแต่งรูปในแอปพลิเคชันเสริมของไลน์ ให้ครอบคลุมและนำใช้ และเมื่อถ่ายหรือตกแต่งรูปเสร็จแล้วควรมีช่องทางในการแชร์ที่สะดวก

7. ควรสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้งานด้วยการปรับปรุงด้านความสะดวกและความรวดเร็วของแอปพลิเคชันอยู่เสมอ นอกจากนี้ระบบความปลอดภัยของการทำธุรกรรมการเงินก็เป็นสิ่งสำคัญให้ผู้ใช้งานมีความคิดเห็นด้านบวกในด้านการซื้อสินค้า หรือการช่วยให้เกิดความสะดวกในการทำงานมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ รวมไปถึงปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดต่างๆ เช่นการมีโฆษณาแฝง หรือการอนุญาตในการใช้บัญชีไลน์ของบริษัทต่างๆ ทั้งนี้เพื่อเพิ่มประโยชน์ให้กับผู้ใช้และผู้ให้บริการ ในการเพิ่มพฤติกรรมการใช้และเพิ่มรายได้ให้กับผู้ให้บริการ และเป็นหนทางในการเพิ่มช่องทางธุรกิจได้ในอนาคต
2. ควรมีการศึกษาเชิงเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์และผู้ใช้งานประเภทเครือข่ายสังคมอื่นๆที่ใกล้เคียงกัน เช่น วอทแอป(Whatsapp) บีบีเอ็ม(BBM) เฟสบุ๊ก แมสเซนเจอร์(Facebook Messenger) สไกป์(Skype) วีแชท(We Chat) ไอแมสเสจ(imassage) เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงลักษณะความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆที่จะส่งผลให้กับผู้ใช้งานเลือกที่จะใช้บริการแอปพลิเคชันประเภทเครือข่ายสังคมอื่นๆ
3. ควรมีการศึกษาวิจัยอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากความรู้สึกของบุคคลอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาและสภาพแวดล้อม



บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2538). การวิเคราะห์สถิติเพื่อธุรกิจ : สถิติเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- (2545). การวิเคราะห์สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- (2546). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล ฉบับปรับปรุงใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2543). การจัดการเครือข่าย : กลยุทธ์สำคัญสู่ความสำเร็จของการปฏิรูปการศึกษา. กรุงเทพฯ : บริษัท ชัคเซสมิเดีย จำกัด.
- จิราลักษณ์ จงสถิตมัน. (2549). สังคมสงเคราะห์กลุ่มชน. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ชฎาพันธ์ มลิพันธ์. (2551). ผู้เล่น Social Network มีมากกว่าที่คิด. สืบค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2556, จาก <http://www.positioningmag.com/magazine/details.aspx?id=68416>
- ตุ๊กโกะ. (2556). อัปเดตล่าสุด รายงานผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของไทย ปี 2013. สืบค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2557, จาก <http://www.marketingoops.com/reports/research/internet-users-thailand-2013/>
- ประชาสรรค์ แสนภักดี. (2549). การจัดการความรู้ของเครือข่ายทางสังคมเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ. วิทยานิพนธ์ ศศ.บ. (พัฒนศาสตร์). ขอนแก่น: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ถ่ายเอกสาร.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และชัยวัฒน์ ธีระพันธ์. (2546). สื่อสารกับสังคมเครือข่าย. กรุงเทพฯ : สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา. พระมหาสุทนต์ อากาศโร. (2547). เครือข่าย : ธรรมชาติ ความรู้ และการจัดการ. กรุงเทพฯ : โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ.(2546).การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัท ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- (2548). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัท ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- สุเทพ สุนทรภัสช. (2540). ทฤษฎีสังคมวิทยาร่วมสมัย. เชียงใหม่ : บริษัท สำนักพิมพ์ โกลบอล วิชั่น จำกัด.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ :

Diamond in Business world.

----- (2542) *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : บริษัท ชีระฟิล์มและไอทีแก๊ง จำกัด.

