

การใช้แอปพลิเคชัน Tik Tok ของเยาวชนในเขตเทศบาลนครสกลนคร Using the Tik Tok Application of the youth in Sakon Nakhon Municipality

จิราภัทร เริ่มศรี¹

E-mail: jiraphat.r@snru.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากร และ การใช้แอปพลิเคชัน Tik Tok ของเยาวชนในเขตเทศบาลนครสกลนคร โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากเยาวชนในเขตเทศบาลนครสกลนคร จำนวน 400 คน ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) การทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี Least Significant Difference (LSD) ผลวิจัยพบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 19 – 22 ปี กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชันติดต่อกัน 3-4 ปี ส่วนใหญ่มีการเชื่อมต่อผ่านสมาร์ตโฟน 3-4 ครั้งต่อวัน ครั้งละ 1-2 ชั่วโมง ในช่วงเวลา 18.01-00.00 น. โดยเลือกดูภาพยนตร์ซีรีส์ที่บ้านและหอพัก ซึ่งมีการใช้แอปพลิเคชันติดต่อกัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่มีการใช้งานแอปพลิเคชันติดต่อกันเพื่อสร้างคอนเทนต์ และแชร์คลิปวิดีโอ โดยลักษณะประชากรด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา มีการใช้แอปพลิเคชันติดต่อกัน ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: การใช้แอปพลิเคชัน แอปพลิเคชันติดต่อกัน สื่อสังคมออนไลน์ สกลนคร

Abstract

The purposes of this research were to study the population characteristics and using the Tik Tok Application of the youth in Sakon Nakhon Municipality by using quantitative research methods which collected data from 400 people. Statistics used for data analysis are frequency distribution, percentage, mean, standard deviation and comparing the differences in pairs by the statistics used in the analysis is the t-test using the One-way ANOVA and the Least Significant Difference (LSD) method. The research found that

Most of the samples were female. Aged between 19-22 years old, studying at the bachelor degree level. They have experience in using Tik Tok application 3-4 years, mostly connected via smartphones 3-4 times per day for 1-2 hours per time during 06.01-00.00 PM, by choosing to watch a short film at home and dormitory which uses the tik tok application Overall, it's at a high level. Most of the Tik Tok applications are used to create content. And share video clips. Gender population, age, education level and the behavior of using Tik Tok application were not different.

Keywords: using the application, Tik Tok application, social media, Sakon Nakhon

ความเป็นมาของปัญหา

จากความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบัน ทำให้สื่อสังคมออนไลน์สามารถสื่อสารได้สองทางผ่านทางระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและส่งสารได้อย่างรวดเร็วหลายอย่างรวมกัน เพราะสื่อสังคมออนไลน์มีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา มีความง่ายต่อการเคลื่อนย้ายพกพาได้สะดวก ทำให้เกิดการสื่อสารได้ทุกที่ทุกเวลา สามารถสื่อสารได้หลากหลายรูปแบบ ทั้งเสียง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และข้อความไปพร้อมกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้สื่อของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต ที่ผู้บริโภคมีความต้องการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสาร การแสดงความคิดเห็น และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ แต่ในปัจจุบันผู้บริโภคเริ่มมีความต้องการพื้นที่ในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างหรือแสดงตัวตนมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคค้นหาแอปพลิเคชันที่สามารถนำมาตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งปัจจุบันมีการพัฒนาเทคโนโลยีของแอปพลิเคชันให้เหมาะสมและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ในช่วงปี พ.ศ. 2563 – 2564 แอปพลิเคชันที่มียอดการดาวน์โหลดสูงสุด คือ Tik Tok เนื่องจากเกิดสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด - 19 ทำให้คนออกไปใช้ชีวิตนอกบ้านน้อยลง ทำกิจกรรมลำบาก เกิดความเปลี่ยนแปลงหลายอย่างต่อพฤติกรรมการใช้

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการสื่อสาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

