



วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร

MUT Journal of Business Administration

ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2554)

Volume 8 Number 2 (July – December 2011)

ทัศนคติและพฤติกรรมการ Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone ของวัยรุ่นกลุ่ม Generation Y

Attitude and Chatting behavior on Smartphone of Generation Y

ชื่นสุมล บุนนาค Chuensumon Bunnag ^{1,*}

¹ Ph.D, อาจารย์ประจำ สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร กรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของวัยรุ่นกลุ่ม Generation Y ที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมการ Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นเพศชาย จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 และเพศหญิงจำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 พบว่า เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการ Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone ในเรื่องการเรียน ทางธุรกิจ และเรื่องทั่วไป แต่เพศมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการ Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone ในเรื่องนินทาและความรักที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยเพศหญิงจะมีแนวโน้ม Chat ในเรื่องเหล่านี้มากกว่าเพศชาย นอกจากนี้อายุที่แตกต่างกันจะมีวัตถุประสงค์ในการ Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone ในเรื่องทางธุรกิจ เรื่องการเรียน และเรื่องทั่วไปไม่แตกต่างกัน แต่อายุจะมีความแตกต่างกันในการ Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone ในเรื่องนินทา โดยเฉพาะในกลุ่มอายุช่วง 26-30 ปี มากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของวัยรุ่นกลุ่ม Generation Y ที่แตกต่างกันจะมีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการ Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

คำสำคัญ: พฤติกรรมการ Chat, โทรศัพท์มือถือ Smartphone, วัยรุ่นกลุ่ม Generation Y

* E-mail address: k_ardya@yahoo.com

ABSTRACT

The objective of this research is to explore the demographic distribution of Generation Y in regard to their attitudes and behaviors towards chatting on smartphones. A sample of 400 people comprised of 217 males (54.3%) and 183 females (45.8%). The research found that there was no significant correlation between sex and the objectives of chatting in terms of study, business and other general topics. Meanwhile, sex and chatting about gossips and love affairs were significantly correlated at 0.05 level, particularly among females. Different age groups showed no difference regarding the objectives of chatting on smartphones in terms of study, business and other general topics. However, the age group of 26-30 years old revealed a significant correlation between age and chatting about gossips. Overall, the research found that the demographic distribution of Generation Y correlated significantly with attitudes and chatting behaviors on smartphones at 0.05 level.

Keywords: Chatting, Smartphone, Generation Y

บทนำ

ปัจจุบันโทรศัพท์มือถือ Smartphone เป็นที่นิยมแพร่หลายในกลุ่มผู้ใช้ เนื่องจากเป็นโทรศัพท์ที่เป็นมากกว่าโทรศัพท์มือถือทั่วไปที่ใช้สำหรับการโทรออกและรับสาย โดยสามารถเชื่อมต่อเข้ากับการใช้งานอินเทอร์เน็ตได้คล้ายกับคอมพิวเตอร์แบบพกพา โดยผู้ใช้งานสามารถติดตั้งโปรแกรมเสริม (Application) สำหรับเพิ่มความสามารถของโทรศัพท์ของตนเองได้โดยรูปแบบนั้นขึ้นอยู่กับแพลตฟอร์มและระบบปฏิบัติการของโทรศัพท์มือถือ Smartphone ในแต่ละรุ่น (PC Magazine, 2542) ซึ่งผลการวิจัยของ Google Mobile Ad (2010) ได้เปิดเผยข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับผู้ใช้งานโทรศัพท์มือถือ Smartphone ว่า ได้กลายมาเป็นอุปกรณ์ที่ใช้เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันในปัจจุบัน โดยผู้ใช้งานมักจะใช้งานหลายๆ อย่างไปพร้อมกันกับสื่อประเภทอื่นๆ ด้วย เช่น 81% ใช้ในการท่อง Internet, 77% ใช้ในการค้นหาข้อมูล, 68% ใช้งาน Application และ 48% ชมวิดีโอบน Smartphone จะเห็นได้ว่าการใช้งาน Application บนมือถือนั้น ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wireless Intelligence (2011) ที่ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานสมาร์ทโฟน (iPhone, Android, Blackberry และ Symbian) ในประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศอังกฤษ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กลุ่ม Social Media เช่น Facebook และ Twitter กลายเป็น Application ที่มีผู้นิยมใช้มากที่สุด 29% และรองลงมาคือการเล่นเกมส์ 22% สุดท้ายคือการใช้งานด้านมัลติมีเดีย 15%

