



ผลกระทบของพฤติกรรมการใช้และรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ต่อประสิทธิผลและ  
ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y

อัญญาณี ถาวรพานิช

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร  
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2564

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

ผลกระทบของพฤติกรรมการใช้และรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ต่อประสิทธิผลและ  
ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y



อัญญาณี ถาวรพานิช

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2564

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

THE IMPACT OF IG STORIES USAGE BEHAVIORS AND LIFESTYLE ON EFFECTIVE  
AND EFFICIENT WORK PERFORMANCE OF GENERATION Y EMPLOYEES



AUNYANEE THAWORNPANICH

AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF  
THE REQUIREMENTS FOR MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM FOR  
EXECUTIVE  
GRADUATE SCHOOL OF COMMERCE  
BURAPHA UNIVERSITY  
2021

COPYRIGHT OF BURAPHA UNIVERSITY

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ได้พิจารณางาน  
นิพนธ์ของ อัญญาณี ถาวรพานิช ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม  
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

ร.พีพร

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระพีพร ศรีจำปา)

คณะกรรมการสอบงานนิพนธ์

ทักษณา

ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทักษณา สง่าโยธิน)

ร.พีพร

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระพีพร ศรีจำปา)

ดร.นพดล เดชประเสริฐ

กรรมการ

(ดร.นพดล เดชประเสริฐ)

ร.พีพร

คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ระพีพร ศรีจำปา)

วันที่ ..... เดือน ..... พ.ศ. ....

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ  
การศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร ของมหาวิทยาลัยบูรพา

ดร.

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.นุจรี ไชยมงคล)

วันที่ 14 เดือน May พ.ศ. 2564

61710040: สาขาวิชา: -; บธ.ม. (-)

คำสำคัญ: IG STORIES, ประสิทธิภาพ, ประสิทธิภาพ

อัญญาณี ถาวรพานิช : ผลกระทบของพฤติกรรมการใช้และรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ต่อประสิทธิผลและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y. (THE IMPACT OF IG STORIES USAGE BEHAVIORS AND LIFESTYLE ON EFFECTIVE AND EFFICIENT WORK PERFORMANCE OF GENERATION Y EMPLOYEES) คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์: ระพีพร ศรีจำปา, Ph.D. ปี พ.ศ. 2564.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ IG stories และรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG stories ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการทำงานและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้จำนวน 400 คน โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลและทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

ผลการวิจัยพบว่าพนักงานเอกชนใน Generation Y มีพฤติกรรมการใช้ IG stories ส่วนใหญ่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปี.ศ.2016 (พ.ศ.2559) โดยเฉลี่ย 6-7 วัน/สัปดาห์ ระยะเวลาในการใช้ โดยเฉลี่ย 15-30 นาที ต่อ 1 ครั้ง ใช้ในช่วงเวลา 18:01-21:00 น. บ่อยที่สุด ผ่านช่องทาง Smartphone สถานที่ที่เข้าใช้คือที่บ้าน มีความเห็นต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ได้แก่ กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) ความคิดเห็น (Opinions) บน IG stories อยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก มีการประเมินผลประสิทธิผลการทำงานด้วยตนเองโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และประเมินผลประสิทธิภาพการทำงานของตนเองโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามพฤติกรรมการใช้ IG Stories ได้แก่ ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ ความถี่ในการใช้ และระยะเวลาในการใช้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามพฤติกรรมการใช้ IG Stories ได้แก่ ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ ความถี่ในการใช้ ระยะเวลาในการใช้ และช่วงเวลาที่ใช้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ได้แก่ ด้านกิจกรรม (Activities) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กับประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ในระดับต่ำ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ทุกด้าน ได้แก่ กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) ความคิดเห็น (Opinions) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ในระดับต่ำ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

61710040: MAJOR: -, M.B.A. (-)

KEYWORDS: IG STORIES, EFFECTIVE, EFFICIENT

AUNYANEE THAWORNPANICH : THE IMPACT OF IG STORIES USAGE BEHAVIORS AND LIFESTYLE ON EFFECTIVE AND EFFICIENT WORK PERFORMANCE OF GENERATION Y EMPLOYEES. ADVISORY COMMITTEE: RAPEEPORN SRIJUMPA, Ph.D. 2021.

This research attempts to study IG stories usage behaviors and lifestyle influencing work effectiveness and performance efficiency of generation Y employees. Sample size in this research was 400 employees. This research conducted by quantitative research using questionnaire as the tool for data collection and statistics used in the analyses were descriptive statistics and inferential statistic.

Research findings were as follows: Most generation Y employees have IG stories usage behaviors has been used IG stories since 2016 average 6-7 days a week length of use average 15-30 minutes per time in duration time 6:01 pm.-9:00 pm. with smartphone at home. Most employees had opinions lifestyle on IG stories in category of Activities, Interest, Opinions on IG stories at the agree. The evaluation their work effectiveness at the most and the evaluation their performance efficiency at the most.

Work effectiveness of generation Y employees vary in IG stories usage behaviors in category of time since start, frequency and length on IG stories with statistical significance of 0.05 levels. Performance efficiency of generation Y employees vary in IG stories usage behaviors in category of time since start, frequency, length and duration on IG stories with statistical significance of 0.05 levels. The relationship between lifestyle on IG stories in category of Activities and work effectiveness of generation Y employees were in positive direction at rather low levels with statistical significance of 0.05 levels. And the relationship between lifestyle on IG stories in category of Activities, Interest, Opinions and performance efficiency of generation Y employees were in positive direction at rather low levels with statistical significance of 0.05 levels.



## กิตติกรรมประกาศ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระพีพร ศรีจำปา อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาให้คำปรึกษาถ่ายทอดความรู้ แนะนำแนวทางที่ถูกต้อง ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆด้วยความละเอียดถี่ถ้วนและเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญทุกท่าน ที่กรุณาตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และให้คำแนะนำในการสร้างเครื่องมือให้ถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมทั้งบุคคลที่ผู้วิจัยได้อ้างอิงเชิงวิชาการตามที่ปรากฏในบรรณานุกรม

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่คอยเป็นแรงผลักดันให้ผู้วิจัยมีสติปัญญา และความมุ่งมั่นในการศึกษาวิจัยครั้ง และขอขอบคุณน้องสาว ที่คอยให้กำลังใจและส่งเสริมสนับสนุนผู้วิจัย ด้วยดีตลอดมา จนการศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณเพื่อนนิสิตสาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหารทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำและส่งเสริมให้กำลังใจตลอดมา นอกจากนี้ยังมีผู้ที่ให้ความร่วมมือช่วยเหลืออีกหลายท่าน ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถกล่าวนามในที่นี้ได้หมด จึงขอขอบคุณทุกท่านเหล่านั้นไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

คุณค่าและประโยชน์ของงานนิพนธ์นี้ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูคุณเวทิตาแก่ บุพการี บุรพจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านทั้งในอดีตและปัจจุบัน ที่ทำให้ข้าพเจ้าเป็นผู้มีการศึกษา และประสบความสำเร็จมาจนตราบเท่าทุกวันนี้

อัญญาณี ถาวรพานิช

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญ .....	ช
สารบัญตาราง .....	ญ
สารบัญภาพ .....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	4
1.3 สมมติฐานการวิจัย .....	4
1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย .....	5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย .....	5
1.6 ขอบเขตของการวิจัย .....	6
1.7 นิยามศัพท์ .....	7
บทที่ 2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	8
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับช่วงวัย (Generation) .....	8
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) .....	11
2.3 อินสตาแกรม (Instagram) และ IG Stories .....	14
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ IG Stories .....	19
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories .....	23
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิผลในการทำงาน .....	26



2.7 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงาน.....	29
2.8 แนวคิดเกี่ยวกับ ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้ IG Stories กับประสิทธิผลและ ประสิทธิภาพการทำงาน .....	30
2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	31
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย .....	38
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	38
3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่างในการวิจัย .....	39
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	40
3.4 ทดสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	44
3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	44
3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูลและการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูล .....	45
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	47
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา .....	47
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งมี 4 ข้อ โดยใช้สถิติเชิงอนุมานดังนี้.....	48
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	127
บทที่ 5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ .....	131
สรุปผลการวิจัย .....	132
อภิปรายผล.....	144
ข้อเสนอแนะในการวิจัย.....	149
บรรณานุกรม .....	154
ภาคผนวก .....	159
ประวัติย่อของผู้วิจัย .....	175

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2-1 ชนิดของสื่อสังคมออนไลน์ (Williamson, 2013).....	12
ตารางที่ 2-2 AIOs ตัวแปรที่ใช้วัดรูปแบบการดำเนินชีวิตและลักษณะทางประชากร.....	25
ตารางที่ 4-1 แสดงผลข้อมูลจำนวน(ความถี่) และ ร้อยละ ของพฤติกรรมการใช้ IG Stories ของพนักงานเอกชนใน Generation Y.....	49
ตารางที่ 4-2 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยรวมทุกด้าน เกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG stories ของพนักงานเอกชนใน Generation Y.....	52
ตารางที่ 4-3 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นรายชื่อและรายด้านตาม กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) ความคิดเห็น (Opinions) บน IG stories ของพนักงานเอกชนใน Generation Y.....	53
ตารางที่ 4-4 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นรายชื่อตามความคิดเห็นของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีต่อประสิทธิผลในการทำงาน.....	55
ตารางที่ 4-5 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยรวมทุกด้านเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y.....	56
ตารางที่ 4-6 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นรายชื่อและรายด้านตามความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อประสิทธิผลในการทำงาน.....	57
ตารางที่ 4-7 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวน โดยใช้ Levene's test.....	60
ตารางที่ 4-8 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบของประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories.....	61
ตารางที่ 4-9 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี Scheffé's method.....	62
ตารางที่ 4-10 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวน โดยใช้ Levene's test.....	63
ตารางที่ 4-11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ความถี่ในการใช้ IG Stories.....	64

ตารางที่ 4-12 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของความถี่ในการใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพการทำงาน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี Scheffe's method .....	65
ตารางที่ 4-13 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test.....	66
ตารางที่ 4-14 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ระยะเวลาในการใช้ IG Stories.....	67
ตารางที่ 4-15 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของระยะเวลาในการใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพ การทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี Scheffe's method .....	68
ตารางที่ 4-16 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test.....	69
ตารางที่ 4-17 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานเอกชน ใน Generation Y จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories .....	70
ตารางที่ 4-18 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test.....	71
ตารางที่ 4-19 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานเอกชน ใน Generation Y จำแนกตามช่องทางการใช้ IG Stories .....	72
ตารางที่ 4-20 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test.....	73
ตารางที่ 4-21 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน เอกชนใน Generation Y จำแนกตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories .....	74
ตารางที่ 4-22 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Storiesกับ ประสิทธิภาพ การทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี Dunnett's T3 .....	75
ตารางที่ 4-23 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test.....	77
ตารางที่ 4-24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุนของ พนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ระยะเวลาในการใช้ IG Stories .....	77
ตารางที่ 4-25 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพ การทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี Scheffe's method.	79
ตารางที่ 4-26 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test.....	81
ตารางที่ 4-27 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของประสิทธิภาพด้านกระบวนการบริหาร/ คุณภาพ ในการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories.....	81

ตารางที่ 4-28 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี Dunnett's T3 .....83

ตารางที่ 4-29 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวน โดยใช้ Levene's test.....85

ตารางที่ 4-30 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของประสิทธิภาพในการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพท์ของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตามช่องทางการใช้ IG Stories.....85

ตารางที่ 4-31 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพท์ของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี Dunnett's T3...87

ตารางที่ 4-32 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวน โดยใช้ Levene's test.....89

ตารางที่ 4-33 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ความถี่ในการใช้ IG Stories .....89

ตารางที่ 4-34 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของความถี่ในการใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี Scheffe's method .....90

ตารางที่ 4-35 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวน โดยใช้ Levene's test.....92

ตารางที่ 4-36 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ความถี่ในการใช้ IG Stories .....92

ตารางที่ 4-37 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของความถี่ในการใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี Scheffe's method.....93

ตารางที่ 4-38 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวน โดยใช้ Levene's test.....95

ตารางที่ 4-39 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ความถี่ในการใช้ IG Stories.....95

ตารางที่ 4-40 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของความถี่ในการใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี Scheffe's method.....96

ตารางที่ 4-41 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวน โดยใช้ Levene's test.....98

ตารางที่ 4-42 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของ พนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ความถี่ในการใช้ IG Stories.....	98
ตารางที่ 4-43 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของความถี่ในการใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพการ ทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี Scheffe's method.....	99
ตารางที่ 4-44 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวน โดยใช้ Levene's test.....	101
ตารางที่ 4-45 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน เอกชนใน Generation Y จำแนกตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories.....	101
ตารางที่ 4-46 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของระยะเวลาในการใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพการ ทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี Dunnett's T3.....	102
ตารางที่ 4-47 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวน โดยใช้ Levene's test.....	103
ตารางที่ 4-48 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของ พนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ระยะเวลาในการใช้ IG Stories .....	104
ตารางที่ 4-49 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของระยะเวลาในการใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพการ ทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี Dunnett's T3.....	105
ตารางที่ 4-50 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวน โดยใช้ Levene's test.....	106
ตารางที่ 4-51 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/ คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ระยะเวลาในการใช้ IG Stories .....	107
ตารางที่ 4-52 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของระยะเวลาในการใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพการ ทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี Scheffe's method.....	108
ตารางที่ 4-53 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวน โดยใช้ Levene's test.....	110
ตารางที่ 4-54 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของ พนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ระยะเวลาในการใช้ IG Stories .....	110
ตารางที่ 4-55 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของระยะเวลาในการใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพการ ทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี Scheffe's method.....	111
ตารางที่ 4-56 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวน โดยใช้ Levene's test.....	113



ตารางที่ 4-57 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories.....	113
ตารางที่ 4-58 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี LSD.....	115
ตารางที่ 4-59 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวน โดยใช้ Levene's test.....	117
ตารางที่ 4-60 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories.....	117
ตารางที่ 4-61 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวน โดยใช้ Levene's test.....	118
ตารางที่ 4-62 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories.....	119
ตารางที่ 4-63 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวน โดยใช้ Levene's test.....	120
ตารางที่ 4-64 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories.....	121
ตารางที่ 4-65 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวน โดยใช้ Levene's test.....	122
ตารางที่ 4-66 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ช่องทางการใช้ IG Stories.....	123
ตารางที่ 4-67 ผล Multiple regression analysis ทดสอบความสัมพันธ์ของรูปแบบการดำเนินชีวิต บน IG Stories ผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y .....	124
ตารางที่ 4-68 ผล Multiple regression analysis ทดสอบความสัมพันธ์ของรูปแบบการดำเนินชีวิต บน IG Stories ผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y .....	126
ตารางที่ 4-69 ผลการวิเคราะห์ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน .....	127



## สารบัญภาพ

หน้า

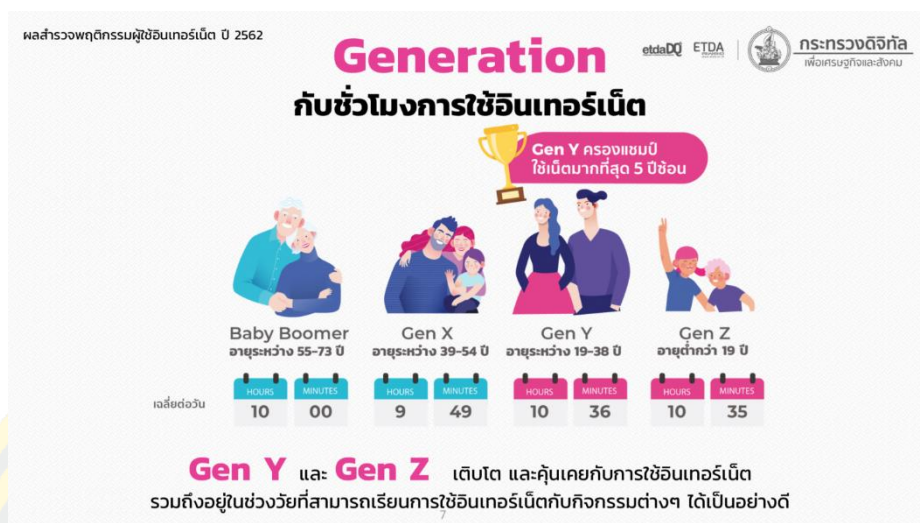
ภาพที่ 1-1 ผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ปี พ.ศ.2562 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2563) .....	2
ภาพที่ 1-2 สถิติจำนวนผู้ใช้ IG Stories ตั้งแต่ปี 2016-2019 (Clement, 2020).....	3
ภาพที่ 1-3 กรอบแนวคิดการวิจัย .....	5
ภาพที่ 2-1 จำนวนผู้ใช้งานอินสตาแกรมทั่วโลก (Wittawin.A, 2019) .....	14
ภาพที่ 2-2 จำนวนผู้ใช้อินสตาแกรมในประเทศไทยแต่ละช่วงอายุ (NapoleonCat, 2020).....	15
ภาพที่ 2-3 ตัวอย่างแถบที่ปรากฏ IG Storiesของผู้ใช้งานและของผู้ที่กำลังติดตามบนหน้าฟีด .....	16
ภาพที่ 2-4 แสดงตัวอย่างการ โปสรูปลง IG Stories .....	18
ภาพที่ 2-5 แสดงสติ๊กเกอร์รูปแบบต่าง .....	18
ภาพที่ 2-6 แสดงตัวอย่างการใช้สติ๊กเกอร์เพิ่มเวลาปัจจุบัน .....	18
ภาพที่ 2-7 แสดงตัวอย่างการใช้สติ๊กเกอร์เพิ่มตำแหน่งที่ตั้ง .....	18
ภาพที่ 2-8 แสดงตัวอย่างการใช้สติ๊กเกอร์เพิ่มแฮชแท็ก .....	18
ภาพที่ 2-9 แสดงตัวอย่างการใช้สติ๊กเกอร์เพิ่มโพลล์.....	18
ภาพที่ 2-10 แสดงตัวอย่างการใช้สติ๊กเกอร์เคาท์ดาวน์.....	19
ภาพที่ 2-11 แสดงตัวอย่างการใช้สติ๊กเกอร์เพิ่มคำถาม .....	19
ภาพที่ 2-12 แสดงตัวอย่างการใช้สติ๊กเกอร์อยู่บ้าน .....	19

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันประเทศไทยเป็นประเทศที่กำลังพัฒนา มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีต่าง ๆ มากมายในศตวรรษที่ 21 จึงเรียกได้ว่าเป็นยุคเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งจะมีสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นเครื่องมือที่ใช้สื่อสารระหว่างกัน เครือข่ายทางสังคม (Social Network) ผ่านทางเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใด ๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยเน้นให้ผู้ใช้ทั้งที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ในการผลิตเนื้อหาขึ้นเอง ในรูปของข้อมูลภาพ และเสียง สื่อสังคมออนไลน์จึงเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันในการดำเนินชีวิตในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการทำงาน ด้านการใช้ชีวิต ล้วนมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันทั้งสิ้น โดยปัจจัยที่ส่งผลให้มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากขึ้นได้แก่ 1. ปัจจัยด้านเทคโนโลยีทั้งการเพิ่มขีดความสามารถของเครือข่าย การปรับปรุง พัฒนา โปรแกรม รวมทั้งการพัฒนาขีดความสามารถของคอมพิวเตอร์และมือถือให้มีประสิทธิภาพและการทำงานได้ หลากหลายขึ้น 2. ปัจจัยทางสังคม ที่เกิดจากกลุ่มวัยรุ่นที่มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เป็นจำนวนเพิ่มมากขึ้น 3. ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่การซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์และซอฟต์แวร์เพิ่มขึ้น เนื่องมาจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีที่ส่งผลให้อุปกรณ์ต่างๆ มีประสิทธิภาพมากขึ้น ในขณะที่ราคาถูกลง รวมทั้งการให้ความสนใจต่อการนำสื่อสังคมออนไลน์ไปใช้ในเชิงธุรกิจมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2562 พบว่า คนไทยใช้งานอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 10 ชั่วโมง 22 นาที แบ่งตาม generation พบว่า ผู้ใช้ในเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) มีการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดถึง 10 ชั่วโมง 36 นาทีต่อวัน โดยการใช้งานอินเทอร์เน็ตในที่ทำงานคิดเป็นร้อยละ 67.0 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่เพิ่มสูงขึ้น คิดเป็นร้อยละ 14.8 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561 โดยกิจกรรมออนไลน์ยอดนิยมของคนไทยคือสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด ร้อยละ 91.2 อาทิ เฟซบุ๊ก (Facebook), อินสตาแกรม (Instagram), ทวิตเตอร์ (Twitter) และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2563)

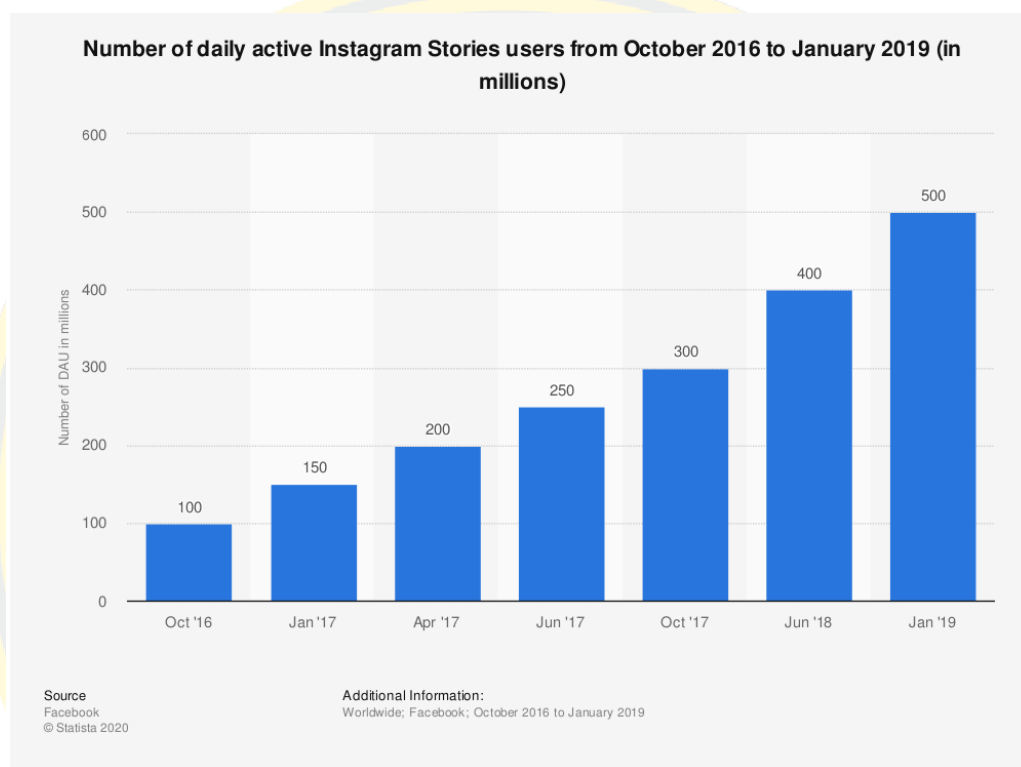


ภาพที่ 1-1 ผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ปี พ.ศ.2562 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2563)

ซึ่งปัจจุบันมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบการทำงาน โดยการใช้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีการนำมาใช้ในการสื่อสารระหว่างบุคคล เพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ หรือการสื่อสารขององค์กรเอกชน ตลอดจนหน่วยงานต่าง ๆ มีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทาง ที่มีรูปแบบการทำงานในลักษณะออนไลน์และสามารถที่จะใช้สร้างและเพิ่มเติมเนื้อหาได้ สื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นช่องทางการสื่อสารอีกช่องทางหนึ่งที่หน่วยงานของเอกชน หน่วยงานของรัฐ และรัฐวิสาหกิจสามารถจะนำมาใช้ในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลต่าง ๆ ได้เพื่อเผยแพร่ ข้อมูล การให้ความรู้รวมทั้งเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และใช้ติดต่อสื่อสารกับสาธารณะ (รักเกียรติ พันธุ์ชาติ, 2560)

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า อินสตาแกรม (Instagram) เป็นสื่อสังคมออนไลน์หนึ่งที่ได้รับคามนิยมในปัจจุบัน โดยที่อินสตาแกรม (Instagram) เป็นแอปพลิเคชันที่มีเป้าหมายหลักคือการแบ่งปันรูปภาพ วิดีโอ ที่มีฟังก์ชันให้ผู้ใช้งานหลากหลาย จำนวนผู้ใช้อินสตาแกรมมีสูงมากนับ 1,000 ล้านบัญชีทั่วโลก และประเทศไทยมีผู้ใช้อินสตาแกรม จำนวน 12 ล้านบัญชี โดยกลุ่มอายุที่เยอะที่สุดคือ 18-24 ปี รองลงมาคือ 25-34 ปี (NapoleonCat, 2020) ต่อมาในปี ค.ศ. 2016 อินสตาแกรมได้ออกแบบลักษณะเด่นที่มีความสามารถพิเศษในการแชร์รูปภาพและวิดีโอขึ้นขึ้นมาภายใต้ชื่อสตอรี่ (Stories) ที่ผู้ใช้รู้จักกันในชื่อ IG Stories ทำให้สามารถแชร์รูปหรือวิดีโอสั้นๆ ได้ตลอดทั้งวันไม่จำกัดจำนวน โดยทั้งรูปภาพและวิดีโอจะหายไปภายใน 24 ชั่วโมงหลังจากการแชร์ ด้วย

คุณลักษณะ IG Stories ทำให้ผู้ใช้มีการแชร์รูปภาพได้บ่อยมากขึ้นตามที่ต้องการ หลังจากที่อินสตาแกรมได้พัฒนาลักษณะเด่นดังกล่าวขึ้นมาก็มีผู้ใช้ IG Stories เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จนเมื่อในปี ค.ศ.2019 สถิติจำนวนผู้ใช้ IG Stories มีจำนวน 500 ล้านคน/วัน



ภาพที่ 1-2 สถิติจำนวนผู้ใช้ IG Stories ตั้งแต่ปี 2016-2019 (Clement, 2020)

ในสถานการณ์ปัจจุบัน เนื่องจากในเดือนมกราคม พ.ศ.2563 องค์การอนามัยโลก (WHO) ได้ประกาศให้การระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัสสายพันธุ์ใหม่ เป็น "ความฉุกเฉินด้านสาธารณสุขระหว่างประเทศ" (VOA Thai Service, 2020) ต่อมาประเทศไทยประกาศการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2558 หรือ พ.ร.ก ฉุกเฉิน โดยนายกรัฐมนตรี ได้ประกาศข้อกำหนดและข้อปฏิบัติตาม พ.ร.ก ฉุกเฉิน ฉบับ 1 ที่เริ่มใช้วันที่ 26 มีนาคม 2563 เพื่อควบคุมการระบาดของเชื้อโคโรนาไวรัส หรือโควิด-19 (ประยุทธ์ จันทร์โอชา, 2563) ในสถานการณ์การระบาดของเชื้อโรคที่ยังไม่มีวัคซีนในการรักษา "การรักษาระยะห่างทางสังคม" หรือ "Social Distancing" จึงเป็นเรื่องจำเป็นที่ต้องนำมาปฏิบัติอย่างเคร่งครัด จากสถานการณ์ดังกล่าวส่งผลให้หลายๆบริษัทจำเป็นต้องปิดสำนักงานชั่วคราวและขอให้พนักงานทำงานจากที่บ้าน (Work From

Home) จนกว่าจะมีประกาศเพิ่มเติม เพื่อป้องกันและลดการติดเชื้อ แต่่นโยบายดังกล่าวย่อมส่งผลกระทบต่อรูปแบบการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไป และหนึ่งในพฤติกรรมที่ทำลายประสิทธิภาพในการทำงานในช่วง Work from Home สำหรับพนักงานทุกองค์กร คือ การเสียเวลาไปกับ การเช็ค Social Media บ่อย ๆ (Tracy, 2019)

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ใน Generation Y มีพฤติกรรมการใช้งานเพิ่มมากขึ้น ซึ่งประชากรกลุ่มนี้เป็นกลุ่มประชากรหลักในองค์กรที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนองค์กร ประกอบกับ IG stories เป็นหนึ่งในสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้งานเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจทำการศึกษาผลกระทบที่เกิดจากการใช้งาน IG stories ต่อประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ IG stories ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ IG stories ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y
3. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG stories ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y
4. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG stories ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y

## 1.3 สมมติฐานการวิจัย

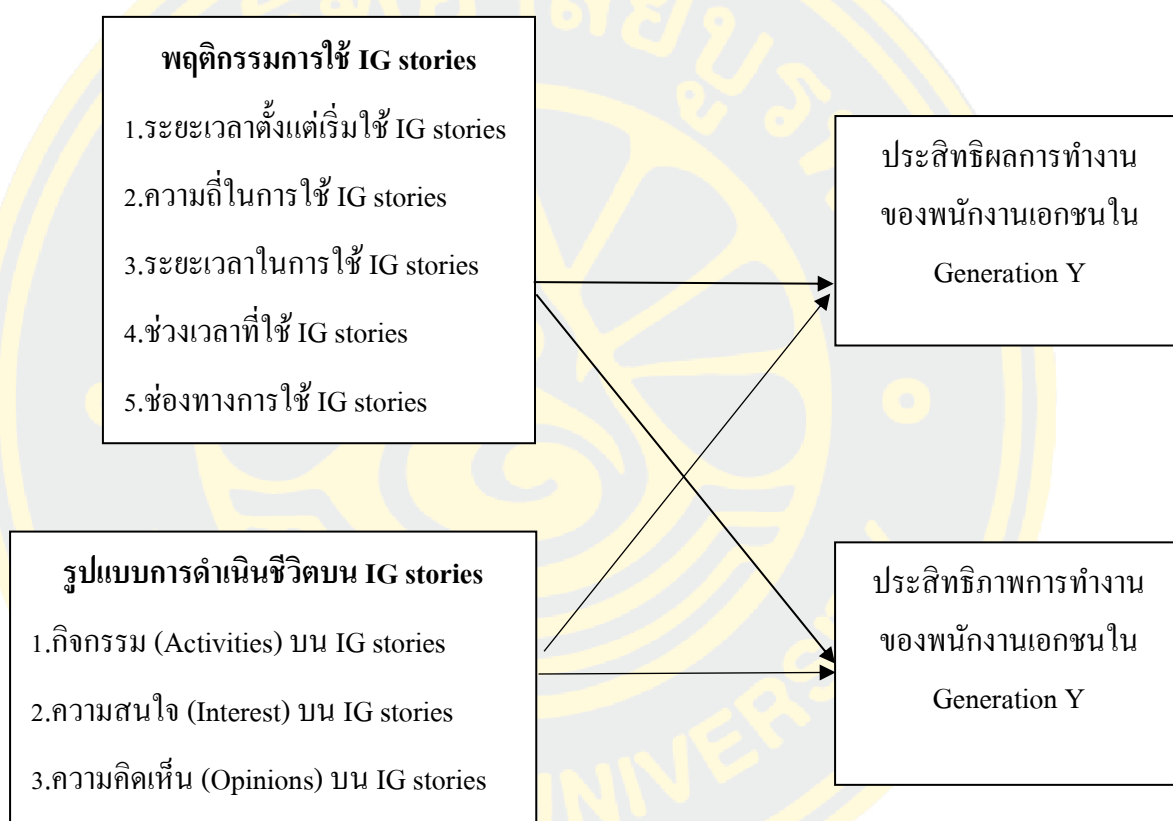
1. ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามพฤติกรรมการใช้ IG Stories
2. ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามพฤติกรรมการใช้ IG Stories



3. รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories มีผลต่อประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y

4. รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y

#### 1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1-3 กรอบแนวคิดการวิจัย

#### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้และรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ของพนักงานเอกชนใน Generation Y เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถวางแผนและพัฒนาการทำงานกลุ่มพนักงานเอกชน Generation Y ภายในองค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่นการกำหนดกฎระเบียบใน



การทำงาน ในหัวข้อการห้ามใช้โทรศัพท์มือถือในเวลางาน ผู้บริหารหรือฝ่ายทรัพยากรบุคคลสามารถนำงานวิจัยไปเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจปรับเปลี่ยนกฎระเบียบขององค์กร