เทคโนโลยีของคนทั่วโลก ปี พ.ศ 2564 ประเทศไทยมีการดาวน์โหลด Tik Tok เพิ่มสูงขึ้นถึง 44% และเวลาการใช้งานบนแพลตฟอร์มของแต่ละคนสูงถึง 71% ซึ่งระยะเวลาการใช้งานในแต่ละครั้งเพิ่มขึ้น 47% ล่าสุดได้มีการสำรวจความรู้สึกของผู้ใช้คนไทย พบว่า 83% รู้สึกว่า Tik Tok เป็นแพลตฟอร์มผู้นำกระแส และ 82% มองว่า Tik Tok เป็นแพลตฟอร์มที่เป็นบวกและทำให้ผู้ใช้รู้สึกดีเมื่อได้ใช้เวลาบนแพลตฟอร์ม จากข้อมูลเหล่านี้ถือเป็นสิ่งที่ยืนยัน สะท้อนภาพความสำเร็จและโอกาสของ Tik Tok ในประเทศไทยได้อย่างน่าสนใจ (สุรยศ เอี่ยมละออ, 2564)

แอปพลิเคชัน Tik Tok มีลักษณะการสร้างข่าเลนจในรูปแบบต่างๆ จนเกิดเป็นกระแสนิยม หรือที่ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดสมัยใหม่ เรียกว่า ไวรัลคอนเทนท์ โดยช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด - 19 ทำให้คนกักตัวอยู่บ้านมากขึ้น ทำให้บุคคลทั่วไปบุคคลที่มีชื่อเสียง ดารา นักแสดง นักร้อง ได้เข้ามาเล่น Tik Tok พร้อมกับคลิปใหม่ๆ ที่ออกมาโชว์ลีลาการเต้น และอื่นๆ อยู่เสมอ เพราะ Tik Tok เปรียบเสมือนพื้นที่แสดงความคิดสร้างสรรค์ เปิดกว้างด้านเนื้อหา สามารถแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้กลายเป็นแอปพลิเคชันที่มีชื่อเสียงมากขึ้น และตอบโจทย์กลุ่มคนรุ่นใหม่ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากแอปพลิเคชัน Tik Tok มีฟีเจอร์โดดเด่น ลักษณะการใช้งาน สะดวกสบาย และที่น่ายกย่องคือมีกระแสแฮชแท็กและข่าเลนจต่างๆ ที่เชิญชวนให้ผู้ใช้มาร่วมสนุกกัน ส่งผลให้เกิดการมีส่วนร่วมที่มากกว่าแพลตฟอร์มอื่นๆ จึงทำให้สินค้าหลายแบรนด์ให้ความสนใจกับกระแสที่มาแรงของ Tik Tok และหันมาใช้แพลตฟอร์มดังกล่าวในการทำการตลาดเพื่อเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ทั้งในไทยและต่างประเทศ ทำให้กลายเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือการสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่กำลังมาแรงในปัจจุบัน ในประเทศไทยทำการสื่อสารการตลาดบนแพลตฟอร์ม 2 รูปแบบ คือ การซื้อพื้นที่โฆษณา และการสร้างสรรค์แคมเปญโฆษณาแบบ Customized จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ผลักดันให้ แอปพลิเคชัน Tik Tok เติบโตอย่างรวดเร็วทั่วโลก (วสิदानันท์ แขวงเมือง, 2563)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของมนุษย์แทบจะทุกด้าน เนื่องจากทำให้วิถีชีวิตสะดวกสบายและเท่าทันเหตุการณ์อยู่เสมอ ทำให้ทราบถึงความเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วกว่าของทางอื่นๆ อีกทั้งยังใช้สนองความต้องการด้านอื่นๆ ไม่เพียงแต่ในด้านการศึกษา ธุรกิจหรือพักผ่อนหย่อนใจเท่านั้น โดยสื่อสังคมออนไลน์ที่กำลังได้รับความนิยมของกลุ่มวัยรุ่นในปัจจุบัน คือ แอปพลิเคชัน Tik Tok เนื่องจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด 19 ทำให้หลายคนต้องกักตัวอยู่บ้าน อาจทำให้มีอาการเบื่อ เหงา หรือมีความเครียดสะสม ซึ่งแอปพลิเคชัน Tik Tok เป็นแอปพลิเคชันที่มีฟีเจอร์ใหม่ๆ ให้ผู้ใช้อัพโหลดวิดีโอสั้นๆ ประมาณ 15 วินาทีหรือ 60 วินาที ประกอบด้วยเพลง เอฟเฟกต์หรือฟลเตอร์ต่างๆ ทำเป็นคอนเทนต์ขึ้นมา เช่น การแสดงความสามารถพิเศษ การทำอาหาร การแสดงตลก การเต้นโชว์ การรีวิวเสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋าหรือเครื่องสำอางต่างๆ รวมถึงการรีวิวสถานที่ต่างๆ จนเกิดเป็น viral content ขึ้นมา กล่าวคือโควิด 19 เป็นตัวเร่งให้คนไทยปรับตัวรับ digital lifestyle อย่างรวดเร็วและกว้างขวางมากขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงสนใจศึกษา การใช้แอปพลิเคชัน Tik Tok ของเยาวชนในเขตเทศบาลนครสกลนคร ซึ่งเยาวชนเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีการเปิดรับสื่อสมัยใหม่อยู่เสมอ เพื่อนำผลที่ได้มาปรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบสื่อที่นำเสนอบนแอปพลิเคชัน Tik Tok ให้สอดคล้องต่อกลุ่มเป้าหมายต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรของเยาวชนในเขตเทศบาลนครสกลนคร
2. เพื่อศึกษาการใช้แอปพลิเคชัน Tik Tok ของเยาวชนในเขตเทศบาลนครสกลนคร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การใช้แอปพลิเคชัน Tik Tok ของเยาวชนในเขตเทศบาลนครสกลนคร” เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยใช้วิธีการสำรวจ (Survey Research) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งเดียว (One - Shot Descriptive Study) ด้วยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ให้ผู้ตอบกรอกข้อมูลเอง ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เยาวชนเขตเทศบาลนครสกลนคร ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 15 - 25 ปี ที่มีการใช้งานแอปพลิเคชัน Tik Tok ในช่วงปี พ.ศ. 2563 - 2564 แต่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจน จึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) ดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4E^2}$$

