

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก
ของประชากรเจนเนอเรชั่นซี (Z) จังหวัดชัยภูมิ
The Study of Relationship between Personality and Facebook
user behavior of Generation Z in Chaiyaphum Province

จักรพล สงวนรัมย์*
คมสัน รัตนะติมากุล**

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของประชากรเจนเนอเรชั่นซี (Z) จังหวัดชัยภูมิ” มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาภูมิหลังและบุคลิกภาพของประชากรในเจนเนอเรชั่น Z จังหวัดชัยภูมิ 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของประชากรในเจนเนอเรชั่น Z จังหวัดชัยภูมิ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เป็นการวิจัยเชิงสำรวจใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 8-23 ปี ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชัยภูมิ จำนวน 390 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage random Sampling) สถิติที่ใช้เป็น ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์ Pearson's product-moment coefficient ผลการวิจัยพบว่า ประชากรเจนเนอเรชั่น Z จังหวัดชัยภูมิ ที่มีภูมิหลังด้านอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานต่างกัน และบุคลิกภาพของประชากรในเจนเนอเรชั่น Z จังหวัดชัยภูมิ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊ก

คำสำคัญ: บุคลิกภาพ พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก เจนเนอเรชั่นซี (Z)

*นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต (2556) ปัจจุบันเป็นอาจารย์ประจำสาขาสื่อสารการศึกษาคณะศิลปศาสตร มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตชัยภูมิ และกำลังศึกษานิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

**นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2549) ปัจจุบันเป็นรองศาสตราจารย์ประจำสาขานิเทศศาสตร แผนกการสื่อสารสื่อใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

Abstract

This research aimed (1) to study the background and personality of Generation Z in Chaiyaphum Province; (2) To study Facebook user behavior of Generation Z in Chaiyaphum Province. This research is the Quantitative research; the questionnaire to Study sample of age between 8-23 years, living in Chaiyaphum province, 390 people with the use of multi-stage random sampling, Percentage, Mean, Standard Deviation, One-Way ANOVA and Pearson's product-moment coefficient. The results of the study are as follows. background Generation Z in Chaiyaphum province is different. The behavior of using Facebook features is different in age and personality of Generation Z in Chaiyaphum province has a positive relationship with behavior of using Facebook feature.

Keywords: Personality, Facebook user behavior, Generation Z

บทนำ

การใช้ชีวิตของคนรุ่นใหม่ถูกผูกติดกับระบบข้อมูลที่ถูกบันทึกอยู่ในฐานข้อมูลระบบอินเทอร์เน็ต พฤติกรรมการค้นคว้าที่เปลี่ยนไปจากการสืบค้นเพื่อหาข้อมูลในห้องสมุดเปลี่ยนเป็นพฤติกรรมการหาข้อมูลทางระบบอินเทอร์เน็ตโดยผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ และการเข้ามาของระบบ เว็บไซต์ 2.0 ที่เข้ามาทดแทนระบบ เว็บไซต์ 1.0 ซึ่งทำให้เกิดปรากฏการณ์การสื่อสารแบบสองทางขึ้น (Two-way communication) เป็นการสื่อสารที่รวดเร็ว ลับไว และมีการโต้ตอบกันได้ทันทีทันใด

เฟซบุ๊ก (Facebook) คือหนึ่งในผลผลิตที่เกิดขึ้นในยุคของระบบเว็บไซต์ 2.0 เครื่องข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน ประเทศไทยมีผู้ใช้เฟซบุ๊ก จำนวนถึง 46 ล้านคน (ASIA INTERNET USE, POPULATION DATA AND FACEBOOK STATISTICS, 2017) ถ้าเปรียบเทียบกับประชากรทั้งหมดของประเทศไทยทั้งหมด 69 ล้านคน คิดเป็นจำนวนถึง 3 ใน 4 ของประชากรทั้งหมด ถือว่าเป็นเว็บไซต์ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่มีผู้ใช้งานมากที่สุดในประเทศไทยและรวมไปถึงมากที่สุดในโลกด้วย ในกรุงเทพมหานครมีผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความถี่ในการใช้งานถึง ร้อยละ 46.9 และมีพฤติกรรมการใช้มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน และ เฟซบุ๊ก ก็มีผู้ใช้ถึง ร้อยละ 98.6 (วันวิสาข เจริญนาน, 2555) แต่อย่างไรก็ดี แนวโน้มการใช้งานเฟซบุ๊กและโซเชียลเน็ตเวิร์กที่นับวัน

ก็ยิ่งจะสูงขึ้นซึ่งแต่ละบุคคลก็มีวิธีการใช้งานหลากหลายมากขึ้นเช่นกัน เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ทางด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการตลาด ความบันเทิง หรือรับข่าวสาร