สำหรับประเทศไทย มียอดผู้ใช้งาน Facebook ถึง 4.8 ล้านคน (ก.ค.,2553) ซึ่งคิดเป็น 7 % ของประชากรทั้งประเทศ ในจำนวนนี้เป็นเพศชาย 44 % (2.1 ล้านคน) เพศหญิง 56% (2.7 ล้านคน) มีอายุระหว่าง 13-64 ปี มีอายุเฉลี่ย 25.9 ปี โดยกลุ่มอายุที่มีการใช้ Facebook สูงสุดอยู่ระหว่าง 16-30 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยผู้ใหญ่ตอนต้น (ภูไท เมฆกระจาย และ จิตติมา จงราชจันทร์, 2553) จะเห็นได้ว่า โทรศัพท์มือถือ Smartphone ปัจจุบันได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของกลุ่มวัยรุ่นโดยเฉพาะวัยรุ่นกลุ่ม Generation Y ที่มีอายุระหว่าง 15-30 ปี คือ กลุ่มวัยรุ่นนักเรียนนักศึกษาและกลุ่มวัยเริ่มทำงาน (First Jobber) ซึ่งกลุ่มนี้เติบโตมาพร้อมกับการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร (IT) สมัยใหม่ที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว คนกลุ่มนี้จึงนิยมการเปลี่ยนแปลงแบบก้าวกระโดด ชอบความทันสมัยของเทคโนโลยีดิจิทัล ที่นิยมใช้เพื่อความบันเทิงและการติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่มเพื่อน ซึ่งทำให้พฤติกรรมการใช้ชีวิตของวัยรุ่นกลุ่มนี้เปลี่ยนไปจากเดิม โดยเฉพาะการสื่อสารที่รวดเร็วเพียงแค่ปลายนิ้วสัมผัส การสนทนาในโลกดิจิทัลจึงกลายเป็นเทรนด์ใหม่ของการสื่อสาร แต่บางครั้งอาจจะนำภัยคุกคามมาสู่ผู้ใช้ได้ เช่น ข้อมูลจากค่ายเอไอเอสที่สำรวจพฤติกรรมวัยรุ่นในปัจจุบันพบว่าวัยรุ่นหลายล้านคน ติด Chat ขนาดหนัก วัยรุ่นประมาณ 80% เปลี่ยนจากหน้าจอคอมพิวเตอร์ มา Chat ผ่านมือถือ และเล่น Chat อย่างน้อยวันละ 9 ชั่วโมง หรือการ Chat ผ่านโปรแกรมของโทรศัพท์ยี่ห้อ BB ซึ่งพฤติกรรมติด Chat นี้กำลังกลายเป็นโรคภัยชนิดหนึ่งที่กำลังระบาดอย่างหนัก บางรายเป็นโรคบ้า Chat ถึงขั้นโคม่า ตื่นนอนตอนเช้าถึงเข้านอน ถ้าไม่ Chat เหมือนจะขาดใจตาย บางรายโทรศัพท์มือถือหาย ต้องวิ่งหียืมเงินมาซื้อเพื่อ Chat บางคนติด Chat มากจะมีพฤติกรรมแปลกๆชอบอยู่คนเดียว นั่งยิ้มคนเดียว อารมณ์ขึ้นลง และอาจจะสมาธิสั้น (วิณะชัย ยะนิทร, 2554) และบางครั้งอาจจะเกิดอาการนิ้วล็อคหาก Chat ต่อเนื่องเป็นเวลาดูติดต่อกัน

จากความสำคัญของปัญหาดังกล่าว จึงเป็นที่มาของการวิจัยเรื่อง ทศนคติและพฤติกรรม Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone ของวัยรุ่นกลุ่ม Generation Y โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของวัยรุ่นกลุ่ม Generation Y ตลอดจน ทศนคติและพฤติกรรม Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone โดยมีสมมติฐานทางการวิจัยดังนี้ คือ

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของวัยรุ่นกลุ่ม Generation Y มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการ Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone
2. ลักษณะประชากรศาสตร์ของวัยรุ่นกลุ่ม Generation Y ที่แตกต่างกันจะมีผลต่อทศนคติและพฤติกรรมในการ Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone แตกต่างกัน

การทบทวนวรรณกรรม

พบว่า การวิจัยส่วนใหญ่มักจะทำวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมทั่วไปของการใช้โทรศัพท์มือถือ , บ้างก็เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์มือถือ Smartphone และ พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและ Facebook ดังนั้น วิจัยเรื่อง ทศนคติและพฤติกรรม Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone ของวัยรุ่นกลุ่ม Generation Y นั้น จึงไม่พบการวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรม Chat โดยตรง เนื่องจากพฤติกรรม Chat เป็นเทรนด์ใหม่ของการสื่อสารเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้รวบรวมงานวิจัยที่

ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม – ธันวาคม 2554)

เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ต มานำเสนอเพื่อเป็นการเปรียบเทียบในแนวทางดังนี้

พฤติกรรมการ Chat หมายถึง การสนทนาอย่างเป็นกันเองโดยใช้วิธีพิมพ์ข้อความสั้นๆ โต้ตอบกับคู่สนทนา ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone ซึ่งเป็นวิธีการสนทนาดูคล้ายกับในอินเทอร์เน็ตต่างกันเพียงแค่อินเทอร์เน็ตสามารถใช้เสียงได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจเรื่อง “วัยรุ่นกับโทรศัพท์มือถือ” (กรุงเทพโพลล์, 2552) ที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากวัยรุ่นในเขตกทม.ที่ใช้โทรศัพท์มือถือจำนวนทั้งสิ้น 1,701 คน โดยเป็นเพศชาย ร้อยละ 48.8 และเพศหญิงร้อยละ 51.2 พบว่าวัตถุประสงค์ในการใช้โทรศัพท์มากที่สุดคือการพูดคุยและส่ง SMS ร้อยละ 57.7, ฟังเพลงและฟังวิทยุ ร้อยละ 20.3, ถ่ายรูปและถ่ายคลิป ร้อยละ 11.6, เล่นเกม ร้อยละ 5.6 และ เล่นอินเทอร์เน็ตและ Chat ร้อยละ 4.8