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

E = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง

Z = ค่าระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้ ถ้าระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Z =1.96

การศึกษาครั้งนี้ กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ย่อมให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างได้ 5% (0.05) ดังนั้นจึงแทนค่าขนาดตัวอย่างได้ดังนี้

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$
$$= 399.17$$

อย่างไรก็ตามการศึกษานี้ผู้วิจัยได้เผื่อการสูญเสียแบบสอบถาม 1 ตัวอย่าง ดังนั้นขนาดตัวอย่าง สำหรับการวิจัยครั้งนี้ จึงเท่ากับ 400 คน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวกหรือแบบบังเอิญ เป็นการเลือกแบบไม่มีกฎเกณฑ์ อาศัยความสะดวกของผู้วิจัยเป็นหลัก และกลุ่มตัวอย่างให้ความร่วมมือกับผู้วิจัยในการให้ข้อมูลเป็นอย่างดี

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.889

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำเสนอแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาทำการรวบรวม และทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ มาทำวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percent)

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชัน Tik Tok ของเยาวชนในเขตเทศบาลนครสกลนคร ซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) มีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ วิธีของลิเคิร์ต (Five Point Likert scales) โดยมีการแปลความหมายจากค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ได้ในแต่ละระดับความเห็นดังนี้

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและแจกแจงค่าความถี่ของแบบสอบถาม เพื่อหาค่าหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีหลักในการพิจารณา ดังนี้ (Best, 1986)

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความเห็น
4.12 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) หรือค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.2 สถิติอ้างอิงที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน เป็นการเปรียบเทียบค่าความแตกต่าง โดยการทดสอบค่าที (t - test) ทดสอบค่าเอฟ (F - test) ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one - way ANOVA) การทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี Least Significant Difference (LSD)



ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลักษณะประชากรศาสตร์

การศึกษาลักษณะประชากรของเยาวชนในเขตเทศบาลนครสกลนคร จำนวน 400 คน ได้ทำการศึกษาคุณลักษณะด้านเพศ อายุ และระดับการศึกษา โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละลักษณะประชากรศาสตร์ (n=400)

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เพศ		
ชาย	138	34.5
หญิง	262	65.5
อายุ		
15 – 18 ปี	132	33.0
19 – 22 ปี	240	60.0
23 ปีขึ้นไป	28	07.0
ระดับการศึกษา		
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	66	16.5
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย	64	16.0
ระดับปริญญาตรี	270	67.5