วัยที่มีบทบาทในการใช้งานเฟซบุ๊กและโซเชียลเน็ตเวิร์กมากที่สุดก็คือกลุ่มที่อยู่ในวัยเรียนทั้งสิ้น ซึ่งในปัจจุบันนี้หากจะเปรียบเป็นเจนเอเรชั่นแล้วกลุ่มคนเหล่านี้ต่างก้าวเข้าสู่วัยที่ในปัจจุบันไว้ด้วยคำว่า เจนเอเรชั่น Z คือคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2538 - 2553 เป็นช่วงที่มีความสับสนวุ่นวายทางการเมือง มีผู้ก่อการร้าย และเศรษฐกิจตกต่ำจึงทำให้เจนเอเรชั่น Z ให้ความสำคัญกับการสร้างความเปลี่ยนแปลงที่ดีให้กับสังคม (Desire to make a difference) เจนเอเรชั่นนี้เกิดมาพร้อมกับเทคโนโลยีที่ทันสมัย จนถูกขนานนามว่าเป็นเจนเอเรชั่นยุคดิจิทัล เป็นยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารทำให้เกิดการเชื่อมโยงกันได้ง่ายและรวดเร็วทำให้เจนเอเรชั่น Z มีความคล้ายคลึงกัน เกิดการเรียนรู้และยอมรับวัฒนธรรมที่หลากหลายทั้งในเรื่องภาษาและเชื้อชาติ เกิดความคิด ทักษะคิด พฤติกรรม ความต้องการ และลักษณะนิสัยที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน (วฤตดา วรอาคม, 2557 อ่างใน ธัญนันท์ วีรภัทรรุ่งโรจน์, 2559, น.6) ดังนั้น สิ่งที่แสดงออกของเจนเอเรชั่น Z จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในด้านบุคลิกภาพต่างๆ ของบุคคลในเจนเอเรชั่นนี้ที่แสดงออกมาผ่านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ซึ่งบุคลิกภาพก็คือแนวทางที่บุคคลหนึ่งได้ตอบหรือมีปฏิกิริยาต่อสิ่งต่างๆ ที่อาจจะเป็นบุคคล สิ่งของ หรือ สถานการณ์ โดยแต่ละบุคคลย่อมจะมีปฏิกิริยาในการปฏิบัติที่แตกต่างกันออกไป (Robbins, 1997) สิ่งที่เจนเอเรชั่น Z แสดงออกมาจึงเป็นความหลากหลายที่แสดงออกผ่านความรู้สึกนึกคิดของบุคคลในวัยนี้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมุ่งที่จะศึกษากลุ่มของเจนเอเรชั่นนี้ซึ่งอีกไม่กี่ปีก็จะกลายเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ และเป็นผู้ที่เกิดมาในยุคของการกำเนิดเฟซบุ๊กอย่างแท้จริง จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจคนที่โตขึ้นมากับเฟซบุ๊กจะมีวิธีการจัดการกับสิ่งนี้อย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาภูมิหลังและบุคลิกภาพของประชากรในเจนเอเรชั่น Z จังหวัดชัยภูมิ
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและบุคลิกภาพของประชากรในเจนเอเรชั่น Z จังหวัดชัยภูมิ

สมมติฐานการวิจัย

1. ประชากรเจนเอเรชั่น Z จังหวัดชัยภูมิ ที่มีภูมิหลังแตกต่างกันจะส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ต่างกัน

2. บุคลิกภาพของประชากรในเจนเอเรชั่น Z จังหวัดชัยภูมิ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก

แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพ

ศรีธรรม ธนะภูมิ (อ้างใน ยุทธพงษ์ เมฆกะ, 2554) กล่าวถึงบุคลิกภาพระดับปกติของคนหนึ่งๆ อาจมีความแตกต่างกันไป ในคนๆ เดียว อาจจะมีหลายบุคลิกก็ได้ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 12 ประเภท ได้แก่ (1) บุคลิกภาพมั่นคง (Stable Personality) มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ มีความรับผิดชอบ รู้จักไตร่ตรองแก้ปัญหา เป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ได้ (2) บุคลิกภาพพึ่งพาผู้อื่น (Dependent personality) หมายถึง เป็นผู้มีลักษณะอ่อนแอ ไม่ชอบช่วยตัวเองได้ ไม่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ไม่ชอบการถูกทอดทิ้ง (3) บุคลิกภาพชอบหลีกเลี่ยง (Avoidance Personality) ไม่กล้าเข้าสังคม กลัวการถูกว่ากล่าว ไม่เข้าร่วมกิจกรรมในสังคม กลัวการเสี่ยงภัย (4) บุคลิกภาพดื้อเงียบ (Passive-aggressive personality) เป็นคนที่ชอบต่อต้านแต่ไม่แสดงออกมาโดยทันที แต่จะใช้การนิ่งเฉย เพิกเฉย แทนการแสดงออกว่าต่อต้าน ไม่รับผิดชอบในงาน ใช้การอ้างเหตุผลเพื่อหลีกเลี่ยงความผิดพลาดที่เกิดขึ้น (5) บุคลิกย้ำคิดย้ำทำ (Obsessive-compulsive personality) หมายถึง มีลักษณะเจ้าระเบียบเคร่งครัด ไม่ยืดหยุ่น เข้มงวดต่อกฎเกณฑ์ ชอบบงการให้ผู้อื่นกระทำในสิ่งที่ตนเองต้องการ คิดเสมอว่าผู้อื่นไม่สามารถทำงานได้ดีเท่าตนเอง (6) บุคลิกภาพหลงตนเอง (Narcissistic personality) หมายถึง มีลักษณะชื่นชมตนเองอย่างมาก ว่ามีความสามารถและประสบความสำเร็จสูง วิตกกังวลต่อคำวิจารณ์ของผู้อื่น และไม่ค่อยมีน้ำใจต่อผู้อื่น ไม่ยินดีในความสำเร็จของผู้อื่น เห็นผู้อื่นประสบความสำเร็จมากกว่าตนไม่ได้ (7) บุคลิกภาพเรียกร้องความสนใจ (Histrionic personality) หมายถึง เป็นคนเจ้าอารมณ์ ต้องการการยกย่อง การยอมรับ และคำปลอบใจจากผู้อื่นเสมอ มีอารมณ์แปรปรวน ใช้ความเด่นทางเพศของตนดึงดูดความสนใจจากผู้อื่น (8) บุคลิกภาพแบบก้ำกึ่ง (Borderline Personality) ไม่เป็นตัวของตัวเอง ไม่มีมนุษยสัมพันธ์กับผู้อื่น อารมณ์แปรปรวน มักกระทำการที่ขาดการยั้งคิด (9) บุคลิกภาพหุนหันพลันแล่นและก้าวร้าว (Impulsive aggressive personality) หมายถึง การกระทำสิ่งต่าง ๆ ไม่มีการวางแผนล่วงหน้า โกรธง่าย มีอุปนิสัยอารมณ์ร้อนควบคุมตนเองได้น้อย มักกระทำสิ่งต่าง ๆ อย่างรวดเร็วและก้าวร้าวรุนแรง (10) บุคลิกภาพต่อต้านสังคม (Antisocial personality) หมายถึง ชอบการขัดแย้งกับผู้อื่น ชอบฝ่าฝืนไม่เคารพกฎระเบียบต่าง ๆ ของสังคม หุนหันผอง ก้าวร้าว เอาแต่ใจตนเอง ไม่สนใจความรู้สึก