2. ผู้บริหารหรือฝ่ายทรัพยากรบุคคลสามารถนำงานวิจัยไปใช้ในการวางแผนและพัฒนาการทำงานในกลุ่มพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยการนำพฤติกรรมการใช้ IG stories มาปรับใช้ในระหว่างการทำงาน ที่ทำให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพสูงสุด รวมไปถึงการมีส่วนร่วมการทำงานภายในองค์กรผ่านรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG stories เช่นการแชร์รูปภาพสินค้าที่กำลังจำหน่ายอยู่เพื่อเป็นการโฆษณาสินค้าโดยไม่ต้องมีค่าใช้จ่าย ใช้เพียงรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ของพนักงานให้เกิดประโยชน์

## 1.6 ขอบเขตของการวิจัย

### ขอบเขตเนื้อหาการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาการพฤติกรรมการใช้ IG Stories และรูปแบบการดำเนินชีวิตใน IG Stories เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research method) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีคำถามชนิดปลายปิด (Close-ended Questions)

### ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป้าหมาย คือ ผู้ใช้อินستاแกรมที่ใช้ IG Stories ในประเทศไทย ที่เป็นพนักงานเอกชนและอยู่ใน Generation Y

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้อินستاแกรมที่ใช้ IG Stories ในประเทศไทย ที่เป็นพนักงานเอกชนที่อายุระหว่าง 20-40 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มคนใน Generation Y ทำการเก็บตัวอย่างกับกลุ่มข้อมูลจำนวน 400 คน

### ขอบเขตพื้นที่ในการเก็บข้อมูล

ส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มเครือข่ายของผู้ใช้ IG stories ใน Generation Y (จากผู้ใช้งานจริง โดยการส่งแบบสอบถามออนไลน์)

## 1.7 นิยามศัพท์

1. อินสตาแกรม (Instagram) หรือ ไอจี (IG) หมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ชนิดหนึ่งที่มีเป้าหมายหลักคือ การแบ่งปันรูปภาพ วิดีโอ
2. ไอจีสตอรี (IG Stories) หมายถึง คุณลักษณะพิเศษที่ อินสตาแกรมสร้างขึ้นมาเพื่อให้ผู้ใช้ในการแบ่งปันรูปภาพและวิดีโออย่างไม่จำกัดจำนวน และทั้งรูปภาพและวิดีโอจะหายไปภายใน 24 ชั่วโมง
3. Generation Y หมายถึง กลุ่มประชากรที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523-2543 หรือมีช่วงอายุระหว่าง 20-40 ปี (ณ ปี พ.ศ.2563)
4. พฤติกรรมการใช้ IG Stories หมายถึง ลักษณะพฤติกรรมของผู้ใช้งาน IG Stories ที่เปิดรับหรือแสวงหาสารที่สอดคล้องความคิดและทัศนคติ ผ่านการใช้งาน IG Stories โดยวัดเป็น ความถี่ที่ใช้ ระยะเวลาที่ใช้ ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ ช่วงเวลาที่ใช้ สถานที่ในการใช้ IG Stories
5. รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories หมายถึง การดำเนินชีวิตที่แสดงออกมาในรูปแบบกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็นต่าง ๆ (Opinions) ผ่านการใช้ IG Stories
6. ประสิทธิภาพในการทำงาน หมายถึง การปฏิบัติงานที่ทำให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ทั้งในระดับบุคคลและระดับองค์กร
7. ประสิทธิภาพในการทำงาน หมายถึง กระบวนการหรือวิธีการปฏิบัติงานที่นำไปสู่ความสำเร็จโดยใช้ทรัพยากรต่าง ๆ อย่างเต็มศักยภาพ อย่างมีคุณธรรม ถูกต้อง และครบถ้วน โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ด้านผลผลิต/ผลลัพธ์

## บทที่ 2

### เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการใช้ IG stories ต่อ ประสิทธิภาพและประสิทธิภาพการทำงานของคนใน Generation Y ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎี ความรู้ ที่เกี่ยวข้องรวมไปถึงงานวิจัยต่าง ๆ ที่สอดคล้องและเป็นประโยชน์ที่จะช่วยให้การศึกษาครั้งนี้บรรลุผลสำเร็จซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับช่วงวัย (Generation)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

2.3 อินสตาแกรม (Instagram) และ IG Stories

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ IG Stories

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิผลในการทำงาน

2.7 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงาน

2.8 แนวคิดเกี่ยวกับ ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้ IG Stories กับ

ประสิทธิผลและประสิทธิภาพการทำงาน

2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับช่วงวัย (Generation)

สังคมที่แตกแต่งในแต่ละยุคแต่ละสมัย ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในสมัยนั้นแตกต่างกันออกไป กล่าวคือ ผู้คนที่เจริญเติบโตภายใต้สภาพแวดล้อมอย่างหนึ่ง ก็จะได้รับ การปลูกฝังความคิด ความเชื่อ และค่านิยม ซึ่งสะท้อนออกมาเป็นพฤติกรรมในรูปแบบหนึ่ง ส่งผลทำให้คนรุ่นหนึ่งของสังคมมีคุณลักษณะที่แตกต่างกันออกไปจากคนอีกรุ่นหนึ่งอย่างชัดเจน (Billingham, 2007) คุณลักษณะที่คนในแต่ละรุ่นของสังคมที่ร่วมกันนี้เอง ทำให้นักวิชาการสามารถ

แบ่งผู้คนในแต่ละยุคสมัย ออกเป็นเจเนอเรชั่น (Generation) หรือช่วงวัยต่าง ๆ ได้แก่ เบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer), เจเนอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X), เจเนอเรชั่นวาย (Generation Y), เจเนอเรชั่นแซด (Generation Z) โดยงานวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัย ได้เลือกกลุ่ม Generation Y เนื่องจากอยู่ในช่วงยุคสมัยของการพัฒนาเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และเป็นกลุ่มที่อยู่ในช่วงของวัยทำงานที่กำลังมีบทบาทกระจายตัวอยู่ในองค์กรภาครัฐและเอกชน

### ความหมายของเจเนอเรชั่นวาย (Generation Y)

Generation Y หมายถึง กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี ค.ศ.1981-2000 (พ.ศ.2524-2543) (Miller & Washington, 2011) ซึ่งต่างจาก Generation Y หมายถึง กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1980-2000 (พ.ศ.2523-2543) (Zemke et al., 1999)

Yarrow & O'Donnell (2009) ให้ความหมายไว้ว่า Generation Y คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี ค.ศ.1978-2000 (พ.ศ.2521-2543)

ชุตินา (2553) Generation Y คือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2523-2543

กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข (2562) กลุ่มประชากร Generation Y คือ ผู้ที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523–2543 หรือมีอายุ ระหว่าง 18 ถึง 38 ปี (ณ ปี พ.ศ. 2561)

โดยสรุป Generation Y หมายถึง กลุ่มประชากรที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523–2543 (ค.ศ. 1980-2000) หรือ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 20 ถึง 40 ปี (ณ ปี พ.ศ. 2563)

### ลักษณะเฉพาะของ Generation Y

Herbison & Boseman (2009) กล่าวว่า Generation Y มีความทะเยอทะยานและเป็นตัวของตัวเองสูง เพราะเติบโตมาท่ามกลางการแข่งขันทั้งทางเศรษฐกิจและทางการศึกษา มีการสื่อสารผ่านการใช้เทคโนโลยีอย่างเว็บไซต์เครือข่ายออนไลน์ และอุปกรณ์สื่อสารสมัยใหม่ แสดงให้เห็นว่าคนกลุ่มนี้จะชื่นชอบการใช้เทคโนโลยีมากกว่าการพูดคุยแบบตัวต่อตัว

ช่วงวัย Generation Y เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วงเทคโนโลยีอย่างแท้จริง ช่วงนี้มีการขยายตัวของทางด้านเศรษฐกิจและเทคโนโลยีระดับสูง มีช่องทางการสื่อสารมากมายแต่ในการขยายตัวของสภาพแวดล้อมโดยรอบนั้น คนเหล่านี้ต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนทางด้านเศรษฐกิจและสังคมมาก กลุ่มคน Generation Y จึงมีลักษณะที่มีความทะเยอทะยาน มุ่งมั่นในสิ่งที่ตนเองต้องการ พร้อมทั้งทำงานที่หนักขึ้นหากงานนั้นเป็นงานที่ตรงกับลักษณะงาน ที่ตนเองต้องการและ

พึงพอใจ ชอบความท้าทายและแสวงหาโอกาสใหม่ๆให้ตัวเอง ชอบมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีความรับผิดชอบสูง และสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดี พร้อมทั้งจะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ สามารถทำงานได้หลากหลาย เนื่องจากมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้กับชีวิตประจำวัน และให้ความเคารพเรื่องความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว (Piktialis & Greenes, 2008; Dwyer, 2009) นอกจากนี้พนักงานในช่วงวัย Generation Y เป็นช่วงวัยที่รักอิสระและต้องการค้นหาตัวเองหลังจากนั้นจะสร้างคุณค่าให้กับตนเอง โดยดึงความโดดเด่นในตนเองและนำลักษณะตัวตนที่เจอมาสรางเป็นภาพลักษณ์ของตนเอง (Personal Image) (Noble et al., 2009)

Tapscott (2552) ศึกษา Generation Y ในสหรัฐอเมริกาจำนวน 6,000 คน พบว่ามีทัศนคติ และพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน 8 ประการ ดังนี้

1. อิสระภาพ (Freedom)
2. ดัดแปลงให้เป็นแบบที่ชอบ (Customization)
3. พินิจพิเคราะห์ (Scrutiny)
4. ซื่อสัตย์ มีจรรยาบรรณ (Integrity)
5. ความร่วมแรงร่วมใจ (Collaboration)
6. ความบันเทิง (Entertainment)
7. ความเร็ว (Speed)
8. นวัตกรรม (Innovation)

การศึกษาพบว่า Generation Y เป็นกลุ่มคนที่เกิดมาในยุคของการพัฒนาคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้มีทักษะหลากหลาย มีปฏิสัมพันธ์กับสื่อหลากหลายชนิด

Van den Bergh & Behrer (2011) กล่าวว่า Generation Y เกิดในยุคที่มีการเจริญทางวิทยาการต่างๆ อย่างสูง การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็วและทั่วถึง อีกทั้งสังคมของเจนเนอเรชั่น วาย ยังเต็มไปด้วยตราสินค้าและสื่อการตลาดอีกมากมาย Generation Y จึงมักให้ความสำคัญกับทุกความคิดเห็น ชอบเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ผ่านการมีประสบการณ์ตรง แต่ในขณะที่เดียวกันจะสมาธิสั้นและ ยับยั้งความต้องการของตนไม่ค่อยได้



## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

สื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตของคนในยุคปัจจุบันเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ได้มีผู้ให้ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ไว้มากมายอาจทั้งเหมือนหรือแตกต่างกันออกไป ดังนี้

คณะกรรมการจัดทำพจนานุกรมศัพท์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ราชบัณฑิตยสถาน ได้บัญญัติคำว่า “Social Media” ไว้ว่า “สื่อสังคม” หมายถึง โปรแกรมกลุ่มหนึ่ง ที่ทำงานโดยใช้พื้นฐานและเทคโนโลยีของเว็บตั้งแต่รุ่น 2.0 เช่น บีโอบาย มาสเสปซ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ วิกิพีเดีย ไฮไฟฟ์ และบล็อกต่าง ๆ ในทางธุรกิจเรียกสื่อสังคมว่า สื่อที่ผู้บริโภคสร้างขึ้น (consumer-generated media หรือ CGM) (อารี พลดี, 2556) ซึ่งคล้ายคลึงกันกับ Kaplan & Haenlein (2010) ที่ให้ความหมายว่า สื่อสังคม หมายถึง กลุ่มของอินเทอร์เน็ตแอปพลิเคชัน (Internet-based application) ที่สร้างขึ้นบนพื้นฐานของเทคโนโลยีเว็บ 2.0 ที่อนุญาตให้มีการสร้างสรรค์และแลกเปลี่ยนเนื้อหาที่สร้างขึ้นโดยผู้ใช้งานได้ (User-generated content) โดย Kaplan & Haenlein ได้นำเสนอการจัดประเภทของสื่อสังคมเพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างของสื่อสังคมกับเทคโนโลยีเว็บ 2.0 และการแลกเปลี่ยนเนื้อหาที่สร้างขึ้นโดยผู้ใช้งานได้ (User-generated Content) ไว้ 6 ประเภท ดังนี้

1. โครงการที่ก่อให้เกิดความร่วมมือ (Collaborative projects) เช่น วิกิพีเดีย
2. การสื่อสารผ่านบล็อก และไมโครบล็อก (Blogs and microblogs) เช่น ทวิตเตอร์
3. ชุมชนเนื้อหาสาร content communities เช่น YouTube
4. เครือข่ายสังคม social networking sites เช่น Facebook
5. เกมเสมือนจริงออนไลน์ (Virtual game-worlds) เช่น World of Warcraft
6. โลกสังคมเสมือนจริง (Virtual social worlds) เช่น Second Life

พิชิต วิจิตรบุญรักษ์ (2554) สื่อสังคม คือ สื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสารซึ่งอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ ไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือผู้รับสารด้วยตนเอง ซึ่งสามารถแบ่งสื่อสังคมออกเป็นประเภทต่าง ๆ ที่ใช้กันบ่อย ๆ คือ บล็อก



(Blogging) ทวิตเตอร์และไมโครบล็อก (Twitter and Microblogging) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) และการแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ (Media Sharing)

กล่าวโดยสรุป สื่อสังคมออนไลน์ เป็นการสื่อสารโดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นการนำเสนอ แบ่งปัน เนื้อหารูปภาพ เสียง ข้อความ คลิปวิดีโอ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยน การแบ่งปันเรื่องราวเหตุการณ์ต่าง ๆ ระหว่างบุคคลสองคน หรือกลุ่มบุคคลในลักษณะของการเข้าร่วมในเครือข่ายออนไลน์เดียวกันสื่อสังคมออนไลน์มีหลายรูปแบบทั้งประเภทที่เป็นเครื่องมือ และการประยุกต์ใช้งาน สามารถแบ่งได้ดังนี้ (Williamson, 2013)

ตารางที่ 2-1 ชนิดของสื่อสังคมออนไลน์ (Williamson, 2013)

ชนิดของสื่อสังคมออนไลน์	คำอธิบาย	ตัวอย่าง
เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social networking site)	เป็นเว็บไซต์ที่บุคคลหรือหน่วยงานสามารถสร้างข้อมูลและเปลี่ยนข้อมูล (สถานะของตน) เผยแพร่รูปภาพภาพเคลื่อนไหว โดยที่บุคคลอื่นสามารถเข้ามาแสดงความชอบหรือส่งต่อ หรือเผยแพร่ หรือแสดงความเห็น โต้ตอบการสนทนา หรือแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้	- Facebook - Badoo - Google+ - LinkedIn - Orkut
ไมโครบล็อก (Micro-blog)	เป็นเว็บไซต์ที่ใช้เผยแพร่ข้อมูลหรือข้อความสั้น ในเรื่องที่น่าสนใจเฉพาะด้าน รวมทั้งสามารถใช้เครื่องหมาย # (hashtag) เพื่อเชื่อมต่อกับกลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันได้	- Twitter - Blauk - Weibo - Tumblr
เว็บไซต์ที่ให้บริการแบ่งปันสื่อออนไลน์ (Video and photo sharing website)	เป็นเว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถฝากหรือนำสื่อข้อมูล รูปภาพ วิดีโอขึ้นเว็บไซต์เพื่อแบ่งปันแก่ผู้อื่น	- Flickr - Vimero - Youtube - Instagram - Pinterest

ตารางที่ 2-1 (ต่อ)

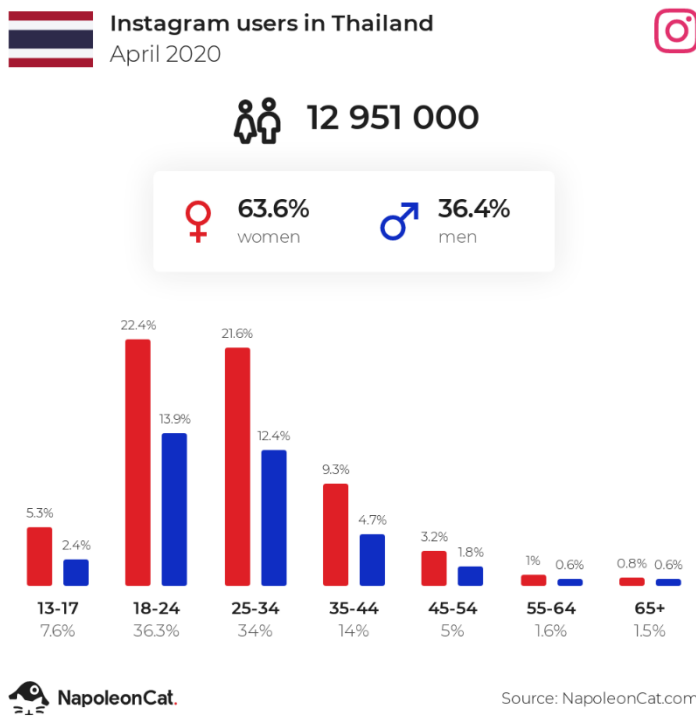
ชนิดของสื่อสังคมออนไลน์	คำอธิบาย	ตัวอย่าง
บล็อกส่วนบุคคลและองค์กร (Personal and corporate blogs)	เป็นเว็บไซต์ที่ผู้เขียนบันทึกเรื่องราวต่าง ๆ เสมือนเป็นบันทึกไดอารี่ออนไลน์ สามารถ เขียนในลักษณะไม่เป็นทางการและแก้ไข ได้บ่อยซึ่งบล็อกสามารถใช้ได้ทั้งส่วนบุคคลและ กลุ่ม หรือองค์กร	- Blogger - Wordpress - Bloggang - Exteen
บล็อกที่มีสื่อสิ่งพิมพ์เป็น เจ้าของเว็บไซต์ (Blogs hosted by media outlet)	เป็นเว็บไซต์ที่ใช้ในการนำเสนอข่าวสาร ของสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งมีความเป็นทางการน้อยกว่า สื่อสิ่งพิมพ์ แต่มีรูปแบบและความเป็น ทางการมากกว่าบล็อก	theguardian. com เจ้าของ คือ หนังสือพิมพ์ The Guardian
วิกิ และพื้นที่สาธารณะของ กลุ่ม (Wikis and online collaborative space)	เป็นเว็บไซต์ที่เป็นพื้นที่สาธารณะออนไลน์ เพื่อรวบรวมข้อมูลและเอกสาร	- Wikipedia - Wikia
เกมออนไลน์ที่มีผู้เล่นหลายคน (Online multiplayer gaming platform)	เป็นเว็บไซต์ที่เสนอรูปแบบการเล่นเกมออนไลน์ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สามารถเล่นได้คน เดียวหรือเป็นกลุ่ม	- Second life - World of Warcraft
ข้อความสั้น (Instant messaging)	การรับส่งข้อความสั้นจากมือถือ	-SMS (text messaging)
การแสดงตนว่าอยู่ ณ สถานที่ ใด (Geo-spatial tagging)	เป็นการแสดงตำแหน่งที่อยู่พร้อมความเห็นและ รูปภาพในสื่อสังคมออนไลน์	- Facebook - Foursquare

### 2.3 อินสตาแกรม (Instagram) และ IG Stories

อินสตาแกรม (Instagram) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ ถูกคิดค้นขึ้นโดย Kevin Systrom และ Mike Krieger เมื่อ ค.ศ. 2010 ที่เมืองซานฟรานซิสโก และได้เปิดตัวบนแพลตฟอร์มของแอปเปิลในวันที่ 6 ตุลาคม ค.ศ. 2010 หลังจากเปิดตัว อินสตาแกรมได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยมีผู้ใช้งาน 10 ล้านคนในหนึ่งปี และในปัจจุบันมีผู้ใช้งานมากกว่า 1000 ล้านบัญชีทั่วโลก ซึ่งในจำนวน 500 ล้านบัญชีทั่วโลกมีการใช้อินสตาแกรมทุกวัน (Wittawin, 2019) จากการสำรวจผู้ใช้งานอินสตาแกรม (Instagram) ในประเทศไทย เดือนเมษายน 2563 (NapoleonCat, 2020) มีจำนวนผู้ใช้อินสตาแกรมในประเทศไทยถึง 12 ล้านบัญชี โดยเป็นผู้ใช้งานในกลุ่ม Generation Y เป็นส่วนใหญ่



ภาพที่ 2-1 จำนวนผู้ใช้งานอินสตาแกรมทั่วโลก (Wittawin.A, 2019)



ภาพที่ 2-2 จำนวนผู้ใช้อินสตาแกรมในประเทศไทยแต่ละช่วงอายุ (NapoleonCat, 2020)

การใช้งานบนอินสตาแกรม ผู้ใช้งานสามารถโพสต์รูปภาพและวิดีโอ พร้อมคำบรรยาย โดยภาพและวิดีโอเหล่านั้นจะแสดงบนหน้าบัญชีผู้ใช้งาน พร้อมทั้งมีติดแฮชแท็ก (hashtag) “#”, กล่าวถึงเพื่อนหรือเพิ่มสถานที่ถ่ายภาพ นอกจากนี้ผู้ใช้งานสามารถเลือกการตั้งค่าบัญชีผู้ใช้งานได้ว่าจะให้เป็นแบบส่วนตัว หรือสาธารณะ (Thanwarat, 2018) สำหรับการอัปโหลดภาพและวิดีโอ สามารถเลือกจากคลังภาพ (Gallery) ที่ถ่ายเอาไว้แล้วหรือจะถ่ายภาพ ณ เวลานั้น และก่อนที่จะอัปโหลดรูป อินสตาแกรมยังสามารถแต่งภาพได้ เช่น การตัดภาพ (Crop) และการใส่ฟิลเตอร์ (Filter) อินสตาแกรมมีระบบการติดตามผู้อื่น (Following) และ ผู้ที่มาติดตาม (Follower) ให้เลือกติดตามชมรูปภาพความเคลื่อนไหวการใช้งานของเพื่อนๆ ที่ใช้งานบนแอปพลิเคชันตัวนี้ หากถูกใจชื่นชอบรูปภาพไหนสามารถกดชื่นชอบ (Like) รวมไปถึงการแสดงความคิดเห็น (Comment) รูปภาพนั้นได้ และสามารถนำรูปภาพที่ตกแต่งนั้นไปแบ่งปัน (share) ให้เพื่อน ๆ ในสังคมออนไลน์อื่น ๆ ได้คู่ เช่น ทวิตเตอร์ (Twitter), เฟสบุ๊ก (Facebook) (ชลชินี บุนนาค, 2560)

และในปัจจุบันอินสตาแกรมได้มีลักษณะเด่น(feature) มากมายให้ใช้งานได้เลือกใช้ เช่น Instagram Direct, Instagram stories, Live video, IGTV เป็นต้น

### IG Stories

Instagram stories หรือ IG Stories เป็นลักษณะเด่นที่อินสตาแกรมเปิดตัวให้ใช้งานในช่วงเดือนสิงหาคม 2016 (Instagram Business, 2019) โดยผู้ใช้งานสามารถโพสต์ภาพหรือวิดีโอ ซึ่งจะหายไปภายใน 24 ชั่วโมงหลังโพสต์ การใช้งาน IG Stories จะปรากฏอยู่ด้านบนของหน้าฟีด โดยจะปรากฏ IG Stories บัญชีของผู้ใช้งานและของผู้ที่กำลังติดตาม (Following) หากมีการโพสต์ภาพหรือวิดีโอใหม่ๆ จะสามารถเห็นวงสีแดงรอบรูปโปรไฟล์ ของผู้ที่กำลังติดตาม (Following) กดชมภาพและวิดีโอที่รูปโปรไฟล์ จะปรากฏสิ่งที่โพสต์ก่อนไปจนถึงล่าสุด นอกจากนี้ IG Stories ยังเป็นลักษณะเด่นที่บอกเล่าเรื่องราวของผู้ใช้งานแก่เพื่อนหรือบุคคลผู้ที่ติดตาม และเป็นการติดตามเรื่องราวของเพื่อนหรือบุคคลที่ผู้ใช้งานติดตามอีกรูปแบบหนึ่ง ถือได้ว่าเป็นการสื่อสารบนสื่อสังคม (Social Media) ที่เป็นที่ยอมรับอย่างมากในปัจจุบัน ซึ่งหลังจากเปิดตัวมีผู้ใช้งานแชร์เรื่องราวผ่าน IG Stories ในแต่ละวันราว 400 ล้านบัญชี (Instagram Business, 2019)



ภาพที่ 2-3 ตัวอย่างแถบที่ปรากฏ IG Storiesของผู้ใช้งานและของผู้ที่กำลังติดตามบนหน้าฟีด

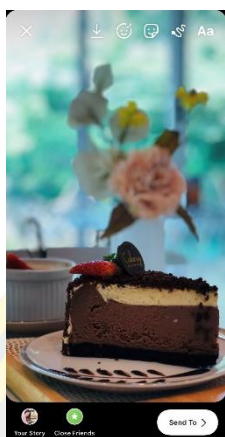


### ลักษณะเด่น (feature) ของ IG Stories (Instagram, 2020)

1. การโพสต์ภาพหรือวิดีโอบอกเล่าเรื่องราว โดยผู้ใช้งานสามารถออกแบบรูปแบบได้จากตัวเลือกที่มีให้ ได้แก่ Live, Boomerang, Superzoom, Layout, Rewine, Hands-Free
2. การเพิ่มสตอรี่เกอร์เพื่อแสดงออกในรูปแบบที่สนุกสนาน
  - เพิ่มเวลาปัจจุบันหรือสตอรี่เกอร์สภาพอากาศ สตอรี่เกอร์เหล่านี้จะอิงตามข้อมูลจากอุปกรณ์และตำแหน่งที่ตั้งปัจจุบันของผู้ใช้งาน
  - เพิ่มตำแหน่งที่ตั้งและแฮชแท็กของสตอรี่เกอร์ โดยสามารถแตะสตอรี่เกอร์เพื่อดูเพจของตำแหน่งที่ตั้งนั้นและเพจของแฮชแท็กที่ใส่ได้ จะช่วยให้ผู้คนเห็น IG Stories ของคุณมากขึ้น โดยจะครอบคลุมผู้ใช้งานทั่วโลกที่ใช้ตำแหน่งที่ตั้งหรือแฮชแท็กเดียวกัน
  - เพิ่มสตอรี่เกอร์โพลล์ เพื่อเขียนคำถามและปรับแต่งตัวเลือกคำตอบตามต้องการ เมื่อเผยแพร่โพลล์แล้ว ผู้ติดตามจะโหวตและดูผลลัพธ์ได้แบบเรียลไทม์ และผู้ใช้งานสามารถดูได้ว่าแต่ละตัวเลือกมีคนโหวตกี่คนและแต่ละคนโหวตตัวเลือกใดบ้าง
  - เพิ่มสตอรี่เกอร์คำถาม เพื่อเขียนคำถามที่มีหลายตัวเลือกและปรับแต่งตัวเลือกคำตอบตามต้องการ ผู้ติดตามสามารถตอบกลับได้โดยการแตะตัวเลือกที่คุณเตรียมไว้ เมื่อเผยแพร่แล้ว ผู้ติดตามจะสามารถโหวตและคำตอบ ผู้ใช้งานสามารถดูได้ว่าแต่ละตัวเลือกมีคนโหวตกี่คนและแต่ละคนโหวตตัวเลือกใดบ้าง
  - เพิ่มสตอรี่เกอร์เคาท์ดาวน์ เพื่อนับถอยหลังสู่ช่วงเวลาต่าง ๆ ผู้ใช้งานสามารถแตะเพื่อปรับแต่งชื่อ วันที่และเวลา รวมทั้งสีต่าง ๆ ได้ (โดยแต่ละตัวเลือกสี) เมื่อผู้ติดตามเห็นสตอรี่เกอร์เคาท์ดาวน์สามารถแตะลูกศรที่มุมสตอรี่เกอร์เพื่อเตือนแชร์การเคาท์ดาวน์ของคุณ ไปยังสตอรี่ของพวกเขาได้ เมื่อการเคาท์ดาวน์สิ้นสุดลง ทั้งทั้งผู้ใช้งานและผู้ติดตามที่เปิดการเตือนความจำสำหรับเคาท์ดาวน์ของคุณจะได้รับการแจ้งเตือน
  - เพิ่มสตอรี่เกอร์สเตโฮม Stay Home หรือ ‘อยู่บ้าน’ เป็นสตอรี่เกอร์ใหม่ที่ Instagram มอบให้ผู้ใช้งานในช่วงสถานการณ์โควิด-19 นี้ เพื่อให้ผู้ใช้งานได้ตระหนักถึงการสร้างระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) แต่ยังคงทำให้รู้สึกว่าคุณยังสามารถใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันได้บนแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยผู้ใช้งานสามารถติดสตอรี่เกอร์ดังกล่าวลงบนสตอรี่ หากผู้ที่กำลังติดตามอยู่นั้นใช้



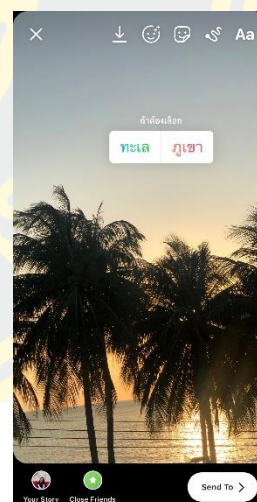
สติ๊กเกอร์นี้ในสตอรี่ ระบบก็จะรวบรวมเป็นสตอรี่ชิ้นใหม่ที่ชื่อ 'Stay Home' ไว้ให้คุณได้ดูว่าผู้ที่กำลังติดตามทำอะไรอยู่ที่บ้านกันบ้าง (อรัญย์ หนองพล, 2563)



ภาพที่ 2-4 แสดงตัวอย่างการ  
โพสรูปลง IG Stories

ภาพที่ 2-5 แสดงสติ๊กเกอร์  
รูปแบบต่าง

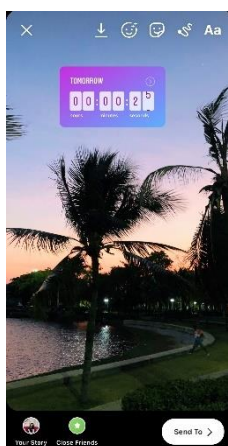
ภาพที่ 2-6 แสดงตัวอย่างการใช้  
สติ๊กเกอร์เพิ่มเวลาปัจจุบัน



ภาพที่ 2-7 แสดงตัวอย่างการใช้  
สติ๊กเกอร์เพิ่มตำแหน่งที่ตั้ง

ภาพที่ 2-8 แสดงตัวอย่างการใช้  
สติ๊กเกอร์เพิ่มแฮชแท็ก

ภาพที่ 2-9 แสดงตัวอย่างการใช้  
สติ๊กเกอร์เพิ่มโพลล์



ภาพที่ 2-10 แสดงตัวอย่างการใช้สติ๊กเกอร์เคาร์ทาวน์



ภาพที่ 2-11 แสดงตัวอย่างการใช้สติ๊กเกอร์เพิ่มคำถาม



ภาพที่ 2-12 แสดงตัวอย่างการใช้สติ๊กเกอร์อยู่บ้าน

## 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ IG Stories

### ความหมายของพฤติกรรม

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2554) ให้ความหมาย พฤติกรรม ไว้ว่าการกระทำหรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิด และความรู้สึกเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้า เช่น สิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์

นักจิตวิทยาใช้คำว่า “พฤติกรรม” เป็นสื่อระบุถึงการกระทำอันเนื่องมาจากการกระตุ้นหรือถูกจูงใจจากสิ่งเร้าต่าง ๆ ซึ่งเมื่อศึกษาให้ละเอียดแล้ว การกระทำหรือพฤติกรรมที่เราได้เห็นหรือได้สัมผัสรับรู้นั้น ส่วนหนึ่งของการกระทำ เป็นการกลั่นกรอง ตกแต่งและตั้งใจที่จะทำให้เกิดขึ้น มีพฤติกรรมอยู่มากทีเดียวที่แม้จะทำด้วยสาเหตุหรือจุดมุ่งหมายเดียวกัน แต่ลักษณะทำที่กริยาอาจจะแตกต่างกันไป เมื่อเปลี่ยนบุคคล เปลี่ยนเวลา หรือเปลี่ยนสถานที่และสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง ความแตกต่างที่เกิดขึ้นนี้เป็นเพราะการกระทำ ในแต่ละครั้งแต่ละครา (เมื่ออยู่ในสภาพร่างกายที่เป็นปกติ) จะต้องผ่านกระบวนการคิดและการตัดสินใจ อันประกอบด้วยอารมณ์และความรู้สึกของผู้กระทำ พฤติกรรมนั้น ๆ จึงทำให้พฤติกรรมของแต่ละคนและพฤติกรรมแต่ละคราวเปลี่ยนแปลงหรือปรับเปลี่ยนไปตามเรื่องที่เกี่ยวข้องเสมอ (สุรพล พะยอมแย้ม, 2545)