นอกจากนี้ พาณิชนพการพระนครโพลล์ (2548) ได้ทำการสำรวจเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ต จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ในการสำรวจรูปแบบการให้บริการอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า อันดับหนึ่งคือการ Search หาข้อมูล จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมา คือ E-mail และ เกมส์ online มีจำนวนเท่ากันคือ 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ถัดมาเป็นการฟังเพลง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ส่วนการ Chat มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามด้วยการอ่านข่าว จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และการ Down load มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ในขณะที่กระทุ้ง มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ส่วนการโหวต จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 สุดท้ายเป็นรูปแบบอื่นๆ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 นอกจากนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้อินเทอร์เน็ตผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภท PC มากที่สุด เป็นจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 82.0 รองลงมา คือ Notebook จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ถัดมาเป็นการใช้โทรศัพท์มือถือ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4 และเครื่อง PDA มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0



รูปที่ 1: พฤติกรรมการ Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone ของวัยรุ่น

ที่มา: www.manager.co.th

นพมณี ภารุ่งโรจน์รัตน์ (2553) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อและการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจำนวน 8 คน พบว่า เหตุที่ทำให้ตัดสินใจซื้อเครื่องรับโทรศัพท์ปัจจุบันที่เป็นสมาร์ตโฟนนั้น กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับสองประเด็นใกล้เคียงกันคือ การนำมาประยุกต์ใช้ในการทำงาน และการใช้เพื่อความ

ชื่นสมุล บุญนาค

บันเทิง สื่อที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญที่สุดคือสื่ออินเทอร์เน็ต โดยกลุ่มอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ สมาชิกในครอบครัว เพื่อน และคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ โดยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการซื้อ ได้แก่ การออกแบบและอุปกรณ์ที่ทันสมัย โดยมีราคาที่เหมาะสม และการลดราคาตัวเครื่องและบริการเสริม โดยผู้ซื้อเลือกซื้อจากสถานที่จัดหน่ายมีความน่าเชื่อถือ และเดินทางสะดวก

สถาบันคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม (2552) ได้ร่วมกับศูนย์คุ้มครองสิทธิผู้บริโภค ในกิจการโทรคมนาคม 13 จังหวัด จัดทำการวิจัยเรื่อง “การสำรวจพฤติกรรมเยาวชนต่อการใช้ โทรศัพท์มือถือ” โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 16-18 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 3,997 บาท จากการสำรวจพบว่า เยาวชนส่วนใหญ่มีโทรศัพท์มือถือครั้งแรกเมื่ออายุ 14 ปี พ่อแม่ผู้ปกครองซื้อให้เพื่อติดต่อกับสมาชิกในครอบครัว โดยใช้ระบบเติมเงินถึงร้อยละ 83.2 จ่ายค่าโทรศัพท์มือถือประมาณเดือนละ 355 บาท ใช้งานเฉลี่ยต่อวันประมาณ 1-5 ครั้ง ระยะเวลาที่โทรคุยอย่างต่อเนื่องยาวนานที่สุดประมาณ 1 ชั่วโมง 50 นาที ช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่ใช้โทรศัพท์มือถือจะเลือกตามความสะดวก รองลงมาคือช่วงเวลาหกลมเย็นถึงเที่ยงคืน และร้อยละ 30 เคยมีปัญหาเกี่ยวกับพ่อแม่ ผู้ปกครองเกี่ยวกับการใช้โทรศัพท์มือถือ เพราะใช้โทรศัพท์นานเกินไปและค่าโทรศัพท์ที่สูงเกินไป

