

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ที่ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network)
2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลครั้งเดียว (One-Shot Case Study) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ คนวัยทำงานที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน

โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบผสมผสาน (Mixed-method Sampling) โดยขั้นแรก ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีการจับฉลาก เพื่อให้ได้เขตที่เป็นตัวแทนมาจำนวน 10 เขต จากจำนวนเขตปกครองทั้งสิ้น 50 เขต ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเก็บ ข้อมูลเฉพาะผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในแต่ละเขต ๆ ละ 40 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ตามสถานที่ต่าง ๆ อาทิ บริษัทเอกชน หน่วยงานราชการ ห้างสรรพสินค้า สถานศึกษา ที่อยู่อาศัย ร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต ร้านกาแฟ ฯลฯ โดยมีการสอบถามก่อนว่าบุคคลนั้นมีพฤติกรรมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์หรือไม่

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามแบบให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกข้อมูลด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaire) ซึ่งประกอบไปด้วยข้อคำถามทั้งชนิดปลายเปิดและปลายปิด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ (1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ รูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น และ (2) การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ในสมมติฐานต่าง ๆ โดยใช้การวิเคราะห์ ได้แก่ การทดสอบความ

แตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย (t - test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) การวิเคราะห์ตารางไขว้ (Crosstab) ทดสอบความสัมพันธ์โดยการหาค่าเพียร์สัน ไคสแควร์ (Pearson Chi-square) และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สเปียร์แมน (Spearman's Correlation)

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

จากการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของคนวัยทำงานที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครที่มีการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากที่สุด มีอายุระหว่าง 25 - 30 ปี จำนวน 193 คน มีอาชีพ พนักงานบริษัท/ห้างร้าน มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีจำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64 และมีรายได้มากกว่า 45,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ก (Facebook) มากที่สุด และส่วนใหญ่มีการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วง เวลา 18.01– 22.00 น. มีความถี่ในการเข้าใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ 7 วัน/ สัปดาห์ มีระยะเวลาในการเข้าเว็บไซต์ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ในแต่ละครั้ง โดยเฉลี่ย 89.76 นาที หรือประมาณ 1.5 ชั่วโมง กลุ่มตัวอย่างเปิดเข้าใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์จากที่บ้าน/หอพักมากที่สุด และส่วนใหญ่ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อเปิดเข้าใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์

สำหรับกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างทำเป็นประจำมากที่สุดเมื่อเข้าใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ สนทนากับเพื่อน (Chat) รองลงมาคือ อัปเดตสถานะ/ข้อมูลส่วนตัว/รูปภาพ และหาข้อมูล/แลกเปลี่ยนข้อมูลตามลำดับ

ส่วนที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิต

การศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น 3 ส่วนคือ กิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน

(Activities) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ (Opinions) ซึ่งผลการศึกษพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีระดับความถี่ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน (Activities) โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.81) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่สูงในการเข้าร่วมกิจกรรมในการใช้เวลาพักผ่อนดูละครทีวี/ เคเบิลทีวี/ ดีวีดี ที่บ้านในวันหยุด (ค่าเฉลี่ย 3.99) รับประทานอาหารกับครอบครัว (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ในด้านความสนใจ กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในเรื่องต่าง (Interest) โดยรวมแล้วอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.15) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในระดับสูงในเรื่องความใส่ใจปัญหาเรื่องต่าง ๆ ของสมาชิกในครอบครัว (ค่าเฉลี่ย 3.86) การพัฒนาตนเองเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (ค่าเฉลี่ย 3.76) ของใช้ประจำวันในบ้าน อาหารสำหรับสมาชิกในครอบครัว ต้องมีติดบ้านอยู่ตลอด (ค่าเฉลี่ย 3.65) การออม การสร้างฐานะทางการเงินที่มั่นคง (ค่าเฉลี่ย 3.64) สนใจภาพลักษณ์ของตนเองในทุก ๆ ด้าน อาทิ ของใช้ เครื่องแต่งกาย ทรงผม เสื้อผ้า การแต่งตัว (ค่าเฉลี่ย 3.42)

กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ (Opinion) โดยรวมแล้วอยู่ในระดับสูงมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความเห็นสูงมาก ในประเด็นสถาบันครอบครัวคือสถาบันที่สำคัญที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.64) ความสามารถในการทำงาน เป็นเรื่องที่สามารถพัฒนาได้ และสำคัญกว่าอายุการทำงานของบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.36) การใช้เวลาร่วมในวันหยุดกับครอบครัว เป็นกิจกรรมที่ดีที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.27) ควรช่วยเหลือผู้ด้วยโอกาสทุกครั้งที่มีโอกาส (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดการจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของบริษัท Roper Starch Worldwide ที่ได้ทำการวิจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนทั่วโลกเมื่อปี ค.ศ. 2000 โดยสามารถจัดกลุ่ม รูปแบบการดำเนินชีวิต ได้ 6 กลุ่มคือ กลุ่มฐานะดีมีรสนิยม (Creative) กลุ่มชอบแสวงหาความสนุกสนาน (Fun Seekers) กลุ่มรักครอบครัว (Intimate) กลุ่มนักต่อสู้ดิ้นรน (Strivers) กลุ่มคนหัวเก่า (Devout) และ กลุ่มอุทิศตนเพื่อสังคม (Altruists) มาเป็นกรอบในการจัดแบ่งประเภทรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง โดยการสร้างคำถามเป็นไปตามหลักแนวคำถามในการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต (AIO Statement) ตามแนวทางการศึกษาของพลัมเมอร์ (Plummer, 1995) ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ส่วนคือ กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinion) ซึ่งผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรูปแบบ

การดำเนินชีวิตแบบกลุ่มรักครอบครัว (Intimates) มากที่สุด คือ มีจำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.50

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

จากการศึกษาสมมติฐานการวิจัยทั้ง 2 ข้อ ได้ผลดังต่อไปนี้

คนวัยทำงานที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ส่วนตัวต่อเดือน แตกต่างกันมีความถี่ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

คนวัยทำงานที่มีอาชีพ และรายได้ แตกต่างกัน มีช่วงเวลาในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

รูปแบบการดำเนินชีวิตทั้ง 6 รูปแบบ ซึ่งได้แก่ กลุ่มฐานะดีมีรสนิยม (Creative) กลุ่มชอบแสวงหาความสนุกสนาน (Fun Seekers) กลุ่มรักครอบครัว (Intimate) กลุ่มนักต่อสู้ดิ้นรน (Strivers) กลุ่มคนหัวเก่า (Devout) และกลุ่มอุทิศตนเพื่อสังคม (Altruists) มีช่วงเวลาที่เข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดเหมือนกัน คือ ช่วงเวลา 18.01 – 22.00 น.

รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกลุ่มชอบแสวงหาความสนุกสนาน (Fun Seekers) มีความสัมพันธ์กับความถี่ (วัน/ สัปดาห์) ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ และรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกลุ่มรักครอบครัว (Intimate) มีความสัมพันธ์กับระยะเวลา (นาที) ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร เมื่อพิจารณาผลการศึกษา การทดสอบสมมติฐาน ประกอบกับแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ที่นำมาอ้างอิงในการศึกษา พบว่ามีประเด็นน่าสนใจ ที่จะนำมาอภิปรายผลดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-30 ปี ซึ่งสอดคล้องกับ อรอุมา ศรีสุทธิพันธ์ (2545, น. บทคัดย่อ) ที่ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นและพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างช่วงอายุดังกล่าว ถือได้ว่าเป็นผู้ที่อยู่ในวัยทำงานตอนต้น เป็นคนรุ่นใหม่ ที่มีการยอมรับเทคโนโลยีต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับการศึกษาเรื่องแบบแผนการดำเนินชีวิตของชาวกรุงเทพมหานคร (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, ศูนย์วิจัยธุรกิจ, 2542) ที่พบว่า คนกรุงเทพฯ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกลุ่มหนุ่มสาวไฮเทค ซึ่งมีจำนวนร้อยละ 13.4 จากกลุ่มตัวอย่าง 2,000 คน คนกลุ่มนี้จะมีอายุระหว่าง 18 - 30 ปี