ของผู้อื่น ขาดความรับผิดชอบ (11) บุคลิกภาพอารมณ์แปรปรวน (Affective Personality) มีอารมณ์แปรปรวน สลับดีใจเสียใจ แสดงออกเปิดเผย ขาดมนุษยสัมพันธ์กับผู้อื่น (12) บุคลิกภาพหวาดระแวง (Paranoid Personality) เป็นคนชอบตั้งคำถาม ระแวงผู้อื่น มองโลกในแง่ร้าย ไม่รู้จักให้อภัยผู้อื่น ชอบใช้ความรุนแรงแก้ปัญหาความขัดแย้ง และชอบพยายามหาข้ออื่น

แนวคิดเกี่ยวกับการใช้และความพึงพอใจ

แนวคิดเกี่ยวกับการใช้และความพึงพอใจ เป็นการศึกษาบทบาทหน้าที่ของสื่อ เพียงแต่ว่าแทนที่จะมองว่าสื่อมีบทบาทหน้าที่อย่างไรกับสังคม ก็เปลี่ยนมุมมองเป็นว่าแต่ละคนใช้สื่อเพื่อวัตถุประสงค์ใด ซึ่ง Blumler McQuail and Brown (อ้างใน กาญจนาก้าวเทพ, 2547, น. 375-379) ได้แยกหมวดหมู่หน้าที่ของสื่อในมุมมองของผู้รับสารออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ความเพลิดเพลิน (Diversion) การมีมนุษยสัมพันธ์ (Personal Relationships) เอกลักษณ์ของบุคคล (Personal Identity or Individual psychology) การติดตามข่าวสาร (Surveillance) จากแนวคิดนี้ผู้วิจัยได้นำมาปรับใช้เพื่อศึกษาลักษณะพฤติกรรมกรรมการใช้เฟซบุ๊กของประชากรในเจนเนอเรชั่น Z จังหวัดชัยภูมิ

ขอบเขตการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ประชากรในเจนเนอเรชั่น Z จังหวัดชัยภูมิ ช่วงอายุระหว่าง 8 – 23 ปี
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างในเจนเนอเรชั่น Z จังหวัดชัยภูมิ ช่วงอายุระหว่าง 8 – 23 ปี จำนวน 390 คน โดยเก็บข้อมูลในช่วง พฤษภาคม 2561 – มิถุนายน 2561
3. ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ภูมิหลัง, บุคลิกภาพ และ พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของประชากรในเจนเนอเรชั่น Z จังหวัดชัยภูมิ

นิยามศัพท์

1. ประชากรในเจนเนอเรชั่น Z จังหวัดชัยภูมิ หมายถึง ประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชัยภูมิ ช่วงอายุระหว่าง 8 – 23 ปี
2. ภูมิหลัง หมายถึง ลักษณะความเป็นมาข้อมูลส่วนตัวของประชากรในเจนเนอเรชั่น Z จังหวัดชัยภูมิ เช่น อายุ รายได้ สถานภาพทางครอบครัว ที่พักอาศัย

3. พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก หมายถึง รูปแบบการใช้ประโยชน์จากสื่อของบุคคล ซึ่งแบ่งรูปแบบออกเป็น ความเพลิดเพลิน (Diversion) การมีมนุษยสัมพันธ์ (Personal Relationships) เอกลักษณ์ของบุคคล (Personal Identity or Individual psychology) การติดตามข่าวสาร (Surveillance) (Blumler McQuail and Brown, 1972 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2547)

4. บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะเด่นของอุปนิสัยของแต่ละบุคคลซึ่งจะมีความแตกต่างกันไป ซึ่งจำแนกลักษณะของบุคลิกภาพได้ดังต่อไปนี้ (ศรีธรรม ฐานะภูมิ, 2535 อ้างใน ยุทธพงษ์ เมฆคะ, 2554)

บุคลิกภาพพึ่งพาผู้อื่น (Dependent personality) หมายถึง เป็นผู้ที่มีลักษณะอ่อนแอ ไม่สามารถช่วยตัวเองได้ ขาดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ไม่ชอบการถูกทอดทิ้ง