สำหรับความคิดเห็นของเยาวชนต่อการใช้โทรศัพท์มือถือ พบว่า ร้อยละ 63 จำได้ว่าใช้โทรศัพท์มือถือไปโมชั่นอะไร ร้อยละ 50 เปลี่ยนไปโมชั่นเพราะไปโมชั่นเดิมหมดเวลา วิธีเลือกไปโมชั่นจะใช้วิธีศึกษาว่าเมื่อเปลี่ยนแล้วคุ้มค่า หรือประหยัดกว่า ปัญหาหลักที่พบในการใช้ระบบเติมเงิน คือ ปัญหาว้นหมด เงินไม่หมด แต่โทรออกไม่ได้ และปัญหาร้านค้าปลั๊กตั้งราคาขายบัตรเติมเงินเกินราคาหน้าบัตร ทั้งนี้เยาวชนกว่าร้อยละ 50.9 แก้ปัญหาว้นหมด เงินไม่หมด โดยวิธีเติมเงินเพื่อเพิ่มวันใช้งาน และส่วนใหญ่ไม่ทราบด้วยว่า มีกฎหมายห้ามจำกัดวันใช้งานของโทรศัพท์ในระบบเติมเงิน ส่วนความคิดเห็นของเยาวชนต่อการใช้บริการรับข้อมูลข่าวสารผ่านเอสเอ็มเอสหรือเอ็มเอ็มเอส พบว่า ร้อยละ 65.3 เคยใช้บริการรับข้อมูลข่าวสารผ่านเอสเอ็มเอสหรือเอ็มเอ็มเอส เพื่อรับข่าวเหตุการณ์สำคัญ ร้อยละ 37.1 ใช้ดาวน์โหลดเพลง ริงโทน ร้อยละ 28.4 เพื่อรับข่าวบันเทิง นอกจากนี้ยังพบว่า ร้อยละ 75.3 เคยได้รับการโฆษณาเชิญชวนให้ทดลองใช้บริการรับข้อมูลข่าวสารผ่านเอสเอ็มเอสหรือเอ็มเอ็มเอส และร้อยละ 55.6 เคยเสียค่าบริการรับเอสเอ็มเอสและเอ็มเอ็มเอสข้อมูลข่าวสารโดยไม่ได้ตั้งใจ เพราะไม่ได้ปฏิเสธการให้บริการ ร้อยละ 41.1 เคยพบปัญหาเสียเงินแล้วแต่ใช้บริการไม่ได้ ร้อยละ 40.4 เคยพบปัญหาดาวโหลดบริการเอสเอ็มเอสหรือเอ็มเอ็มเอสไม่เสร็จแต่ถูกคิดค่าบริการ และร้อยละ 29.9 เห็นว่าการคิดค่าบริการเอสเอ็มเอสและเอ็มเอ็มเอสแพงเกินไป นอกจากนี้ความคิดเห็นเยาวชนด้านความปลอดภัยและการใช้โทรศัพท์มือถือ พบว่า ร้อยละ 57.7 ต้องการให้เกิดการเผยแพร่ข้อมูลด้านความปลอดภัยกับผู้บริโภค ร้อยละ 52.7 ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกไปโมชั่นให้คุ้มค่า ร้อยละ 43.2 ต้องการทราบสิทธิของผู้ใช้บริการโทรศัพท์มือถือ นอกจากนี้เยาวชนส่วนใหญ่ เห็นว่า เด็กอายุต่ำกว่า 12 ไม่ควรใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อความปลอดภัยต่อสุขภาพ

ระเบียบวิธีการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งคำนวณโดยใช้สูตรทาร์โรว์ ยามาเน่ จากจำนวนประชากรไม่เกิน 10,000 คน จากนั้นใช้การสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) และการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ในขั้นตอนสุดท้ายซึ่งจะต้องเป็นผู้ที่ใช้โทรศัพท์มือถือ Smartphone เท่านั้น โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือปัจจุบัน
- ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับพฤติกรรมการ Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone
- ส่วนที่ 4 เกี่ยวกับทัศนคติต่อพฤติกรรมการ chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone

จากนั้น ได้ทำการทดสอบเครื่องมือการวิจัยโดยการทดสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content Validity) และเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้พิจารณาเนื้อหาและข้อคำถามของแบบสอบถาม จากนั้นจึงนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม ทั้งด้านการใช้ภาษา ความถูกต้อง และครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมด ส่วนการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ได้นำแบบสอบถาม จำนวน 30 ชุด ไปเก็บกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้โทรศัพท์มือถือ Smartphone โดยทำการหาค่าสัมประสิทธิ์ Alpha ได้ค่าเท่ากับ 0.832

ผลการวิจัย

การวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 และเพศหญิง จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 โดยมีอายุอยู่ในช่วง 21-25 ปีมากที่สุด จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 และมีรายได้ต่อเดือนประมาณ 3,001-5,000 บาท จำนวน 101 คนคิดเป็นร้อยละ 25.3 ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1: ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้โทรศัพท์มือถือ Smartphone

ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
1) ชาย	217	54.3
2) หญิง	183	45.8
รวม	400	100
อายุ		
1) 15 – 20 ปี	184	46.0
2) 21 – 25 ปี	204	51.0
3) 26 - 30 ปี	10	2.5
4) 31 – 35 ปี	2	0.5
รวม	400	100
รายได้ต่อเดือน		
1) ต่ำกว่า 3,000 บาท	72	18.0
2) 3,001 - 5,000 บาท	101	25.25
3) 5,001 – 7,000 บาท	79	19.75
4) 7,001 - 9,000 บาท	69	17.25
5) 9,001 บาท ขึ้นไป	69	17.25
6) ไม่ตอบ	10	2.5
รวม	400	100

ตารางที่ 2: พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือ Smartphone

ปัจจุบันใช้โทรศัพท์มือถือ Smartphone ของแบรนด์ใด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) iPhone	70	17.5
2) Blackberry	129	32.25
3) Nokia	108	27
4) Samsung	51	12.75
5) Motorola	7	1.75
6) HTC	7	1.75
7) I-mobile	8	2
8) LG	14	3.5
9) Other	6	1.5
รวม	400	100

ตารางที่ 2: พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือ Smartphone (ต่อ)