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 สำหรับอายุของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 19 – 22 ปี จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 15 – 18 ปี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และน้อยที่สุด มีอายุ 23 ปีขึ้นไป จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ส่วนระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 และน้อยที่สุดศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชัน Tik Tok ของเยาวชนในเขตเทศบาลนครสกลนคร

การใช้แอปพลิเคชัน Tik Tok ของเยาวชนในเขตเทศบาลนครสกลนคร มีขอบเขตในการศึกษา 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการสื่อสาร ด้านการศึกษา และด้านสังคมและบันเทิง

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการใช้แอปพลิเคชัน Tik Tok ของเยาวชนในเขตเทศบาลนครสกลนคร

การใช้แอปพลิเคชัน Tik Tok ของเยาวชนในเขตเทศบาลนครสกลนคร	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านการสื่อสาร			
1. การแลกเปลี่ยนและแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ	2.91	1.172	ปานกลาง
2. การเผยแพร่คลิปวิดีโอส่วนตัว	2.83	1.164	ปานกลาง
3. การแชร์คลิปวิดีโอ หรือเนื้อหาที่สนใจ ไปยังสื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook, Instagram ฯลฯ	3.21	1.056	ปานกลาง
4. การสนทนากับสมาชิกในกลุ่มผ่านไลฟ์สด	2.81	1.141	ปานกลาง
รวมด้านการสื่อสาร	2.94	0.958	ปานกลาง
ด้านการศึกษา			
1. เพื่อค้นหาข้อมูลสำหรับการจัดทำคอนเทนต์เพื่อการศึกษา	3.57	0.893	มาก
2. เพื่อศึกษาหาความรู้รอบตัว เช่น การทำอาหาร การค้นหาอาชีพเสริม	3.65	0.919	มาก
3. เพื่อค้นหาแรงบันดาลใจจากนักพูด หรือบุคคลที่มีชื่อเสียง	3.56	0.945	มาก
4. เพื่อการศึกษาประวัติศาสตร์ชาติไทย และต่างประเทศ	3.46	0.983	มาก
5. เพื่อการแลกเปลี่ยนความรู้ ในกลุ่มต่างๆ ผ่านสื่อสมัยใหม่	3.40	1.034	ปานกลาง
6. เพื่อใช้เป็นช่องทางในการถาม - ตอบ ปัญหาต่างๆ	3.20	1.087	มาก
รวมด้านการศึกษา	3.47	0.748	มาก

ตารางที่ 2 (ต่อ)

การใช้แอปพลิเคชัน Tik Tok ของเยาวชนในเขตเทศบาลนครสกลนคร	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านความบันเทิง			
1. การสร้างคอนเทนต์ และการรีวิวสินค้า	4.45	0.734	มากที่สุด
2. การรับชมรายการทีวี	4.13	0.967	มาก
3. การรับชมคลิปที่จัดทำขึ้นเองจากสมาชิกเว็บไซต์ยูทูบ	3.88	1.146	มาก
4. การรับชมการถ่ายทอดสด	3.69	1.135	มาก
5. การรับชมคลิปภาพยนตร์ /Trailers ภาพยนตร์	3.85	1.040	มาก
6. การรับชมข่าว	3.57	1.067	มาก
รวมด้านความบันเทิง	3.93	0.723	มาก
รวมทุกด้าน	3.44	0.809	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า การใช้แอปพลิเคชัน Tik Tok ของเยาวชนในเขตเทศบาลนครสกลนคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 โดยมีการใช้แอปพลิเคชัน Tik Tok เพื่อความบันเทิงมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 รองลงมาคือ ด้านการศึกษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 และน้อยที่สุดด้านการสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ด้านการสื่อสาร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้แอปพลิเคชัน Tik Tok อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 ส่วนใหญ่มีการแชร์คลิปวิดีโอ หรือเนื้อหาที่สนใจ ไปยังสื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook, Instagram ฯลฯ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 รองลงมาคือ การแลกเปลี่ยนและแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 และน้อยที่สุดมีการสนทนากับสมาชิก ในกลุ่มผ่านไลฟ์สด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 ตามลำดับ