สมคิด อเนกทวีผล. (2551). ยุค Social Networking. สืบค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2556, จาก

<http://www.positioningmag.com/magazine/details.aspx?id=68423>

สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2550). *ทฤษฎีสังคมวิทยา เนื้อหาและแนวการใช้ประโยชน์เบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อาร์วายทีไนท์. (2556). *เอแบคโพลล์: พฤติกรรมการใช้ไลน์ของประชาชน กรณีศึกษาตัวอย่างประชาชนอายุ 18 ปีขึ้นไป ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. สืบค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2557,

จาก <http://www.ryt9.com/s/abcp/1752999>

Blackwell, Roger D.; Miniard, Paul W.; & Engel, Jame F. (2006). *Consumer Behavior*.

Canada : Thomson South-Western.

Borgatta, Edgar F. ; and Borgatta, Marie. (1992). *Encyclopedia of Sociology*. (Volume 4 : S-Z Index). New York : Macmillan Publishing Company.

Emerson, Richard. (1976). *Social Exchange Theory*. Available : <http://www.Annualreviews.org/aronline>

Kilduff, Martin ; and Tsai, Wenpin. (2003). *Social Networks and Organizations*. London : SAGE Publication Ltd.

Kotler, Phillip. (2000). *Marketing Management*. The Millennium Edition. New Jersey : Prentice Hall, Inc.

----- (2003). *Marketing Management*. 11<sup>th</sup> ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall

Neergaard, Helle; Shaw, Eleanor; and Carter, Sara. (2005). *The Impact of Gender, Social Capital and Networks on Business Ownership: A Research Agenda*. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, Vol. 11 No. 5, (p.338-357).

Parker, John ; Mars, Leonard ; Ransome, Paul ; and Stanworth, Hilary. (2003). *Social Theory : A Basic Tool Kit*. New York : Palgrave Macmillan.

Turner, Jonathan H. (1994). *Sociology : Concept and User*. New York : McGraw-Hill, Inc.

Turner, Jonathan H. (2003). *The Structure of Sociological Theory*. 7th ed. Belmont California : Wardsworth.





## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

### เรื่อง พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ของผู้บริโภคในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร

#### ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับ

#### ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย  ลงในช่อง  ให้ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ  1. ชาย  2. หญิง
2. อายุ  1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี  2. 21-30 ปี  
 3. 31-40 ปี  4. 41-50 ปี  
 5. 51 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพสมรส  1. โสด  2. สมรส / อยู่ด้วยกัน  
 3. หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่

## 4. ระดับการศึกษาสูงสุด

- 1. มัธยมศึกษาตอนต้น
- 2. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า
- 3. อนุปริญญา
- 4. ปริญญาตรี
- 5. สูงกว่าปริญญาตรี

## 5. อาชีพ

- 1. นักเรียน นิสิต นักศึกษา
- 2. ลูกจ้าง/รับจ้าง/อาชีพอิสระ
- 3. ข้าราชการบำนาญ/พ่อบ้าน แม่บ้าน
- 4. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานเอกชน
- 5. ค้าขาย/กิจการส่วนตัว

## 6. รายได้ต่อเดือน

- 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
- 2. 10,001-20,000 บาท
- 3. 20,001-30,000 บาท
- 4. 30,001-40,000 บาท
- 5. 40,001 บาทขึ้นไป

## ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม	ความถี่ในการใช้ทำกิจกรรม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1 การใช้โทรศัพท์มือถือถือในด้านการโทรออกและรับสาย					
2 การใช้งานคอมพิวเตอร์					
3 การประกาศ (Post) การแบ่งปัน (Share) และการแสดงความคิดเห็น (Comment) บนสังคมออนไลน์					

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ	ระดับความสนใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1 นักแสดง/นักร้อง/วงการบันเทิง					
2 การเดินทาง/การท่องเที่ยว					
3 การถ่ายรูป/การตกแต่งรูป					

รูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	ไลน์ทำให้มีเพื่อนมากขึ้น				
2	ไลน์ช่วยให้ซื้อสินค้าสะดวกขึ้น				
3	ไลน์ช่วยให้รับข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วขึ้น				
4	ไลน์ช่วยให้ติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้น				
5	ไลน์ช่วยให้เกิดความสะดวกในการทำงานของท่าน				

### ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์

**คำชี้แจง** กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  หรือเติมข้อความในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริง

1. เหตุผลที่ใช้งานไลน์ (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)

1. ต้องการติดต่อสื่อสารทั่วไปในชีวิตประจำวัน
2. ต้องการใช้เพื่อประโยชน์ด้านการศึกษาหรือการทำธุรกิจ
3. ต้องการติดตามข่าวสารจากบริษัทหรือนักแสดงที่ชื่นชอบ
4. เล่นตามกระแสนิยม
5. ต้องการเล่นเกมส์ที่เชื่อมโยงกับบัญชีผู้ใช้ไลน์
6. อื่นๆ(โปรดระบุ) .....

## 2. ใครแนะนำให้ใช้งานไลน์ (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ใช้งานด้วยตัวเอง         | <input type="checkbox"/> 2. เพื่อน                 |
| <input type="checkbox"/> 3. คนรัก / แฟน              | <input type="checkbox"/> 4. ญาติพี่น้อง / คนรู้จัก |
| <input type="checkbox"/> 5. อาจารย์ / ผู้บังคับบัญชา | <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ(โปรดระบุ) .....  |

## 3. ประสบการณ์การใช้งานไลน์ ..... ปี ..... เดือน

## 4. ความถี่ที่คุณเข้าใช้แอปพลิเคชันไลน์ ..... ครั้งต่อวัน

## 5. จำนวนชั่วโมงที่คุณเข้าใช้แอปพลิเคชันไลน์ ..... ชั่วโมงต่อวัน

## 6. ช่วงเวลาที่ใช้งานไลน์เป็นประจำ (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. 08.01 น. - 12.00 น | <input type="checkbox"/> 2. 12.01 น. - 16.00 น |
| <input type="checkbox"/> 3. 16.01 น. - 20.00 น | <input type="checkbox"/> 4. 20.01 น. - 24.00 น |
| <input type="checkbox"/> 5. 00.01 น. - 04.00 น | <input type="checkbox"/> 6. 04.01 น. - 08.00 น |

## 7. สถานที่ที่ใช้งานไลน์เป็นประจำ (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ที่พักอาศัยตนเอง         | <input type="checkbox"/> 2. ที่พักอาศัยเพื่อนหรือบุคคลอื่น |
| <input type="checkbox"/> 3. สถานศึกษา                | <input type="checkbox"/> 4. ที่ทำงาน                       |
| <input type="checkbox"/> 5. บนยานพาหนะระหว่างเดินทาง | <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆโปรดระบุ.....             |



ภาคผนวก ข

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

## รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. อาจารย์ ดร.อัจฉรียา ศักดิ์นรงค์	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อาจารย์ ดร.กัลยกิตติ์ กীরติอังกูร	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ





ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

## ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นายเอกพล รุ่งโรจน์กิจกุล
วันเดือนปีเกิด	2 ธันวาคม พ.ศ.2526
สถานที่เกิด	เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	181/147 ซอยสิงหนุภักษ์ ถ.ประชาราษฎร์ 2 แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กทม. 10800
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	ครูสอนภาษาญี่ปุ่น
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	สถาบัน 2BENUMBER1
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2545	ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จบมัธยมศึกษาปีที่ 6 สายวิทยาศาสตร์-คณิตศาสตร์ จากโรงเรียน โรงเรียนพรหมานุสรณ์จังหวัดเพชรบุรี
พ.ศ.2555	ระดับปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาญี่ปุ่น จาก มหาวิทยาลัยมหาวิทาลัยเกษตรศาสตร์
พ.ศ.2557	ระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ) จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