บุคลิกภาพคือเงียบ (Passive-aggressive personality) หมายถึง เป็นคนที่ชอบต่อต้านแต่ไม่แสดงออกมาโดยทันที แต่จะใช้การนิ่งเฉย เพิกเฉย แทนการแสดงออกว่าต่อต้าน ไม่รับผิดชอบในงาน ใช้การอ้างเหตุผลเพื่อหลีกเลี่ยงความผิดพลาดที่เกิดขึ้น

บุคลิกย้ำคิดย้ำทำ (Obsessive-compulsive personality) หมายถึง มีลักษณะเจ้าระเบียบเคร่งครัด ไม่ยืดหยุ่น เข้มงวดต่อกฎเกณฑ์ ชอบบงการให้ผู้อื่นกระทำในสิ่งที่ตนเองต้องการ คิดเสมอว่าผู้อื่นไม่สามารถทำงานได้ดีเท่าตนเอง

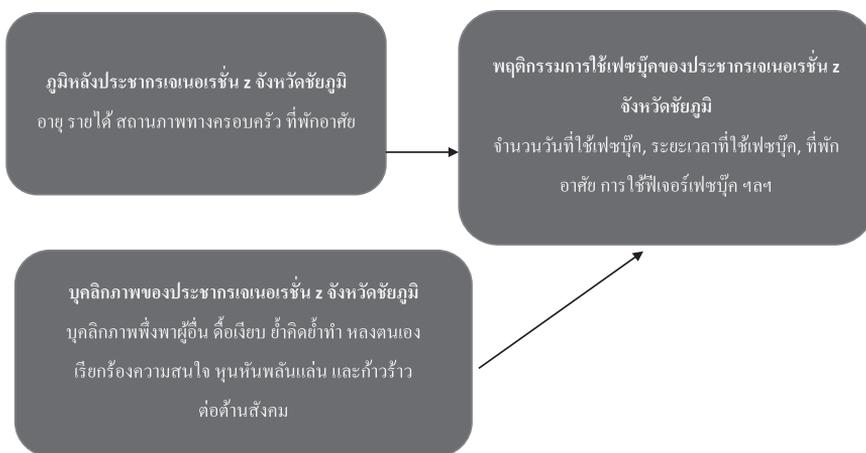
บุคลิกภาพหลงตนเอง (Narcissistic personality) หมายถึง มีลักษณะชื่นชมตนเองอย่างมากว่ามีความสามารถและประสบความสำเร็จสูง วิตกกังวลต่อคำวิจารณ์ของผู้อื่น และไม่ค่อยมีน้ำใจต่อผู้อื่น ไม่ยินดีในความสำเร็จของผู้อื่น เห็นผู้อื่นประสบความสำเร็จมากกว่าตนไม่ได้

บุคลิกภาพเรียกร้องความสนใจ (Histrionic personality) หมายถึง เป็นคนเจ้าอารมณ์ต้องการการยกย่อง การยอมรับ และคำปลอบใจจากผู้อื่นเสมอ มีอารมณ์แปรปรวน ใช้ความเด่นทางเพศของตนดึงดูดความสนใจจากผู้อื่น

บุคลิกภาพหุนหันพลันแล่นและก้าวร้าว (Impulsive aggressive personality) หมายถึง การกระทำสิ่งต่างๆ ไม่มีการวางแผนล่วงหน้า โกรธง่าย มีอุปนิสัยอารมณ์ร้อนควบคุมตนเองได้น้อย มักกระทำความต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว และก้าวร้าวรุนแรง

บุคลิกภาพต่อต้านสังคม (Antisocial personality) หมายถึง ชอบการขัดแย้งกับผู้อื่น ชอบฝ่าฝืนไม่เคารพกฎระเบียบต่าง ๆ ของสังคม หงุดหงิดง่าย ก้าวร้าว เอาแต่ใจตนเองไม่สนใจความรู้สึกของผู้อื่น ขาดความรับผิดชอบ

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาได้แก่ ประชากรในเจนเนอเรชั่น Z จังหวัดชัยภูมิ ช่วงอายุระหว่าง 8 – 23 ปี

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัย ได้แบ่งตามเกณฑ์ของประชากรในเจนเนอเรชั่น Z ได้ 3 กลุ่ม คือ 1) ช่วงอายุ 8 – 12 ปี 2) ช่วงอายุ 13 – 18 ปี และ 3) ช่วงอายุ 19 – 23 ปี และเนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของประชากร ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณประชากรกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตร

$$n = \frac{P(1-P)(Z^2)}{e^2}$$

โดยได้กลุ่มตัวอย่าง = 384.16 หรือ 390 คน

จากนั้นนำมาสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) เพื่อให้ได้สัดส่วนตามประชากรทั้ง 3 ระดับการศึกษา ดังนี้ 1) จำนวนตัวอย่าง ช่วงอายุ 8 – 12 ปี = 130 คน 2) จำนวนตัวอย่าง ช่วงอายุ 13 – 18 ปี = 130 คน และ 3) จำนวนตัวอย่าง ช่วงอายุ 19 – 23 ปี = 130 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม(Questionnaire) โดยแบบสอบถามดังกล่าวประกอบด้วยคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended Questions) รวมทั้งแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale Questions) โดยแบ่งโครงสร้างคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 คำถามทั่วไปเกี่ยวกับภูมิหลังประชากรในเจนเอเรชั่น Z ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของประชากรในเจนเอเรชั่น Z ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับบุคลิกภาพของประชากรในเจนเอเรชั่น Z และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม/แบบสัมภาษณ์ การกำหนดคะแนนคำตอบที่ได้จากแบบสอบถามในการวัดค่าตัวแปรต่างๆ เพื่อกำหนดค่าทางสถิติ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ การวิเคราะห์เชิงพรรณนาและการวิเคราะห์เชิงอนุมาน