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีผู้ให้ความหมายคำว่า “พฤติกรรม” ไว้หลายประการ ดังนี้

สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต (2562) ได้ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรม หมายถึง สิ่งที่บุคคลกระทำ แสดงออก ตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ที่สามารถสังเกตได้ หรือ ได้ยิน อีกทั้งวัดได้ตรงกันด้วยเครื่องมือที่เป็นวัตถุวิสัย ไม่ว่าจะการแสดงออก หรือ การตอบสนองนั้น จะเกิดขึ้นภายในหรือภายนอกร่างกาย สอดคล้องกับ บุรฉัตร จันทร์แดง และคณะ (2562) ได้กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออกของจิตใจทั้งภายในและภายนอก เป็นการกระทำเพื่อสนองความต้องการของบุคคล ซึ่งบุคคลอื่นสังเกตและใช้เครื่องมือทดสอบได้ นอกจากนี้ ประเทือง ภูมิภักทราคม (2540) กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์นั้น เกิดจากการเรียนรู้โดยเฉพาะกลุ่มนักจิตวิทยาพฤติกรรมนิยมนั้น มีความเชื่อว่า พฤติกรรมเกิดจากการเรียนรู้ ทั้งนี้ไม่รวมพฤติกรรมที่เกิดจากความผิดปกติของระบบสรีระและระบบประสาท โดยพยายามศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งเร้าหนึ่งกับอีกสิ่งเร้าหนึ่ง โดยเน้นพฤติกรรมภายนอกเป็นสำคัญ

กล่าวโดยสรุป พฤติกรรม (Behavior) คือ กระบวนการต่าง ๆ ของบุคคลที่แสดงออกหรือกระทำต่อสภาพแวดล้อม โดยมีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งอยู่ภายใต้ความรู้สึกลึกซึ้งนึกคิดของตนเอง อาการแสดงออกต่าง ๆ เหล่านั้น อาจเป็นการเคลื่อนไหวที่สังเกตได้ เช่น การเดิน การพูด การเขียน การคิด การแสดงออก เป็นต้น

### **พฤติกรรมของมนุษย์มีองค์ประกอบ 7 ประการคือ**

1. เป้าหมายหรือความมุ่งหมาย (Goal) คือ วัตถุประสงค์หรือความต้องการซึ่งก่อให้เกิดพฤติกรรม เช่น ความต้องการมีหน้ามีตาในสังคม
2. ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะและความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ
3. สถานการณ์ (Situation) หมายถึง คู่ทางหรือโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ
4. การแปลความหมาย (Interpretation) เป็นการพิจารณาคู่ทาง หรือสถานการณ์เพื่อเลือกหาวิธีการที่คิดว่าจะสนองความต้องการเป็นที่พอใจมากที่สุด
5. การตอบสนอง (Response) คือ การดำเนินการทำกิจกรรมตามที่ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว

6. ผลลัพธ์ที่ตามมา (Consequence) คือ ผลที่เกิดขึ้นจากการกระทำกิจกรรมนั้นซึ่งอาจได้ผลตรงกับที่คาดไว้ (Confirm) หรือตรงข้ามกับที่คาดหวังไว้ (Contradict) ก็ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) เป็นปฏิกริยาที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่เกิดขึ้นไม่สามารถตอบสนองตามความต้องการ จึงต้องกลับไปแปลความหมายใหม่ เพื่อเลือกหาวิธีที่จะตอบสนองความต้องการได้ แต่ถ้าเห็นว่าเป้าประสงค์นั้นมันเกินความสามารถ ก็ต้องยอมละเลิกความต้องการนั้นเสียพฤติกรรมจะสมบูรณ์และสิ้นสุดลงก็ต่อเมื่อผลที่ตามมาตรงกับความคาดหวัง หากไม่สมหวังคนเราก็จะมีปฏิกริยาต่อไปอีก (Cronbach, 1963)

### **พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)**

Schiffman & Kanuk (1997) ได้นิยามพฤติกรรมผู้บริโภคว่าเป็นพฤติกรรมของบุคคลในการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมิน และการกำจัดทิ้งของสินค้าหรือบริการ โดยคาดหวังว่า สิ่งเรานั้นจะสามารถตอบสนองความต้องการได้ นอกจากนี้ Hawkins et al. (2004) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาที่เกี่ยวกับบุคคล กลุ่ม หรือองค์กรต่าง ๆ และกระบวนการที่ใช้ในการเลือกการ สร้างความมั่นใจ การใช้ และการกำจัดทิ้ง ของสินค้าบริการประสบการณ์หรือแนวคิดต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจ สอดคล้องกับ Solomon (2012) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาของกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับบุคคล หรือกลุ่มต่าง ๆ ในการเลือกการซื้อ การใช้ หรือการกำจัดทิ้ง ของสินค้าบริการ แนวคิด หรือประสบการณ์ต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและความปรารถนาของบุคคลหรือกลุ่มนั้นๆ

### **ประโยชน์ของพฤติกรรมผู้บริโภค**

Loudon & Della Bitta (1993); Mowen & Minor (2001) ได้กล่าวให้เห็นถึงประโยชน์จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ดังนี้

1. การเข้าใจถึงพฤติกรรมของมนุษย์ รวมถึงแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภค เนื่องจากบุคคลมักใช้เวลาส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับการบริโภคสินค้าและบริการ หรือเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งสินค้าและบริการต่าง ๆ นั้น มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน

2. แนวทางในการศึกษาการจัดการทางการตลาด เช่น การออกแบบส่วนประสมการตลาด ส่วนแบ่งการตลาด ตำแหน่งและความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อม การวิจัยพัฒนาตลาด ฯลฯ



3. ชูธุรกิจหรือองค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ โดยทำความเข้าใจถึงลักษณะและแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภค

4. การเข้าใจถึงสภาพเศรษฐกิจและสังคมโดยรวม เนื่องจากพฤติกรรมร่วมของผู้บริโภค มีอิทธิพลที่สำคัญต่อคุณภาพและมาตรฐานในการดำรงชีวิต ซึ่งช่วยในการพยากรณ์แนวโน้มและสร้างความเข้าใจถึงสภาพเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบตลาด และพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคม

### พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อ

พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อ เป็นการมุ่งศึกษาถึงผู้รับสาร การที่ผู้รับสารจะใช้สื่ออะไรในการเปิดรับข่าวสาร ผู้รับสารจะมีการเลือกสรร และการแสวงหาข่าวสารให้เป็นไปตามความต้องการ หรือความคาดหวังที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลโดยทั่วไปแล้วผู้รับสารมีกระบวนการเลือกสรรข่าวสารซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอนดังนี้ (พีระ จิร โสภณ, 2547)

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งสารใดแหล่งสารหนึ่งที่มีอยู่ด้วยกันหลายแห่ง โดยทั่วไปแล้วผู้รับสารมักจะเลือกเปิดรับข่าวสาร ที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความเชื่อ ทัศนคติและความสนใจของตน

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการขั้นก่อนการรับข้อมูล เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้วผู้รับข่าวสารจะเลือกรับรู้ หรือตีความหมาย ความเข้าใจของตนเอง หรือทัศนคติ ประสบการณ์ตามความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง ตามแรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ เป็นต้น

3. กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะสารที่มีเนื้อหาสาระที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการและทัศนคติของตนเอง การเลือกจดจำนี้เปรียบเสมือนเครื่องกรองขั้นสุดท้าย ที่มีผลต่อผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสาร ในบางครั้งก็จะลืมเนื้อหาของสารในส่วนที่ไม่ตรงกับความต้องการของตนเอง

นอกจากนี้ วิลเบอร์ ชรามม์ (Schramm, 1962) ยังชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับสารดังนี้



1. ประสบการณ์ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ของตน
2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตน
3. ภูมิหลัง ผู้รับสารมีภูมิหลังที่แตกต่างกัน จะให้ความสนใจต่อเนื้อหาสารที่ต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับสื่อ และเนื้อหาสารที่ต่างกัน
5. ความสามารถในการรับสาร เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจของผู้รับสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสารที่ต่างกัน
6. บุคลิกภาพ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร สถานภาพทางอารมณ์ อาจเป็นอุปสรรคต่อการเข้าใจความหมายของสาร
7. ทัศนคติ เป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและการตอบสนองต่อข่าวสารที่เปิดรับ

#### พฤติกรรมการใช้ IG Stories

จากแนวคิดที่กล่าวข้างต้น พฤติกรรมการใช้ IG Stories จึงหมายถึง ลักษณะพฤติกรรมของผู้ใช้งาน IG Stories ที่เปิดรับหรือแสวงหาสารที่สอดคล้องความคิดและทัศนคติ ผ่านการใช้งาน IG Stories โดยการเลือกรับรู้และติดตามที่แตกต่างกันตามทัศนคติ ความเชื่อ และประสบการณ์ในแต่ละบุคคล อีกทั้งผู้ใช้งานจะเลือกจดจำในสารที่สนับสนุนความต้องการและทัศนคติของตนเอง โดยมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับสาร ได้แก่ ประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม การใช้ประโยชน์ สภาพแวดล้อม ความสามารถในการรับสาร บุคลิกภาพ เป็นต้น โดยวัดเป็นความถี่ที่ใช้ ระยะเวลาที่ใช้ ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ ช่วงเวลาที่ใช้ สถานที่ในการใช้ IG Stories

## 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories

### ความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)

Soloman (2012) ได้อธิบาย รูปแบบการดำเนินชีวิตในเชิงผู้บริโภค ระบุว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต (lifestyle) สามารถอธิบายให้เห็นถึงค่านิยมหรือรสนิยมในการดำเนินชีวิตผ่านรูปแบบของการบริโภคสินค้าต่าง ๆ ซึ่งบุคคลมักจะรวมตัวกันเป็นกลุ่ม โดยมีสิ่งที่ชอบเหมือนกัน ใช้เวลาทำกิจกรรมที่คล้ายกัน และซื้อของที่คล้ายกัน ซึ่งสะท้อนทางเลือกของบุคคลที่ใช้เงินและเวลา

สอดคล้องกับ Engel et al. (1986) ได้ให้ความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิตไว้ว่า รูปแบบที่ผู้คนจะดำเนินชีวิตรวมทั้งการใช้เงินและเวลา โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตสะท้อนได้จากกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinions)

Peter (1994) ได้นิยามรูปแบบการดำเนินชีวิตว่าเป็นรูปแบบที่บุคคลปฏิบัติในการใช้ชีวิต ประกอบด้วย กิจกรรม (Activities) เป็นสิ่งใช้เวลาไปกับสิ่งสิ่งนั้นอย่างไร ความสนใจ (Interest) เป็นสิ่งที่ให้ความสำคัญหรือพึงพอใจ และความคิดเห็น (Opinions) เป็นสิ่งที่รู้สึกเกี่ยวกับเหตุการณ์และสิ่งต่าง ๆ รอบตัวอย่างไร ซึ่งสอดคล้องกับ Kotler (2003) ได้ให้ความหมายรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลไว้ว่า เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แสดงออกมาในรูปของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของบุคคล โดยจะแสดงออกถึงตัว “บุคคล” ที่มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมรอบตัวทั้งหมด รวมถึง Assael (2004) ได้กล่าวไว้ว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต คือ รูปแบบการใช้ชีวิตที่สะท้อนถึงทัศนคติ ความสนใจ และความคิดเห็นของผู้บริโภค

ดารา ทีปะปาล (2542) ให้ความหมายว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง บุคคลมีการดำรงชีวิตอยู่อย่างไร หรือรูปแบบการใช้ชีวิตของบุคคลอยู่ในโลก ที่แสดงออกมาในรูปแบบกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นต่าง ๆ และแบบการดำรงชีวิตนี้จะใช้ในความหมายครอบคลุมถึงกลุ่มบุคคลที่รวมกันอยู่ใน 3 ระดับคือ กลุ่มปัจเจกบุคคล กลุ่มเล็กของบุคคลที่ปฏิสัมพันธ์กัน และกลุ่มบุคคลกลุ่มใหญ่

โดยสรุปรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) หมายถึง การดำเนินชีวิตที่แสดงออกมาในรูปแบบกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นต่าง ๆ โดยการดำเนินชีวิตจะแสดงออกถึงตัวบุคคลนั้นที่มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมรอบตัวทั้งหมด

#### **การวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยใช้วิธี AIOs**

AIOs (Activities, Interest and Opinion) เป็นวิธีการวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยอาศัยมาตรวัดลักษณะทางจิตวิทยา (Psychographics) ซึ่งเป็นวิธีการวัดเชิงปริมาณ (Quantitative) เป็นวิธีที่นิยมและเป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลาย อีกทั้งมีความยืดหยุ่น โดยสามารถปรับเปลี่ยนคำถามให้เหมาะกับกลุ่มตัวอย่าง โดย Reynolds และ Darden ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของ AIOs มีรายละเอียดดังนี้ (Engel et al., 1986)

กิจกรรม (Activity: A) คือ ปฏิกริยาที่แสดงออกเช่น คูโทรทัศน์ จำของในร้านค้า แม้ว่า ปฏิกริยานี้ สามารถสังเกตเห็นได้โดยปกติแต่ไม่สามารถเดาเหตุผลของการกระทำได้หมด จึงไม่มีการวัดเพื่อหาเหตุผลของปฏิกริยานี้

ความสนใจ (Interest: I) คือ ความสนใจในเรื่องราว เหตุการณ์หรือวัตถุโดยมีระดับของความตื่นเต้น ซึ่งมีความพิเศษและน่าสนใจติดตามอย่างต่อเนื่อง

ความคิดเห็น (Opinion: O) คือ ความคิดเห็น เป็นไปในรูปคำพูดหรือเขียนคำตอบ ที่บุคคลตอบสนองต่อสถานการณ์ที่กระตุ้น โดยคำถาม ถูกใช้อธิบายตีความหมาย การคาดหวัง และการประมาณค่าต่าง

ตารางที่ 2-2 AIOs ตัวแปรที่ใช้วัดรูปแบบการดำเนินชีวิตและลักษณะทางประชากร

กิจกรรม (Activity: A)	ความสนใจ (Interest: I)	ความคิดเห็น (Opinion: O)	ลักษณะทางประชากร (demographics)
การทำงาน	ครอบครัว	เกี่ยวกับตนเอง	อายุ
งานอดิเรก	บ้าน	ปัญหาสังคม	การศึกษา
กิจกรรมทางสังคม	งาน	การเมือง	รายได้
วันหยุดพักผ่อน	ชุมชน	ธุรกิจ	อาชีพ
บันเทิง	สันตนาการ	เศรษฐกิจ	ขนาดของครอบครัว
สมาชิกสโมสร	แฟชั่น	การศึกษา	ที่อยู่อาศัย
ชุมชน	อาหาร	ผลิตภัณฑ์	ภูมิลำเนา
การเลือกซื้อสินค้า	สื่อต่างๆ	อนาคต	ขนาดเมือง
กีฬา	ความสำเร็จ	วัฒนธรรม	ช่วงวงจรชีวิต

ที่มา : Plummer (1974)

## รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories จึงหมายถึง การดำเนินชีวิต ของบุคคลมักจะรวมตัวกันเป็นกลุ่ม โดยมีสิ่งที่ชอบเหมือนกัน ใช้เวลาทำกิจกรรมที่คล้ายกัน และชื่อของที่คล้ายกัน ซึ่งสะท้อนทางเลือกของบุคคลที่ใช้เงินและเวลา ในรูปแบบกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinions) ผ่านการใช้ IG Stories โดยจะแสดงออกถึงตัวบุคคลนั้นที่มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมรอบตัวทั้งหมด

## 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิผลในการทำงาน

Barnard (1968) ให้ความหมายคำว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง การบรรลุเป้าหมายขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ Steers (1977) กล่าวว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง การที่ผู้นำใช้ความสามารถในการแยกแยะการบริหารและการใช้ทรัพยากรให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เป็นไปในแนวทางเดียวกันกับ วีระพันธ์ เหมะนุเชษฐ์ (2559) กล่าวว่า ประสิทธิภาพ (effectiveness) หมายถึง การบรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่พึงปรารถนาหรือเป็นไปตามที่คาดหวังไว้ พุดง่าย ๆ ชัด ๆ ก็คือ ประสิทธิภาพ พิจารณาจากนำผลของงาน โครงการ หรือกิจกรรม ที่ได้รับเปรียบเทียบกับ วัตถุประสงค์ หรือเป้าหมาย นอกจากนี้ พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2555 ยังได้ให้ความหมายคำว่า “ประสิทธิภาพ” หมายถึง ผลสำเร็จ, ผลที่เกิดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ การให้ความหมายของ 2 พจนานุกรม ได้แก่ Cambridge Dictionary (2016) ที่ให้ความหมายของ ประสิทธิภาพ คือ ความสามารถที่จะประสบความสำเร็จ และสร้างผลงานได้ตามที่ตั้งใจไว้ และ Oxford Dictionary (2016) ที่ให้คำจำกัดความว่า ประสิทธิภาพ คือ ความสำเร็จในการสร้างผลงานตามที่ต้องการ

### ประสิทธิภาพในการทำงาน

Gibson et al. (1997) กล่าวว่า ประสิทธิภาพในการทำงาน (Performance Effectiveness) หมายถึง การกระทำหรือความพยายามใด ๆ ที่ต้องการให้เกิดผลลัพธ์อะไรบางอย่างในเชิงปริมาณ และคุณภาพ ประสิทธิภาพในการทำงานแบ่งได้เป็น 2 ระดับคือ

1. ประสิทธิภาพการทำงานระดับบุคคล คือ บุคคลที่มีความสามารถที่จะปฏิบัติงานใด ๆ หรือปฏิบัติกิจกรรมใด ๆ แล้วประสบความสำเร็จบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้และเป็น

ผลงานที่มีคุณภาพ เช่น มีความถูกต้อง มีคุณค่า มีความเหมาะสม ตรงกับความคาดหวังและ ความต้องการของหมู่คณะ สังคม และผู้นำผลนั้น ไปใช้เป็นผลที่ได้จากการปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ คือ เป็นการปฏิบัติด้วยความพอใจ ปฏิบัติเต็มความสามารถ ปฏิบัติด้วยการเลือกสรรกลวิธีแลเทคนิค วิธีการที่ เหมาะสมที่สุดที่จะทำให้บรรลุทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ อย่างสูงสุดแต่ใช้ทุน ทรัพยากรและระยะเวลา น้อยที่สุด

## 2. ประสิทธิภาพการทำงานระดับองค์การ ประกอบด้วย

1. การผลิต (Production) สามารถดำเนินการผลิตให้ได้ผล ผลิตทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพได้ตรงกับความต้องการขององค์การ

2. ประสิทธิภาพ (Efficiency) อัตราส่วนระหว่างปัจจัยทรัพยากร (Input) ที่ใช้กับผลผลิต (Output) มีความเหมาะสมในลักษณะที่ใช้ทรัพยากรได้คุ้มค่า

3. ความพึงพอใจ (Satisfaction) ผลการดำเนินงานขององค์การนำมา ซึ่งความสำเร็จสอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของสมาชิกในองค์การ

4. การปรับเปลี่ยน (Adaptiveness) การมีกลไกที่สามารถ ปรับเปลี่ยนการดำเนินงานได้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งภายในองค์การและภายนอก องค์การ

5. การพัฒนา (Development) สามารถเพิ่มพูนศักยภาพ (Potential) และวิสัย สามารถ (Capacity) ขององค์การที่เจริญก้าวหน้าตามการเปลี่ยนแปลงของ สภาพแวดล้อม (Gibson et al. 1988, อ้างถึงใน รัฐพล ศรีรัตนะ, 2551 หน้า 32)

ในขณะที่ Hackman & Oldham (1997) ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพการทำงานของบุคคลไว้ดังนี้

1. เป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญที่หลากหลาย (skill variety) ซึ่งจะช่วยให้การทำงานมีคุณค่าและประสบความสำเร็จมากขึ้น

2. ลักษณะของงาน (Task Identity) งานที่มีความเป็นเอกภาพมีระดับความยากง่ายที่พอเหมาะที่จะช่วยให้งานนั้นสำเร็จได้

3. ความสำคัญของงาน (Task significance) งานที่มีความสำคัญมีอิทธิพลต่อผู้ปฏิบัติงาน

4. ความมีอิสระ (Autonomy) บุคลากรมีอิสระในการจัดการการทำงานด้วยตนเอง



5. การให้ข้อมูลป้อนกลับ(Feedback) องค์การมีการให้ข้อมูลย้อนกลับกับบุคลากรในเรื่องประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงาน รวมถึงคุณภาพในการทำงานของตัวบุคลากร (Hachman & Oldham, 1997)

พิทยา บวรพัฒนา (2552) ประสิทธิภาพของงาน คือ การพิจารณาว่าองค์การประสบความสำเร็จเพียงใดในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือสภาพขององค์การที่ตั้งไว้หรือปรารถนาให้เกิดขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า ประสิทธิภาพในการทำงาน หมายถึง การปฏิบัติงานที่ทำให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ทั้งในระดับบุคคลและระดับองค์การ

#### **การวัดประสิทธิผลการทำงาน**

Chemers & Ayman (1985) ได้ระบุเกณฑ์การวัดประสิทธิผลการทำงานใน 3 ด้านประกอบด้วย

1. คุณภาพของงาน (Quality of Work) หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ พร้อมกับการมีผลงานที่มีคุณภาพ กล่าวคือ ผลงานที่สำเร็จด้วยความถูกต้อง เรียบร้อย ครบถ้วน และสมบูรณ์

2. ปริมาณของผลงาน (Quantity of Work) หมายถึง ปริมาณหรือจำนวนผลงานที่สำเร็จ โดยเปรียบเทียบกับปริมาณงานที่กำหนดหรือปริมาณงานที่ควรจะได้ในเวลาหรือมาตรฐานที่ควรจะเป็น เช่น ผลงานที่เกิดจากการดำเนินการอย่างมีการวางแผนหรือกำหนดขั้นตอนในการดำเนินงาน รวมทั้งกำหนดความรับผิดชอบต่อผลงานอย่างชัดเจน เพื่อให้การดำเนินงานได้ตามมาตรฐานที่วางไว้

3. ความตรงต่อเวลาในการทำงาน (Timing of Work) หมายถึง ความสม่ำเสมอในการทำงานตลอดทั้งปี และการตรงต่อเวลา เช่น การมีข้อมูลที่พร้อม เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ อย่างทันต่อเวลาหรือทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งผู้บริหารต้องพิจารณาเปรียบเทียบประโยชน์ที่จะได้รับจากการรายงานที่ทันต่อเวลากับความเชื่อถือได้รายงานนั้น (Chemers & Ayman, 1985)

## 2.7 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงาน

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ให้ความหมายคำว่า “ประสิทธิภาพ” หมายถึง ความสามารถที่ทำให้เกิดผลในการทำงาน

John D. Millet (อ้างถึงใน สถิต คำลาเลียง, 2544) กล่าวถึง ประสิทธิภาพ (efficiency) ว่า ผลการปฏิบัติสิ่งใดก็ตามที่นำมาสู่ความพึงพอใจ ความเต็มใจแก่บุคคล องค์กรและนำมาซึ่งผลของความสำเร็จหรือสร้างกำไรจากการปฏิบัติงานนั้น (Human satisfication and benefit produced)

Simon (1960) กล่าวว่า ถ้างานใดมีประสิทธิภาพสูงสุดให้ดูจากความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยนำเข้า (Input) กับผลผลิต (Output) ที่ได้รับออกมา ซึ่งสรุปได้ว่า ประสิทธิภาพเท่ากับผลผลิต

ประสิทธิภาพ (efficiency) หมายถึง ผลสำเร็จที่พิจารณาในแง่ของเศรษฐศาสตร์ ที่มีตัวบ่งชี้ ได้แก่ ความประหยัด หรือคุ่มค่า (ประหยัดต้นทุน ประหยัดทรัพยากร ประหยัดเวลา) ความทันเวลา และมีคุณภาพ (ทั้งกระบวนการ ได้แก่ Input Process และ Output) (วีระพันธ์ เขมะนุเชษฐ์, 2559) สอดคล้องกับ ปัทมา พิวอ่อน และ ศิษยาภา เนียมถนอม ที่ให้ความหมายว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง กระบวนการ วิธีการ หรือการกระทำใด ๆ ที่นำไปสู่ผลสำเร็จ โดยใช้ทรัพยากรต่าง ๆ อันได้แก่ ทรัพยากรทางธรรมชาติ แรงงาน เงินทุน และวิธีการดำเนินการหรือประกอบการที่มีคุณภาพสูงสุดในการดำเนินการด้านบัญชีได้อย่างเต็มศักยภาพ โดยใช้ความรอบคอบระมัดระวังในการปฏิบัติงานเชิงมืออาชีพ และยึดมั่นหลักคุณธรรมโดยเปิดเผยข้อมูลอย่างถูกต้องและครบถ้วน (ปัทมา พิวอ่อน และศิษยาภา เนียมถนอม, 2562)

โดยสรุปประสิทธิภาพ หมายถึง กระบวนการ วิธีการ หรือการกระทำที่นำไปสู่ความสำเร็จโดยใช้ทรัพยากรต่าง ๆ อย่างเต็มศักยภาพ อย่างมีคุณธรรม ถูกต้อง และครบถ้วน

### ประสิทธิภาพในการทำงาน

อีเมอร์สัน (Emerson, อ้างถึงใน สุภาภรณ์ ประทุมชัน, 2557) กล่าวว่าประสิทธิภาพการทำงานเป็นหัวใจสำคัญของการแข่งขันทางธุรกิจที่ทุกหน่วยงานต้องพยายามดำเนินงานให้คุ้มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร โดยเฉพาะในการปฏิบัติงานด้านทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นกุญแจสำคัญในความสำเร็จขององค์กร อีเมอร์สันได้กล่าวถึงแนวคิดกับหลักการทำงานให้มีประสิทธิภาพ คือ การทำงานเชื่อถือได้ (Reliable Working) หมายถึง การปฏิบัติงานต้องมีการบันทึกข้อมูลที่

เชื่อถือได้ การนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง ทันต่อเหตุการณ์ รวดเร็ว เพียงพอและถาวร การบันทึกต่าง ๆ ควรจะครอบคลุมถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ รวมทั้งประสิทธิภาพการใช้สินทรัพย์ที่กิจการมีและเป็น ประโยชน์ต่อสังคมการทำงานสำเร็จทันเวลา (Timeliness Work Success) หมายถึง การที่พนักงาน สามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จคล่องตามระยะเวลาหรือมาตรฐานที่ตั้งไว้และผลงาน ได้มาตรฐาน (Standardized Works) หมายถึง คุณภาพของงานที่สำเร็จมีความถูกต้อง เรียบร้อยและ สมบูรณ์ ครบถ้วนตามกำหนด หรืออาจเกิดจากการควบคุมงาน เพื่อกำกับให้ผู้ปฏิบัติงานปฏิบัติได้ ตามมาตรฐานงาน ครบถ้วนได้ผลตามเป้าหมาย ทันเวลา ไม่เกิดการสูญเปล่าของทรัพยากร

ประสิทธิภาพในการทำงาน หมายถึง การทำงานของบุคลากรในองค์กรตามระเบียบวิธี ปฏิบัติงานที่กำหนดเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยใช้วัตถุดิบหรือวัสดุอุปกรณ์ ทั้งแรงงานคน น้อยที่สุด และเหมาะสมกับผลงานที่ได้รับ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ด้าน กระบวนการบริหาร/คุณภาพ ด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ (ศรัญญา เอื้ออังกณากุล, 2554)

โดยสรุปประสิทธิภาพในการทำงาน หมายถึง กระบวนการหรือวิธีการปฏิบัติงานที่ นำไปสู่ความสำเร็จโดยใช้ทรัพยากรต่าง ๆ อย่างเต็มศักยภาพ อย่างมีคุณธรรม ถูกต้อง และครบถ้วน โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ด้านผลผลิต/ ผลลัพธ์

## 2.8 แนวคิดเกี่ยวกับ ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้ IG Stories กับประสิทธิผล และประสิทธิภาพการทำงาน

องค์กรที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับพนักงานมากที่สุด เพราะ พนักงานสามารถสร้างคุณค่าและทำให้องค์กรมีความยั่งยืนและได้เปรียบด้านการแข่งขัน โดย ความสำเร็จขององค์กรต้องอาศัยประสิทธิภาพการทำงาน of พนักงาน ในขณะที่สื่อสังคมออนไลน์ ได้รับนิยมและเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการทำงาน พนักงานส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ใน สถานที่ทำงาน จากงานวิจัยของ Munene & Nyaribo (2013) ได้ศึกษา ขอบเขตการมีส่วนร่วมในการ ใช้สื่อสังคมออนไลน์ของพนักงานและผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ผลการศึกษา พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสังคมออนไลน์และประสิทธิภาพการทำงาน of พนักงาน มีความสัมพันธ์กันทั้งด้านลบและด้านบวก ความสัมพันธ์กันด้านลบ คือพนักงานใช้เวลาส่วนใหญ บนสื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างเครือข่ายระหว่างบุคคล และความสัมพันธ์ด้านบวกคือการใช้สื่อ

สังคมออนไลน์เพื่อแสวงหาและสำรวจข้อมูลทั่วไป การศึกษาครั้งสรุปได้ว่าพนักงานใช้สื่อสังคมออนไลน์ทั้งเพื่อการทำงานและไม่เกี่ยวกับการทำงาน ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์มีศักยภาพที่จะทำให้พนักงานให้ความร่วมมือในงาน มีการสร้างสรรค์แบ่งปันความรู้ในกลุ่มคนทำงาน และเป็นช่องทางที่ดีในการสื่อสาร อีกทั้งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ถึงอย่างไรก็ตามสื่อสังคมออนไลน์จะดึงดูดพนักงานให้เกิดการเสพติดจนทำให้รบกวนการปฏิบัติงาน ส่งผลให้ความสามารถในการจัดการองค์กรแย่งลง (Munene & Nyaribo, 2013)

นอกจากนี้ในขณะที่งานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้ ความคาดหวังและความพึงพอใจของประชากรเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่ออินสตาแกรม ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้อินสตาแกรมของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ของการใช้ 1-5 ครั้ง/วัน ระยะเวลา 1-5 นาที ในช่วงเวลา 20:00-23:00 น. สถานที่ที่เข้าใช้มากที่สุดคือที่บ้าน โดยมีความคาดหวังคือเพื่อความบันเทิงและผ่อนคลายมากที่สุด รองมาคือเพื่อใช้เป็นกิจกรรมยามว่างและแก้เบื่อ ในส่วนของความพึงพอใจที่มีต่อการใช้อินสตาแกรมเพื่อความบันเทิงมากที่สุด (มณูชวีรัชญ์ จารุงศ์วาที, 2557)

จากงานวิจัยดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิผลและประสิทธิภาพการทำงาน of พนักงาน อีกทั้งผู้ใช้งานอินสตาแกรมมีพฤติกรรมการใช้บ่อยครั้งต่อวันและมีความพึงพอใจต่อการใช้งานอินสตาแกรม จึงเป็นผลให้ IG Stories ที่ซึ่งเป็นลักษณะพิเศษหนึ่งของอินสตาแกรมและเป็นสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์โดยตรงกับประสิทธิผลและประสิทธิภาพการทำงาน of พนักงานด้วยเช่นกัน

## 2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชลชินี บุญนาค (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การสำรวจรูปแบบการดำเนินชีวิตบนอินสตาแกรม วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตบนอินสตาแกรม ผลการวิจัย พบว่า กิจกรรมที่ผู้ใช้อินสตาแกรมทำมากที่สุด คือ การกดติดตาม (Follow) เพื่อนและคนรู้จัก ในขณะที่กิจกรรมที่ผู้ใช้อินสตาแกรมทำน้อยที่สุด คือ การแสดงความคิดเห็น (Comment) บนอินสตาแกรมสื่อข่าวหลัก สำหรับสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจบนอินสตาแกรมมากที่สุด คือ การดูอินสตาแกรมของเพื่อน/ครอบครัว ส่วนสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจน้อยที่สุดคือ การดูโพสต์เกี่ยวกับธรรมะ และสุดท้ายในส่วนของความคิดเห็นนั้น กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุดว่า อินสตาแกรมง่ายต่อการ