2. ด้านการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้แอปพลิเคชัน Tik Tok อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาความรู้รอบตัว เช่น การทำอาหาร การค้นหาอาชีพเสริม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 รองลงมาคือ เพื่อค้นหาข้อมูลสำหรับการจัดทำคอนเทนต์เพื่อการศึกษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และน้อยที่สุดคือ การใช้เป็นช่องทางในการถาม - ตอบ ปัญหาในด้านต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 ตามลำดับ

3. ด้านความบันเทิง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้แอปพลิเคชัน Tik Tok อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการสร้างคอนเทนต์ และการรีวิวสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 รองลงมาคือ การรับชมรายการทีวี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และน้อยที่สุดคือ การรับชมข่าว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ตามลำดับ

3. การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การเปรียบเทียบค่าความแตกต่างของลักษณะประชากรกับการใช้แอปพลิเคชัน Tik Tok ของเยาวชนในเขตเทศบาลนครสกลนคร โดยการทดสอบค่าที (t - test) ทดสอบค่าเอฟ (F - test) ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one - way ANOVA) การทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี Least Significant Difference (LSD)

ตารางที่ 3 ผลการเทียบความแตกต่างของลักษณะประชากรกับการใช้แอปพลิเคชัน Tik Tok ของเยาวชนในเขตเทศบาลนครสกลนคร

ลักษณะประชากรของเยาวชนในเขตเทศบาลนครสกลนคร	\bar{X}	S.D.	t	P - value	
เพศ	ชาย	3.46	0.59	0.972	0.325
	หญิง	3.44	0.63		
อายุ	15 - 18 ปี	3.45	0.62	0.280	0.756
	19 - 22 ปี	3.43	0.61		
	23 ปีขึ้นไป	3.52	0.64		
ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น	3.51	0.68	0.459	0.632
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	3.46	0.56		
	ปริญญาตรี	3.43	0.62		

*มีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ลักษณะประชากรด้านเพศ ด้านอายุ และระดับการศึกษาของเยาวชนในเขตเทศบาลนครสกลนคร มีการใช้แอปพลิเคชัน Tik Tok ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 19 – 22 ปี กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรเดช ผุดผ่อง (2558) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อ ทักษะคิด และพฤติกรรมการใช้สื่อโซเชียลมีเดียในสื่อเว็บไซต์ยูทูปของวัยรุ่นไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18 – 22 ปี กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ รณิดา อัจกลับ (2562) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมการมีส่วนร่วม Challenge ในแอปพลิเคชัน Tik Tok ของผู้ใช้ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

2. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้แอปพลิเคชัน Tik Tok เพื่อความความบันเทิง โดยส่วนใหญ่มีการสร้างคอนเทนต์ และการรีวิวสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Qiyang Zhou (2019) ศึกษาเรื่อง Understanding User Behaviors of Creative Practice on Short Video Sharing Platforms - A Case Study of TikTok and Bilibili โดยผู้ใช้งาน TikTok มีความอยากแบ่งปันข้อมูลและความเห็น และมีแนวโน้มการแสดงออกในการเรียนรู้เชิงบวก ซึ่งแนวโน้มการแสดงออกในการเรียนรู้ที่เพิ่มขึ้นจากการที่กลุ่มตัวอย่างเมื่อเข้ามาใช้งานแล้วพบว่า TikTok ไม่ได้ เป็นเพียงแค่แอปพลิเคชันตามกระแสนิยมในการเต้นหรือร้องเพลงเท่านั้น แต่ยังมีการพัฒนาประเภทของคอนเทนต์ที่มีความทันสมัยซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้ผ่านคลิปวิดีโอสั้นรูปแบบใหม่ส่งผลต่อการมีทัศนคติเชิงบวกต่อการแสดงความรู้สึกและความคิดเห็นของตนต่อคลิปวิดีโอที่ชื่นชอบด้วย