โทรศัพท์มือถือ Smartphone ที่ใช้ในปัจจุบันได้มาโดย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) พ่อ-แม่ซื้อให้	199	49.8
2) ซื้อเอง	178	44.5
3) แพนซื้อให้	12	3.0
4) อื่นๆ	11	2.7
รวม	400	100
ราคาโทรศัพท์มือถือ Smartphone ที่ใช้ปัจจุบัน (บาท)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) 5,001 - 10,000	162	40.1
2) 10,001 - 15,000	96	24.3
3) 15,001 - 20,000	61	15.8
4) 20,001 - 25,000	78	19
5) 25,001 - 30,000	3	0.8
รวม	400	100
ปัจจุบันใช้โทรศัพท์มือถือ Smartphone มานานแค่ไหน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) น้อยกว่า 1 ปี	191	47.8
2) 1 ปี	110	27.5
3) 2 ปี	47	11.8
4) 3 ปี	18	4.5
5) มากกว่า 3 ปีขึ้นไป	34	8.5
รวม	400	100
โปรแกรมที่ใช้ในการ chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) Whats App	89	22.25
2) Black Berry Messenger	112	28
3) Window Live Messenger	47	11.75
4) Facebook Chat	145	36.25
5) Skype	7	1.75
รวม	400	100
ช่วงเวลาใดที่ใช้ในการ Chat มากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) 06.00-10.00 น.	22	5.5
2) 10.00-14.00 น.	53	13.25
3) 14.00-18.00 น.	56	14
4) 18.00-22.00 น.	233	58.25
5) 22.00-02.00 น.	30	7.5
6) 02.00-06.00 น.	6	1.5
รวม	400	100

ชินสุมล บุนนาค

ตารางที่ 2: พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือ Smartphone (ต่อ)

มีการ Chat ในแต่ละวันกี่ครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) 1-3 ครั้ง	112	28.0
2) 4-6 ครั้ง	88	22.0
3) 7-9 ครั้ง	40	10
4) 10-12 ครั้ง	29	7.25
5) 13-15 ครั้ง	14	3.5
6) มากกว่า 15 ครั้ง	117	29.25
รวม	400	100
ในแต่ละครั้งใช้เวลา Chat บนมือถือ Smartphone นานแค่ไหน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) น้อยกว่า 10 นาที	119	29.75
2) 10 – 20 นาที	125	31.25
3) 30 นาที	59	14.75
4) 1 ชั่วโมง	29	7.25
5) มากกว่า 1 ชั่วโมง	68	17
รวม	400	100
คุณเคย Chat ในห้องเรียนบ้างหรือไม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) เคย	302	75.5
2) ไม่เคย	98	24.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือ Smartphone ดังนี้คือ นิยมใช้โทรศัพท์มือถือ Smartphone ของ Blackberry มากที่สุดจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25 รองลงมา คือ Nokia จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27 และ iPhone จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 ตามลำดับ ซึ่งพ่อแม่จะเป็นผู้ซื้อให้มากที่สุดจำนวน 199 คนคิดเป็นร้อยละ 49.8 โดยส่วนใหญ่จะใช้โทรศัพท์มือถือ Smartphone มาไม่ต่ำกว่า 1 ปีมากที่สุดจำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 และมักใช้โปรแกรม Facebook Chat ในการ Chat มากที่สุดจำนวน 145 คนคิดเป็นร้อยละ 36.3 ช่วงเวลาที่ชอบ Chat กันมากที่สุดคือ 18.00-22.00 น. จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 โดยในการ Chat แต่ละครั้งจะใช้เวลาประมาณ 10-20 นาที จำนวน 125 คนคิดเป็นร้อยละ 31.3 และในแต่ละวันจะมีการ Chat มากกว่า 15 ครั้ง จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 ส่วนใหญ่มักจะเคย Chat ในห้องเรียนมากที่สุดจำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 75.5

ตารางที่ 3: ทัศนคติต่อพฤติกรรมการ Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone ของกลุ่มตัวอย่าง

การ Chat มีความจำเป็นต่อชีวิตประจำวัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) มากที่สุด	45	11.25
2) มาก	176	44
3) น้อย	146	36.5
4) น้อยที่สุด	33	8.25
รวม	400	100
คุณมีความพึงพอใจในการ Chat ระดับใด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) มากที่สุด	120	30
2) มาก	174	43.5
3) น้อย	79	19.75
4) น้อยที่สุด	27	6.75
รวม	400	100
การ Chat ทำให้คนขาดการปฏิสัมพันธ์ในการพบปะกันมากขึ้น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) มากที่สุด	67	16.75
2) มาก	169	42.25
3) น้อย	134	33.5
4) น้อยที่สุด	30	7.5
รวม	400	100
การ Chat เป็นวิวัฒนาการใหม่ของคนในยุคปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) มากที่สุด	125	31.25
2) มาก	216	54
3) น้อย	47	11.75
4) น้อยที่สุด	12	3
รวม	400	100
การ Chat ทำให้คนมีโลกส่วนตัวมากขึ้น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) มากที่สุด	134	33.5
2) มาก	166	41.5
3) น้อย	75	19.25
4) น้อยที่สุด	25	6.25
รวม	400	100