(1) การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการอธิบายถึงลักษณะของ ข้อมูลตามความแตกต่างกันในลักษณะต่าง ๆ โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลทางประชากรศาสตร์

(2) การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการทดสอบหาความแตกต่างของภูมิหลังของประชากรเจนเอเรชั่น Z พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก และใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์ Pearson's product-moment coefficient เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพและพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ทางสถิติ

ผลการวิจัย

1. ภูมิหลังทางประชากรศาสตร์

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้อยละของภูมิหลังทางประชากรศาสตร์

ลักษณะภูมิหลังทางประชากรศาสตร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
อายุ		
8-12 ปี	130	33.3
13-18 ปี	130	33.3

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้อยละของภูมิหลังทางประชากรศาสตร์ (ต่อ)

ลักษณะภูมิหลังทางประชากรศาสตร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
19-23 ปี	130	33.3
การศึกษา		
ประถมศึกษา	130	33.33
มัธยมศึกษาตอนต้น	45	11.54
มัธยมศึกษาตอนปลาย	63	16.15
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	21	5.38
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	26	6.67
ปริญญาตรี	105	26.92
รายได้ตนเอง		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2,000 บาท	166	42.56
2,001 – 4,000 บาท	103	26.41
4,001 – 6,000 บาท	42	10.77
6,001 – 8,000 บาท	20	5.13
8,001 บาท ขึ้นไป	59	15.13
สถานภาพครอบครัว		
บิดามารดาอยู่ด้วยกัน	307	78.72
อยู่ร้างกัน	44	11.28
แยกกันอยู่	28	7.18
บิดาถึงแก่กรรม	6	1.54
มารดาถึงแก่กรรม	5	1.28
รายได้		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2,000 บาท	18	4.62
2,001 – 4,000 บาท	24	6.15
4,001 – 6,000 บาท	35	8.97

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้อยละของภูมิหลังทางประชากรศาสตร์ (ต่อ)

ลักษณะภูมิหลังทางประชากรศาสตร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
6,001 – 8,000 บาท	47	12.05
8,001 บาท ขึ้นไป	266	68.21
ที่พักอาศัย		
บ้านตนเอง	310	79.49
บ้านญาติ	24	6.15
หอพักหรืออพาร์ทเมนต์	43	11.03
หอพักหรืออพาร์ทเมนต์ภายในสถานศึกษา	13	3.33

ผลการศึกษาด้านอายุพบกลุ่มตัวอย่าง อายุ 8-12 ปี จำนวน 130 คน หรือ ร้อยละ 33.3, กลุ่มตัวอย่างอายุ 13-18 ปี จำนวน 130 คน หรือ ร้อยละ 33.3 และ กลุ่มตัวอย่างอายุ 13-18 ปี จำนวน 130 คน หรือ ร้อยละ 33.3

ด้านระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาระดับประถมศึกษาจำนวน 130 คน หรือ ร้อยละ 33.33 ด้านรายได้ของตนเองพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2,000 บาท จำนวน 166 คน หรือ ร้อยละ 42.56 ด้านสถานภาพครอบครัว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ บิดามารคายู่ด้วยกันจำนวน 307 คน หรือ ร้อยละ 78.72 ด้านรายได้ผู้ปกครองพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ รายได้ 8,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 266 คน หรือ ร้อยละ 68.21 และด้านที่พักอาศัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาศัยบ้านตนเอง จำนวน 310 คน หรือ ร้อยละ 79.49

2. ด้านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก

2.1 ข้อมูลการใช้เฟซบุ๊ก

ผลการศึกษา พบว่า จำนวนการใช้เฟซบุ๊กต่อสัปดาห์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เฟซบุ๊กทุกวัน จำนวน 256 คน หรือ ร้อยละ 65.64 และ ใช้เฟซบุ๊ก 6 วัน ต่อสัปดาห์ น้อยที่สุด จำนวนร้อยละ .51 ด้านเวลาการใช้เฟซบุ๊กในแต่ละครั้ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เฟซบุ๊กน้อยกว่า 30 นาที จำนวน 250 คน หรือ ร้อยละ 64.10 และ ใช้เฟซบุ๊กระหว่าง 1-1.5 ชั่วโมง น้อยที่สุด จำนวน 20 คน หรือ ร้อยละ 5.13 ด้านระยะเวลาที่ใช้เฟซบุ๊กต่อวันพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาการใช้เฟซบุ๊กน้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 143 คน หรือ ร้อยละ 36.67

และ ใช้เฟซบุ๊กระหว่าง 3-4 ชั่วโมง น้อยที่สุด จำนวน 27 คน หรือ ร้อยละ 6.92 ด้านช่วงเวลาที่ใช้เฟซบุ๊กเป็นประจำมากที่สุดพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้เฟซบุ๊กช่วงเวลา 18.01 – 21.00 น. จำนวน 163 คน หรือ ร้อยละ 41.79 และ ใช้เฟซบุ๊กช่วงเวลา 6.00 – 9.00 น. น้อยที่สุด จำนวน 26 คน หรือ ร้อยละ 6.67 ด้านจำนวนบัญชีเฟซบุ๊กพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนเฟซบุ๊ก 1 บัญชี จำนวน 274 คน หรือ ร้อยละ 70.26 และ กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนบัญชี 3 บัญชี น้อยที่สุด จำนวน 16 คน หรือ ร้อยละ 4.10