เข้าถึง สะดวก และรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยน้อยที่สุดว่า อินสตาแกรมช่วยให้หลีกเลี่ยงปัญหาที่ต้องเผชิญในชีวิตประจำวัน

**ชุตีวรรณ สุวิสุทธิ และสุนทรี ศักดิ์ศรี (2561)** ได้ศึกษาเรื่อง การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการสื่อสารในองค์กรและความทุ่มเทในการทำงานที่พยากรณ์ผลการปฏิบัติงานของบุคลากรในหน่วยงานสังกัดกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับผลการปฏิบัติงานของบุคลากรในหน่วยงานสังกัดกรุงเทพมหานคร การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการสื่อสารในองค์กรและความทุ่มเทในการทำงานของบุคลากร และผลการปฏิบัติงานของบุคลากรในหน่วยงานสังกัดกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการสื่อสารในองค์กรและผลการปฏิบัติงานของบุคลากร 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความทุ่มเทในการทำงานของบุคลากรและผลการปฏิบัติงานของบุคลากร และ 4) เพื่อพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานด้วยการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการสื่อสารในองค์กรและความทุ่มเทในการทำงานของบุคลากร ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการปฏิบัติงานของบุคลากรอยู่ในระดับสูง ระดับการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการสื่อสารในองค์กรและความทุ่มเทในการทำงานอยู่ในระดับมาก 2) การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการสื่อสารในองค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงาน 3) ความทุ่มเทในการทำงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงาน 4) ความทุ่มเทในการทำงานด้านความรู้สึกเต็มใจที่จะเสียสละอุทิศตนให้กับงาน และด้านความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับงาน การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการสื่อสารในองค์กรด้านการสื่อสารข้ามสายงานและด้านการสื่อสารจากบนลงล่าง สามารถร่วมกันพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานของบุคลากร ได้ร้อยละ 45.40

**ศรัญญา เอื้ออังกณกุล (2554)** ได้ศึกษาเรื่อง ลักษณะผู้นำ ประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรในองค์กร และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตอาหารแช่แข็งส่งออกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะผู้นำของผู้บริหารระดับต้นขึ้นไปกับประสิทธิภาพในการทำงาน ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพในการทำงานกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตอาหารทะเลแช่แข็งส่งออกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาครกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ จำนวน 300 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีประสิทธิภาพในการทำงานโดยรวมและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยรวมของบุคลากร



แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ลักษณะผู้นำแบบเผด็จการ โดยรวม และลักษณะผู้นำแบบปล่อยตาม โดยรวมมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามในระดับต่ำ กับประสิทธิผลในการทำงาน โดยรวมของบุคลากรที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ลักษณะผู้นำแบบสโมสร โดยรวม มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำและปานกลาง ตามลำดับ กับประสิทธิผลในการทำงาน โดยรวม และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยรวมของบุคลากรที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ลักษณะผู้นำแบบทางสายกลาง โดยรวม มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กับประสิทธิผลในการทำงาน โดยรวม และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยรวมของบุคลากรที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ลักษณะผู้นำแบบทีมงาน โดยรวม ความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับประสิทธิผลในการทำงาน โดยรวม และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยรวมของบุคลากรที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ประสิทธิผลในการทำงาน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโตของบุคลากร ความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำถึงปานกลางกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยรวมของบุคลากรที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

**วรรณญา เสริมไชยพัฒน์ และคณะ (2561)** ศึกษาประสิทธิภาพของการทำงานของพนักงานเปรียบเทียบกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผลการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 23-30 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีตำแหน่งพนักงานระดับปฏิบัติการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุงาน 2-4 ปี ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่าภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับใช้งานบางโอกาส หากพิจารณารายด้านพบว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในเวลาทำงาน อยู่ในระดับใช้งานบ่อยครั้ง ขณะที่ การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่วนบุคคล อยู่ในระดับใช้งานบางโอกาส ผลการศึกษาประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน พบว่าประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก หากพิจารณารายด้านพบว่าทุกด้านอยู่ในเห็นด้วยระดับมาก โดยประสิทธิภาพด้านคุณภาพประสิทธิภาพด้านผลการปฏิบัติงาน และประสิทธิภาพด้านความถูกต้องในงานภายในเวลาที่กำหนด ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่าพนักงานที่มีอายุแตกต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้ และอายุงานแตกต่างกันประสิทธิภาพในการทำงานไม่แตกต่างกัน และพบว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการทำงาน และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในเรื่องส่วนตัวมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการทำงานใน

ระดับมีความสัมพันธ์กันบ้างและมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม แสดงว่าถ้าพนักงานการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากขึ้นจะทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง

**อารยา เกียรติก้อง และคณะ (2562)** ศึกษาเรื่อง ผลกระทบแนวทางการแก้ไขต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในเยาวชน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการเครือข่ายสังคมเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและชายมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันใช้เครือข่ายสังคมมาแล้วโดยเฉลี่ย 4ปี ใช้ประมาณ 3.5ชั่วโมงต่อวัน วันละ1-5ครั้ง ใช้มากในช่วงเวลา 17.01 -20.00น. บนคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะเป็นส่วนใหญ่ กิจกรรมที่ทำเป็นประจำคือ การฟังเพลง ดูหนังคลิปวิดีโอ สนทนากับเพื่อนและการค้นหาข้อมูล ผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมที่มีต่อตนเองของเยาวชนคือ ชีวิตสะดวกสบายเพิ่มขึ้น ใช้แล้วทำให้ผ่อนคลาย ส่วนผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมที่มีต่อสังคมคือ ทำให้คุยกับเพื่อน ได้ง่ายพบเพื่อนเก่าที่ไม่เคยพบกันมานานและทำให้ได้พบเพื่อนใหม่ สำหรับแนวทางแก้ไขผลกระทบที่เกิดจากการใช้เครือข่ายสังคมในมุมมองของเยาวชนควรให้ความสำคัญในการลดเวลาการใช้งานด้วยตนเองมากที่สุด ตามด้วยผู้ปกครองควรควบคุมค่าใช้จ่ายและเวลา สำหรับแนวทางแก้ไขผลกระทบในระดับครอบครัว พบว่า 1) การสร้างสัมพันธภาพที่ดีภายในครอบครัว 2) การตั้งกติกาและการจำกัดการเข้าถึงเครือข่ายสังคม และ 3) การสร้างคุณลักษณะที่ดีของเยาวชนเพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพให้เยาวชนรู้สึกความมีคุณค่าในตนเอง เป็นสามแนวทางใหญ่ๆที่ครอบครัวควรนำไปใช้ ขณะที่แนวทางแก้ไขผลกระทบในระดับสังคมพบว่าควรมีแนวทางแก้ไขผลกระทบ ดังนี้ (1) การสร้างเครือข่ายประสานความร่วมมือ (2) การส่งเสริมและพัฒนาการรับรู้และการเรียนรู้ของเยาวชน (3) การสร้างความตระหนักที่จะเกิดจากผลกระทบในการใช้เครือข่ายสังคม

**ลินดา กองเซ็น และ ศศิพรรณ บิลมาโนชญ์ (2558)** ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการสื่อสารและการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการทำงานของผู้สื่อข่าวสำนักข่าวเนชั่น มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สื่อข่าวสำนักข่าวเนชั่น (2) เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการทำงานของผู้สื่อข่าวเนชั่น โดยผลการวิจัยพบว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้มากที่สุดคือ เฟซบุ๊ก (Facebook) โดยมีความถี่ในการใช้ทุกวันๆละ 3 ชั่วโมง โดยส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในที่ทำงาน ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ช่วงเวลา 20:01-00:00 น. นอกจากนั้นยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างสมัครเป็นสมาชิกด้วยตนเอง และได้เข้าเป็นสมาชิกเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่า 4 ปีขึ้นไป โดยส่วนใหญ่มีการติดต่อสื่อสารกับสมาชิกในเครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 500 คนขึ้นไป

ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้วยชื่อบัญชีเพียง 1 ชื่อ และโทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์ที่นิยมใช้ในการสื่อสารเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อสื่อสารกับบุคคลที่รู้จัก ซึ่งเนื้อหาหรือข่าวสารที่ส่วนใหญ่นิยมแชร์กันในเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเรื่องราวส่วนตัว อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัว ทั้งนี้ผู้สื่อข่าวส่วนใหญ่มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการส่งข่าวสำหรับการทำงานทุกวัน รวมทั้งใช้ในการติดต่อกับแหล่งข่าวต่างๆครั้งอีกด้วย นอกจากนี้ยังพบว่าผู้สื่อข่าวส่วนใหญ่เคยนำข้อมูลจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ไปใช้ในการทำข่าว และผู้สื่อข่าวบางคนได้ใช้ข้อมูลจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ไปใช้ในการนำเสนอข่าวทุกวัน โดยส่วนใหญ่จะมีการตรวจสอบข้อเท็จจริงของข้อมูลจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกครั้งก่อนที่จะนำข้อมูลไปใช้ การใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สื่อข่าวระดับมากที่สุด คือ ด้านการรับทราบข้อมูลได้รวดเร็ว รองลงมา คือด้านการแบ่งปันความคิดเห็นกับคนอื่นได้ง่าย

**จอมใจ ภักดีพินิจ และ ดร.ณัฐพล วงษ์ชวลิตกุล (2557)** ศึกษาเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ของคนวัยทำงานในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เป็นการวิจัยเชิงสำรวจและเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25-30 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เฟซบุ๊กมากที่สุด ส่วนใหญ่ใช้บริการเวลา 19.00 -20.59 น. โดยใช้เวลาในการเข้าเว็บไซต์ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์แต่ละครั้งโดยเฉลี่ย 30 นาที โดยใช้โทรศัพท์มือถือมากที่สุด กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างทำเป็นประจำมากที่สุด 3 อันดับแรก เมื่อเข้าใช้เว็บเครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ สนทนากับเพื่อน (Chat) การแชร์รูปและหาข้อมูล/แลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านทางเว็บบอร์ด นอกจากนี้ ผลการศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนวัยทำงานในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมาที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการดำเนินชีวิต 6 รูปแบบ ซึ่งเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้คือ กลุ่มรักครอบครัว กลุ่มชอบแสวงหาความสนุกสนาน กลุ่มฐานนะคิมิรสนิยม กลุ่มนักต่อสู้ดิ้นรน กลุ่มหัวเก่า และกลุ่มที่อุทิศตนเพื่อสังคม ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คนวัยทำงานที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน ณ ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05

**กัณฑ์ ภูมิภมร (2557)** ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ของพนักงานบริษัทลิสซิ่งกสิกรไทย สำนักงานพหลโยธิน กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ของพนักงานบริษัทลิสซิ่งกสิกรไทย สำนักงานพหลโยธิน กรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ของพนักงานบริษัทลิสซิ่งกสิกรไทย สำนักงานพหลโยธิน กรุงเทพมหานคร 3. เพื่อเปรียบเทียบระดับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ตามปัจจัยส่วนบุคคล ของพนักงานบริษัทลิสซิ่งกสิกรไทย สำนักงานพหลโยธิน กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยด้านพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ คือมีประสบการณ์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำนวน 5 ปีขึ้นไปมากที่สุด ช่องทางการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดคือ Smartphone พนักงานส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดคือ เปิดตลอดทั้งวัน ช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์คือ 12.00 น.-18.00 น. ระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แต่ละวันมากที่สุดคือ 5 ชั่วโมงขึ้นไป มีวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์คือ รับ-ส่งงานกับเพื่อนร่วมงาน/ผู้บังคับบัญชามากที่สุด คุณสมบัติของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ชื่นชอบมากที่สุดคือ ทรายข่าวสาร/รับ-ส่งงานรวดเร็วทันใจ ผลการวิจัยด้านประสิทธิภาพการในการปฏิบัติงาน พบว่าด้านปริมาณงานและคุณภาพได้รับความความคิดเห็น “เห็นด้วย” มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการประหยัดงบประมาณ และด้านการประหยัดเวลาได้รับความความคิดเห็น “เห็นด้วย” ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1.พนักงานบริษัทลิสซิ่งกสิกรไทย สำนักงานพหลโยธิน กรุงเทพมหานคร มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีประสิทธิภาพการในการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน 2.พนักงานบริษัทลิสซิ่งกสิกรไทย สำนักงานพหลโยธิน กรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการในการปฏิบัติงาน ด้านปริมาณและคุณภาพ ส่วนประสิทธิภาพการในการปฏิบัติงานที่เหลือทั้งสองด้าน รวมถึงประสิทธิภาพการในการปฏิบัติงานภาพรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media)



**Tilahun Yeshambe et al. (2016)** ศึกษาเรื่องผลกระทบของเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อประสิทธิผลของพนักงานในมหาวิทยาลัย Gondar การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาขอบเขตของการมีส่วนร่วมในเครือข่ายสังคมออนไลน์ของพนักงาน และผลกระทบต่อประสิทธิผลในงานของพนักงาน กลุ่มตัวอย่างถูกสุ่มเลือกแบบแบ่งชั้นจากประชากรที่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในสถานที่ทำงาน ใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือ งานวิจัยพบว่า มีความสัมพันธ์ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ระหว่างเครือข่ายสังคมออนไลน์กับการมีส่วนร่วมในงานและประสิทธิผลของพนักงาน ความสัมพันธ์เชิงลบคือพนักงานใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการสร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์ในเรื่องส่วนตัว และเยี่ยมชมเครือข่ายออนไลน์ ร้อยละ 68.4 และ ร้อยละ 86 ตามลำดับ ส่วนความสัมพันธ์เชิงบวก คือพนักงานใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อค้นหาและดูข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงาน สรุปได้ว่าพนักงานมีส่วนร่วมในเครือข่ายสังคมออนไลน์ในสถานที่ทำงานเพื่อเกี่ยวข้องกับการทำงานและไม่เกี่ยวข้องกับการทำงาน เครือข่ายสังคมออนไลน์มีศักยภาพทำให้พนักงานสามารถรวมตัวกันได้ มีความร่วมมือกันในการสร้างความรู้ร่วมกัน และแบ่งปันช่องทางการสื่อสารที่ดีขึ้น เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน อย่างไรก็ตามเครือข่ายสังคมออนไลน์สามารถทำให้พนักงานเสพติดและเสียสมาธิในการทำงานได้



## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ผลกระทบของพฤติกรรมการใช้และรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ต่อประสิทธิผลและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research method) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีคำถามชนิดปลายปิด (Close-ended Questions) เป็นเครื่องมือสำหรับการวิจัย โดยมีรายละเอียดของกลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ การวัดค่าตัวแปร การทดสอบเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล และการประมวลผลวิเคราะห์ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่างในการวิจัย
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 ทดสอบคุณภาพเครื่องมือ
- 3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูลและการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. กลุ่มประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้คือผู้ใช้ IG Stories ที่เป็นพนักงานเอกชนใน Generation Y
2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) กลุ่มเครือข่ายของผู้ใช้ IG stories ที่เป็นพนักงานเอกชนใน Generation Y คือระหว่างช่วงอายุ 20-40 ปี (ณ ปีพ.ศ.2563) ผู้วิจัยเลือกใช้สูตรของ (Cochran, 1977)

คำนวณขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรดังนี้

$$\text{จากสูตร} \quad n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

$n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

$Z$  = ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น ค่า  $Z$  เท่ากับ 1.96

$p$  = สัดส่วนของประชากรเป้าหมายต่อประชากรทั้งหมดเป็นร้อยละกำหนดให้เท่ากับร้อยละ 50 หรือ 0.50

$q = 1-p$  ดังนั้น  $q$  เท่ากับ ความน่าจะเป็นของผู้บริโภคที่ไม่ได้เป็นประชากร

$e$  = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ในทางสถิติที่ยอมรับได้ คือ ร้อยละ 5 หรือ 0.05

สามารถแทนค่าสูตรได้ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{Z^2(0.5)(0.5)}{0.05^2} \\ &= 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ คน} \end{aligned}$$

ขนาดของตัวอย่างที่ได้เท่ากับ 385 คน สามารถประมาณค่าร้อยละโดยมีความผิดพลาดได้ไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

### 3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลจากเครือข่ายผู้ใช้ IG Stories (ผู้ใช้จริง) ที่เป็นพนักงานเอกชนเฉพาะกลุ่มคนที่มีอายุระหว่าง 20-40 ปี ซึ่งอยู่ใน Generation Y โดยการส่งแบบสอบถามผ่านทางฟังก์ชันการส่งข้อความ (Direct Messaging) ในอินสตาแกรม, Messenger, Facebook และ Line เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนตามจำนวนที่กำหนดไว้

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในลักษณะที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกข้อมูลเอง (Self-Administration) เพื่อให้ทราบถึงผลกระทบจากการใช้ IG Stories ของพนักงานเอกชน โดยผู้วิจัยสร้างจากแนวคิดที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีเนื้อหาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้และรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ต่อประสิทธิผลและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนใน Generation Y (สร้อยญา เอื้อ อังคนากุล, 2554; ชลชินี บุนนาค, 2561) ได้แบบสอบถาม 1 ชุด แบ่งเป็น 6 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง เป็นคำถามเพื่อคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายตามที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ จำนวน 1 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามทั่วไป ได้แก่ อายุ อาชีพ ภูมิภาคที่อาศัยอยู่ โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบคำถามแบบเลือกคำตอบ (Multiple Choices) จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ IG Stories เพื่อให้ทราบถึงความถี่ในการใช้ระยะเวลาในการใช้ ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ ช่วงเวลาที่ใช้ ช่องทางการใช้ และ สถานที่ที่เข้าใช้ IG Stories จำนวน 6 ข้อเป็นการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) มีลักษณะเป็นคำถามชนิดปลายปิด (Close-ended Questions) มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choice Questions) และให้เลือกตอบข้อที่ตรงกับผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามเกี่ยวกับกิจกรรม (A: Activities) จำนวน 3 ข้อ คำถามเกี่ยวกับความสนใจ (I: Interest) จำนวน 3 ข้อ และคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็น (O: Opinions) จำนวน 3 ข้อ รวมข้อคำถามทั้งสิ้น จำนวน 9 ข้อ โดยเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) เป็นการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ ลิเคอร์ท (Likert Scale) โดยจัดระดับของคำตอบเป็น 5 คำตอบ โดยเป็นการให้คะแนนในแต่ละระดับตั้งแต่ 1-5 คะแนน ดังนี้

## ระดับความเป็นจริง

เห็นด้วยมากที่สุด	5	คะแนน
เห็นด้วยมาก	4	คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	3	คะแนน
เห็นด้วยน้อย	2	คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1	คะแนน

การแปลผล (Interpretation) และการอภิปรายผลการวิจัย ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการอภิปรายผล ซึ่งผลจากการคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น มีดังนี้

$$\begin{aligned} \text{จากสูตร ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด}-\text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้นเกณฑ์เฉลี่ยรูปแบบการดำเนินชีวิตใน IG Stories ของพนักงานเอกชนใน Generation Y กำหนดได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.24-5.00	อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.43-4.23	อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.62-3.42	อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81-2.61	อยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00-1.80	อยู่ในระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y รวมข้อคำถามทั้งสิ้น จำนวน 5 ข้อ โดยเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) เป็นการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ ลิกเออร์ท (Likert Scale) โดยจัดระดับของคำตอบเป็น 5 คำตอบ โดยเป็นการให้คะแนนในแต่ละระดับตั้งแต่ 1-5 คะแนน ดังนี้

## ระดับความเป็นจริง

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

การแปลผล (Interpretation) และการอภิปรายผลการวิจัย ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการอภิปรายผล ซึ่งผลจากการคำนวณ โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น มีดังนี้

$$\begin{aligned} \text{จากสูตร ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด}-\text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้นเกณฑ์เฉลี่ยประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y กำหนดได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.24-5.00	มีประสิทธิผลในการทำงานอยู่ในระดับดีมาก
คะแนนเฉลี่ย 3.43-4.23	มีประสิทธิผลในการทำงานอยู่ในระดับดี
คะแนนเฉลี่ย 2.62-3.42	มีประสิทธิผลในการทำงานอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.61	มีประสิทธิผลในการทำงานอยู่ในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80	มีประสิทธิผลในการทำงานอยู่ในระดับน้อยที่สุด



ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน จำนวน 3 ข้อ ด้านกระบวนการบริการ/คุณภาพ จำนวน 3 ข้อ ด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ จำนวน 3 ข้อ รวมข้อคำถามทั้งสิ้น จำนวน 9 ข้อ โดยเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) เป็นการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ ลิกเออร์ท (Likert Scale) โดยจัดระดับของคำตอบเป็น 5 คำตอบ โดยเป็นการให้คะแนนในแต่ละระดับตั้งแต่ 1-5 คะแนน ดังนี้

ระดับความเป็นจริง

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

การแปลผล (Interpretation) และการอภิปรายผลการวิจัย ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการอภิปรายผล ซึ่งผลจากการคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น มีดังนี้

$$\begin{aligned} \text{จากสูตร ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด}-\text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้นเกณฑ์เฉลี่ยประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y กำหนดได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.24-5.00	มีประสิทธิภาพในการทำงานอยู่ในระดับดีมาก
คะแนนเฉลี่ย 3.43-4.23	มีประสิทธิภาพในการทำงานอยู่ในระดับดี
คะแนนเฉลี่ย 2.62-3.42	มีประสิทธิภาพในการทำงานอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.61	มีประสิทธิภาพในการทำงานอยู่ในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80	มีประสิทธิภาพในการทำงานอยู่ในระดับน้อยที่สุด

### 3.4 ทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหาคุณภาพของเครื่องมือโดยทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1. ความเที่ยงตรง (Validity) หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วนำไปทดลองใช้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาข้อบกพร่องของคำถามและปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความชัดเจน (Clarity) ของคำถาม

2. ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการนำแบบสอบถามที่ได้แก้ไขแล้วไปทดสอบกับกลุ่มที่มีคุณสมบัติตรงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha coefficient;  $\alpha$ ) ของครอนบาค (Cronbach) ค่า  $\alpha$  ที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยมีค่าระหว่าง  $0 \leq \alpha \leq 1$  ถ้ามีค่าใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง

### 3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของผู้ใช้ IG Stories ที่เป็นพนักงานเอกชนใน Generation Y จำนวน 400 ตัวอย่าง

1.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research method) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในลักษณะที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกข้อมูลเอง (Self-Administration) โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 6 ส่วน ดังนี้ (ดูภาคผนวก)

1.2 จัดทำแบบสอบถามแบบออนไลน์ เพื่อส่งให้กับกลุ่มตัวอย่าง

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ใช้ประกอบในการทำวิจัย ผู้วิจัยได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชนทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ ดังนี้

1.1 หนังสือทางวิชาการ ตำรา สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาในครั้งนี้

1.2 ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

### 3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูลและการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เมื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างครบตามที่กำหนดแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดมาตรวจสอบความถูกต้อง และลงรหัส จากนั้นได้นำข้อมูลดังกล่าวไปประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) สำหรับระบบปฏิบัติการ Windows เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลและคำนวณ

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ด้วยข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อแจกแจงความถี่ แสดงค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลพฤติกรรมการใช้ IG Stories รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y และประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y

2. วิเคราะห์ข้อมูล โดยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1. ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y  
แตกต่างกันตามพฤติกรรมการใช้ IG Stories โดยใช้สถิติ F-test แบบ One-Way ANOVA

สมมติฐานข้อที่ 2. ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y  
แตกต่างกันตามพฤติกรรมการใช้ IG Stories โดยใช้สถิติ F-test แบบ One-Way ANOVA

สมมติฐานข้อที่ 3. รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories มีผลต่อประสิทธิภาพ  
การทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression)  
เพื่อทดสอบความแตกต่างที่ตัวแปรอิสระมีต่อตัวแปรตาม

สมมติฐานข้อที่ 4. รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories มีผลต่อประสิทธิภาพการ  
ทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression)  
เพื่อทดสอบความแตกต่างที่ตัวแปรอิสระมีต่อตัวแปรตาม

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้มุ่งวิจัยเรื่อง “ผลกระทบของพฤติกรรมการใช้และรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ต่อประสิทธิผลและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y” ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปรผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยวิเคราะห์ตามลำดับของแบบสอบถาม ดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ พฤติกรรมการใช้ IG Stories ได้แก่ ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ ความถี่ในการใช้ ระยะเวลาในการใช้ ช่วงเวลาที่ใช้ และช่องทางการใช้ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ได้แก่ กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) ความคิดเห็น (Opinions) บน IG stories ของพนักงานเอกชนใน Generation Y

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ประสิทธิภาพในการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ประสิทธิภาพในการทำงานด้านกระบวนการบริการ/คุณภาพ ประสิทธิภาพในการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์



## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งมี 4 ข้อโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ดังนี้

**สมมติฐานข้อที่ 1.** ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามพฤติกรรมการใช้ IG Stories

**สมมติฐานข้อที่ 2.** ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามพฤติกรรมการใช้ IG Stories

**สมมติฐานข้อที่ 3.** รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y

**สมมติฐานข้อที่ 4.** รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

**ส่วนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยวิเคราะห์ตามลำดับของแบบสอบถาม ดังนี้

**ตอนที่ 1** วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ พฤติกรรมการใช้ IG Stories ได้แก่ ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG stories ความถี่ในการใช้ IG stories ระยะเวลาในการใช้ IG stories ช่วงเวลาที่ใช้ IG stories และช่องทางการใช้ IG stories ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories พบว่าพนักงานที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ.2016 (พ.ศ.2559) จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 รองลงมา เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ.2018 (พ.ศ.2561) จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00

2. ความถี่ในการใช้ IG Stories พบว่าพนักงานที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ IG Stories โดยเฉลี่ย 6-7 วัน/สัปดาห์ จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมา ใช้ IG Stories โดยเฉลี่ย 3-5 วัน/สัปดาห์ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25

3. ระยะเวลาในการใช้ IG Stories พบว่าพนักงานที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้ IG Stories โดยเฉลี่ย 15-30 นาที ต่อ 1 ครั้ง จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 รองลงมา มีระยะเวลาในการใช้ IG Stories โดยเฉลี่ย น้อยกว่า 15 นาที ต่อ 1 ครั้ง จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75

4. ช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories พบว่าพนักงานที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ IG Stories ในช่วงเวลา 18:01-21:00 น. บ่อยที่สุด จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 รองลงมา ใช้ IG Stories ในช่วงเวลา 21:01-00:00 น. จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50

5. ช่องทางการใช้ IG Stories พบว่าพนักงานที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ IG Stories ผ่านช่องทาง Smartphone จำนวน 395 คน คิดเป็นร้อยละ 98.75 รองลงมา ใช้ IG Stories ผ่านช่องทาง iPad/Tablet จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 ดังแสดงในตารางที่ 4-1

ตารางที่ 4-1 แสดงผลข้อมูลจำนวน(ความถี่) และ ร้อยละ ของพฤติกรรมการใช้ IG Stories ของพนักงานเอกชนใน Generation Y

พฤติกรรมการใช้ IG Stories	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1.ปีที่เริ่มใช้ IG Stories		
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2016 (พ.ศ.2559)	154	38.50
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2017 (พ.ศ.2560)	57	14.25
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2018 (พ.ศ.2561)	96	24.00
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562)	73	18.25
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2020 (พ.ศ.2563)	20	5.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4-1 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้ IG Stories	จำนวน(คน)	ร้อยละ
2. ใช้ IG Stories โดยเฉลี่ยบ่อยแค่ไหน		
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	49	12.25
1-2 วัน/สัปดาห์	100	25.00
3-5 วัน/สัปดาห์	113	28.25
6-7 วัน/สัปดาห์	138	34.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
3. ใช้เวลาในการเล่น IG Stories เฉลี่ยกี่นาที ต่อ 1 ครั้ง		
น้อยกว่า 15 นาที	155	38.75
15-30 นาที	167	41.75
30-60 นาที	60	15.00
มากกว่า 60 นาที	18	4.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>
4. ใช้ IG Stories เวลาใดบ่อยที่สุด		
06:01-09:00 น.	11	2.75
09:01-12:00 น.	21	5.25
12:01-15:00 น.	61	15.25
15:01-18:00 น.	29	7.25
18:01-21:00 น.	182	45.50
21:01-00:00 น.	94	23.50
00:01-03:00 น.	2	0.50
03:01-06:00 น.	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4-1 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้ IG Stories	จำนวน(คน)	ร้อยละ
5.ช่องทางการใช้ IG Stories ของท่านคือช่องทางใด		
Smartphone	395	98.75
Laptop/Notebook	0	0.00
PC/Mac	0	0.00
iPad/Tablet	5	1.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

**ตอนที่ 2** วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ได้แก่ กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) ความคิดเห็น (Opinions) บน IG stories ของพนักงานเอกชนใน Generation Y รายละเอียดดังต่อไปนี้

พนักงานเอกชนใน Generation Y มีรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories โดยรวม ( $\bar{X} = 3.78$ ) มีความเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y มีกิจกรรม (Activities) ( $\bar{X} = 3.96$ ) ความสนใจ (Interest) ( $\bar{X} = 3.65$ ) ความคิดเห็น (Opinions) ( $\bar{X} = 3.73$ ) อยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก ดังแสดงในตารางที่ 4-2

ตารางที่ 4-2 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยรวมทุกด้าน เกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG stories ของพนักงานเอกชนใน Generation Y

รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
กิจกรรม (A: Activities)	3.96	0.69	มาก	1
ความสนใจ (I: Interest)	3.65	0.88	มาก	3
ความคิดเห็น (O: Opinions)	3.73	0.84	มาก	2
<b>รวม</b>	<b>3.78</b>	<b>0.71</b>	<b>มาก</b>	

**ด้านกิจกรรม (Activities)** พนักงานเอกชนใน Generation Y มีกิจกรรม บน IG Stories โดยรวม ( $\bar{X} = 3.96$ ) อยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ใช้ IG Stories ในการแบ่งปันรูปภาพหรือวิดีโอ ( $\bar{X} = 4.37$ ) และ เพื่อความบันเทิง ( $\bar{X} = 4.35$ ) อยู่ในระดับ เห็นด้วยมากที่สุด และ พนักงานเอกชนใน Generation Y ใช้ IG Stories ในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน ( $\bar{X} = 3.18$ ) อยู่ในระดับ เห็นด้วยปานกลาง

**ด้านความสนใจ (Interest)** พนักงานเอกชนใน Generation Y มีความสนใจ บน IG Stories โดยรวม ( $\bar{X} = 3.65$ ) อยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y รับชม IG Stories ของผู้ที่ติดตาม ( $\bar{X} = 4.23$ ) และ ใช้สติ๊กเกอร์ Stay home บน IG Stories เพื่อแบ่งปันประสบการณ์การมีระยะห่างทางสังคมในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ( $\bar{X} = 3.43$ ) อยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก และพนักงานเอกชนใน Generation Y ใช้ IG Stories ในการติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับงาน ( $\bar{X} = 3.30$ ) อยู่ในระดับ เห็นด้วยปานกลาง

**ด้านความคิดเห็น (Opinions)** พนักงานเอกชนใน Generation Y มีความคิดเห็น บน IG Stories โดยรวม ( $\bar{X} = 3.73$ ) อยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ใช้ IG Stories ในการสร้างคำถามเมื่อต้องการให้ผู้ติดตามรวมทั้งเพื่อนร่วมงาน และหัวหน้างานของมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ( $\bar{X} = 3.24$ ) อยู่ในระดับ เห็นด้วยปานกลาง พนักงานเอกชนใน Generation Y คิดว่าการใช้ IG Stories เป็นการคลายเครียดจากการทำงาน



( $\bar{X}$ =4.23) และ ช่วยเพิ่มสัมพันธภาพกับเพื่อนร่วมงาน ( $\bar{X}$ =3.74) อยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก ดังแสดงในตารางที่ 4-3

ตารางที่ 4-3 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นรายข้อและรายด้านตาม กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) ความคิดเห็น (Opinions) บน IG stories ของพนักงานเอกชนใน Generation Y

รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories	ค่าเฉลี่ย (X̄)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
<b>กิจกรรม (A: Activities)</b>				
1. ท่านใช้ IG Stories ในการแบ่งปันรูปภาพหรือวิดีโอ	4.37	0.80	มากที่สุด	1
2. ท่านใช้ IG Stories เพื่อความบันเทิง	4.35	0.78	มากที่สุด	2
3. ท่านใช้ IG Stories ในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน	3.18	1.30	ปานกลาง	3
<b>รวม</b>	<b>3.96</b>	<b>0.69</b>	<b>มาก</b>	
<b>ความสนใจ (I: Interest)</b>				
4. ท่านมักเข้าชม IG Stories ของผู้ที่ท่านติดตาม	4.23	0.72	มาก	1
5. ท่านใช้ IG Stories ในการติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับงานของท่าน	3.30	1.33	ปานกลาง	3
6. ท่านสนใจใช้สติ๊กเกอร์ Stay home บน IG Stories เพื่อแบ่งปันประสบการณ์การมีระยะห่างทางสังคมในช่วงสถานการณ์ COVID-19	3.43	1.24	ปานกลาง	2
<b>รวม</b>	<b>3.65</b>	<b>0.88</b>	<b>มาก</b>	

ตารางที่ 4-3 (ต่อ)

รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
<b>ความคิดเห็น (O: Opinions)</b>				
7.ท่านใช้ IG Stories ในการสร้างคำถามเมื่อต้องการให้ผู้ติดตามรวมทั้งเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างานของท่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น	3.24	1.26	ปานกลาง	3
8.ท่านคิดว่าการใช้ IG Stories เป็นการคลายเครียดจากการทำงาน	4.23	0.77	มาก	1
9.ท่านคิดว่าการใช้ IG Stories ช่วยเพิ่มสัมพันธภาพกับเพื่อนร่วมงาน	3.74	1.10	มาก	2
<b>รวม</b>	<b>3.73</b>	<b>0.84</b>	<b>มาก</b>	

**ตอนที่ 3** วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยรวม ( $\bar{X} = 4.27$ ) อยู่ในระดับ มากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y มักทำงานสำเร็จตามระยะเวลาที่องค์กรกำหนด ( $\bar{X} = 4.31$ ) สามารถทำงานได้สำเร็จตามที่ได้รับมอบหมาย ( $\bar{X} = 4.34$ ) และสามารถแก้ปัญหาและอุปสรรคในการทำงานให้สำเร็จลุล่วง ( $\bar{X} = 4.30$ ) อยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานเอกชนใน Generation Y สามารถหาสาเหตุข้อผิดพลาดและการป้องกันไม่ให้เกิดซ้ำซากในทุกสถานการณ์ ( $\bar{X} = 4.19$ ) และ ผลงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y เป็นส่วนหนึ่งในการทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ( $\bar{X} = 4.21$ ) อยู่ในระดับมาก ดังแสดงในตารางที่ 4-4

ตารางที่ 4-4 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นรายชื่อตามความคิดเห็นของพนักงาน  
เอกชนใน Generation Y ที่มีต่อประสิทธิผลในการทำงาน

ประสิทธิผลในการทำงาน	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. ท่านมักทำงานสำเร็จตาม ระยะเวลาที่องค์กรกำหนด	4.31	0.64	มากที่สุด	2
2. ท่านสามารถทำงานได้สำเร็จ ตามที่ได้รับมอบหมาย	4.34	0.66	มากที่สุด	1
3. ท่านสามารถแก้ปัญหาและ อุปสรรคในการทำงานให้สำเร็จ คล่อง	4.30	0.64	มากที่สุด	3
4. ท่านสามารถหาสาเหตุ ข้อผิดพลาดและการป้องกัน ไม่ให้เกิดซ้ำซากในทุก สถานการณ์	4.19	0.66	มาก	5
5. ผลงานของท่านเป็นส่วนหนึ่ง ในการทำให้องค์กรบรรลุ เป้าหมายที่ตั้งไว้	4.21	0.69	มาก	4
<b>รวม</b>	<b>4.27</b>	<b>0.55</b>	<b>มากที่สุด</b>	

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเอกชนใน  
Generation Y แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ประสิทธิภาพในการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน  
ประสิทธิภาพในการทำงานด้านกระบวนการบริการ/คุณภาพ ประสิทธิภาพในการทำงานด้าน  
ผลผลิต/ผลลัพธ์ รายละเอียดดังต่อไปนี้

ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยรวม ( $\bar{X} = 4.15$ ) มี  
ความเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ประสิทธิภาพในการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/  
ต้นทุน ( $\bar{X} = 4.14$ ) ประสิทธิภาพในการทำงานด้านกระบวนการบริการ/คุณภาพ ( $\bar{X} = 4.11$ )

ประสิทธิภาพในการทำงาน ด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ( $\bar{X} = 4.18$ ) ของพนักงานเอกชนใน Generation Y อยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก ดังแสดงในตารางที่ 4-5

ตารางที่ 4-5 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมทุกด้านเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y

ประสิทธิภาพในการทำงาน	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
ด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน	4.14	0.54	มาก	2
ด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ	4.11	0.58	มาก	3
ด้านผลผลิต/ผลลัพธ์	4.18	0.56	มาก	1
รวม	4.15	0.50	มาก	

**ด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน** ประสิทธิภาพในการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยรวม ( $\bar{X} = 4.14$ ) อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ใช้ทรัพยากรในการปฏิบัติงานอย่างประหยัดเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ( $\bar{X} = 4.13$ ) ปฏิบัติงานอย่างถูกต้อง และผิดพลาดน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 4.10$ ) และมีความคิดริเริ่มในการทำงาน เช่น ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง ลดขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซาก ( $\bar{X} = 4.20$ ) อยู่ในระดับมาก

**ด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ** ประสิทธิภาพในการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยรวม ( $\bar{X} = 4.11$ ) อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y มาปฏิบัติงานก่อนเวลา ( $\bar{X} = 4.05$ ) พัฒนาตนเองและแสวงหาความรู้อยู่เสมอช่วยให้การปฏิบัติงานดียิ่งขึ้น ( $\bar{X} = 4.14$ ) และมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานที่ท่านทำเป็นอย่างดี ทำให้ท่านปฏิบัติงานได้ผลงานที่มีคุณภาพเกินกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ ( $\bar{X} = 4.16$ ) อยู่ในระดับมาก

**ด้านผลผลิต/ผลลัพธ์** ประสิทธิภาพในการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยรวม ( $\bar{X} = 4.18$ ) อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ปฏิบัติงานได้รวดเร็วถูกต้องเป็นไปตามมาตรฐาน ( $\bar{X} = 4.10$ ) ปฏิบัติงาน

ได้ผลสำเร็จก่อนเวลาที่กำหนด ( $\bar{X} = 4.07$ ) อยู่ในระดับมาก และ พนักงานเอกชนใน Generation Y ปฏิบัติงานได้ผลสำเร็จด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ( $\bar{X} = 4.39$ ) อยู่ในระดับมากที่สุด ดังแสดงในตารางที่ 4-6

ตารางที่ 4-6 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นรายข้อและรายด้านตามความคิดเห็นของ พนักงานที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงาน

ประสิทธิภาพในการทำงาน	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับความ คิดเห็น	ลำดับ
<b>ด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน</b>				
1. ท่านใช้ทรัพยากรในการ ปฏิบัติงานอย่างประหยัด เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด	4.13	0.64	มาก	2
2. ท่านปฏิบัติงานอย่างถูกต้อง และผิดพลาดน้อยที่สุด	4.10	0.68	มาก	3
3. ท่านมีความคิดริเริ่มในการ ทำงาน เช่น ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง ลดขั้นตอนการ ทำงานที่ซ้ำซาก	4.20	0.67	มาก	1
<b>รวม</b>	<b>4.14</b>	<b>0.54</b>	<b>มาก</b>	



ตารางที่ 4 6 (ต่อ)

ประสิทธิภาพในการทำงาน	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับความ คิดเห็น	ลำดับ
<b>ด้านกระบวนการบริหาร/ คุณภาพ</b>				
4. ท่านมาปฏิบัติงานก่อนเวลา	4.05	0.87	มาก	3
5. ท่านพัฒนาตนเองและ แสวงหาความรู้อยู่เสมอช่วยให้ การปฏิบัติงานดียิ่งขึ้น	4.14	0.70	มาก	2
6. ท่านมีความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับงานที่ท่านทำเป็นอย่างดี ดี ทำให้ท่านปฏิบัติงานได้ผล งานที่มีคุณภาพเกินกว่า เป้าหมายที่ตั้งไว้	4.16	0.66	มาก	1
<b>รวม</b>	<b>4.11</b>	<b>0.58</b>	<b>มาก</b>	
<b>ด้านผลผลิต/ผลลัพธ์</b>				
7. ท่านปฏิบัติงานได้รวดเร็ว ถูกต้องเป็นไปตามมาตรฐาน	4.10	0.65	มาก	2
8. ท่านปฏิบัติงานได้ผลสำเร็จ ก่อนเวลาที่กำหนด	4.07	0.74	มาก	3
9. ท่านปฏิบัติงานได้ผลสำเร็จ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต	4.39	0.65	มากที่สุด	1
<b>รวม</b>	<b>4.18</b>	<b>0.56</b>	<b>มาก</b>	

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งมี 4 ข้อโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ดังนี้

**สมมติฐานที่ 1.** ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามพฤติกรรมการใช้ IG Stories

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$ : ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกันตามพฤติกรรมการใช้ IG Stories

$H_1$ : ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามพฤติกรรมการใช้ IG Stories

**ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories**

**สมมติฐานที่ 1.1** ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$ : ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories

$H_1$ : ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) หรือ Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบด้วย ANOVA และถ้าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่

แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Scheffe's method หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน

พบว่าประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.495 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) แสดงว่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-7

ตารางที่ 4-7 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวน โดยใช้ Levene's test

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
0.848	4	395	0.495

\*p-value < 0.05

การวิเคราะห์ความแตกต่างของประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories สรุปผลได้ดังนี้

ประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงาน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ที่ระดับ นัยสำคัญ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-8

ตารางที่ 4-8 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบของประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories

ประสิทธิผลในการทำงาน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	5.062	4	1.266	4.351*	0.002
Within Groups	114.898	395	0.291		
<b>รวม</b>	<b>119.960</b>	<b>399</b>			

\*p-value < 0.05

เพื่อทดสอบว่า ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ปีพ.ศ.ใด ที่มี ประสิทธิภาพการทำงานแตกต่างกัน จึงทำการวิเคราะห์ด้วย เทคนิค Scheffe's method ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า

พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2016 (พ.ศ. 2559) กับ ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562) พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.039 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2016 (พ.ศ.2559) มากกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ.2019 (พ.ศ.2562) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.245

พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2017 (พ.ศ. 2560) กับ ตั้งแต่ปีค.ศ.2019 (พ.ศ.2562) พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.042 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2017 (พ.ศ.2560) มากกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ.2019 (พ.ศ.2562) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.302

สำหรับคู่อื่นไม่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-9

ตารางที่ 4-9 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของระยะเวลาดังแต่เริ่มใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพการทำงาน  
ของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี Scheffit's method

ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ตั้งแต่ปีค.ศ. 2016 (พ.ศ.2559)	ตั้งแต่ปีค.ศ. 2017 (พ.ศ.2560)	ตั้งแต่ปีค.ศ. 2018 (พ.ศ.2561)	ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562)	ตั้งแต่ปีค.ศ. 2020 (พ.ศ.2563)
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2016 (พ.ศ.2559)	4.332	4.332	-0.057 (0.977)	0.135 (0.452)	0.245* (0.039)	-0.128 (0.911)
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2017 (พ.ศ.2560)	4.389		4.389	0.192 (0.343)	0.302* (0.042)	-0.071 (0.993)
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2018 (พ.ศ.2561)	4.198			4.198	0.110 (0.785)	-0.262 (0.420)
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562)	4.088				4.088	-0.372 (0.115)
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2020 (พ.ศ.2563)	4.460					-

\*p-value < 0.05

### ความถี่ในการใช้ IG Stories

สมมติฐานที่ 1.2 ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y  
แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$ : ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกัน  
ตามความถี่ในการใช้ IG Stories

$H_1$ : ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตาม  
ความถี่ในการใช้ IG Stories



สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) หรือ Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบด้วย ANOVA และถ้าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Scheffe's method หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน

พบว่าประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.578 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) แสดงว่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-10

ตารางที่ 4-10 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวน โดยใช้ Levene's test

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
0.659	3	396	0.578

\*p-value < 0.05

การวิเคราะห์ความแตกต่างของประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ความถี่ในการใช้ IG Stories สรุปผลได้ดังนี้

ประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-11

ตารางที่ 4-11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ความถี่ในการใช้ IG Stories

ประสิทธิผลในการทำงาน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	5.655	3	1.885	6.530*	0.000
Within Groups	114.305	396	0.289		
<b>รวม</b>	<b>119.960</b>	<b>399</b>			

\*p-value < 0.05

เพื่อทดสอบว่า ความถี่ในการใช้ IG Stories เท่าไรที่มีประสิทธิผลการทำงานแตกต่างกัน จึงทำการวิเคราะห์ด้วย เทคนิค Scheffe's method ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า

พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีความถี่ในการใช้ IG Stories 1-2 วัน/สัปดาห์ กับ 6-7 วัน/สัปดาห์ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีความถี่ในการใช้ IG Stories 1-2 วัน/สัปดาห์ น้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีความถี่ในการใช้ IG Stories 6-7 วัน/สัปดาห์ ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.308

สำหรับคู่อื่นไม่พบว่ามีผลแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-12

ตารางที่ 4-12 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของความถี่ในการใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพการทำงาน  
ของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี Scheffe's method

ความถี่ในการใช้ IG Stories	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	1-2 วัน/สัปดาห์	3-5 วัน/สัปดาห์	6-7 วัน/สัปดาห์
		4.216	4.098	4.280	4.270
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	4.216		0.118 (0.661)	-0.063 (0.924)	-0.189 (0.214)
1-2 วัน/สัปดาห์	4.098			-0.182 (0.110)	-0.308* (0.000)
3-5 วัน/สัปดาห์	4.280				-0.126 (0.332)
6-7 วัน/สัปดาห์	4.270				-

\*p-value < 0.05

#### ระยะเวลาในการใช้ IG Stories

สมมติฐานที่ 1.3 ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y  
แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$ : ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกัน  
ตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories

$H_1$ : ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตาม  
ระยะเวลาในการใช้ IG Stories

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) หรือ Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบด้วย ANOVA และถ้าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Scheffe's method หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน

พบว่าประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.754 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) แสดงว่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-13

ตารางที่ 4-13 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวน โดยใช้ Levene's test

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
0.399	3	396	0.754

\*p-value < 0.05

การวิเคราะห์ความแตกต่างของประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ระยะเวลาในการใช้ IG Stories สรุปผลได้ดังนี้

ประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-14

ตารางที่ 4-14 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ระยะเวลาในการใช้ IG Stories

ประสิทธิผลในการทำงาน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3.581	3	1.194	4.061	0.007
Within Groups	116.379	396	0.294		
<b>รวม</b>	<b>119.960</b>	<b>399</b>			

\*p-value < 0.05

เพื่อทดสอบระยะเวลาในการใช้ IG Stories เท่าไรที่มี ประสิทธิภาพการทำงานแตกต่างกัน จึงทำการวิเคราะห์ด้วย เทคนิค Scheffe's method ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า

พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีระยะเวลาในการใช้ IG Stories 15-30 นาที กับ มากกว่า 60 นาที พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.032 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีระยะเวลาในการใช้ IG Stories 15-30 นาที น้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y มีระยะเวลาในการใช้ มากกว่า 60 นาที ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.402

สำหรับคู่อื่นไม่พบว่ามีค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-15



ตารางที่ 4-15 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของระยะเวลาในการใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพการทำงาน  
ของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี Scheffe's method

ระยะเวลาในการใช้ IG Stories	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	น้อยกว่า 15 นาที	15-30 นาที	30-60 นาที	มากกว่า 60 นาที
น้อยกว่า 15 นาที	4.250		0.041	-0.136	-0.361
15-30 นาที	4.210		0.929	0.435	0.069
30-60 นาที	4.387			-0.177	-0.402*
มากกว่า 60 นาที	4.611			0.196	0.032
					-0.224
					0.499

\*p-value < 0.05

#### ช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories

สมมติฐานที่ 1.4 ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y  
แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$ : ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกัน  
ตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories

$H_1$ : ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตาม  
ช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) หรือ Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบด้วย ANOVA และถ้าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Scheffe's method หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน

พบว่าประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.023 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) แสดงว่าความแปรปรวนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-16

ตารางที่ 4-16 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวน โดยใช้ Levene's test

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2.475	6	393	0.023

\*p-value < 0.05

ดังนั้นแสดงให้เห็นว่าความแปรปรวนแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบ ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าประสิทธิภาพในการทำงาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.138 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) แสดงว่า

ประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-17

ตารางที่ 4-17 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories

ประสิทธิผลในการทำงาน	Statistic	df1	df2	Sig.
ช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories	1.653	6	122.738	0.138

\*p-value < 0.05

#### ช่องทางการใช้ IG Stories

สมมติฐานที่ 1.5 ประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามช่องทางการใช้ IG Stories

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

$H_0$ : ประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามช่องทางการใช้ IG Stories

$H_1$ : ประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกันตามช่องทางการใช้ IG Stories

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) หรือ Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบด้วย ANOVA และถ้าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่

แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Scheffe's method หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน

พบว่าประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) แสดงว่าความแปรปรวนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-18

ตารางที่ 4-18 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวน โดยใช้ Levene's test

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
13.432	1	398	0.000

\*p-value < 0.05

ดังนั้นเพื่อแสดงให้เห็นว่าความแปรปรวนแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบ ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าประสิทธิผลในการทำงาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.832 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) แสดงว่าประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกันตามช่องทางการใช้ IG Stories อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-19

ตารางที่ 4-19 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานเอกชน  
ใน Generation Y จำแนกตามช่องทางการใช้ IG Stories

ประสิทธิผลในการทำงาน	Statistic	df1	df2	Sig.
ช่องทางการใช้ IG Stories	0.051	1	4.025	0.832

\*p-value < 0.05

สมมติฐานที่ 2 ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y  
แตกต่างกันตามพฤติกรรมการใช้ IG Stories

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกัน  
ตามพฤติกรรมการใช้ IG Stories

$H_1$ : ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกัน  
ตามพฤติกรรมการใช้ IG Stories

ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories

สมมติฐานที่ 2.1 ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y  
แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกัน  
ตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories

$H_1$ : ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกัน  
ตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่าง  
คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว  
(One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ  
Sig.(2-tailed) หรือ Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05



ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบด้วย ANOVA และถ้าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Scheffe's method หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน

พบว่าประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) แสดงว่าความแปรปรวนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-20 ตารางที่ 4-20 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวน โดยใช้ Levene's test

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
3.430	4	395	0.009

\*p-value < 0.05

ดังนั้นแสดงให้เห็นว่าความแปรปรวน แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบ ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าประสิทธิภาพในการทำงานมีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) แสดงว่าประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-21

ตารางที่ 4-21 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน  
เอกชนใน Generation Y จำแนกตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories

ประสิทธิภาพในการทำงาน	Statistic	df1	df2	Sig.
ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories	5.536	4	205.537	0.000

\*p-value < 0.05

เพื่อทดสอบระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories เท่าไรที่มี ประสิทธิภาพการทำงาน  
แตกต่างกัน จึงทำการวิเคราะห์ด้วย เทคนิค Dunnett's T3 ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า

1.พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ.  
2016 (พ.ศ.2559) กับ ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562) พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05  
หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation ที่ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้  
IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2016 (พ.ศ.2559) มากกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีระยะเวลา  
ตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562) ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย  
0.273

2.พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปี  
ค.ศ. 2017 (พ.ศ.2560) กับ ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562) พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า  
0.05 หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีระยะเวลา  
ตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2017 (พ.ศ.2560) มากกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่  
มีระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562) ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่าง  
ของค่าเฉลี่ย 0.348

สำหรับคู่อื่นไม่พบว่ามีผลต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดัง  
แสดงในตารางที่ 4-22

ตารางที่ 4-22 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของระยะเวลาดังแต่เริ่มใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพ  
การทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี Dunnett's T3

ระยะเวลาดังแต่เริ่มใช้ IG Stories	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ตั้งแต่ปีค.ศ. 2016 (พ.ศ.2559)	ตั้งแต่ปีค.ศ. 2017 (พ.ศ.2560)	ตั้งแต่ปีค.ศ. 2018 (พ.ศ.2561)	ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562)	ตั้งแต่ปีค.ศ. 2020 (พ.ศ.2563)
	4.220	4.220	4.294	4.097	3.947	4.133
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2016 (พ.ศ.2559)	4.220		-0.074	0.123	0.273*	0.087
			0.990	0.415	0.000	0.114
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2017 (พ.ศ.2560)	4.294			0.197	0.348*	0.161
				0.226	0.001	0.897
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2018 (พ.ศ.2561)	4.097				0.150	-0.036
					0.265	1.000
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562)	3.947					-0.187
						0.690
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2020 (พ.ศ.2563)	4.133					-

\*p-value < 0.05

**สมมติฐานที่ 2.1.1** ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชน  
ใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน  
Generation Y ไม่แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories

$H_1$ : ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน  
Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่าง  
คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว  
(One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ  
Sig.(2-tailed) หรือ Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน  
ให้ทดสอบด้วย ANOVA และถ้าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่าง  
ด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่  
แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Scheffe's  
method หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test  
โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน

พบว่าประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุนของพนักงานเอกชนใน  
Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.097 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก  
( $H_0$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดัง  
แสดงในตาราง 4-23

ตารางที่ 4-23 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.978	4	395	0.097

\*p-value < 0.05

การวิเคราะห์ความแตกต่างของประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ระยะเวลาในการใช้ IG Stories สรุปผลได้ดังนี้

ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-24

ตารางที่ 4-24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุนของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ระยะเวลาในการใช้ IG Stories

ประสิทธิภาพการทำงาน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน	Between Groups	4.078	4	1.019	3.604	0.007
	Within Groups	111.720	395	0.283		
Total		115.798	399			

\*p-value < 0.05



เพื่อทดสอบระยะเวลาในการใช้ IG Stories เท่าไร ที่มีประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน แตกต่างกัน จึงทำการวิเคราะห์ด้วย เทคนิค Scheffe's method ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า

พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2016 (พ.ศ.2559) กับ ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562) พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.044 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุนของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2016 (พ.ศ.2559) มากกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562) ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.238

พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2017 (พ.ศ.2560) กับ ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562) พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.024 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุนของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2017 (พ.ศ.2560) มากกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562) ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.317

สำหรับคู่อื่นไม่พบว่ามีผลต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-25

ตารางที่ 4-25 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของระยะเวลาดังแต่เริ่มใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพ  
การทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี  
Scheffe's method

ระยะเวลาดังแต่เริ่มใช้ IG Stories	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ตั้งแต่ปีค.ศ. 2016 (พ.ศ.2559)	ตั้งแต่ปีค.ศ. 2017 (พ.ศ.2560)	ตั้งแต่ปีค.ศ. 2018 (พ.ศ.2561)	ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562)	ตั้งแต่ปีค.ศ. 2020 (พ.ศ.2563)
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2016 (พ.ศ.2559)	4.201		-0.079	0.094	0.238*	0.051
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2017 (พ.ศ.2560)	4.281		0.920	0.766	0.044	0.997
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2018 (พ.ศ.2561)	4.108			0.173	0.317*	0.131
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562)	3.963			0.437	0.024	0.925
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2020 (พ.ศ.2563)	4.150				0.144	-0.042
					0.551	0.999
						-0.187
						0.748
						-

\*p-value < 0.05

**สมมติฐานที่ 2.1.2** ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories

$H_1$ : ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) หรือ Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบด้วย ANOVA และถ้าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Scheffe's method หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะทำการทดสอบค่าความแปรปรวน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน

พบว่าประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) แสดงว่าความแปรปรวนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่

ตารางที่ 4-26 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
3.654	4	395	0.006

\*p-value < 0.05

การวิเคราะห์ความแตกต่างของประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories สรุปผลได้ดังนี้

ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-27

ตารางที่ 4-27 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของประสิทธิภาพด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ในการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories

ประสิทธิภาพในการทำงาน ด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ	Statistic	df1	df2	Sig.
ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories	4.903	4	173.253	0.001

\*p-value < 0.05

เพื่อทดสอบระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories เท่าไรที่มี ประสิทธิภาพการทำงานด้าน กระบวนการบริหาร/คุณภาพ แตกต่างกัน จึงทำการวิเคราะห์ด้วย เทคนิค Dunnett's T3 ซึ่งผลการ วิเคราะห์พบว่า

พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2016 (พ.ศ.2559) กับ ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562) พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2016 (พ.ศ.2559) มากกว่า พนักงาน เอกชนใน Generation Y ที่มีระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562) ระดับ นัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.313

พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2017 (พ.ศ.2560) กับ ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562) พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชน ใน Generation Y ที่มีระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2017 (พ.ศ.2560) มากกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ. 2562) ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.373

สำหรับคู่อื่นไม่พบว่ามีค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดัง แสดงในตารางที่ 4-28



ตารางที่ 4-28 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของระยะเวลาดังแต่เริ่มใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพ  
การทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y  
โดยวิธี Dunnett's T3

ปีที่เริ่มใช้ IG Stories	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ตั้งแต่ปีค.ศ. 2016 (พ.ศ.2559)	ตั้งแต่ปีค.ศ. 2017 (พ.ศ.2560)	ตั้งแต่ปีค.ศ. 2018 (พ.ศ.2561)	ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562)	ตั้งแต่ปีค.ศ. 2020 (พ.ศ.2563)
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2016 (พ.ศ.2559)	4.203		-0.060	0.134	0.313*	0.203
			1.000	0.439	0.001	0.816
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2017 (พ.ศ.2560)	4.263			0.194	0.373*	0.263
				0.444	0.006	0.673
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2018 (พ.ศ.2561)	4.069				0.179	0.069
					0.195	1.000
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562)	3.890					-0.110
						0.997
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2020 (พ.ศ.2563)	4.000					-

\*p-value < 0.05

**สมมติฐานที่ 2.1.3** ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชน  
ใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน  
Generation Y ไม่แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories

$H_1$ : ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน  
Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่าง  
คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว  
(One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ  
Sig.(2-tailed) หรือ Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน  
ให้ทดสอบด้วย ANOVA และถ้าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่าง  
ด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่  
แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Scheffe's  
method หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test  
โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน

พบว่าประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ของพนักงานเอกชนใน  
Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  
( $H_0$ ) แสดงว่าความแปรปรวนในกลุ่มนี้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดง  
ในตารางที่ 4-29

ตารางที่ 4-29 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
4.209	4	395	0.002

\*p-value < 0.05

การวิเคราะห์ความแตกต่างของประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories สรุปผลได้ดังนี้

ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-30

ตารางที่ 4-30 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของประสิทธิภาพในการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตามช่องทางการใช้ IG Stories

ประสิทธิภาพในการทำงาน ด้านผลผลิต/ผลลัพธ์	Statistic	df1	df2	Sig.
ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories	4.732	4	200.729	0.001

\*p-value < 0.05

เพื่อทดสอบระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories เท่าไรที่มี ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์แตกต่างกัน จึงทำการวิเคราะห์ด้วย เทคนิค Dunnett's T3 ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า

พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2016 (พ.ศ.2559) กับ ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562) พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05

หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2016 (พ.ศ.2559) มากกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562) ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.269

พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2017 (พ.ศ.2560) กับ ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562) พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2017 (พ.ศ.2560) มากกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562) ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.353

สำหรับคู่อื่นไม่พบว่ามีแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-31

ตารางที่ 4-31 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของระยะเวลาดังแต่เริ่มใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพ  
การทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี  
Dunnett's T3

ปีที่เริ่มใช้ IG Stories	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ตั้งแต่ปีค.ศ. 2016 (พ.ศ.2559)	ตั้งแต่ปีค.ศ. 2017 (พ.ศ.2560)	ตั้งแต่ปีค.ศ. 2018 (พ.ศ.2561)	ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562)	ตั้งแต่ปีค.ศ. 2020 (พ.ศ.2563)
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2016 (พ.ศ.2559)	4.255	4.255	-0.084	0.141	0.269*	0.005
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2017 (พ.ศ.2560)	4.339		0.988	0.390	0.002	1.000
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2018 (พ.ศ.2561)	4.115			0.225	0.353*	0.089
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562)	3.986			0.187	0.004	0.999
ตั้งแต่ปีค.ศ. 2020 (พ.ศ.2563)	4.250				0.128	-0.135
					0.622	0.967
						-0.264
						0.409

\*p-value < 0.05



## ความถี่ในการใช้ IG Stories

สมมติฐานที่ 2.2 ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories

$H_1$ : ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) หรือ Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบด้วย ANOVA และถ้าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Scheffe's method หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวน แตกต่างกัน

พบว่าประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.571 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) แสดงว่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-32

ตารางที่ 4-32 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
0.670	3	396	0.571

\*p-value < 0.05

การวิเคราะห์ความแตกต่างของประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ความถี่ในการใช้ IG Stories สรุปผลได้ดังนี้

ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-33

ตารางที่ 4-33 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ความถี่ในการใช้ IG Stories

ประสิทธิภาพในการทำงาน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	5.456	3	1.819	7.644	0.000
Within Groups	94.216	396	0.238		
<b>รวม</b>	<b>99.672</b>	<b>399</b>			

\*p-value < 0.05

เพื่อทดสอบความถี่ในการใช้ IG Stories เท่าไร ที่มีประสิทธิภาพการทำงานแตกต่างกัน จึงทำการวิเคราะห์ด้วย เทคนิค Scheffe's method ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีความถี่ในการใช้ IG Stories 1-2 วัน/สัปดาห์ กับ 6-7 วัน/สัปดาห์ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน

Generation ที่มีความถี่ในการใช้ IG Stories 1-2 วัน/สัปดาห์ น้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีความถี่ในการใช้ IG Stories 6-7 วัน/สัปดาห์ ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.297

สำหรับคู่อื่นไม่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-34

ตารางที่ 4-34 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของความถี่ในการใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี Scheffe's method

ความถี่ในการใช้ IG Stories	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	1-2 วัน/สัปดาห์	3-5 วัน/สัปดาห์	6-7 วัน/สัปดาห์
		4.070	3.982	4.164	4.279
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	4.070	0.088	-0.094	-0.209	
		0.784	0.737	0.086	
1-2 วัน/สัปดาห์	3.982		-0.182	-0.297*	
			0.062	0.000	
3-5 วัน/สัปดาห์	4.164			-0.115	
				0.327	
6-7 วัน/สัปดาห์	4.279				-

\*p-value < 0.05

**สมมติฐานที่ 2.2.1** ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories

$H_1$ : ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) หรือ Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบด้วย ANOVA และถ้าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Scheffe's method หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน

พบว่าประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.093 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) แสดงว่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่

ตารางที่ 4-35 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2.151	3	396	0.093

\*p-value < 0.05

การวิเคราะห์ความแตกต่างของประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ความถี่ในการใช้ IG Stories สรุปผลได้ดังนี้

ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-36

ตารางที่ 4-36 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ความถี่ในการใช้ IG Stories

ประสิทธิภาพในการทำงาน ด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	4.439	3	1.480	5.262	0.001
Within Groups	111.359	396	0.281		
<b>รวม</b>	<b>115.798</b>	<b>399</b>			

\*p-value < 0.05

เพื่อทดสอบความถี่ในการใช้ IG Stories เท่าไร ที่มีประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน แตกต่างกัน จึงทำการวิเคราะห์ด้วย เทคนิค Scheffe's method ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีความถี่ในการใช้ IG Stories 1-2 วัน/สัปดาห์ กับ 6-7



วัน/สัปดาห์ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงาน ด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation ที่มีความถี่ในการใช้ IG Stories 1-2 วัน/สัปดาห์ น้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีความถี่ในการใช้ IG Stories 6-7 วัน/สัปดาห์ ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.276

สำหรับคู่อื่นไม่พบว่ามีผลแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-37

ตารางที่ 4-37 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของความถี่ในการใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี Scheffe's method

ความถี่ในการใช้ IG Stories	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	1-2 วัน/สัปดาห์	3-5 วัน/สัปดาห์	6-7 วัน/สัปดาห์
		4.122	3.990	4.142	4.266
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	4.122	0.132	-0.019	-0.143	
1-2 วัน/สัปดาห์	3.990	0.562	0.998	0.452	
3-5 วัน/สัปดาห์	4.142	-0.152	-0.276*	0.229	0.002
6-7 วัน/สัปดาห์	4.266	-	-	-0.124	0.335