3. การเปรียบเทียบหาค่าความแตกต่างลักษณะประชากรกับการใช้แอปพลิเคชัน Tik Tok ของเยาวชนในเขตเทศบาลนครสกลนคร พบว่า ลักษณะประชากรด้านเพศ ด้านอายุ และด้านการศึกษาที่มีการใช้แอปพลิเคชัน Tik Tok ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ รณิดา อัจกลับ (2562) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมการมีส่วนร่วม Challenge ในแอปพลิเคชัน Tik Tok ของผู้ใช้ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ในลักษณะประชากรด้านเพศ มีความพึงพอใจ Challenge ในแอปพลิเคชัน Tik Tok ไม่แตกต่างกัน แต่มีผลการวิจัยที่เป็นข้อขัดแย้งในลักษณะประชากรด้านอายุ อาชีพ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน นอกจากนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษณี เสือใหญ่ (2558) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ ความพึงพอใจ และการนำไปใช้ประโยชน์ของคนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ไม่แตกต่างกัน

สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 19-22 ปี กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชันติ๊กต็อก 3-4 ปี โดยส่วนใหญ่เชื่อมต่อผ่านสมาร์ตโฟน 3-4 ครั้งต่อวัน ครั้งละ 1-2 ชั่วโมง ในช่วงเวลา 18.01- 00.00 น. โดยเลือกดูภาพยนตร์ซีรี่ส์ที่บ้านและหอพัก ซึ่งมีการใช้แอปพลิเคชันติ๊กต็อก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยส่วนใหญ่มีการใช้งานแอปพลิเคชันติ๊กต็อกเพื่อสร้างคอนเทนต์ และแชร์คลิปวิดีโอ โดยลักษณะประชากรด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา มีการใช้แอปพลิเคชันติ๊กต็อก ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. นำไปใช้เป็นแนวทางปรับปรุงและพัฒนาแบบการใช้สื่อให้เหมาะสมกับเยาวชนมากยิ่งขึ้น
2. นักการสื่อสารการตลาดสามารถนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการทำการตลาดผ่านแอปพลิเคชัน Tik Tok ได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การใช้แอปพลิเคชัน Tik Tok ของเยาวชนในเขตเทศบาลนครสกลนคร เป็นการศึกษาการใช้งานของกลุ่มเยาวชน แต่ยังไม่ได้ศึกษาถึงรูปแบบการสื่อสารการตลาด หรือการรู้เท่าทันการสื่อสารการตลาด ผลกระทบจากการใช้แอปพลิเคชัน Tik Tok ดังนั้นผู้ที่สนใจสามารถนำแนวทางข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยชิ้นนี้ไปต่อยอดเพื่อศึกษาวิจัยในประเด็นต่าง ๆ หรือต่อยอดเพื่อศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพในอนาคตต่อไป

2. การศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันต่างๆ เช่น LINE, What App, WeChat Twitter, Facebook เป็นต้น โดยแยกตามพฤติกรรมการใช้โดยเจาะลึกมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณี เสือใหญ่. (2558). พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ ความพึงพอใจ และการนำไปใช้ประโยชน์ของคนใน กรุงเทพมหานคร. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รณิดา อัจกลับ. (2562). ความพึงพอใจและพฤติกรรมการมีส่วนร่วม Challenge ในแอปพลิเคชัน TikTok ของผู้ใช้ที่อาศัยในเขต กรุงเทพมหานคร. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (การสื่อสารเชิงกลยุทธ์) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วรเดช ผุดผ่อง (2558). การเปิดรับสื่อ ทศนคติ และพฤติกรรมการหลีกเลี่ยงสื่อโฆษณาในสื่อเว็บไซต์ยูทูปของวัยรุ่นไทย. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (การสื่อสารการตลาด) มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วลิตานันท์ แขวงเมือง. (2563). เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน Tiktok ของคนไทยและรัสเซีย. คณะศิลปศาสตรมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุรยศ เอี่ยมละออ (2564). TikTok ทางกลยุทธ์ปี 2564 เพิ่มศักยภาพผู้ใช้และธุรกิจให้เติบโตบนโลกออนไลน์. <https://ibusiness.com/detail/9640000028103>. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2564.
- Qiyang Zhou. (2019). Understanding User Behaviors of Creative Practice on Short Video Sharing Platforms-A Case Study of TikTok and Bilibili. Retrieved from https://etd.ohiolink.edu/apexprod/rws_etd/send_file/send?accession=ucin1_55421202112_545&disposition=inline. Retrieved October 20, 2021.