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละของข้อมูลการใช้เฟซบุ๊ก

ลักษณะข้อมูลการใช้เฟซบุ๊ก	จำนวน(คน)	ร้อยละ
จำนวนการใช้เฟซบุ๊กต่อสัปดาห์		
1 วัน	28	7.18
2 วัน	25	6.41
3 วัน	43	11.03
4 วัน	14	3.59
5 วัน	22	5.64
6 วัน	2	.51
ทุกวัน	256	65.64
เวลาการใช้เฟซบุ๊กในแต่ละครั้ง		
น้อยกว่า 30 นาที	250	64.10
ระหว่าง 30 นาที - 1 ชั่วโมง	57	14.62
ระหว่าง 1- 1.5 ชั่วโมง	20	5.13
ระหว่าง 1.5 - 2 ชั่วโมง	28	7.18
2 ชั่วโมง ขึ้นไป	35	8.97
ระยะเวลาที่ใช้เฟซบุ๊กต่อวัน		
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	143	36.67
ระหว่าง 1-2 ชั่วโมง	108	27.69
ระหว่าง 2-3 ชั่วโมง	84	21.54

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละของข้อมูลการใช้เฟซบุ๊ก (ต่อ)

ลักษณะข้อมูลการใช้เฟซบุ๊ก	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ระหว่าง 3- 4 ชั่วโมง	27	6.92
4 ชั่วโมง ขึ้นไป	28	7.18
ช่วงเวลาที่ใช้เฟซบุ๊กเป็นประจำมากที่สุด		
6.00 – 9.00 น.	26	6.67
9.01 – 12.00 น.	41	10.51
12.01 – 15.00 น.	52	13.33
15.01– 18.00 น.	31	7.95
18.01 – 21.00 น.	163	41.79
21.01 น. เป็นต้นไป	77	19.74
จำนวนบัญชีเฟซบุ๊ก		
1 บัญชี	274	70.26
2 บัญชี	80	20.51
3 บัญชี	16	4.10
4 บัญชี ขึ้นไป	20	5.13

2.2 พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก

ผลการศึกษา พบว่าพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กด้านการใช้ฟิเจอร์ต่างๆ โดยรวม อยู่ระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.61$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การใช้เฟซบุ๊กเมสเซนเจอร์ ในการติดต่อเพื่อนหรือคนรู้จัก อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.98$) รองลงมา ก็คือการใช้ฟิเจอร์ ต่าง ๆ กดติดตามและถูกใจในแฟนเพจที่ชื่นชอบ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.27$) และ ติดตามชมโปรไฟล์เฟซบุ๊กเพื่อนหรือคนรู้จัก อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.98$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก

ลักษณะพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก	\bar{x}	ระดับ
1. ใช้เฟซบุ๊กเมสเซนเจอร์ในการติดต่อเพื่อนหรือคนรู้จักในเฟซบุ๊ก	3.98	มาก
2. ใช้พีเจอร์ท่าง ๆ กดติดตามและถูกใจในแฟนเพจที่ชื่นชอบ	3.27	ปานกลาง
3. ใช้พีเจอร์ท่าง ๆ โปสค์รูปตนเองหรือรูปอื่น ๆ ลงบนเฟซบุ๊กของตนเสมอ	2.37	น้อย
4. เล่นเกมส์ที่ให้บริการบนเฟซบุ๊ก	2.01	น้อย
5. ติดตามชมโปรไฟล์เฟซบุ๊กเพื่อนหรือคนรู้จัก	2.98	ปานกลาง
6. ค้นหาเพื่อนใหม่และเพื่อนเก่าจากเฟซบุ๊ก	2.66	ปานกลาง
7. แสดงความคิดเห็นบนบนสถานะเฟซบุ๊กของผู้อื่น	1.61	น้อยที่สุด
8. ใช้ในการค้นหาสินค้าและบริการ	2.11	น้อย
9. ใช้อัพโหลดวิดีโอของตนเองเพื่อเผยแพร่	1.82	น้อย
10. ชมวิดีโอที่ผู้อื่นอัพโหลดในเพจ กลุ่ม หรือสาธารณะ	3.24	ปานกลาง

3. ด้านบุคลิกภาพ

ผลการศึกษา พบว่าบุคลิกภาพพึ่งพาผู้อื่น (Dependent personality) โดยรวมอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.83$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ไม่ต้องการทำกิจกรรมต่างๆ เพียงลำพัง อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.01$) รองลงมา คือต้องการให้เพื่อนช่วยแก้ปัญหาเมื่อเกิดปัญหา อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.78$) และ ชอบอยู่ในสถานที่ที่มีคนพลุกพล่าน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.65$) ตามลำดับ

บุคลิกภาพคือเจียบ (Passive-aggressive personality) โดยรวมอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.72$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สามารถควบคุมความรู้สึกได้หากไม่พอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.08$) รองลงมา คือเมื่องานผิดพลาดมักจะมีเหตุผลกับปัญหาที่เกิดขึ้น อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.76$) และ เมื่องานผิดพลาดมักจะมีเหตุผลกับปัญหาที่เกิดขึ้น อยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.76$) ตามลำดับ