\*p-value < 0.05

**สมมติฐานที่ 2.2.2** ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories

$H_1$ : ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) หรือ Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบด้วย ANOVA และถ้าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Scheffe's method หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน

พบว่าประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.542 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) แสดงว่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-38

ตารางที่ 4-38 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
0.718	3	396	0.542

\*p-value < 0.05

การวิเคราะห์ความแตกต่างของประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ความถี่ในการใช้ IG Stories สรุปผลได้ดังนี้

ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-39

ตารางที่ 4-39 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ความถี่ในการใช้ IG Stories

ประสิทธิภาพในการทำงาน ด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	4.826	3	1.609	4.883	0.002
Within Groups	130.445	396	0.329		
<b>รวม</b>	<b>135.271</b>	<b>399</b>			

\*p-value < 0.05

เพื่อทดสอบความถี่ในการใช้ IG Stories เท่าไร ที่มีประสิทธิภาพการทำงานด้าน ภาระงานการบริหาร/คุณภาพ แตกต่างกัน จึงทำการวิเคราะห์ด้วย เทคนิค Scheffe's method ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีความถี่ในการใช้ IG Stories 1-2 วัน/สัปดาห์ กับ 6-7 วัน/สัปดาห์ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านภาระงานการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีความถี่ในการใช้ IG Stories 1-2 วัน/สัปดาห์ น้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีความถี่ในการใช้ IG Stories 6-7 วัน/สัปดาห์ ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.265

สำหรับคู่อื่น ไม่พบที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-40

ตารางที่ 4-40 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของความถี่ในการใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพการทำงานด้านภาระงานการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี Scheffe's method

ความถี่ในการใช้ IG Stories	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	1-2 วัน/สัปดาห์	3-5 วัน/สัปดาห์	6-7 วัน/สัปดาห์
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	4.007	-	0.047	-0.150	-0.218
1-2 วัน/สัปดาห์	3.960		0.974	0.509	0.159
3-5 วัน/สัปดาห์	4.156			0.104	0.007
6-7 วัน/สัปดาห์	4.225				-0.068
					0.830
					-

\*p-value < 0.05

**สมมติฐานที่ 2.2.3** ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories

$H_1$ : ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) หรือ Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบด้วย ANOVA และถ้าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Scheffe's method หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน

พบว่าประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.854 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) แสดงว่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-41



ตารางที่ 4-41 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
0.260	3	396	0.854

\*p-value < 0.05

การวิเคราะห์ความแตกต่างของประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ความถี่ในการใช้ IG Stories สรุปผลได้ดังนี้

ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-42

ตารางที่ 4-42 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ความถี่ในการใช้ IG Stories

ประสิทธิภาพในการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	7.740	3	2.580	8.780	0.000
Within Groups	116.360	396	0.294		
<b>รวม</b>	<b>124.100</b>	<b>399</b>			

\*p-value < 0.05

เพื่อทดสอบความถี่ในการใช้ IG Stories เท่าไร ที่มีประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์แตกต่างกัน จึงทำการวิเคราะห์ด้วย เทคนิค Scheffe's method ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีความถี่ในการใช้ IG Stories น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์ กับ 6-7 วัน/สัปดาห์ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.035 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงาน

ด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีความถี่ในการใช้ IG Stories น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์ น้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีความถี่ในการใช้ IG Stories 6-7 วัน/สัปดาห์ ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.266

พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีความถี่ในการใช้ IG Stories 1-2 วัน/สัปดาห์ กับ 6-7 วัน/สัปดาห์ พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงาน ด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีความถี่ในการใช้ IG Stories 1-2 วัน/สัปดาห์ น้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีความถี่ในการใช้ IG Stories 6-7 วัน/สัปดาห์ ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.351

สำหรับคู่อื่นไม่พบว่ามีผลแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-43

ตารางที่ 4-43 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของความถี่ในการใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี Scheffe's method

ความถี่ในการใช้ IG Stories	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	1-2 วัน/สัปดาห์	3-5 วัน/สัปดาห์	6-7 วัน/สัปดาห์
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	4.082	-	0.085	-0.113	-0.266*
1-2 วัน/สัปดาห์	3.997		0.848	0.686	0.035
3-5 วัน/สัปดาห์	4.195			0.071	0.000
6-7 วัน/สัปดาห์	4.348				-

\*p-value < 0.05

### ระยะเวลาในการใช้ IG Stories

สมมติฐานที่ 2.3 ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories

$H_1$ : ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) หรือ Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบด้วย ANOVA และถ้าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Scheffe's method หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน

พบว่าประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) แสดงว่าความแปรปรวนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-44

ตารางที่ 4-44 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
3.292	3	396	0.021

\*p-value < 0.05

ดังนั้นเพื่อแสดงให้เห็นว่าความแปรปรวนแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบ ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าประสิทธิภาพในการทำงาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) แสดงว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-45

ตารางที่ 4-45 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories

ประสิทธิภาพในการทำงาน	Statistic	df1	df2	Sig.
ระยะเวลาในการใช้ IG Stories	5.039	3	77.953	0.003

\*p-value < 0.05

เพื่อทดสอบระยะเวลาในการใช้ IG Stories เท่าไรที่มี ประสิทธิภาพการทำงานแตกต่างกัน จึงทำการวิเคราะห์ด้วย เทคนิค Dunnett's T3 ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า

พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาในการใช้ IG Stories น้อยกว่า 15 นาที กับ 30-60 นาที พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.030 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาในการใช้ IG Stories น้อยกว่า 15 นาที น้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาในการใช้ IG Stories 30-60 นาที ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.209

สำหรับคู่อื่น ไม่พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดง  
ในตารางที่ 4-46

ตารางที่ 4-46 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของระยะเวลาในการใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพการ  
ทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี Dunnett's T3

ระยะเวลาในการใช้ IG Stories	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	น้อยกว่า 15 นาที	15-30 นาที	30-60 นาที	มากกว่า 60 นาที
		4.065	4.138	4.274	4.506
น้อยกว่า 15 นาที	4.065	-0.073	-0.209*	-0.441	
		0.677	0.030	0.054	
15-30 นาที	4.138		-0.136	-0.368	
			0.356	0.144	
30-60 นาที	4.274			-0.232	
				0.634	
มากกว่า 60 นาที	4.506				-

\*p-value < 0.05

สมมติฐานที่ 2.3.1 ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชน  
ใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation  
Y ไม่แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories

$H_1$ : ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation  
Y แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories



สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) หรือ Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบด้วย ANOVA และถ้าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Scheffe's method หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน

พบว่าประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) แสดงว่าความแปรปรวนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-47

ตารางที่ 4-47 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวน โดยใช้ Levene's test

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
3.554	3	396	0.015

\*p-value < 0.05

การวิเคราะห์ความแตกต่างของประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ระยะเวลาในการใช้ IG Stories สรุปผลได้ดังนี้

ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-48

ตารางที่ 4-48 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ระยะเวลาในการใช้ IG Stories

ประสิทธิภาพในการทำงาน ด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน	Statistic	df1	df2	Sig.
ระยะเวลาในการใช้ IG Stories	4.558	3	86.260	0.005

\*p-value < 0.05

เพื่อทดสอบระยะเวลาในการใช้ IG Stories เท่าไรที่มี ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน แตกต่างกัน จึงทำการวิเคราะห์ด้วย เทคนิค Dunnett's T3 ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาในการใช้ IG Stories น้อยกว่า 15 นาที กับ 30-60 นาที พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.038 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาในการใช้ IG Stories น้อยกว่า 15 นาที น้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาในการใช้ IG Stories 30-60 นาที ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.207

สำหรับคู่อื่นไม่พบว่ามีผลแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-49

ตารางที่ 4-49 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของระยะเวลาในการใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี Dunnett's T3

ระยะเวลาในการใช้ IG Stories	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	น้อยกว่า 15 นาที	15-30 นาที	30-60 นาที	มากกว่า 60 นาที
น้อยกว่า 15 นาที	4.071	-	-0.055	-0.207*	-0.429
15-30 นาที	4.126		0.926	0.038	0.069
30-60 นาที	4.278			-0.152	-0.374
มากกว่า 60 นาที	4.500			0.269	0.143
					-0.222
					0.685
					-

\*p-value < 0.05

**สมมติฐานที่ 2.3.2** ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories

$H_1$ : ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) หรือ Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบด้วย ANOVA และถ้าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Scheffe's method หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน

พบว่าประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.128 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) แสดงว่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-50

ตารางที่ 4-50 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวน โดยใช้ Levene's test

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.908	3	396	0.128

\*p-value < 0.05

การวิเคราะห์ความแตกต่างของประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ระยะเวลาในการใช้ IG Stories สรุปผลได้ดังนี้

ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตาม ระยะเวลาในการใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-51

ตารางที่ 4-51 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ระยะเวลาในการใช้ IG Stories

ประสิทธิภาพในการทำงาน ด้านกระบวนการบริหาร/ คุณภาพ	Sum of Square s	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	6.008	3	2.003	6.135	0.000
Within Groups	129.263	396	0.326		
<b>รวม</b>	<b>135.271</b>	<b>399</b>			

\*p-value < 0.05

เพื่อทดสอบระยะเวลาในการใช้ IG Stories เท่าไร ที่มีประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ แตกต่างกัน จึงทำการวิเคราะห์ด้วย เทคนิค Scheffe's method ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า

พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาในการใช้ IG Stories น้อยกว่า 15 นาที กับ 30-60 นาที พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาในการ



ใช้ IG Stories น้อยกว่า 15 นาที น้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาในการใช้ IG Stories 30-60 นาที ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.286

พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาในการใช้ IG Stories น้อยกว่า 15 นาที กับ มากกว่า 60 นาที พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาในการใช้ IG Stories น้อยกว่า 15 นาที น้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาในการใช้ IG Stories มากกว่า 60 นาที ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.465

สำหรับคู่อื่นไม่พบว่ามีผลแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-52

ตารางที่ 4-52 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของระยะเวลาในการใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี Scheffe's method

ระยะเวลาในการใช้ IG Stories	ระยะเวลาในการใช้ IG Stories				
	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	น้อยกว่า 15 นาที	15-30 นาที	30-60 นาที	มากกว่า 60 นาที
น้อยกว่า 15 นาที	3.998	-	-0.122	-0.286*	-0.465*
15-30 นาที	4.120		0.302	0.014	0.014
30-60 นาที	4.283			0.307	0.120
มากกว่า 60 นาที	4.463				-0.180
					0.713
					-

\*p-value < 0.05

**สมมติฐานที่ 2.3.3** ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชน  
ใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories

$H_1$ : ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่าง  
คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว  
(One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ  
Sig.(2-tailed) หรือ Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน  
ให้ทดสอบด้วย ANOVA และถ้าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่าง  
ด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่  
แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Scheffe's  
method หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test  
โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน

พบว่าประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน  
Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.106 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก  
( $H_0$ ) แสดงว่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงใน  
ตารางที่ 4-53

ตารางที่ 4-53 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2.050	3	396	0.106

\*p-value < 0.05

การวิเคราะห์ความแตกต่างของประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ระยะเวลาในการใช้ IG Stories สรุปผลได้ดังนี้

ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตาม ระยะเวลาในการใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-54

ตารางที่ 4-54 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ระยะเวลาในการใช้ IG Stories

ประสิทธิภาพในการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3.382	3	1.127	3.698	0.012
Within Groups	120.718	396	0.305		
<b>รวม</b>	<b>124.100</b>	<b>399</b>			

\*p-value < 0.05

เพื่อทดสอบระยะเวลาในการใช้ IG Stories เท่าไร ที่มีประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ แตกต่างกัน จึงทำการวิเคราะห์ด้วย เทคนิค Scheffe's method ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า

พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาในการใช้ IG Stories น้อยกว่า 15 นาที กับ มากกว่า 60 นาที พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.022 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาในการใช้ IG Stories น้อยกว่า 15 นาที น้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาในการใช้ IG Stories มากกว่า 60 นาที ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.429

พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาในการใช้ IG Stories 15-30 นาที กับ มากกว่า 60 นาที พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.049 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาในการใช้ IG Stories 15-30 นาที น้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาในการใช้ IG Stories มากกว่า 60 นาที ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.386

สำหรับคู่อื่นไม่พบว่ามีค่าแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-55

ตารางที่ 4-55 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของระยะเวลาในการใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี Scheffe's method

ระยะเวลาในการใช้ IG Stories	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า 15 นาที	15-30 นาที	30-60 นาที	มากกว่า 60 นาที
	( $\bar{X}$ )	4.127	4.170	4.261	4.556
น้อยกว่า 15 นาที	4.127	-	-0.043	-0.134	-0.429*
			0.923	0.466	0.022
15-30 นาที	4.170		-	-0.091	-0.386*
				0.750	0.049
30-60 นาที	4.261			-	-0.294
					0.270
มากกว่า 60 นาที	4.556				-

\*p-value < 0.05

### ช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories

สมมติฐานที่ 2.4 ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories

$H_1$ : ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) หรือ Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบด้วย ANOVA และถ้าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน

พบว่าประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.136 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) แสดงว่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-56



ตารางที่ 4-56 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.637	6	393	0.136

\*p-value < 0.05

การวิเคราะห์ความแตกต่างของประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories สรุปผลได้ดังนี้

ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.024 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-57

ตารางที่ 4-57 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories

ประสิทธิภาพในการทำงาน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3.613	6	0.602	2.463	0.024
Within Groups	96.059	393	0.244		
<b>รวม</b>	<b>99.672</b>	<b>399</b>			

\*p-value < 0.05

เพื่อทดสอบช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories ช่วงใด ที่มีประสิทธิภาพการทำงานแตกต่างกัน จึงทำการวิเคราะห์ด้วย เทคนิค LSD ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า

1.พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories 06:01-09:00 น. กับ 09:01-12:00 น.พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.043 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation ที่มีช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories 06:01-09:00 น. น้อยกว่าพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories 09:01-12:00 น.ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.374

2.พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories 09:01-12:00 น. กับ 18:01-21:00 น.พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation ที่มีช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories 09:01-12:00 น.มากกว่าพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories 18:01-21:00 น.ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.380

3.พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories 09:01-12:00 น. กับ 21:01-00:00 น.พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation ที่มีช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories 09:01-12:00 น.มากกว่าพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories 21:01-00:00 น.ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.290

4.พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories 12:01-15:00 น. กับ 18:01-21:00 น.พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.033 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation ที่มีช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories 12:01-15:00 น.มากกว่าพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories 18:01-21:00 น.ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.156

สำหรับคู่อื่น ไม่พบว่ามีผลแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-58

ตารางที่ 4-58 แสดงการเปรียบเทียบรายคู่ของช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories กับ ประสิทธิภาพการทำงาน  
ของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยวิธี LSD

ช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	06:01-09:00 น.	09:01-12:00 น.	12:01-15:00 น.	15:01-18:00 น.	18:01-21:00 น.	21:01-00:00 น.	00:01-03:00 น.
	4.08	4.455	4.231	4.180	4.075	4.165	3.88	
	1						9	
06:01-09:00 น.	4.081	-	-	-	-	-	0.19	
		0.374*	0.151	0.099	0.006	-0.085	2	
							0.61	
		0.043	0.353	0.571	0.970	0.591	4	
09:01-12:00 น.	4.455		0.224	0.275	*	*	0.56	
							6	
			0.074	0.053	0.001	0.016	0.12	
12:01-15:00 น.	4.231				0.156		0.34	
					0.051	*	0.066	2
							0.33	
				0.646	0.033	0.418	6	
15:01-18:00 น.	4.180						0.29	
					0.105	0.015	1	
							0.42	
					0.289	0.890	1	
							0.18	
18:01-21:00 น.	4.075					-0.090	6	
							0.59	
						0.151	7	
							0.27	
21:01-00:00 น.	4.165						7	
							0.43	
							4	
00:01-03:00 น.	3.889						-	

\*p-value < 0.05

**สมมติฐานที่ 2.4.1** ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชน  
ใน Generation Y แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน  
Generation Y ไม่แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories

$H_1$ : ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน  
Generation Y แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่าง  
คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว  
(One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ  
Sig.(2-tailed) หรือ Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน  
ให้ทดสอบด้วย ANOVA และถ้าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่าง  
ด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่  
แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least  
Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับ  
นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test  
โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน

พบว่าประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน  
Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.040 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  
( $H_0$ ) แสดงว่าความแปรปรวนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่

ตารางที่ 4-59 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2.221	6	393	0.040

\*p-value < 0.05

การวิเคราะห์ความแตกต่างของประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories สรุปผลได้ดังนี้

ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.081 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-60

ตารางที่ 4-60 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories

ประสิทธิภาพในการทำงาน ด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน	Statistic	df1	df2	Sig.
ช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories	2.386	6	14.778	0.081

\*p-value < 0.05

**สมมติฐานที่ 2.4.2** ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories



$H_1$ : ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) หรือ Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบด้วย ANOVA และถ้าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน

พบว่าประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.474 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) แสดงว่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-61

ตารางที่ 4-61 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
0.929	6	393	0.474

\*p-value < 0.05

การวิเคราะห์ความแตกต่างของประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories สรุปผลได้ดังนี้

ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.149 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-62

ตารางที่ 4-62 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories

ประสิทธิภาพในการทำงาน ด้านกระบวนการบริหาร/ คุณภาพ	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3.205	6	0.534	1.590	0.149
Within Groups	132.065	393	0.336		
<b>รวม</b>	<b>135.271</b>	<b>399</b>			

\*p-value < 0.05

**สมมติฐานที่ 2.4.3** ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพท์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพท์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories

$H_1$ : ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพท์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) หรือ Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบด้วย ANOVA และถ้าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน

พบว่าประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.239 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) แสดงว่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-63

ตารางที่ 4-63 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวน โดยใช้ Levene's test

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.339	6	393	0.239

\*p-value < 0.05

การวิเคราะห์ความแตกต่างของประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories สรุปผลได้ดังนี้

ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.149 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-64

ตารางที่ 4-64 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories

ประสิทธิภาพในการทำงาน ด้านผลผลิต/ผลลัพธ์	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3.767	6	0.628	2.050	0.058
Within Groups	120.333	393	0.306		
<b>รวม</b>	<b>124.100</b>	<b>399</b>			

\*p-value < 0.05

#### ช่องทางการใช้ IG Stories

สมมติฐานที่ 2.5 ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามช่องทางการใช้ IG Stories

สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกันตามช่องทางการใช้ IG Stories

$H_1$ : ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามช่องทางการใช้ IG Stories

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) หรือ Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบด้วย ANOVA และถ้าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Scheffe's method หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

โดยจะทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยใช้ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$ : ค่าความแปรปรวนของไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ค่าความแปรปรวนของแตกต่างกัน

พบว่าประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.094 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) แสดงว่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-65

ตารางที่ 4-65 แสดงการตรวจสอบค่าความแปรปรวน โดยใช้ Levene's test

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2.812	1	398	0.094

\*p-value < 0.05

การวิเคราะห์ความแตกต่างของประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ช่องทางการใช้ IG Stories สรุปผลได้ดังนี้



ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.735 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกันตามช่องทางการใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4-66

ตารางที่ 4-66 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y จำแนกตาม ช่องทางการใช้ IG Stories

ประสิทธิภาพในการทำงาน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	0.029	1	0.029	0.115	0.735
Within Groups	99.643	398	0.250		
<b>รวม</b>	<b>99.672</b>	<b>399</b>			

\*p-value < 0.05

สมมติฐานข้อที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ไม่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y

$H_1$ : รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y

ทำการทดสอบทดสอบเงื่อนไขของ Multiple regression analysis พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจากค่า Tolerance ทุกตัวแปรมีค่ามากกว่า 0.1 และค่า VIF ทุกตัวแปรมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ R ระหว่างตัวแปรอิสระ “รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories” และตัวแปรตาม “ประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y” ซึ่งเท่ากับ 0.387 ดังนั้น : รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories กับ ประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีความสัมพันธ์กัน โดยมีค่า R Square เท่ากับ 0.150 หรือ ร้อยละ 15.0

การทดสอบค่าสถิติทดสอบ F ปรากฏว่าค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่ามีตัวแปรอิสระคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories อย่างน้อย 1 ตัว ที่สามารถทำนายผลการเปลี่ยนแปลง ของตัวแปรตามคือ ประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4-67

ตารางที่ 4-67 ผล Multiple regression analysis ทดสอบความสัมพันธ์ของรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ผลต่อประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	Std.		Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Error					
(ค่าคงที่)	3.045	0.149		20.427	0.000*		
กิจกรรม (X <sub>1</sub> )	0.255	0.052	0.323	4.948	0.000*	0.504	1.984
ความสนใจ (X <sub>2</sub> )	0.044	0.044	0.070	0.990	0.323	0.426	2.345
ความคิดเห็น (X <sub>3</sub> )	0.014	0.049	0.022	0.291	0.771	0.391	2.559
R	0.387 <sup>a</sup>						
R Square	0.150						
Adjusted R Square	0.144	(0.000*)					

\*p-value < 0.05

เขียนสมการ Multiple Linear regression ได้ดังนี้

$$\text{Unstandardized } \hat{Y} = 3.045 + 0.255(X_1) + 0.044(X_2) + 0.014(X_3)$$

เมื่อ  $\hat{Y}$  = ประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y

X<sub>1</sub> = รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ด้านกิจกรรม (Activities)

$X_2$  = รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ด้านความสนใจ (Interest)

$X_3$  =รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ด้านความคิดเห็น (Opinions)

จากผลการทดสอบสมมติฐานสามารถสรุปได้ว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ที่มีอิทธิพลต่อการพยากรณ์ และมีผลต่อประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ด้านกิจกรรม (Activities)

**สมมติฐานข้อที่ 4.** รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน  
ของพนักงานเอกชนใน Generation Y

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$ : รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ไม่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของ  
พนักงานเอกชนใน Generation Y

$H_1$ : รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของ  
พนักงานเอกชนใน Generation Y

ทำการทดสอบทดสอบเงื่อนไขของ Multiple regression analysis พบว่า รูปแบบการ  
ดำเนินชีวิตบน IG Stories ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจากค่า Tolerance ทุกตัวแปรมีค่า  
มากกว่า 0.1 และค่า VIF ทุกตัวแปรมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ R ระหว่างตัวแปรอิสระ “รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG  
Stories” และตัวแปรตาม “ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y” ซึ่ง  
เท่ากับ 0.562 ดังนั้น : รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories กับ ประสิทธิภาพการทำงานของ  
พนักงานเอกชนใน Generation Y มีความสัมพันธ์กัน โดยมีค่า R Square เท่ากับ 0.316 หรือ ร้อยละ  
31.6

การทดสอบค่าสถิติทดสอบ F ปรากฏว่าค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า ระดับ  
นัยสำคัญ 0.05 แสดงว่ามีตัวแปรอิสระคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories อย่างน้อย 1 ตัว ที่  
สามารถทำนายผลการเปลี่ยนแปลง ของตัวแปรตามคือ ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน  
เอกชนใน Generation Y รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4-68

ตารางที่ 4-68 ผล Multiple regression analysis ทดสอบความสัมพันธ์ของรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(ค่าคงที่)	2.586	0.122		21.218	0.000*		
กิจกรรม (X <sub>1</sub> )	0.204	0.042	0.284	4.846	0.000*	0.504	1.984
ความสนใจ (X <sub>2</sub> )	0.114	0.036	0.199	3.132	0.002*	0.426	2.345
ความคิดเห็น (X <sub>3</sub> )	0.090	0.040	0.151	2.267	0.024*	0.391	2.559
R	0.562 <sup>a</sup>						
R Square	0.316						
Adjusted R Square	0.311	(0.000*)					

\*p-value < 0.05

เขียนสมการ Multiple Linear regression ได้ดังนี้

$$\text{Unstandardized } \hat{y} = 2.586 + 0.204(X_1)^* + 0.114(X_2)^* + 0.090(X_3)^*$$

เมื่อ  $\hat{y}$  = ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y

X<sub>1</sub> = รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ด้านกิจกรรม (Activities)

X<sub>2</sub> = รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ด้านความสนใจ (Interest)

X<sub>3</sub> = รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ด้านความคิดเห็น (Opinions)

จากผลการทดสอบสมมติฐานสามารถสรุปได้ว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ที่มีอิทธิพลต่อการพยากรณ์ และมีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ทุกด้าน คือด้านกิจกรรม (Activities) ด้านความสนใจ (Interest) ด้านความคิดเห็น (Opinions)

## สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4-69 ผลการวิเคราะห์ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1	ประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามพฤติกรรมการใช้ IG Stories	Sig	ผลการทดสอบ
1.1	ประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories	0.002	ปฏิเสธ $H_0$
1.2	ประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories	0.000	ปฏิเสธ $H_0$
1.3	ประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories	0.007	ปฏิเสธ $H_0$
1.4	ประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories	0.138	ยอมรับ $H_0$
1.5	ประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามช่องทางการใช้ IG Stories	0.832	ยอมรับ $H_0$



ตาราง 4-69 (ต่อ)

สมมติฐานที่ 2	ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามพฤติกรรมการใช้ IG Stories		ผลการทดสอบ
		Sig	
2.1	ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories	0.000	ปฏิเสธ $H_0$
2.1.1	ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories	0.007	ปฏิเสธ $H_0$
2.1.2	ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories	0.001	ปฏิเสธ $H_0$
2.1.3	ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories	0.001	ปฏิเสธ $H_0$
2.2	ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories	0.000	ปฏิเสธ $H_0$
2.2.1	ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories	0.001	ปฏิเสธ $H_0$
2.2.2	ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories	0.002	ปฏิเสธ $H_0$

ตาราง 4-69 (ต่อ)

สมมติฐานที่ 2	ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามพฤติกรรมการใช้ IG Stories	Sig	ผลการทดสอบ
2.2.3	ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories	0.000	ปฏิเสธ $H_0$
2.3	ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories	0.003	ปฏิเสธ $H_0$
2.3.1	ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories	0.005	ปฏิเสธ $H_0$
2.3.2	ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories	0.000	ปฏิเสธ $H_0$
2.3.3	ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories	0.012	ปฏิเสธ $H_0$
2.4	ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories	0.024	ปฏิเสธ $H_0$
2.4.1	ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories	0.081	ยอมรับ $H_0$

ตาราง 4-69 (ต่อ)

สมมติฐานที่ 2	ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามพฤติกรรมการใช้ IG Stories	Sig	ผลการทดสอบ
2.4.2	ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories	0.149	ยอมรับ $H_0$
2.4.3	ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories	0.239	ยอมรับ $H_0$
2.5	ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามช่องทางการใช้ IG Stories	0.735	ยอมรับ $H_0$
สมมติฐานที่ 3	รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories มีผลต่อ ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y	0.000	ปฏิเสธ $H_0$
สมมติฐานที่ 4	รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories มีผลต่อ ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y	0.000	ปฏิเสธ $H_0$

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของพฤติกรรมการใช้และรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ต่อประสิทธิผลและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y” ผู้วิจัยได้สรุปผลวิจัยดังนี้

**ส่วนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยวิเคราะห์ตามลำดับของแบบสอบถาม ดังนี้

**ตอนที่ 1** วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ พฤติกรรมการใช้ IG Stories ได้แก่ ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ ความถี่ในการใช้ ระยะเวลาในการใช้ ช่วงเวลาที่ใช้ ช่องทางการใช้ และสถานที่ที่ใช้ IG stories ของพนักงานเอกชนใน Generation Y

**ตอนที่ 2** วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ได้แก่ กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) ความคิดเห็น (Opinions) บน IG stories ของพนักงานเอกชนใน Generation Y

**ตอนที่ 3** วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y

**ตอนที่ 4** วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ประสิทธิภาพในการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ประสิทธิภาพในการทำงานด้านกระบวนการบริการ/คุณภาพ ประสิทธิภาพในการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์

**ส่วนที่ 2** การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งมี 4 ข้อโดยใช้สถิติเชิงอนุมานดังนี้

**สมมติฐานข้อที่ 1.** ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามพฤติกรรมการใช้ IG Stories

**สมมติฐานข้อที่ 2.** ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามพฤติกรรมการใช้ IG Stories

**สมมติฐานข้อที่ 3.** รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y

**สมมติฐานข้อที่ 4.** รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y

## สรุปผลการวิจัย

### ส่วนที่ 1 สรุปผลการวิจัยโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

**ตอนที่ 1** วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ พฤติกรรมการใช้ IG Stories ได้แก่ ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG stories ความถี่ในการใช้ IG stories ระยะเวลาในการใช้ IG stories ช่วงเวลาที่ใช้ IG stories ช่องทางการใช้ IG stories และสถานที่ที่ใช้ IG stories ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ดังรายละเอียดต่อไปนี้

**1. ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories** พบว่าพนักงานที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ.2016 (พ.ศ.2559) จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 รองลงมา เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ.2018 (พ.ศ.2561) จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00

**2. ความถี่ในการใช้ IG Stories** พบว่าพนักงานที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ IG Stories โดยเฉลี่ย 6-7 วัน/สัปดาห์ จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมา ใช้ IG Stories โดยเฉลี่ย 3-5 วัน/สัปดาห์ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25



**3. ระยะเวลาในการใช้ IG Stories** พบว่าพนักงานที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้ IG Stories โดยเฉลี่ย 15-30 นาที ต่อ 1 ครั้ง จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 รองลงมา มีระยะเวลาในการใช้ IG Stories โดยเฉลี่ย น้อยกว่า 15 นาที ต่อ 1 ครั้ง จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75

**4. ช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories** พบว่าพนักงานที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ IG Stories ในช่วงเวลา 18:01-21:00 น. บ่อยที่สุด จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 รองลงมา ใช้ IG Stories ในช่วงเวลา 21:01-00:00 น. จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50

**5. ช่องทางการใช้ IG Stories** พบว่าพนักงานที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ IG Stories ผ่านช่องทาง Smartphone จำนวน 395 คน คิดเป็นร้อยละ 98.75 รองลงมา ใช้ IG Stories ผ่านช่องทาง iPad/Tablet จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25

**ตอนที่ 2** วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ได้แก่ กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) ความคิดเห็น (Opinions) บน IG stories ของพนักงานเอกชนใน Generation Y เมื่อวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยรวมแยกแต่ละรูปแบบได้ดังนี้

**ด้านกิจกรรม (Activities)** พนักงานเอกชนใน Generation Y มีกิจกรรม บน IG Stories โดยรวม ( $\bar{X} = 3.96$ ) อยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ใช้ IG Stories ในการแบ่งปันรูปภาพหรือวิดีโอ ( $\bar{X} = 4.37$ ) และ เพื่อความบันเทิง ( $\bar{X} = 4.35$ ) อยู่ในระดับ เห็นด้วยมากที่สุด และ พนักงานเอกชนใน Generation Y ใช้ IG Stories ในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน ( $\bar{X} = 3.18$ ) อยู่ในระดับ เห็นด้วยปานกลาง

**ด้านความสนใจ (Interest)** พนักงานเอกชนใน Generation Y มีความสนใจ บน IG Stories โดยรวม ( $\bar{X} = 3.65$ ) อยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y รัับชม IG Stories ของผู้ที่ติดตาม ( $\bar{X} = 4.23$ ) และ ใช้สติ๊กเกอร์ Stay home บน IG Stories เพื่อแบ่งปันประสบการณ์การมีระยะห่างทางสังคมในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ( $\bar{X} = 3.43$ ) อยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก และพนักงานเอกชนใน Generation Y ใช้ IG Stories ในการติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับงาน ( $\bar{X} = 3.30$ ) อยู่ในระดับ เห็นด้วยปานกลาง

**ด้านความคิดเห็น (Opinions)** พนักงานเอกชนใน Generation Y มีความคิดเห็น บน IG Stories โดยรวม ( $\bar{X} = 3.73$ ) อยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ใช้ IG Stories ในการสร้างคำถามเมื่อต้องการให้ผู้ติดตามรวมทั้งเพื่อน

