วิทยานิพนธ์เรื่อง พฤติกรรมการใช้ประโยชน์แอพพลิเคชั่นผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่มีผลต่อการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย: กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี

คำสำคัญ แอพพลิเคชั่น สื่อโซเชียลมีเดีย การตัดสินใจ การมีคู่ต่างชาติ

นักศึกษา อัมรินทร์ ข้อสม

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดร.ธนชาติ จันทร์เวโรจน์

หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

คณะ นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ปีการศึกษา 2561

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้ประโยชน์แอพพลิเคชั่นผ่านสื่อโซเชียลมีเดียมีผลต่อการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี 2) ศึกษาพฤติกรรมการใช้แอพพลิเคชั่นผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่มีผลต่อการตัดสินใจในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี 3) ศึกษาการใช้ประโยชน์แอพพลิเคชั่นผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่มีผลต่อการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี 4) ศึกษาการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้หญิงไทยที่มีอายุระหว่าง 16-60 ปี อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดอุดรธานี จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกันกันด้วยค่า Independent-Samples t-test และการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัวแปร ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) F-test และใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation) ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 36-45 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท อายุเฉลี่ยของคู่ต่างชาติที่คิดว่าเหมาะสมที่สุดคือ อายุ 41-45 ปี มีวัตถุประสงค์ในการใช้แอพพลิเคชันเพื่อยกระดับสภาพเศรษฐกิจความเป็นอยู่ของตนเองและครอบครัว ส่วนมาก คิดว่าชาวต่างชาติ ชาติฝรั่งเศสเหมาะสมและต้องการมาเป็นคู่มากที่สุด 2) พฤติกรรมการใช้แอพพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียใน

การมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี พบว่า เวลาเฉลี่ยในการใช้แอพพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติ 3-4 ชั่วโมง/วัน ความถี่ในการใช้แอพพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติ 6-10 ครั้ง/ชั่วโมง ช่วงเวลาในการใช้แอพพลิเคชัน ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติ 18.01-24.00 น. อุปกรณ์การใช้แอพพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติ คือ สมาร์ทโฟน สถานที่ ในการใช้แอพพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติ คือ ที่บ้าน แอพพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่ท่านใช้มากที่สุด คือ Facebook ใช้แอพพลิเคชันหาคู่ต่างชาติ ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย Facebook มากที่สุด มีความคิดเห็นว่าแอพพลิเคชันหาคู่ต่างชาติผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย Facebook ที่ตอบสนองความต้องการของท่านมากที่สุด และแอพพลิเคชันหาคู่ต่างชาติ ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย Facebook มีประสิทธิภาพมากที่สุด 3) การใช้ประโยชน์จากแอพพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทยการใช้ประโยชน์จากแอพพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในการมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเศรษฐกิจและสังคมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ด้านการสื่อสาร ด้านการศึกษาและเทคโนโลยี ด้านความบันเทิง และ 4) การตัดสินใจมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทยในเขตจังหวัดอุดรธานีโดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลรอบด้านมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาด้านการตัดสินใจบนพื้นฐานความเคยชิน และด้านการตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลจำกัด

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1) อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุเฉลี่ยของคู่ต่างชาติที่คิดว่าเหมาะสมและวัตถุประสงค์ในการใช้แอพพลิเคชันแตกต่างกันมีผลในการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้น ระดับการศึกษา อาชีพ อายุเฉลี่ยของคู่ต่างชาติที่คิดว่าเหมาะสมมากที่สุดแตกต่างกันมีผลในการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติไม่แตกต่างกัน 2) พฤติกรรมการใช้แอพพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียแตกต่างกันมีผลในการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติแตกต่างกันมีผลในการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 3) การใช้ประโยชน์จากแอพพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ด้านเศรษฐกิจและสังคม ด้านการศึกษาและเทคโนโลยี ด้านการสื่อสาร ด้านความบันเทิง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ความถี่ในการใช้แอพพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียและเหตุผลที่ใช้ช่องทางแอพพลิเคชันหาคู่ต่างชาติผ่านสื่อโซเชียลมีเดียมีความสัมพันธ์ ในระดับต่ำมากกับการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี ส่วนเวลาเฉลี่ยในการใช้แอพพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียและช่วงเวลาในการใช้แอพพลิเคชันผ่านสื่อโซเชียลมีเดียไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจมีคู่ต่างชาติของผู้หญิงไทย กรณีศึกษา จังหวัดอุดรธานี