เช่นเดียวกับ บุคลิกย้ำคิดย้ำทำ (Obsessive-compulsive personality) โดยรวมอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.82$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การทำงานด้วยตนเองดีกว่า มอบหมายให้คนอื่น อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.29$) รองลงมา คือเป็นคนเจ้าระเบียบ

เคร่งครัดในกฎระเบียบ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.66$) และ ชอบวางแผนการทำงานให้ผู้อื่น อยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.49$) ตามลำดับ

ด้านบุคลิกภาพหลงตนเอง (Narcissistic personality) โดยรวมอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.11$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มักจะอ่อนไหวต่อคำวิจารณ์ของผู้อื่น อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.22$) รองลงมา คือเป็นคนมั่นใจในตนเองหากคิดทำสิ่งใดแล้วต้องประสบความสำเร็จ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.07$) และ หาข้อบกพร่องในงานของผู้อื่นอยู่เพื่อนำมาปรับปรุงการทำงานของตนเอง อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.04$) ตามลำดับ

บุคลิกภาพหลงตนเอง (Narcissistic personality) โดยรวมอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.30$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า คำชมเป็นสิ่งสำคัญในการให้กำลังใจกับการทำงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$) รองลงมา คือสามารถเปลี่ยนแปลงอารมณ์ได้อย่างรวดเร็ว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.30$) และ แสดงความสามารถของตนเองให้ผู้อื่นยอมรับ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.87$) ตามลำดับ

บุคลิกภาพหุนหันพลันแล่นและก้าวร้าว (Impressive aggressive personality) พบว่าโดยรวมอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.79$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า แสดงอารมณ์ทันทีเมื่อเกิดเหตุการณ์ไม่พอใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.12$) รองลงมา คือชอบทำอะไรที่เน้นความรวดเร็วเป็นหลัก อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.05$) และ การจะทำอะไรไม่ต้องมีการวางแผนล่วงหน้า อยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.19$) ตามลำดับ

ส่วนบุคลิกภาพต่อต้านสังคม (Antisocial personality) โดยรวมอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.04$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ชอบแสดงความคิดเห็นแตกต่างจากผู้อื่น อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.23$) รองลงมา คือยึดมั่นในความคิดของตนเองเป็นหลัก อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.06$) และ ไม่เคร่งครัดกับกฎระเบียบหรือข้อตกลงของหมู่คณะมากนัก อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.82$) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. ประชากรเจเนอเรชัน Z จังหวัดชัยภูมิที่มีภูมิหลังแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊ก ต่างกัน

ตารางที่ 4 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน ประชากรเจเนอเรชั่น Z จังหวัดชัยภูมิ ที่มี รายได้ผู้ปกครองแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊กต่างกัน

ลักษณะภูมิหลังที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊ก	F	P	สมมติฐาน
1. ภูมิหลังด้านอายุ	3.67	.026	ยอมรับ
2. ภูมิหลังด้านการศึกษา	2.09	0.66	ปฏิเสธ
3. ภูมิหลังด้านรายได้	.97	.423	ปฏิเสธ
4. ภูมิหลังด้านสถานภาพครอบครัว	1.60	.173	ปฏิเสธ
5. ภูมิหลังด้านรายได้ผู้ปกครอง	2.87	0.23	ปฏิเสธ
6. ภูมิหลังด้านที่พักอาศัย	.60	.614	ปฏิเสธ

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบรายคู่เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างภูมิหลังด้านอายุกับพฤติกรรม การใช้งานเฟซบุ๊กของประชากรเจเนอเรชั่น Z จังหวัดชัยภูมิ

กลุ่มอายุ	\bar{X}	8-12 ปี	13-18 ปี	19-23 ปี
		2.52	2.56	2.75
1. 8-12 ปี	2.52	-	.629	.011
2. 13-18 ปี	2.56	.629	-	.039
3. 19-23 ปี	2.75	.011	.039	-

จากตารางที่ 5 ผลการทดสอบรายคู่เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ภูมิหลัง ด้านอายุกับพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊กของประชากรเจเนอเรชั่น Z จังหวัดชัยภูมิ พบว่า มีเพียงระหว่าง กลุ่มอายุ 8-12 ปี กับ กลุ่มอายุ 13-18 ปี ที่มีพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊ก ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. สมมติฐานที่ 2 บุคลิกภาพของประชากรในเจเนอเรชั่น Z จังหวัดชัยภูมิ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊ก

ตารางที่ 6 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน บุคลิกภาพของประชากรในเจนเอเรชั่น Z จังหวัดชัยภูมิ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊ก

บุคลิกภาพของประชากรในเจนเอเรชั่น Z	Pearson Correlation(r)	Sig.
1. บุคลิกภาพแบบพึ่งพาผู้อื่น	.53	.000
2. บุคลิกภาพคือเจียบ	.45	.000
3. บุคลิกภาพย้าคิย้าทำ	.38	.000
4. บุคลิกภาพหลงตนเอง	.40	.000
5. บุคลิกภาพเรียกร้องความสนใจ	.36	.000
6. บุคลิกภาพหุนหันพลันแล่นและก้าวร้าว	.44	.000
7. บุคลิกภาพต่อต้านสังคม	.30	.000