ร่วมงานและหัวหน้างานของมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ( $\bar{X} = 3.24$ ) อยู่ในระดับ เห็นด้วยปานกลาง พนักงานเอกชนใน Generation Y คิดว่าการใช้ IG Stories เป็นการคลายเครียดจากการทำงาน ( $\bar{X} = 4.23$ ) และ ช่วยเพิ่มสัมพันธภาพกับเพื่อนร่วมงาน ( $\bar{X} = 3.74$ ) อยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก

**ตอนที่ 3** วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีรายละเอียดดังนี้

ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยรวม ( $\bar{X} = 4.27$ ) อยู่ในระดับ มากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y มักทำงานสำเร็จตามระยะเวลาที่องค์กรกำหนด ( $\bar{X} = 4.31$ ) สามารถทำงานได้สำเร็จตามที่ได้รับมอบหมาย ( $\bar{X} = 4.34$ ) และ สามารถแก้ปัญหาและอุปสรรคในการทำงานให้สำเร็จลุล่วง ( $\bar{X} = 4.30$ ) อยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานเอกชนใน Generation Y สามารถหาสาเหตุข้อผิดพลาดและการป้องกันไม่ให้เกิดซ้ำซากในทุกสถานการณ์ ( $\bar{X} = 4.19$ ) และ ผลงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y เป็นส่วนหนึ่งในการทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ( $\bar{X} = 4.21$ ) อยู่ในระดับมาก

**ตอนที่ 4** วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ประสิทธิภาพในการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ประสิทธิภาพในการทำงานด้านกระบวนการบริการ/คุณภาพ ประสิทธิภาพในการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ เมื่อวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยรวมแยกเป็นรายด้านได้ดังนี้

**ด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน** ประสิทธิภาพในการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยรวม ( $\bar{X} = 4.14$ ) อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ใช้ทรัพยากรในการปฏิบัติงานอย่างประหยัดเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ( $\bar{X} = 4.13$ ) ปฏิบัติงานอย่างถูกต้อง และผิดพลาดน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 4.10$ ) และมีความคิดริเริ่มในการทำงาน เช่น ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง ลดขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซาก ( $\bar{X} = 4.20$ ) อยู่ในระดับมาก

**ด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ** ประสิทธิภาพในการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยรวม ( $\bar{X} = 4.11$ ) อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y มาปฏิบัติงานก่อนเวลา ( $\bar{X} = 4.05$ ) พัฒนาตนเองและแสวงหาความรู้อยู่เสมอช่วยให้การปฏิบัติงานดียิ่งขึ้น ( $\bar{X} = 4.14$ ) และมีความรู้ความ

เข้าใจเกี่ยวกับงานที่ท่านทำเป็นอย่างดี ทำให้ท่านปฏิบัติงานได้ผลงานที่มีคุณภาพเกินกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ ( $\bar{X} = 4.16$ ) อยู่ในระดับมาก

**ด้านผลผลิต/ผลลัพธ์** ประสิทธิภาพในการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y โดยรวม ( $\bar{X} = 4.18$ ) อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าพนักงานเอกชนใน Generation Y ปฏิบัติงานได้รวดเร็วถูกต้องเป็นไปตามมาตรฐาน ( $\bar{X} = 4.10$ ) ปฏิบัติงานได้ผลสำเร็จก่อนเวลาที่กำหนด ( $\bar{X} = 4.07$ ) อยู่ในระดับมาก และ พนักงานเอกชนใน Generation Y ปฏิบัติงานได้ผลสำเร็จด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ( $\bar{X} = 4.39$ ) อยู่ในระดับมากที่สุด

## ส่วนที่ 2 สรุปผลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ดังนี้

**สมมติฐานข้อที่ 1.** ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามพฤติกรรมการใช้ IG Stories

**สมมติฐานที่ 1.1** ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories

ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบรายคู่พบว่า

- ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2016 (พ.ศ.2559) มากกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

- ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2017 (พ.ศ.2560) มากกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

**สมมติฐานที่ 1.2** ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories

ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบรายคู่พบว่า

- ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีความถี่ในการใช้ IG Stories 1-2 วัน/สัปดาห์ น้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีความถี่ในการใช้ IG Stories 6-7 วัน/สัปดาห์ ระดับนัยสำคัญ 0.05

**สมมติฐานที่ 1.3** ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories

ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบรายคู่พบว่า

- ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีระยะเวลาในการใช้ IG Stories 15-30 นาที น้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีระยะเวลาในการใช้ มากกว่า 60 นาที ระดับนัยสำคัญ 0.05

**สมมติฐานที่ 1.4** ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories

ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

**สมมติฐานที่ 1.5** ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามช่องทางการใช้ IG Stories

ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกันตามช่องทางการใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 2.** ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามพฤติกรรมการใช้ IG Stories

**สมมติฐานที่ 2.1** ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories

ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories โดยผลการทดสอบรายคู่พบว่า

- ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2016 (พ.ศ.2559) มากกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562) ระดับนัยสำคัญ 0.05

- ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2017 (พ.ศ.2560) มากกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562) ระดับนัยสำคัญ 0.05

**สมมติฐานที่ 2.1.1** ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories

ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories โดยผลการทดสอบรายคู่พบว่า

- ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2016 (พ.ศ.2559) มากกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562) ระดับนัยสำคัญ 0.05

- ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุนของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2017 (พ.ศ.2560) มากกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562) ระดับนัยสำคัญ 0.05



**สมมติฐานที่ 2.1.2** ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories

ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories โดยผลการทดสอบรายคู่พบว่า

- ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2016 (พ.ศ.2559) มากกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562) ระดับนัยสำคัญ 0.05

- ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2017 (พ.ศ.2560) มากกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562) ระดับนัยสำคัญ 0.05

**สมมติฐานที่ 2.1.3** ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories

ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories โดยผลการทดสอบรายคู่พบว่า

- ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2016 (พ.ศ.2559) มากกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562) ระดับนัยสำคัญ 0.05

- ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2017 (พ.ศ.2560) มากกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562) ระดับนัยสำคัญ 0.05

**สมมติฐานที่ 2.2** ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories

ผลการศึกษาพบว่าประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบรายคู่พบว่า

- ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีความถี่ในการใช้ IG Stories 1-2 วัน/สัปดาห์ น้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีความถี่ในการใช้ IG Stories 6-7 วัน/สัปดาห์ ระดับนัยสำคัญ 0.05

**สมมติฐานที่ 2.2.1** ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories

ผลการศึกษาพบว่าประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบรายคู่พบว่า

-ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีความถี่ในการใช้ IG Stories 1-2 วัน/สัปดาห์ น้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีความถี่ในการใช้ IG Stories 6-7 วัน/สัปดาห์ ระดับนัยสำคัญ 0.05

**สมมติฐานที่ 2.2.2** ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories

ผลการศึกษาพบว่าประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบรายคู่พบว่า

-ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีความถี่ในการใช้ IG Stories 1-2 วัน/สัปดาห์ น้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีความถี่ในการใช้ IG Stories 6-7 วัน/สัปดาห์ ระดับนัยสำคัญ 0.05

**สมมติฐานที่ 2.2.3** ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories

ผลการศึกษาพบว่าประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามความถี่ในการใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบรายคู่พบว่า

-ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีความถี่ในการใช้ IG Stories น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์ น้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีความถี่ในการใช้ IG Stories 6-7 วัน/สัปดาห์ ระดับนัยสำคัญ 0.05

-ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีความถี่ในการใช้ IG Stories 1-2 วัน/สัปดาห์ น้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีความถี่ในการใช้ IG Stories 6-7 วัน/สัปดาห์ ระดับนัยสำคัญ 0.05

**สมมติฐานที่ 2.3** ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories

ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผลการทดสอบรายคู่พบว่า

- ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation ที่ระยะเวลาในการใช้ IG Stories น้อยกว่า 15 นาที น้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาในการใช้ IG Stories 30-60 นาที ระดับนัยสำคัญ 0.05

**สมมติฐานที่ 2.3.1** ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories

ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผลการทดสอบรายคู่พบว่า

-ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาในการใช้ IG Stories น้อยกว่า 15 นาที น้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาในการใช้ IG Stories 30-60 นาที ระดับนัยสำคัญ 0.05

**สมมติฐานที่ 2.3.2** ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories

ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผลการทดสอบรายคู่พบว่า

-ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาในการใช้ IG Stories น้อยกว่า 15 นาที น้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาในการใช้ IG Stories 30-60 นาที ระดับนัยสำคัญ 0.05

-ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาในการใช้ IG Stories น้อยกว่า 15 นาที น้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาในการใช้ IG Stories มากกว่า 60 นาที ระดับนัยสำคัญ 0.05

**สมมติฐานที่ 2.3.3** ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories

ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามระยะเวลาในการใช้ IG Stories อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผลการทดสอบรายคู่พบว่า

-ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาในการใช้ IG Stories น้อยกว่า 15 นาที น้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาในการใช้ IG Stories มากกว่า 60 นาที ระดับนัยสำคัญ 0.05

-ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาในการใช้ IG Stories 15-30 นาที น้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระยะเวลาในการใช้ IG Stories มากกว่า 60 นาที ระดับนัยสำคัญ 0.05

**สมมติฐานที่ 2.4** ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories

ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผลการทดสอบรายคู่พบว่า

- ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation ที่มีช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories 06:01-09:00 น. น้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories 09:01-12:00 น. ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

- ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation ที่มีช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories 09:01-12:00 น. มากกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories 18:01-21:00 น. ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

- ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation ที่มีช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories 09:01-12:00 น. มากกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories 21:01-00:00 น. ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

- ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation ที่มีช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories 12:01-15:00 น. มากกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories 18:01-21:00 น. ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

**สมมติฐานที่ 2.4.1** ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories

ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

**สมมติฐานที่ 2.4.2** ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories

ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

**สมมติฐานที่ 2.4.3** ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories

ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการทำงานด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ไม่แตกต่างกันตามช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05



**สมมติฐานที่ 2.5** ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y  
แตกต่างกันตามช่องทางการใช้ IG Stories

ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y  
ไม่แตกต่างกันตามช่องทางการใช้ IG Stories ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 3.** รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories มีผลต่อประสิทธิผลการ  
ทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y

จากการทดสอบด้วยวิธี Multiple regression analysis พบว่า รูปแบบการดำเนิน  
ชีวิตบน IG Stories กับ ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y มี  
ความสัมพันธ์กัน ร้อยละ 15.0 และจากผลการทดสอบสมมติฐานสามารถสรุปได้ว่า รูปแบบการ  
ดำเนินชีวิตบน IG Stories ที่มีอิทธิพลต่อการพยากรณ์ และมีผลต่อประสิทธิผลการทำงานของ  
พนักงานเอกชนใน Generation Y คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ด้านกิจกรรม  
(Activities)

**สมมติฐานข้อที่ 4.** รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories มีผลต่อประสิทธิภาพการ  
ทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y

จากการทดสอบด้วยวิธี Multiple regression analysis พบว่า รูปแบบการดำเนิน  
ชีวิตบน IG Stories กับ ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y มี  
ความสัมพันธ์กัน ร้อยละ 31.6 และจากผลการทดสอบสมมติฐานสามารถสรุปได้ว่า รูปแบบการ  
ดำเนินชีวิตบน IG Stories ที่มีอิทธิพลต่อการพยากรณ์ และมีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของ  
พนักงานเอกชนใน Generation Y คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ทุกด้าน คือด้าน  
กิจกรรม (Activities) ด้านความสนใจ (Interest) ด้านความคิดเห็น (Opinions)

## อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของพฤติกรรมการใช้และรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ต่อประสิทธิผลและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y” สามารถอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

**สมมติฐานข้อที่ 1.** ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y แตกต่างกันตามพฤติกรรมการใช้ IG Stories จากการศึกษาพบว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y มีประสิทธิภาพการทำงาน แตกต่างกันตามพฤติกรรมการใช้ IG Stories ดังนี้คือ

**ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories** ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ.2016 (พ.ศ.2559) และปีค.ศ.2017 (พ.ศ.2560) มีมากกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ.2019 (พ.ศ.2562) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการเริ่มใช้ IG Stories ไปนานๆทำให้เรียนรู้คุณสมบัติการใช้งานมากขึ้นและคล่องแคล่วมากขึ้น สอดคล้องกับ ลินลดา กองเซ็น และ ศศิพรรณ บิลมานิชย์ (2558) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมสื่อสารและการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการทำงานของผู้สื่อข่าวสำนักข่าวเนชั่น พบว่า กลุ่มตัวอย่างสมัครเป็นสมาชิกด้วยตนเอง และได้เข้าเป็นสมาชิกเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่า 4 ปีขึ้นไป มีวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อสื่อสารกับบุคคลที่รู้จัก มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัว มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการส่งข่าวสำหรับการทำงานทุกวัน รวมทั้งใช้ในการติดต่อกับแหล่งข่าวอีกด้วย

**ความถี่ในการใช้ IG Stories** ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ใช้งาน IG Stories 1-2 วัน/สัปดาห์ มีน้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ใช้งาน IG Stories 6-7 วัน/สัปดาห์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับ วรรณญา เสริมไชยพัฒน์ และคณะ (2561) พบว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในเวลาทำงาน อยู่ในระดับใช้งานบ่อยครั้ง และสอดคล้องกับ ชุตีวรรณ สุวิสุทธิ และสุนทรี ศักดิ์ศรี (2561) ที่พบว่า การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการสื่อสารในองค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงาน

**ระยะเวลาในการใช้ IG Stories** ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ใช้ IG Stories 15-30 นาที มีน้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ใช้ IG Stories 60 นาทีขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับ ชลชินี บุณนาค

(2560) ที่ศึกษาเรื่องการสำรวจรูปแบบการดำเนินชีวิตบนอินสตาแกรม กล่าวว่า ระยะเวลาในการใช้ อินสตาแกรมของกลุ่มตัวอย่างแต่ละครั้ง ที่ระยะเวลาสูงสุดเท่ากันคือ น้อยกว่า 15 นาที และ 15-30 นาที

**สมมติฐานที่ 2. ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y**  
แตกต่างกันตามพฤติกรรมการใช้ IG Stories จากการศึกษาพบว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y มีประสิทธิภาพการทำงาน แตกต่างกันตามพฤติกรรมการใช้ IG Stories ดังนี้คือ

**ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้ IG Stories** ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการทำงาน โดยรวม และรายด้านแบ่งเป็น ด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน, ด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ และด้าน ผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ.2016 (พ.ศ. 2559) และปีค.ศ.2017 (พ.ศ.2560) มีมากกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่เริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่ปีค.ศ.2019 (พ.ศ.2562) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับ อารยา เกียรติก้อง และคณะ (2562) พบว่า ผู้ใช้บริการเครือข่ายสังคมเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ใช้เครือข่ายสังคมมาแล้วโดยเฉลี่ย 4 ปี ผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมที่มีต่อตนเองของเยาวชน คือ ชีวิตสะดวกสบายเพิ่มขึ้น ใช้แล้วทำให้ผ่อนคลาย ส่วนผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมที่มีต่อสังคมคือ ทำให้คุยกับเพื่อนได้ง่ายพบเพื่อนเก่าที่ไม่เคยพบกันมานานและทำให้ได้พบเพื่อนใหม่

**ความถี่ในการใช้ IG Stories** ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการทำงาน โดยรวม และรายด้านแบ่งเป็น ด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน, ด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ และด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ใช้งาน IG Stories 1-2 วัน/สัปดาห์ มีน้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ใช้งาน IG Stories 6-7 วัน/สัปดาห์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับ วรรณญา เสริมไชยพัฒน์ และคณะ (2561) พบว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในเวลา ทำงาน อยู่ในระดับใช้งานบ่อยครั้ง ผลการศึกษาประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน พบว่า ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก หากพิจารณารายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในเห็นด้วยระดับมาก โดยประสิทธิภาพด้านคุณภาพ ประสิทธิภาพด้านผลการ ปฏิบัติงาน และประสิทธิภาพด้านความถูกต้องในงานภายในเวลาที่กำหนด

**ระยะเวลาในการใช้ IG Stories** ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการทำงาน โดยรวม และรายด้านแบ่งเป็น ด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน, ด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ และด้าน

ผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ใช้ IG Stories น้อยกว่า 15 นาที มีน้อยกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ใช้ IG Stories 30-60 นาที และพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ใช้ IG Stories 60 นาทีขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับ ชลชนิ บูณนาค (2560) ที่ศึกษา เรื่องการสำรวจรูปแบบการดำเนินชีวิตบนอินสตาแกรม พบว่าระยะเวลาในการใช้อินสตาแกรมของกลุ่มตัวอย่างแต่ละครั้ง ที่ระยะเวลาสูงสุดเท่ากันคือ น้อยกว่า 15 นาที และ 15-30 นาที และ สอดคล้องกับ กันตภณ ภูมิภมร ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ของพนักงานบริษัทลิสซิ่งกสิกรไทย สำนักงาน พหลโยธิน กรุงเทพมหานคร พบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์ในแต่ละวันมากที่สุด 5 ชั่วโมงขึ้นไป คุณสมบัติของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ชอบมากที่สุดคือ ทราบข่าวสาร รับ-ส่งงานรวดเร็วทันใจ ด้านประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานพบว่า ด้าน ปริมาณงานและคุณภาพ, ด้านประหยัดงบประมาณ, ด้านการประหยัดเวลา ได้รับความคิดเห็นคือ “เห็นด้วย” และยังพบว่า พนักงานบริษัทลิสซิ่งกสิกรไทย สำนักงานพหลโยธิน กรุงเทพมหานคร มี พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการ ปฏิบัติงานด้านปริมาณและคุณภาพ

**ช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories** ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการทำงาน ของ พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ใช้ IG Stories ในช่วงเวลา 09:01 น.-12:00 น. มีมากกว่า พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ใช้ IG Stories ในช่วงเวลา 06:01 น.-09:00 น., ช่วงเวลา 18:01 น.-21:00 น. และ ช่วงเวลา 21:01 น.-00:00 น. และพบว่า ประสิทธิภาพการทำงาน ของพนักงาน เอกชนใน Generation Y ที่ใช้ IG Stories ในช่วงเวลา 12:01 น.-15:00 น. มีมากกว่า พนักงานเอกชน ใน Generation Y ที่ใช้ IG Stories ในช่วงเวลา 18:01 น.-21:00 น. ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ทั้งนี้ เพราะการใช้ IG Stories พนักงานเอกชนใน Generation Y ส่วนใหญ่จะใช้ในช่วงเวลาทำงานและ เกี่ยวข้องกับข้อมูลในการทำงาน สอดคล้องกับ แนวคิดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ กล่าวคือ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ เป็นการมุ่งศึกษาถึงผู้รับสาร การที่ผู้รับสารจะใช้สื่ออะไรในการเปิดรับ ข่าวสาร ผู้รับสารจะมีการเลือกสรร และการแสวงหาข่าวสารให้เป็นไปตามความต้องการ หรือความ คาดหวังที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล (พีระ จิร โสภณ, 2547)

แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการทำงาน ด้าน ค่าใช้จ่าย/ต้นทุน, ด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ และด้านผลผลิต/ผลลัพธ์ ของพนักงานเอกชน ใน Generation Y ไม่แตกต่างกันตามระยะเวลาที่ใช้ IG Stories



**สมมติฐานข้อที่ 3.** รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories มีผลต่อประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y

ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ได้แก่ ด้านกิจกรรม (Activities) เช่น ใช้ IG Stories ในการแบ่งปันรูปภาพหรือวิดีโอ เพื่อความบันเทิง และ ใช้ IG Stories ในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน มีผลต่อประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อ พนักงานเอกชนใน Generation Y มีรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ด้านกิจกรรม (Activities) มากขึ้น จะส่งผลต่อ ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y เพิ่มขึ้นเล็กน้อย ทั้งนี้จะเป็นเพราะ รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ของพนักงานเอกชนใน Generation Y สามารถอธิบายให้เห็นถึงค่านิยมหรือรสนิยมในการดำเนินชีวิตผ่านประสิทธิผลในการทำงาน สอดคล้องกับ Gibson et al. (1997) กล่าวว่า ประสิทธิภาพในการทำงาน หมายถึง การกระทำหรือความพยายามใด ๆ ที่ต้องการให้เกิดผลลัพธ์อะไรบางอย่างในเชิงปริมาณและคุณภาพ แล้วประสบความสำเร็จบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้และเป็นผลงานที่มีคุณภาพ เช่น มีความถูกต้อง มีคุณค่า มีความเหมาะสม ตรงกับความคาดหวัง และ ความต้องการของหมู่คณะ สังคม และผู้นำผลนั้น ไปใช้เป็นผลที่ได้จากการปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ คือ เป็นการปฏิบัติด้วยความพอใจ ปฏิบัติเต็มความสามารถ ปฏิบัติด้วยการเลือกสรรกลวิธีแลเทคนิควิธีการที่เหมาะสมที่สุดที่จะทำให้บรรลุทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ อย่างสูงสุดแต่ใช้ทุน ทรัพยากรและระยะเวลา น้อยที่สุด

**สมมติฐานข้อที่ 4.** รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y

ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ทุกด้าน ได้แก่ คือด้านกิจกรรม (Activities) ด้านความสนใจ (Interest) ด้านความคิดเห็น (Opinions) มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดย ด้านกิจกรรม (Activities) เช่น ใช้ IG Stories ในการแบ่งปันรูปภาพหรือวิดีโอ เพื่อความบันเทิง และ ใช้ IG Stories ในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน ด้านความสนใจ (Interest) เช่น รับชม IG Stories ของผู้ที่ติดตาม ใช้ IG Stories ในการติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับงาน ใช้สติ๊กเกอร์ Stay home บน IG Stories เพื่อแบ่งปันประสบการณ์การมีระยะห่างทางสังคมในช่วงสถานการณ์ COVID-19 และ ด้านความคิดเห็น (Opinions) เช่น ใช้ IG Stories ในการสร้างคำถามเมื่อต้องการให้ผู้ติดตามรวมทั้งเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างานของท่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ใช้ IG Stories เป็นการ



คล้ายเครียดจากการทำงาน การใช้ IG Stories ช่วยเพิ่มสัมพันธภาพกับเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น โดยทั้ง 3 ด้าน มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ซึ่งสอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ กล่าวคือ เมื่อ พนักงานเอกชน ใน Generation Y มีรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ด้านกิจกรรม (Activities) ด้านความสนใจ (Interest) ด้านความคิดเห็น (Opinions) มากขึ้น จะส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน เพิ่มขึ้น เล็กน้อย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ส่วนใหญ่แล้ว เป็นไปในรูปแบบบุคคลที่ปฏิบัติในการใช้ชีวิต เกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงาน สอดคล้องกับ Peter (1994) ได้นิยามรูปแบบการดำเนินชีวิตว่า เป็นรูปแบบที่บุคคล ปฏิบัติในการใช้ชีวิต ประกอบด้วย กิจกรรม (Activities) เป็นสิ่งใช้เวลาไปกับสิ่งสิ่งนั้นอย่างไร ความสนใจ (Interest) เป็นสิ่งที่ให้ความสำคัญหรือพึงพอใจ และความคิดเห็น (Opinions) เป็นสิ่งที่ รู้สึกเกี่ยวกับเหตุการณ์และสิ่งต่าง ๆ รอบตัวอย่างไร

จากการศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของพฤติกรรมการใช้และรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ต่อประสิทธิผลและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y” พบว่า ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มใช้, ความถี่ในการใช้, ระยะเวลาในการใช้ IG Stories ส่งผลต่อ ประสิทธิผลและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และยังพบว่า ช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชน ใน Generation Y ระดับนัยสำคัญ 0.05 เนื่องมาจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีการนำความสามารถของ IG Stories มาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการทำงาน เพื่อความสะดวกรวดเร็วจึงทำให้ได้ผลลัพธ์ของการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น ช่วยลดช่องว่างทางการสื่อสารของเพื่อนร่วมงาน (จอมใจ ภัคดิพินิจ, 2557) นอกจากนี้การที่ผู้บริหารหรือฝ่ายทรัพยากรบุคคลของบริษัท ทราบดีถึงพฤติกรรมการใช้ IG Stories ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ก็สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการ เข้าใจถึงพฤติกรรมของมนุษย์ รวมถึงแนวโน้มพฤติกรรมของพนักงานเนื่องจากบุคคลมักใช้เวลา ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับการบริโภคสินค้าและบริการ หรือเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งสินค้าและบริการ ต่าง ๆ นั้น มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน ไม่เพียงเท่านั้น ทำให้เข้าใจทราบถึงสภาพสังคม โดยรวมขององค์กร รวมถึงแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงาน และพัฒนาคุณภาพ ชีวิตของคนในองค์กร และจากการศึกษายังพบอีกว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ด้าน กิจกรรม (Activities) ผลต่อประสิทธิผลและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เนื่องมาจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีกิจกรรม IG Stories ที่

เกี่ยวข้องกับการทำงาน ตัวอย่างเช่น ใช้ IG Stories ในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน ไม่เพียงเท่านั้น จากการศึกษายังพบว่า พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ด้านความสนใจ (Interest) ด้านความคิดเห็น (Opinions) มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 อีกด้วย Assael (2004) ได้กล่าวไว้ว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต คือ รูปแบบการใช้ชีวิตที่สะท้อนถึงทัศนคติ ความสนใจ และความคิดเห็นของผู้บริโภค ซึ่งในที่นี้หมายถึง พนักงานเอกชนใน Generation Y และหากพนักงานเอกชนใน Generation Y มีความสนใจ และมีความคิดเห็น เกี่ยวกับการทำงาน บน IG Stories สะท้อนให้เห็นถึงทัศนคติ ความสนใจ และความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการทำงาน อาทิเช่น พนักงานฝ่ายขายมีการอัปเดตรูปสินค้า หรือ ผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่ตนเองทำงานอยู่ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ใน IG Stories ส่วนตัวของพนักงานผู้บริหารหรือฝ่ายทรัพยากรบุคคลของบริษัท สามารถใช้เป็นแนวโน้มในการพยากรณ์ถึง ประสิทธิภาพและประสิทธิภาพการทำงาน of พนักงานคนนั้นได้ และใช้เป็นแนวทางการจัดสรร หน้าที่การทำงานให้เหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลได้ เพราะรูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นแนวทางสำคัญในการอธิบายพฤติกรรมของพนักงานเอกชนใน Generation Y ว่า พนักงานเป็นคนแบบไหน พนักงานมักเลือกทำกิจกรรมต่างๆ ให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของพวกเขา ประกอบกับ IG Stories เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย มีอิทธิพลกับคนไทยอย่างรวดเร็ว สะท้อนให้เห็นถึงรูปแบบการสื่อสาร พฤติกรรม การดำเนินชีวิต ของผู้คนในสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป บวกกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปทุกวัน และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้น พนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories เกี่ยวกับเรื่องงานส่วนใหญ่ มักจะมีผลต่อประสิทธิผลและประสิทธิภาพการทำงาน แต่แค่เพียงเล็กน้อยเท่านั้น

### ข้อเสนอแนะในการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของพฤติกรรมการใช้และรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ต่อประสิทธิผลและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

1. องค์กรหรือแผนกทรัพยากรบุคคลควรเน้นให้ความสำคัญกับการศึกษาพฤติกรรมการใช้ IG Stories ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ให้มากขึ้น โดยการเพิ่มช่วงเวลางาน IG Stories ในขณะทำงาน โดยข้อมูลที่มีการแบ่งปันลงไปบน IG Stories ควรจะต้องเกี่ยวข้องกับการทำงาน เพื่อให้สอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า พนักงานที่มีการใช้ IG Stories ในช่วงเวลา 09:01-12:00น. และความถี่ในการใช้ IG Stories 6-7 วัน มีผลต่อประสิทธิผลและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y หากนำไปประยุกต์ใช้สำหรับการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ของสินค้าหรือบริการต่างๆ ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ใช้ IG Stories นั้น จะเป็นประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการต่างๆ ผ่านกลุ่มเป้าหมายที่มีความสัมพันธ์กันใน IG Stories จึงส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y ที่มีการใช้ IG Stories ในช่วงเวลาดังกล่าว

2. จากผลการตอบแบบสอบถามของพนักงานเอกชนใน Generation Y ถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ในการติดต่อกับเพื่อนร่วมงาน การติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับงาน การสร้างคำถาม เมื่อต้องการให้ผู้ติดตามมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น อยู่ในระดับความเห็นปานกลาง ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้องค์กรหรือแผนกทรัพยากรบุคคลควรเน้นให้ความสำคัญในการส่งเสริมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผ่านรูปแบบการใช้ IG stories ได้แก่ ด้านกิจกรรม สนับสนุนให้มีแบ่งปันรูปภาพ เกี่ยวกับงานที่ส่งผลดีต่อภาพลักษณ์องค์กร เพื่อเป็นการเพิ่มเผยแพร่ตัวตนขององค์กรให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ ด้านความสนใจ ฝ่ายทรัพยากรบุคคล ควรแนะนำการใช้ IG Stories และติดตาม IG Stories ของเพื่อนร่วมงานเพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ของบุคลากรในองค์กร พร้อมแนะนำบัญชีในอินสตาแกรมที่น่าสนใจ เพื่อเป็นการเสริมการเรียนรู้ให้แก่พนักงาน ทำให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร เช่น ติดตามบัญชีในอินสตาแกรมที่มีการสอนภาษาอังกฤษ, ภาษาจีน เพื่อการทำงาน เป็นต้น ด้านความคิดเห็น ฝ่ายทรัพยากรบุคคล สามารถสำรวจความคิดเห็นของพนักงานผ่าน การตั้งคำถามและการสร้างโพลล์บน IG stories

3. ในสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 การทำงานแบบ Work from Home เป็นวิธีปฏิบัติที่สำคัญ ขององค์กรส่วนใหญ่ เพื่อรักษาระยะห่างทางสังคม ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้องค์กรหรือแผนกทรัพยากรบุคคล สนับสนุนรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ผ่านการทำงาน ในด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ ด้านความคิดเห็น แก่พนักงานเอกชนใน Generation Y โดยเฉพาะด้านกิจกรรมที่ส่งผลทั้งต่อประสิทธิผลและประสิทธิภาพ เช่น การแบ่งปัน

รูปภาพหรือวิดีโอบน IG Stores การติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงานผ่าน IG Stores เพราะเป็นช่องทางที่สะดวกและง่ายต่อการเข้าถึง

4.องค์กรควรเปิดโอกาสให้พนักงานมีการแสดงความคิดเห็นหรือแบ่งปันความคิดสร้างสรรค์ ในเรื่องที่พนักงานสนใจ ผ่านช่องทาง IG Stories เพื่อเป็นการเพิ่มสัมพันธภาพกับเพื่อนร่วมงาน ทำให้เป็นการคลายเครียดจากการทำงาน ส่งผลให้เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y ด้วย

5. จากงานวิจัยพบว่าร้อยละ 98.75 ของพนักงานเอกชนใน Generation Y มีช่องทางการใช้ IG Stories ผ่าน Smartphone และช่วงเวลาที่ใช้ IG Stories ที่มีผลต่อประสิทธิภาพต่อการทำงาน ของพนักงานเอกชนใน Generation Y คือช่วงเวลา 9:01-12:00 น. ดังนั้นสำหรับองค์กรที่มี กฏระเบียบที่เข้มงวดด้านการใช้โทรศัพท์มือถือในเวลางาน ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้พิจารณา กฏระเบียบให้เหมาะสมกับสภาพงานจริงและสถานการณ์ในปัจจุบัน เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพ ในการทำงาน of พนักงานเอกชนใน Generation Y ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด และยังคงต้องรักษา ความปลอดภัยและข้อมูลลับขององค์กร

อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมการใช้และรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพและประสิทธิภาพการทำงาน of พนักงานเอกชนใน Generation Y แค่เพียงเล็กน้อย เท่านั้น



## ข้อจำกัดในงานวิจัย

เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ศึกษาถึงประสิทธิผลและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y เพียงช่วงวัยเดียวเท่านั้น จึงมีข้อระมัดระวังเรื่อง ช่องว่างระหว่างวัย (Generation Gap) หากนำงานวิจัยนี้ไปปรับใช้ในองค์กร เนื่องจากในแต่ละในองค์กรยังมีพนักงานในช่วงวัยอื่นๆ อีกด้วย เช่น BABY BOOMER, Generation X เป็นต้น ทั้งนี้การนำพฤติกรรมการใช้ IG stories และรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG stories ไปปรับใช้กับพนักงานที่ต่าง Generation อาจจะทำให้ผลที่แตกต่างจากงานวิจัย อีกทั้งการเข้าใจกันในแต่ละช่วงวัย ก็เป็นอีกข้อจำกัดหนึ่ง เช่น Generation Y ที่ในปัจจุบันส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งหัวหน้างาน หรือผู้จัดการ ต้องเปิดใจและทำความเข้าใจลูกน้องหรือพนักงานใน Generation Y ให้มากขึ้น เนื่องจากพนักงานใน Generation Y จะมีการนำเอาเทคโนโลยีที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น พฤติกรรมการใช้ IG stories และรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG stories มาทำให้งานเกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้นได้

## ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของพฤติกรรมการใช้และรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ต่อประสิทธิผลและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังต่อไปนี้

1. ในปัจจุบัน เครือข่ายสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันในการดำเนินชีวิตในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการทำงาน ด้านการใช้ชีวิต ล้วนมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันผ่านการใช้สื่อสังคมออนไลน์หลากหลายชนิด ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาผลกระทบของพฤติกรรมการใช้และรูปแบบการดำเนินชีวิตบน TikTok เนื่องจากเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มียอดดาวน์โหลดสูงสุดในโลกด้วยยอด 45 ล้านครั้ง ในปี 2018 ไม่เพียงเท่านั้น Clubhouse ก็เป็นสื่อสังคมออนไลน์อีกรูปแบบหนึ่ง ที่รูปแบบของคอนเทนต์ มีประเภทเดียวคือเสียง ไม่มีภาพ ไม่มีข้อความ ไม่มีฟังก์ชันหลัง ซึ่งในปัจจุบันได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก
2. ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการทำงาน และประสิทธิภาพการทำงาน เช่น ความสุขในการทำงาน เพื่อให้องค์กรหรือแผนกทรัพยากรบุคคลทราบว่าปัจจัยใดที่ทำให้ประสิทธิผลการทำงาน และประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน แตกต่างกันไป



3. การศึกษาประสิทธิผลการทำงาน และประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานใน Generation อื่นๆ เช่น Generation Z คือ หมายถึงคนที่เกิด พ.ศ. 2543-2553 เนื่องจาก Generation Z จะเติบโตมาพร้อมกับสิ่งอำนวยความสะดวกมากมายที่อยู่แวดล้อม มีความสามารถในการใช้งานเทคโนโลยีต่าง ๆ และเรียนรู้ได้เร็ว และกำลังจะจบการศึกษาแล้วออกมาปฏิบัติงานในไม่ช้า



## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- จอมใจ กักดีพินิจ. (2557). รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) ของคนวัยทำงานในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. *บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต*, 10(1), 239-247.
- ชลชินี บุญนาค. (2560). การสำรวจรูปแบบการดำเนินชีวิตบนอินสตาแกรม. Paper presented at the รายงานการประชุม Graduate School Conference.
- ชลชินี บุญนาค. (2561). การสำรวจรูปแบบการดำเนินชีวิตบนอินสตาแกรม. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชวลีวรรณ สุวิสุทธิ และสุนทรี ศักดิ์ศรี. (2561). การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการสื่อสารในองค์กร และความทุ่มเทในการทำงานที่พยากรณ์ผลการปฏิบัติงานของบุคลากรในหน่วยงานสังกัด กรุงเทพมหานคร. *วารสารราชพฤกษ์*, 16(1), 98-106.
- ดารา ทีปะปาล. (2542). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- บุรฉัตร จันทร์แดง และคณะ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม. *วารสารวิชาการธรรมทรรศน์*, 4(19), 235-244.
- ปัทมา พิ้วอ่อน และดิษยาภา เนียมถนอม. (2562). แนวทางการปฏิบัติตามจรรยาบรรณเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในจังหวัดระยอง. *วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม*, 1(1), 83-96.
- ประเทือง ภูมิภัทราคม. (2540). *การปรับพฤติกรรม: ทฤษฎีและการประยุกต์*. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรินติ้ง เฮาส์.
- ข้อกำหนด ออกตามความในมาตรา ๕ แห่งพระราชกำหนด การบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ.๒๕๔๘ (ฉบับที่๑), (2563).
- พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *พฤติกรรม*. เข้าถึงได้จาก <http://www.royin.go.th/dictionary/index.php>
- พิชิต วิจิตรบุญรักษ์. (2554). สื่อสังคมออนไลน์ : สื่อแห่งอนาคต. *วารสารนักบริหาร*, 31(4), 99-103.
- พิทยา บวรวัฒนา. (2552). *ทฤษฎีองค์การสาธารณะ* (12). กรุงเทพฯ: ศักดิ์โสภณ.
- พีระ จิร โสภณ. (2547). *ทฤษฎีการสื่อสาร เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- มณูชั้วรัชญ์ จารุงศ์วาที. (2557). พฤติกรรมการใช้ ความคาดหวังและความพึงพอใจของประชากรเขต กรุงเทพมหานครที่มีต่ออินสตาแกรม. สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รักเกียรติ พันธุ์ชาติ. (2560). สื่อสังคมออนไลน์ : แนวทางการนำมาประยุกต์ใช้กับหน่วยงานของรัฐ: สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม.
- รัฐพล ศรีกัตัญญ. (2551). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของการปฏิบัติงานของพนักงาน.
- วรัญญา เสริมไชยพัฒน์ และคณะ. (2561). การใช้สื่อสังคมออนไลน์กับประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานที่อาศัยอยู่ในตำบลเขารูปช้างอำเภอเมืองสงขลาจังหวัดสงขลา. *Walailak Procedia*, ss187-ss187. Retrieved from <http://wjst.wu.ac.th/index.php/wuresearch>
- วีระพันธ์ เขมะนุเชษฐ์. (2559). ความหมายของประสิทธิภาพ และประสิทธิผล. เข้าถึงได้จาก <http://bankusayei.blogspot.com/2015/01/blog-post.html>
- ศรัญญา เอื้ออังกณากุล. (2554). ลักษณะผู้นำ ประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรในองค์กร และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตอาหารทะเลแช่แข็งส่งออกแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาคร. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ปริญญาโท). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สถิต คำลาเตียง. (2544). ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของช่างอากาศ: ศึกษาเฉพาะกรณีกองการบินทหารเรือ. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขารัฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สมโภชน์ เอี่ยมสุภายิต. (2562). ทฤษฎีและเทคนิคการปรับพฤติกรรม (9). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2563). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2562. กรุงเทพฯ.
- สุภาภรณ์ ประทุมชัน. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นสมรรถนะหลักกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานปฏิบัติการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต (สาขาการจัดการ), คณะการบัญชีและการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุรพล พยอมแย้ม. (2545). จิตวิทยาอุตสาหกรรม (2). กรุงเทพฯ: ชรรเมธี.
- อรัญย์ หนองพล. (2563). Instagram ชวนคุณ 'อยู่บ้าน' กับสติ๊กเกอร์อันใหม่เพื่อสร้างระยะห่างทางสังคม. เข้าถึงได้จาก <https://thestandard.co/instagram-stories-stay-home/>
- อารี พลดี. (2556). สื่อสังคม. เข้าถึงได้จาก <https://bit.ly/2YCMc4t>

## ภาษาอังกฤษ

- Assael, H. (2004). *Consumer behavior: A strategic approach*. Boston, NY: Houghton Mifflin Company.
- Barnard, C. (1968). *The Functions of the Executive*. USA: Harvard University Press.
- Billingham, D. (2007). *Digital generations: Children, young people and new media*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Chemers, M. M., & Ayman, R. (1985). Leadership orientation as a moderator of the relationship between job performance and job satisfaction of Mexican managers. *Personality and social psychology bulletin*, 11(4), 359-367.
- Clement, J. (2020). *Number of daily active Instagram Stories users from October 2016 to January 2019*. from <https://www.statista.com/statistics/730315/instagram-stories-dau/>
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3). New York: John Wiley and Sons Inc.
- Cronbach, L. J. (1963). *Educational psychology*. New York: Harcourt, Brace & World.
- Dwyer, R. (2009). *Prepare for the impact of the multi-generational workforce! Transforming Government: People, Process and Policy*, 3 (2), 101-110. In.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1986). *Consumer behavior* (5). Chicago, IL: The Dryden Press.
- Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., & Donnelly, J. H., Jr. (1997). *Organizations, Behavior Structure Processes* (International). United States of America: Irwin/McGraw-Hill.
- Hachman, J. R., & Oldham, G. R. (1997). *Essentials of Organizational Behavior*. New Jersey: Prentice-Hall International.
- Hawkins, D. I., & et al. (2004). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. Singapore: McGraw-Hill/Irwin.
- Herbison, G., & Boseman, G. (2009). Here they come-Generation Y. *Journal of Financial Service Professionals*, 63(3), 33.
- Instagram. (2020). *การใช้สถิติเกือบบน Instagram*. from <https://help.instagram.com/151273688993748>
- Instagram Business. (2019). *คู่มือแนะนำโดยละเอียด : สร้าง Instagram Stories ที่สนุกสนานและ*

โต้ตอบได้. from [https://business.instagram.com/blog/a-step-by-step-guide-create-play-ful-and-interactive-instagram-stories?locale=th\\_TH](https://business.instagram.com/blog/a-step-by-step-guide-create-play-ful-and-interactive-instagram-stories?locale=th_TH)

- Kaplan, A. M., & Michael, H. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management, eleventh edition*, Upper Saddle River. NJ: Prentice Hall.
- Loudon, D., & Bitta, A. J. (1993). *Consumer behavior* (4). New York: McGraw-Hill.
- Miller, R. K., & Washington, K. (2011). *Consumer Behavior 2011: Millennial Consumers*, Richard K. Miller and Associates (RKMA), Loganville: Loganville, GA.
- Munene, A. G., & Nyaribo, Y. M. (2013). Effect of Social Media Pertication in the Workplace on Employee Productivity. *International Journal of Advances in Management and Economics*. Retrieved from [www.managementjournal.info](http://www.managementjournal.info)
- NapoleonCat. (2020). *Instagram users in Thailand*. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-thailand/2020/04>
- Noble, S. M., Haytko, D. L., & Phillips, J. (2009). What drives college-age Generation Y consumers? *Journal of Business Research*, 62, 617-628.
- Oxford. (2016). *English Oxford Living Dictionary*. from <https://en.oxforddictionaries.com/definition/effectiveness>
- Peter, J. T. (1994). *Understanding consumer behavior*. Burr Ridge, IL: Irwin.
- Piktialis, D., & Greenes, K. A. (2008). *Bridging the Gaps: How to Transfer Knowledge in Today's Multigenerational Workplace*. United States.
- Plummer, J. (1974). The Concept and Application of Life Style Segmentation. *Journal of Marketing*, 38(1), 33-37. doi:doi:10.2307/1250164
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1997). *Consumer Behavior* (6). New Jersey: Prentice-Hall.
- Schramm, W. (1962). *Studies of Innovation and Communication to the Public*. Stanford University Institute for Communication Research, California.
- Simon, H. A. (1960). *Administrative Behavior*. New York: The McMillen Company.
- Solomon, M. R. (2012). *Consumer Behavior: Buying, having, and being* (10). Harlow, UK: Person Education Limited.
- Tapscott, D. (2009). *Grown up digital*. New York: McGraw-Hill.
- Tracy, B. (2019). *7 Bad Habits That Destroy Your Productivity*. from <https://www.entrepreneur.com>



com/video/343327

Van den Bergh, J., & Behrer, M. (2011). *How cool brands stay hot : branding to generation Y.*

London: Kogan Page.

VOA Thai Service. (2020). *อนามัยโลกประกาศการระบาดของโคโรนาไวรัสเป็น "ความฉุกเฉินด้านสาธารณสุขโลก"!!* เข้าถึงได้จาก <https://www.voathai.com/a/who-coronavirus-global-health-emergency/5267289.html>

Williamson, A. (2013). *Social Media Guidelines for Parliaments.* from <http://archive.ipu.org/PDF/publications/SMG2013EN.pdf>

Wittawin,A. (2019). *Infographic : สถิติที่น่าสนใจของผู้ใช้ Instagram ในปี 2019.* เข้าถึงได้จาก <https://www.thumbsup.in.th/infographic-instagram-2019>

Zemke, R., Raines, C., & Filipczak, B. (1999). *Generations at work: managing the clash of veterans, boomers, xers, and nexters in your workplace:* Amacom.



ภาคผนวก



## วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Graduate school of Commerce Burapha University

### แบบสอบถาม

เรื่องผลกระทบของพฤติกรรมการใช้และรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ต่อประสิทธิผลและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษาต่อไป ซึ่งผลการวิจัยที่ได้นั้นเป็นการประเมินผลในภาพรวมเท่านั้น มิได้อ้างอิงถึงคำตอบส่วนบุคคลแต่อย่างใด

#### ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย  ลงในช่อง  ที่ตรงกับตัวท่าน

1. ท่านใช้ IG Stories หรือไม่

ใช่

ไม่ใช่ (สิ้นสุดการตอบแบบสอบถาม)

#### ส่วนที่ 2 คำถามทั่วไป

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย  ลงในช่อง  ที่ตรงกับตัวท่าน

1. อายุ

ต่ำกว่า 20 (สิ้นสุดการตอบแบบสอบถาม)

20-40 ปี

41-55 ปี (สิ้นสุดการตอบแบบสอบถาม)

56 ปีขึ้นไป (สิ้นสุดการตอบแบบสอบถาม)

## 2. อาชีพ

- พนักงานเอกชน
- ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (สิ้นสุดการตอบแบบสอบถาม)
- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (สิ้นสุดการตอบแบบสอบถาม)
- รับจ้างอิสระ (สิ้นสุดการตอบแบบสอบถาม)
- อื่นๆ (สิ้นสุดการตอบแบบสอบถาม)

## 3. ภูมิภาคที่ท่านทำงาน

- |                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> ภาคเหนือ    | <input type="checkbox"/> ภาคใต้                |
| <input type="checkbox"/> ภาคตะวันออก | <input type="checkbox"/> ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ |
| <input type="checkbox"/> ภาคตะวันตก  | <input type="checkbox"/> ภาคกลาง               |

**ส่วนที่ 3** คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ IG Stories ของท่าน

**คำชี้แจง** โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

## 1. ท่านเริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่เมื่อไร

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ตั้งแต่ปีค.ศ. 2016 (พ.ศ.2559) | <input type="checkbox"/> ตั้งแต่ปีค.ศ. 2017 (พ.ศ.2560) |
| <input type="checkbox"/> ตั้งแต่ปีค.ศ. 2018 (พ.ศ.2561) | <input type="checkbox"/> ตั้งแต่ปีค.ศ. 2019 (พ.ศ.2562) |
| <input type="checkbox"/> ตั้งแต่ปีค.ศ. 2020 (พ.ศ.2563) |  |

## 2. ท่านใช้ IG Stories โดยเฉลี่ยบ่อยแค่ไหน

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์ | <input type="checkbox"/> 1-2 วัน/สัปดาห์ |
| <input type="checkbox"/> 3-5 วัน/สัปดาห์        | <input type="checkbox"/> 6-7 วัน/สัปดาห์ |

## 3. ท่านใช้เวลาในการเล่น IG Stories เฉลี่ยกี่นาที ต่อ 1 ครั้ง

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 15 นาที | <input type="checkbox"/> 15-30 นาที      |
| <input type="checkbox"/> 30-60 นาที       | <input type="checkbox"/> มากกว่า 60 นาที |

4. ท่านมักใช้ IG Stories เวลาใดบ่อยที่สุด

06:01-09:00 น.

09:01-12:00 น.

12:01-15:00 น.

15:01-18:00 น.

18:01-21:00 น.

21:01-00:00 น.

00:01-03:00 น.

03:01-06:00 น.

5. ช่องทางการใช้ IG Stories ของท่านคือช่องทางใด

Smartphone

Laptop/Notebook

PC/Mac

iPad/Tablet

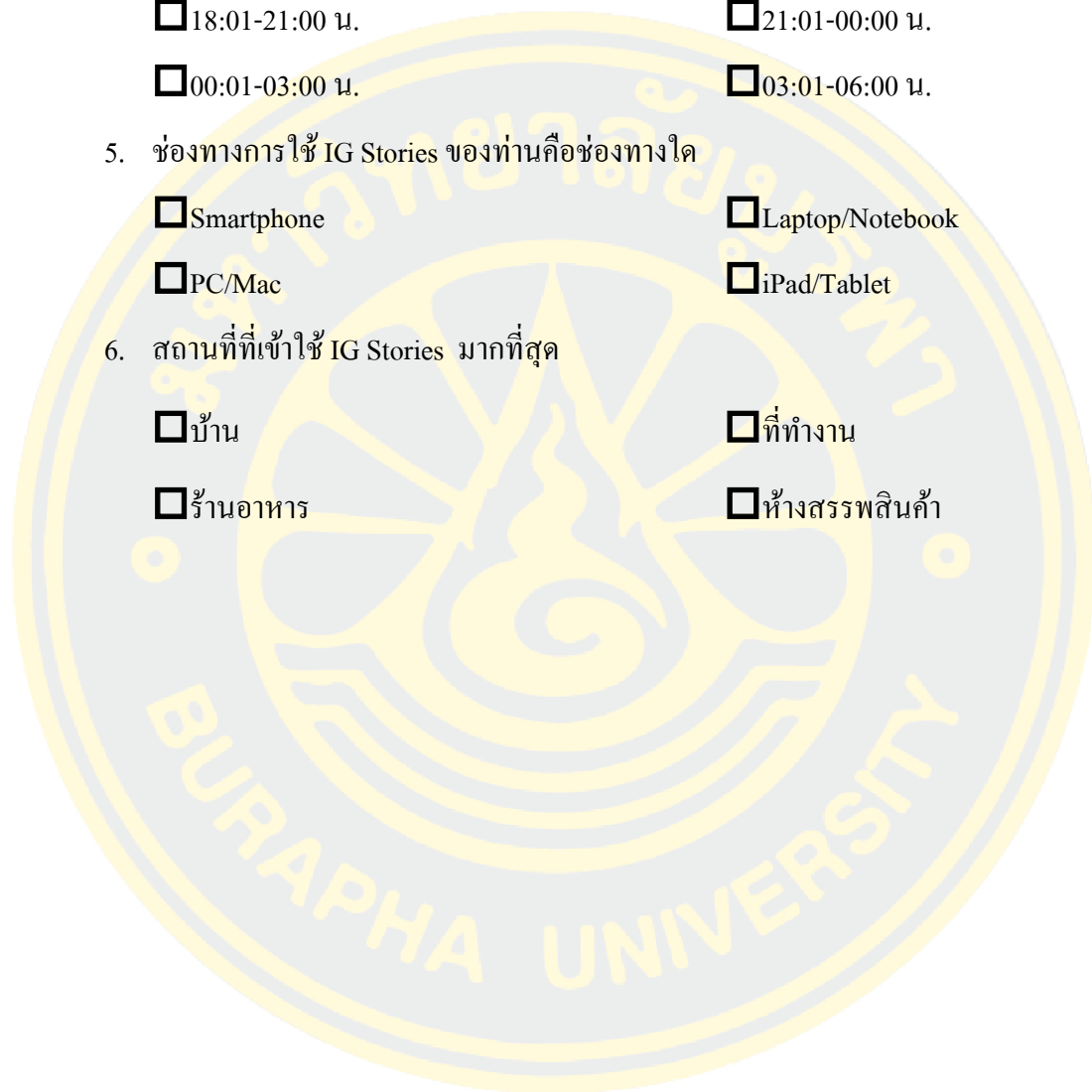
6. สถานที่ที่เข้าใช้ IG Stories มากที่สุด

บ้าน

ที่ทำงาน

ร้านอาหาร

ห้างสรรพสินค้า





#### ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

รูปแบบการดำเนินชีวิตใน IG Stories	ระดับความเป็นจริง				
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
<b>กิจกรรม (A: Activities)</b>					
1. ท่านใช้ IG Stories ในการแบ่งปันรูปภาพหรือวิดีโอ					
2. ท่านใช้ IG Stories เพื่อความบันเทิง					
3. ท่านใช้ IG Stories ในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน					
<b>ความสนใจ (I: Interest)</b>					
4. ท่านมักเข้าชม IG Stories ของผู้ที่ท่านติดตาม					
5. ท่านใช้ IG Stories ในการติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับงานของท่าน					
6. ท่านสนใจใช้สติกเกอร์ Stay home บน IG Stories เพื่อแบ่งปันประสบการณ์การมีระยะห่างทางสังคมในช่วงสถานการณ์ COVID-19					
<b>ความคิดเห็น (O: Opinion)</b>					
7. ท่านใช้ IG Stories ในการสร้างคำถามเมื่อต้องการให้ผู้ติดตามรวมทั้งเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างานของท่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น					
8. ท่านคิดว่าการใช้ IG Stories เป็นการคลายเครียดจากการทำงาน					
9. ท่านคิดว่าการใช้ IG Stories ช่วยเพิ่มสัมพันธภาพกับเพื่อนร่วมงาน					

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับประสิทธิผลการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง □ ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

ประสิทธิผลการทำงาน	ระดับความเป็นจริง				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. ท่านมักทำงานสำเร็จตามระยะเวลาที่องค์กรกำหนด					
2. ท่านสามารถทำงานได้สำเร็จตามที่ได้รับมอบหมาย					
3. ท่านสามารถแก้ปัญหาและอุปสรรคในการทำงานให้สำเร็จลุล่วง					
4. ท่านสามารถหาสาเหตุข้อผิดพลาดและการป้องกันไม่ให้เกิดซ้ำซากในทุกสถานการณ์					
5. ผลงานของท่านเป็นส่วนหนึ่งในการทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้					

## ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

ประสิทธิภาพการทำงาน	ระดับความเป็นจริง				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
<b>ด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน</b>					
1. ท่านใช้ทรัพยากรในการปฏิบัติงานอย่างประหยัดเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด					
2. ท่านปฏิบัติงานอย่างถูกต้อง และผิดพลาดน้อยที่สุด					
3. ท่านมีความคิดริเริ่มในการทำงาน เช่น ปรับปรุงเปลี่ยนแปลง ลดขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซาก					
<b>ด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ</b>					
4. ท่านมาปฏิบัติงานก่อนเวลา					
5. ท่านพัฒนาตนเองและแสวงหาความรู้อยู่เสมอช่วยให้การปฏิบัติงานดีขึ้น					
6. ท่านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานที่ท่านทำเป็นอย่างดี ทำให้ท่านปฏิบัติงานได้ผลงานที่มีคุณภาพเกินกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้					
<b>ด้านผลผลิต/ผลลัพธ์</b>					
7. ท่านปฏิบัติงานได้รวดเร็วถูกต้องเป็นไปตามมาตรฐาน					
8. ท่านปฏิบัติงานได้ผลสำเร็จก่อนเวลาที่กำหนด					
9. ท่านมีความซื่อสัตย์ต่อหน้าที่และงานที่ได้รับมอบหมาย					

.....ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้.....

## ผลการวิเคราะห์การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (ค่า IOC)

### ของผู้เชี่ยวชาญ

ชื่อเรื่อง ผลกระทบของพฤติกรรมการใช้และรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ต่อ  
ประสิทธิผลและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y

แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ  
ดังรายนามต่อไปนี้

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชนิ เมธิโยธิน

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์ สถาบัน วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์ สถาบัน วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

3. ดร.ศิริกัญญา วิรุณราช

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์ สถาบัน วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้วิจัยได้กำหนดค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (IOC) แต่ละข้อไม่น้อยกว่า 0.5  
(Rovinelli & Hambleton, 1997) ดังตารางสรุปคะแนนแบบทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของ  
แบบสอบถาม ดังนี้

-1 หมายถึง ไม่สอดคล้อง      0 หมายถึง ไม่แน่ใจ      1 หมายถึง สอดคล้อง

ลำดับ	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ			ผลรวม	แปลผล	หมายเหตุ
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3			
<b>ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง</b>							
1	ท่านใช้ IG Stories หรือไม่	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	
<b>ส่วนที่ 2 คำถามทั่วไป</b>							
1	อายุ	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	
2	อาชีพ	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	
3	ภูมิภาคที่ท่านทำงาน	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	

ลำดับ	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ			ผลรวม	แปลผล	หมายเหตุ
		ท่านที่					
		1	2	3			
<b>ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรม</b>							
<b>การใช้ IG Stories</b>							
1	ท่านเริ่มใช้ IG Stories ตั้งแต่เมื่อไร	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	
2	ท่านใช้ IG Stories โดยเฉลี่ยบ่อยแค่ไหน	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	
3	ท่านใช้เวลาในการเล่น IG Stories เฉลี่ยกี่นาที ต่อ 1 ครั้ง	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	
4	ท่านมักใช้ IG Stories เวลาใดบ่อยที่สุด	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	
5	ช่องทางการใช้ IG Stories ของท่าน คือช่องทางใด	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	
6	สถานที่ที่เข้าใช้ IG Stories มากที่สุด	1	-1	1	0.33	ไม่ สอดคล้อง	ไม่ควร มีตัวเลือก ทุก สถานที่ (แก้ไข เรียบ ร้อย แล้ว)



ลำดับ	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ			ผลรวม	แปลผล	หมายเหตุ
		ท่านที่					
		1	2	3			
<b>ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories</b>							
<b>กิจกรรม (A: Activities)</b>							
1	ท่านใช้ IG Stories ในการแบ่งปันรูปภาพหรือวิดีโอ	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	
2	ท่านใช้ IG Stories เพื่อความบันเทิง	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	
3	ท่านใช้ IG Stories ในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	
<b>ความสนใจ (I: Interest)</b>							
4	ท่านมีกรับชม IG Stories ของผู้ที่ท่านติดตาม	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	
5	ท่านใช้ IG Stories ในการติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับงานของท่าน	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	
6	ท่านสนใจใช้สติกเกอร์ Stay home บน IG Stories เพื่อแบ่งปันประสบการณ์การมีระยะห่างทางสังคมในช่วงสถานการณ์ COVID-	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	

ลำดับ	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ			ผลรวม	แปลผล	หมายเหตุ
		ท่านที่					
		1	2	3			
<b>ความคิดเห็น (O: Opinion)</b>							
7	ท่านใช้ IG Stories ในการสร้าง คำถามเมื่อต้องการให้ผู้ติดตาม รวมทั้งเพื่อนร่วมงานและหัวหน้า งานของท่านมีส่วนร่วมในการแสดง ความคิดเห็น	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	
8	ท่านคิดว่าการใช้ IG Stories เป็นการ คลายเครียดจากการทำงาน	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	
9	ท่านคิดว่าการใช้ IG Stories ช่วย เพิ่มสัมพันธภาพกับเพื่อนร่วมงาน	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	
<b>ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพ การทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y</b>							
1	ท่านมักทำงานสำเร็จตามระยะเวลา ที่องค์กรกำหนด	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	
2	ท่านสามารถทำงานได้สำเร็จตามที่ ได้รับมอบหมาย	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	
3	ท่านสามารถแก้ปัญหาและอุปสรรค ในการทำงานให้สำเร็จลุล่วง	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	
4	ท่านสามารถหาสาเหตุข้อผิดพลาด และการป้องกันไม่ให้เกิดซ้ำซากใน ทุกสถานการณ์	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	
5	ผลงานของท่านเป็นส่วนหนึ่งในการ ทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	

ลำดับ	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ			ผลรวม	แปลผล	หมายเหตุ
		ท่านที่					
		1	2	3			
<b>ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับ</b>							
<b>ประสิทธิภาพการทำงานของ</b>							
<b>พนักงานเอกชนใน Generation Y</b>							
<b>ด้านค่าใช้จ่าย/ต้นทุน</b>							
1	ท่านใช้ทรัพยากรในการปฏิบัติงานอย่างประหยัดเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	
2	ท่านปฏิบัติงานอย่างถูกต้อง และผิดพลาดน้อยที่สุด	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	
3	ท่านมีความคิดริเริ่มในการทำงาน เช่น ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง ขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซาก	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	
<b>ด้านกระบวนการบริหาร/คุณภาพ</b>							
4	ท่านมาปฏิบัติงานก่อนเวลา	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	
5	ท่านพัฒนาตนเองและแสวงหาความรู้อยู่เสมอช่วยให้การปฏิบัติงานดียิ่งขึ้น	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	
6	ท่านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานที่ท่านทำเป็นอย่างดี ทำให้ท่านปฏิบัติงานได้ผลงานที่มีคุณภาพเกินกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	

ลำดับ	ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญ			ผลรวม	แปลผล	หมายเหตุ
		ท่านที่					
		1	2	3			
<b>ด้านผลผลิต/ผลลัพธ์</b>							
7	ท่านปฏิบัติงานได้รวดเร็วถูกต้อง เป็นไปตามมาตรฐาน	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	
8	ท่านปฏิบัติงานได้ผลสำเร็จก่อน เวลาที่กำหนด	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	
9	ท่านปฏิบัติงานได้ผลสำเร็จด้วย ความซื่อสัตย์สุจริต	1	1	1	1.00	สอดคล้อง	

## ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

งานวิจัยเรื่อง ผลกระทบของพฤติกรรมการใช้และรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ต่อ ประสิทธิภาพและประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานเอกชนใน Generation Y

1. แบบสอบถามประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 33 ข้อ แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง จำนวน 1 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามทั่วไป จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ IG Stories จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories จำนวน 9 ข้อ

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับประสิทธิผลการทำงาน จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงาน จำนวน 9 ข้อ

2. ทำการทดสอบ Try Out จำนวน 30 ชุด พบว่า

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม แยกออกเป็นรายด้านได้ดังนี้

คำถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่า 0.851

คำถามเกี่ยวกับประสิทธิผลการทำงาน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่า 0.921

คำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงาน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่า 0.922



คำถาม	Cronbach's alpha if item deleted
<b>รูปแบบการดำเนินชีวิตบน IG Stories</b>	<b>0.851</b>
ท่านใช้ IG Stories ในการแบ่งปันรูปภาพหรือวิดีโอ	0.863
ท่านใช้ IG Stories เพื่อความบันเทิง	0.862
ท่านใช้ IG Stories ในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน	0.825
ท่านมักเข้าชม IG Stories ของผู้ที่ท่านติดตาม	0.847
ท่านใช้ IG Stories ในการติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับงานของท่าน	0.810
ท่านสนใจใช้สติ๊กเกอร์ Stay home บน IG Stories เพื่อแบ่งปันประสบการณ์การมีระยะห่างทางสังคมในช่วงสถานการณ์ COVID-19	0.814
ท่านใช้ IG Stories ในการสร้างคำถามเมื่อต้องการให้ผู้ติดตามรวมทั้งเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างานของท่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น	0.812
ท่านคิดว่าการใช้ IG Stories เป็นการคลายเครียดจากการทำงาน	0.851
ท่านคิดว่าการใช้ IG Stories ช่วยเพิ่มสัมพันธภาพกับเพื่อนร่วมงาน	0.814
<b>ประสิทธิผลการทำงาน</b>	<b>0.921</b>
ท่านมักทำงานสำเร็จตามระยะเวลาที่องค์กรกำหนด	0.926
ท่านสามารถทำงานได้สำเร็จตามที่ได้รับมอบหมาย	0.897
ท่านสามารถแก้ปัญหาและอุปสรรคในการทำงานให้สำเร็จลุล่วง	0.884
ท่านสามารถหาสาเหตุข้อผิดพลาดและการป้องกันไม่ให้เกิดซ้ำซากในทุกสถานการณ์	0.888
ผลงานของท่านเป็นส่วนหนึ่งในการทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้	0.918
<b>ประสิทธิภาพการทำงาน</b>	<b>0.922</b>
ท่านใช้ทรัพยากรในการปฏิบัติงานอย่างประหยัดเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด	0.909
ท่านปฏิบัติงานอย่างถูกต้อง และผิดพลาดน้อยที่สุด	0.915
ท่านมีความคิดริเริ่มในการทำงาน เช่น ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง ลดขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซาก	0.908

คำถาม	Cronbach's alpha if item deleted
ท่านมาปฏิบัติงานก่อนเวลา	0.917
ท่านพัฒนาตนเองและแสวงหาความรู้อยู่เสมอช่วยให้การปฏิบัติงานดียิ่งขึ้น	0.909
ท่านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับงานที่ท่านทำเป็นอย่างดี ทำให้ท่านปฏิบัติงานได้ผลงานที่มีคุณภาพเกินกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้	0.919
ท่านปฏิบัติงานได้รวดเร็วถูกต้องเป็นไปตามมาตรฐาน	0.910
ท่านปฏิบัติงานได้ผลสำเร็จก่อนเวลาที่กำหนด	0.908
ท่านปฏิบัติงานได้ผลสำเร็จด้วยความซื่อสัตย์สุจริต	0.921