

หัวข้องานวิจัย	พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางสื่อออนไลน์ (สื่ออินเทอร์เน็ต) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้วิจัย	สาธนีย์ แซ่ซิ่น
สังกัด	คณะบริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2559
คำสำคัญ	พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร, สื่อออนไลน์

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางสื่อออนไลน์ (สื่ออินเทอร์เน็ต) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางสื่อออนไลน์ (สื่ออินเทอร์เน็ต) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และการศึกษากลุ่มตัวอย่างได้แก่ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) t-test Chi-Square และสถิติ F-test (One way ANOVA)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ น้อยกว่า 25 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นลูกจ้างเอกชน หรือ พนักงานบริษัท มีรายได้ ตั้งแต่ 150,001 – 20,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทางสื่อออนไลน์ (สื่ออินเทอร์เน็ต) มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน ครั้งละน้อยกว่า 1 ชั่วโมง โดยผ่านทางโทรศัพท์มือถือ (Smart Phone) หรือแท็บเล็ต โดยสนทนาผ่านช่องทางต่างๆ เช่น Line Facebook messenger live เป็นต้น

การทดสอบสมมติฐานพบว่า (1) อายุ และการศึกษามีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทางสื่อออนไลน์ (สื่ออินเทอร์เน็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทางสื่อออนไลน์ (สื่ออินเทอร์เน็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) อาชีพ มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารทางสื่อออนไลน์ (สื่ออินเทอร์เน็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารทางสื่อออนไลน์ (สื่ออินเทอร์เน็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (3) เพศ และอายุ มีความสัมพันธ์กับช่องทางการเปิดรับข่าวสารทางสื่อออนไลน์ (สื่ออินเทอร์เน็ต)

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (4) เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษาที่ต่างกันมีระดับการเปิดรับข่าวสารทางสื่อออนไลน์ (สื่ออินเทอร์เน็ต) ไม่แตกต่างกัน

Research Title Online Media (Internet) Exposure Behavior of People in Bangkok
Author Sathanee Sae - Chin
Division Faculty of Business Administration
Year 2016
Keywords: media exposure behavior, online media

Abstract

This research aimed 1) to explore online media exposure behavior (internet) of people in Bangkok 2) to compare the behavior of online media exposure (internet) of people in Bangkok by gender, age, occupation, income and level of education. The samples were 400 people in Bangkok metropolitan area. The statistics using for data analysis were percentage, mean and standard deviation, t-test and F-test (One-way ANOVA).

The study indicated that most respondents were female under 25 years, a private employee or employee, having an income from 15,001 to 20,000 baht, a bachelor degree. Frequency of exposure to online media (internet) was more than one time a day, less than an hour per a time, via a mobile phone (smart phone) or tablet, chatting through a variety of channels such as face book, messenger, live.

The hypothesis testing found that 1) Respondents' age and education correlated with the frequency of online media exposure (internet) with statistical significance level at the 0.01, and income correlated with the frequency of online media exposure (internet) with statistical significance level at the 0.05. The respondents' occupation correlated to the duration of online media exposure (internet) with statistical significance level at the 0.05 and level of education correlated with the duration of online media exposure (internet) with statistical significance level at the 0.01. The respondents' gender and age correlated with media exposure (internet) with statistical significance level at the 0.01. 2) The difference of

gender, age, occupation, education and income had levels of exposure to online media (internet) with indifference.