สรุปและอภิปรายผล

1. ประชากรเจนเอเรชั่น Z จังหวัดชัยภูมิ ที่มีภูมิหลังในด้านอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊ก ต่างกัน ซึ่งกิติมา สุรสนธิ (2541) ได้อธิบายไว้ว่า อายุ คือ ปัจจัยที่มีผลกับพฤติกรรมสื่อสารของมนุษย์ เพราะอายุจะเป็นตัวบ่งบอกถึงระยะเวลาการดำเนินชีวิตของบุคคลนั้น ๆ ซึ่งตัวแปรด้านอายุมีผลต่อการหล่อหลอม อุดมการณ์ของแต่ละคน เช่น เด็กก็จะสามารถชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ใหญ่ และผลการศึกษารังนี้ ยังสอดคล้องกับการศึกษาของนุชรีย์ แผ่นทอง (2555) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์บนเฟซบุ๊กของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ในด้านอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ เครือข่ายสังคมออนไลน์บนเฟซบุ๊ก

2. บุคลิกภาพของประชากรในเจนเอเรชั่น Z จังหวัดชัยภูมิ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก ต่อพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊ก ผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าบุคลิกภาพของประชากร ในเจนเอเรชั่น Z จังหวัดชัยภูมิ และพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊ก เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยบุคลิกภาพแบบพึ่งพาผู้อื่น ($r = .53$) มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ ธีรพงษ์ พุ่มพุกภัย และ ณัฐชนน หงส์วิทธิธร (2553) ที่ศึกษาเรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพกับพฤติกรรมการใช้ภาษาไทยในสังคมออนไลน์

พบว่า พฤติกรรมการใช้ภาษาไทยบนระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพแบบแสดงตัว ซึ่งพฤติกรรมการใช้ภาษาไทยในเครือข่ายสังคมออนไลน์สามารถแสดงถึงบุคลิกภาพของบุคคลที่ใช้ และสอดคล้องกับ ภาสวรรณ ธีรอรธร (2555) ที่ศึกษาเรื่อง บุคลิกภาพและค่านิยมที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคเพศหญิงในการเลือกซื้อกระเป๋าหิ้วสตรีวิตตองในกรุงเทพมหานคร พบว่า บุคลิกภาพชอบความหรูหรา และเน้นสินค้า นำสมัย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อกระเป๋าหิ้วสตรี วิตตอง ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง และบุคลิกภาพรักสวยรักงาม กล้าแสดงออก ชอบเป็นจุดสนใจ ชอบเป็นผู้นำและชอบนำแฟชั่น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อกระเป๋าหิ้วสตรี วิตตอง ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งจากงานวิจัยที่สอดคล้องทั้ง 2 เรื่องพบว่าตัวแปรทางด้านบุคลิกภาพจะมีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านพฤติกรรมไปในทิศทางเดียวกัน

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้จะพบว่าลักษณะประชากรทางด้านอายุของกลุ่มบุคคลในเจนเนอเรชั่น Z เป็นตัวแปรที่ส่งผลให้ระดับอายุแต่ละช่วงชั้นของกลุ่มเจนเนอเรชั่น Z มีความแตกต่างต่างกันในเรื่องของการใช้โซเชียลที่อยู่ในเฟซบุ๊ก ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น ผู้ปกครองจึงควรให้ความสำคัญในการดูแลการใช้เฟซบุ๊กเป็นพิเศษ โดยเฉพาะในช่วงอายุที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะเพราะเด็กในวัยนี้ยังไม่มีความสามารถในการดำรงชีวิตเทียบเท่ากับคนที่บรรลุนิติภาวะแล้ว

รายการอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2553). สื่อสารมวลชน:ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพฯ: บริษัท แบรินด์เอง จำกัด.
- กิติมา สุรสนธิ. (2541). ความรู้ทางการสื่อสาร (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพมหานคร: บิสดิเนนส์อาร์แอนด์ดี.
- ธีรพงษ์ พุ่มพุกภัย และ ณัฐชนน หงส์วริทธิ์ธร. (2553). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพกับพฤติกรรมการใช้ภาษาไทยในสังคมออนไลน์. วิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา, 8 (1), 36-51.
- ธัญนันท์ วีรภัทรรุ่งโรจน์. (2559). ลักษณะความแตกต่างระหว่าง Generation X, Y และ Z ในกรุงเทพมหานครและพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- นุชรีย์ แผ่นทอง. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์บน Facebook ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต กรุงเทพมหานคร: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ภาสวรรณ ชีรอรอด. (2555). บุคลิกภาพและค่านิยมที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคเพศหญิงในการเลือกซื้อกระเป๋าหิ้วสัตว์ตองในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ยุทธพงษ์ เมฆกะ. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพกับผลการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดกองบังคับการอำนวยการ ตำรวจภูธรภาค 6. ค้นคว้าด้วยตนเอง ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- วันวิสาข์ เจริญนาน. (2555). รายงานผลการวิจัยพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดีย (social media). กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยเอแบคค้นคว้าวิจัยทางสังคม การจัดการและธุรกิจ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ.
- ศรีธรรม ธนะภูมิ. (2535). พัฒนาการทางอารมณ์และบุคลิกภาพ. กรุงเทพฯ : ชวนพิมพ์.
- Robbins, S.P. *Essentials of Organizational Behavior*. 5thed N. J.: Prentice-Hall, 1997.
<https://www.internetworldstats.com/asia.htm#th>