ตารางที่ 3: ทศนคติต่อพฤติกรรม Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone ของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

การ Chat เป็นที่น่ารังเกียจของคนรอบข้าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) มากที่สุด	51	12.75
2) มาก	99	24.75
3) น้อย	165	41.25
4) น้อยที่สุด	85	21.25
รวม	400	100
การ Chat ทำให้เราติดต่อกันได้อย่างเร็วขึ้น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) มากที่สุด	196	49
2) มาก	122	30.5
3) น้อย	58	14.5
4) น้อยที่สุด	24	4
รวม	400	100
การ Chat มีความชัดเจน ถูกต้องและน่าเชื่อถือ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) มากที่สุด	54	13.5
2) มาก	148	37
3) น้อย	141	35.25
4) น้อยที่สุด	57	14.25
รวม	400	100
การ Chat ใช้เพื่อแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นต่อกัน (Chat Room)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) มากที่สุด	84	21.0
2) มาก	219	54.75
3) น้อย	70	17.5
4) น้อยที่สุด	27	6.75
รวม	400	100
การ Chat ทำให้เราขาดมนุษยสัมพันธ์กับเพื่อน และคนรอบข้างมากขึ้น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) มากที่สุด	91	22.75
2) มาก	152	38
3) น้อย	118	29.5
4) น้อยที่สุด	39	9.75
รวม	400	100

ตารางที่ 3: ทัศนคติต่อพฤติกรรมการ Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone ของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

การ Chat สามารถทำได้ทุกที่ทุกเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) มากที่สุด	137	34.25
2) มาก	174	43.5
3) น้อย	64	16
4) น้อยที่สุด	25	6.25
รวม	400	100
การ Chat ทำให้รู้จักนิสัยใจคอของผู้ Chat มากยิ่งขึ้น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) มากที่สุด	77	19.25
2) มาก	160	40
3) น้อย	120	30
4) น้อยที่สุด	43	10.75
รวม	400	100
การ Chat จะถูกมองว่าไร้สาระ เสียเวลาเปล่าจากผู้ปกครอง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) มากที่สุด	126	31.5
2) มาก	160	40
3) น้อย	82	20.5
4) น้อยที่สุด	32	8
รวม	400	100

จากตารางที่ 3 พบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่าการ Chat มีความจำเป็นต่อชีวิตประจำวันมากจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44 และมีความพึงพอใจในการ Chat มากจำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 และส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการ Chat ที่ทำให้คนขาดปฏิสัมพันธ์ในการพบปะกันมากขึ้นจำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.25 และส่วนใหญ่คิดว่าการ Chat เป็นวิวัฒนาการใหม่ในการสื่อสารของคนยุคปัจจุบัน และทำให้คนมีโลกส่วนตัวมากขึ้น และไม่เห็นว่าการ Chat จะเป็นพฤติกรรมที่น่ารังเกียจสำหรับคนรอบข้าง จำนวนจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25 ส่วนใหญ่คิดว่าการ Chat ทำให้เราติดต่อกันได้อย่างเร็วขึ้นในระดับมากที่สุดจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49 นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างคิดว่าการ Chat มีความชัดเจน ถูกต้องและน่าเชื่อถือในระดับมากจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37 การ Chat ใช้เพื่อแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นต่อกัน (Chat Room) ในระดับมากจำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.75 ส่วนใหญ่คิดว่าการ Chat ทำให้ขาดมนุษยสัมพันธ์กับเพื่อนและคนรอบข้างมากขึ้นในระดับมากจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38 ส่วนใหญ่คิดว่าการ Chat สามารถทำได้ทุกที่ทุกเวลาในระดับมากจำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 การ Chat ทำให้รู้จักนิสัยใจคอของผู้ Chat มากยิ่งขึ้นในระดับมากจำนวน 160 คน คิด

เป็นร้อยละ 40 ส่วนใหญ่คิดว่าการ Chat จะถูกมองว่าไร้สาระ เสียเวลาเปล่าจากผู้ปกครองในระดับมาก
จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40

ตารางที่ 4: ทศนคติต่อพฤติกรรมกร Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone ของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ปกครองมักจะบ่นเมื่อเห็นว่าเรากำลัง Chat โดย ไม่ทราบว่ากำลังคุยเรื่องอะไร...ถึงแม้ว่าจะเป็น เรื่องเรียนที่สงสัยและกำลังถามเพื่อนอยู่ก็ตาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) มากที่สุด	106	26.5
2) มาก	170	42.50
3) น้อย	89	22.25
4) น้อยที่สุด	35	8.75
รวม	400	100
แม้จะมีเวลาว่างเพียงเสี้ยววินาที จะหยิบ โทรศัพท์ขึ้นมา Chat ทันที	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) มากที่สุด	84	21
2) มาก	140	35
3) น้อย	111	27.75
4) น้อยที่สุด	65	16.25
รวม	400	100
คุณจะมี Chat เมื่อคนรอบข้างเค้าคุยกันใน เรื่องที่คุณไม่ทราบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) มากที่สุด	62	15.5
2) มาก	160	40
3) น้อย	129	32.25
4) น้อยที่สุด	49	12.25
รวม	400	100
ขณะที่คุณทำธุระส่วนตัวอยู่ในห้องน้ำ คุณ สามารถที่จะ Chat เพื่อคุยกับเพื่อนได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) มากที่สุด	59	14.75
2) มาก	121	30.25
3) น้อย	116	29
4) น้อยที่สุด	104	26
รวม	400	100

ตารางที่ 4: ทักษะคิดต่อพฤติกรรม Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone ของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

คุณเคยเห็นว่า คนข้าง ๆ ห้องที่คุณกำลังทำ ธุระส่วนตัวอยู่ ผ่านทางการ Chat บน Smartphone ของคุณ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) มากที่สุด	54	13.5
2) มาก	103	25.75
3) น้อย	125	31.25
4) น้อยที่สุด	118	29.5
รวม	400	100
ขณะที่คุณออกกำลังกาย เว้นว่างจากการเล่น คุณก็หยิบมา Chat	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) มากที่สุด	49	12.25
2) มาก	93	23.25
3) น้อย	141	35.25
4) น้อยที่สุด	113	28.25
รวม	400	100
เมื่อ Chat ไปได้สักครู่ จะรู้สึกปวดร้าวบริเวณ ต้นคอ และไหล่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) มากที่สุด	53	13.25
2) มาก	102	25.5
3) น้อย	121	30.25
4) น้อยที่สุด	124	31
รวม	400	100
เมื่อ Chat นาน ๆ จนบางครั้งมีอาการปวด และเวียนศีรษะอยู่บ่อย ๆ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) มากที่สุด	36	9
2) มาก	131	32.75
3) น้อย	126	31.5
4) น้อยที่สุด	107	26.75
รวม	400	100

ตารางที่ 4: ทศนคติต่อพฤติกรรม Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone ของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

นอกจากจะมีอาการหัวใจล้มแล้วคุณยังมีอาการปวดหลังตามมาอีก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) มากที่สุด	48	12
2) มาก	104	26
3) น้อย	117	29.25
4) น้อยที่สุด	101	25.25
รวม	400	100
คุณเคยมีอาการรุนแรงจนต้องไปพบแพทย์เนื่องจากการ Chat	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) มากที่สุด	31	7.75
2) มาก	90	22.5
3) น้อย	94	23.5
4) น้อยที่สุด	185	46.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 4 พบว่า ส่วนใหญ่คิดว่าผู้ปกครองมักจะบ่นเมื่อเห็นที่กำลัง Chat โดยไม่ทราบที่กำลังคุยเรื่องอะไรถึงแม้ว่าจะเป็นเรื่องเรียนที่สงสัยและกำลังถามเพื่อนอยู่ก็ตามในระดับมากจำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 คิดว่าแม้จะมีเวลาว่างเพียงเสี้ยววินาที จะหยิบโทรศัพท์ขึ้นมา Chat ทันทีในระดับมากจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35 ส่วนใหญ่คิดว่ามักจะ Chat เมื่อคนรอบข้างคุยกันในเรื่องที่ไม่ทราบในระดับมากจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40 และแม้แต่ขณะที่กลุ่มตัวอย่างทำธุระส่วนตัวอยู่ในห้องน้ำก็สามารถที่จะ Chat เพื่อคุยกับเพื่อนได้ในระดับมากจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่า เคยชินหา คนข้าง ๆ ห้องที่กำลังทำธุระส่วนตัวอยู่ ผ่านทางการ Chat บน Smart Phone ในระดับน้อยจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 ส่วนใหญ่คิดว่าขณะที่ออกกำลังกาย เว้นว่างจากการเล่นก็หยิบมือถือมา Chat ในระดับน้อยจำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.25 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าเมื่อ Chat ไปได้สักครู่ จะรู้สึกปวดร้าวบริเวณต้นคอ และไหล่ ในระดับน้อยที่สุดจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31 คิดว่า Chat นาน จนบางครั้งมีอาการปวด และเวียนศีรษะอยู่บ่อยๆในระดับมากจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 นอกจากนี้ ยังพบว่ามีอาการหัวใจล้มแล้วยังมีอาการปวดหลังตามมาอีกในระดับน้อย จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเคยมีอาการรุนแรงจนต้องไปพบแพทย์เนื่องจากการ Chat ในระดับน้อยที่สุดจำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.25 จากผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

ส่วนการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการ Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone ในเรื่องการเรียน ทางธุรกิจ และเรื่องทั่วไป แต่เพศมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการ Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone ในเรื่องนินทาและความรัก

ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยเพศหญิงจะมีแนวโน้ม Chat ในเรื่องเหล่านี้มากกว่าเพศชาย นอกจากนี้อายุที่แตกต่างกันจะมีวัตถุประสงค์ในการ Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone ในเรื่องทางธุรกิจ เรื่องการเรียน และเรื่องทั่วไปไม่แตกต่างกัน แต่อายุจะมีความแตกต่างกันในการ Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone ในเรื่องนินทา โดยเฉพาะในกลุ่มอายุช่วง 26-30 ปี มากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของวัยรุ่นกลุ่ม Generation Y ที่แตกต่างกันจะมีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการ Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้พบว่าทัศนคติและพฤติกรรม Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone ในปัจจุบันนี้มีความหลากหลายมากขึ้น เนื่องจากจุดประสงค์และความต้องการที่จะ Chat แตกต่างกันไป และถึงแม้ว่าส่วนใหญ่รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างจะอยู่ในระดับ 3,001-5,000 บาท แต่ก็สามารถซื้อโทรศัพท์ Smartphone ที่มีราคาแพงได้เนื่องจากผู้ปกครองเป็นผู้ซื้อให้ ซึ่งมักจะ Chat เพื่อการติดต่อสื่อสารพูดคุยกับเพื่อน และ Chat เพื่อแสดงตัวตนของตนเองในโลก Social Network ส่วนวัยรุ่นกลุ่ม Generation Y จะเป็นการ Chat เพื่อติดต่อเรื่องการทำงานและติดต่อทางด้านธุรกิจมากกว่าการ Chat เพื่อพูดคุยกัน นอกจากนี้ ประเด็นเรื่องสุขภาพ เช่น การนิวโลค การปวดหลัง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังไม่มีการเหล่านี้นัก ซึ่งอาจจะยังไม่สนใจเรื่องสุขภาพที่มีต่อการ Chat

ยังพบอีกว่า พฤติกรรม Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone ของวัยรุ่น Generation Y มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง ทำให้ทุกคนสามารถติดต่อสื่อสารกันง่ายกว่าเดิม อาจจะพูดได้ว่าเป็นปัจจัย 5 ก็ว่าได้ อย่างไรก็ตาม การศึกษารุ่นนี้ เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ที่เป็นกลุ่มวัยรุ่น Generation Y ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร เพียงแห่งเดียวเท่านั้น ซึ่งถ้าหากได้รับความคิดเห็นและทัศนคติที่หลากหลายกว่านี้จากวัยรุ่นกลุ่ม Generation Y จากแหล่งอื่น หรือแหล่งศูนย์รวมวัยรุ่นต่างๆ ที่มีความหลากหลายแตกต่างกันมากขึ้น ก็จะเป็นข้อมูลที่แท้จริงซึ่งสามารถอธิบายพฤติกรรม Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone ของวัยรุ่น Generation Y ได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยชิ้นนี้ เสนอแนะว่า ควรจะศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเชิงลึกมากขึ้นจากวัยรุ่นกลุ่ม Generation Y ในแต่ละช่วงอายุว่ามีทัศนคติต่อการ Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone จะเป็นอย่างไรต่อไปในอนาคต รวมถึง Lifestyle ซึ่งควรมีการศึกษาเปรียบเทียบกับวัยรุ่นกลุ่ม Generation Z (1-16 ปี) ที่กำลังเติบโตมาเป็นวัยรุ่นกลุ่ม Generation Y ในอนาคต ว่ามีพฤติกรรม Chat ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smartphone แตกต่างกันหรือไม่ เช่น ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เนื่องจาก ปัจจุบันได้มีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร และ Application ต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น การเปรียบเทียบการวิจัยดังกล่าว น่าจะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อนักวิชาการและนักการตลาดต่อไปในอนาคต

รายการอ้างอิง

- กรุงเทพโพลล์. 2552. **วัยรุ่นกับโทรศัพท์มือถือ** ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (กรุงเทพโพลล์) ค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2554 จาก www.bu.ac.th/poll/result/poll429
- วัฒนะชัย ยะนินทร. 2554. **โรคผี Chat ASTV**. ผู้จัดการรายวัน 25 มีนาคม 2554 ค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2554 จาก www.manager.co.th
- นพมณี ภารุ่งโรจน์รัตน์. 2553. **พฤติกรรม การเลือกซื้อและการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน**. วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร ปีที่ 7 ฉบับที่ 3 (กุมภาพันธ์ – พฤษภาคม 2553)
- ภูไท เมฆกระจาย และ วิดีมา จงราเชนทร์. 2553. **พฤติกรรม การใช้ Facebook ของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหิดล**. ค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2554 จาก <http://www.salayaquali.com/?p=760>
- พาณิชย์การพระนครโพลล์. 2548. **การสำรวจพฤติกรรมเยาวชนต่อการใช้โทรศัพท์มือถือ** ค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2554 จาก <http://www.telecomjournal.net/index.php?option=com>
- Google Mobile Ad. 2010. **The Mobile Movement: Understanding Smartphone users** Retrieved November 20, 2011 from <http://www.veedvil.com/news/smartphone-user-study-shows-mobile/>
- Heather A. Horst and Daniel Miller. 2006. **The Cell Phone: Anthropology of Communication**. Berg: UK.
- PC Magazine. 2542. **Smartphone definition from PC Magazine Encyclopedia**. Retrieved November 20, 2011 from http://www.pcmag.com/encyclopedia_term/
- Wireless Intelligence. 2011. **The use of Smartphone iPhone, Android, Blackberry Symbian**. Retrieved November 20, 2011 from <http://thumbsup.in.th/2011/03/smartphone-study-app-web-2011/>