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ ห้างร้านเอกชน มีรายได้ส่วนตัวมากกว่า 45,000 บาทขึ้นไป มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/ ห้างร้านเอกชนมากที่สุด ซึ่งอาจวิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นกลุ่มที่อยู่ในวัยทำงานตอนต้น มีรายได้ประจำที่แน่นอน และมีเศรษฐกิจและสังคมอยู่ในระดับดี ทำให้ความสามารถในการเข้าถึงการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ง่าย ซึ่งเมื่อวิเคราะห์จากผลการวิจัยในเรื่องของพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ การที่กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ทุกวัน ทั้งจากเครื่องคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือ นั้นแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มีกำลังซื้ออุปกรณ์เพื่อเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้

2. พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

เว็บเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (facebook) เป็นสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความนิยมในการเป็นสมาชิกมากที่สุด การที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเข้าเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (facebook) มากที่สุดนั้น เนื่องจากเฟซบุ๊ก (facebook) เป็นลักษณะของเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทชุมชนออนไลน์ (Community) ตามแนวคิดของเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ ที่ช่วยสร้างเครือข่ายเพื่อนเก่าและหาเพื่อนใหม่ สามารถส่งข้อความแลกเปลี่ยนความสนใจ ซึ่งกันและกัน โดยเฟซบุ๊ก (facebook) มีการจัดรูปแบบให้สามารถสื่อสารกันได้อย่างใกล้ชิด มีฟังก์ชันในการกำหนดให้ระบุรายละเอียดถึงผู้ที่ เป็นสมาชิกที่ค่อนข้างตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด (Boyd & Ellison, 2007) ทำให้เกิดเครือข่ายที่อยู่ในแวดวงหรือสังคมเดียวกัน ทำให้กลุ่มคนวัยทำงานให้

ความสนใจ เนื่องจากมีส่วนเกี่ยวข้องกับหน้าที่การงานและชีวิตประจำวันของตนเอง อีกทั้งจากการที่เข้าสู่ชีวิตการทำงานแล้วนั้นทำให้ขาดการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเพื่อนในวัยเรียน เฟซบุ๊ก (facebook) เป็นอีกหนึ่งเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่สามารถเชื่อมต่อความสัมพันธ์เหล่านี้ได้ ทั้งนี้ผลการศึกษาที่พบ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Anderson Analytics (2009) ที่ทำการวิจัยการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนอเมริกัน ที่พบว่า กลุ่มคนที่อยู่ในกลุ่มอายุ 15-65 ปี มีการเข้าใช้ เฟซบุ๊ก (facebook) ค่อนข้างสูง โดยมีวัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน ครอบครัว และสมาชิกที่ทำงาน

ในด้านกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างทำเป็นประจำมากที่สุด คือการสนทนา (chat) ตามแนวคิดด้านพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร การรูปแบบการสื่อสาร การสนทนา เป็นลักษณะการสื่อสารที่มีปฏิสัมพันธ์กัน คือเป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับสารในเวลาเดียวกัน ดังเช่นกิจกรรมการสนทนากับเพื่อนที่เป็นลักษณะการสื่อสารแบบโต้ตอบกันบนโลกออนไลน์ ทั้งนี้ หากพิจารณาเพิ่มเติมตามแนวคิดของพฤติกรรมกรรมการสื่อสารยุคโลกาภิวัตน์ ในประเด็นของเทคโนโลยีกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร จะเห็นว่าเครือข่ายคอมพิวเตอร์มีความสามารถในการเชื่อมโยงกลุ่มบุคคลต่าง ๆ เข้าด้วยกัน จากการเกิดเว็บไซต์ต่าง ๆ เพื่อเป็นตัวแทนเสมือนกลุ่มทางสังคมขึ้นมา สามารถเชื่อมโยงและติดต่อสื่อสารถึงกันและกัน ผ่านเครือข่ายของคอมพิวเตอร์ได้โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่ ทำให้สื่อสารกันได้ทั้งที่บ้าน ที่ทำงาน หรือแม้กระทั่งผ่านโทรศัพท์มือถือ ซึ่งเช่นเดียวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่เป็นเวทีให้มีการแลกเปลี่ยน แสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ หรือแม้แต่มีกิจกรรมร่วมกัน จึงทำให้การสื่อสารถึงกันกระทำได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้กลุ่มตัวอย่างการสนทนา (Chat) กับเพื่อนมากกว่ากิจกรรมอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ อรุณา ศรีสุทธิพันธ์ (2545, น. บทคัดย่อ) ที่พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตของคนกรุงเทพฯ เข้าใช้อินเทอร์เน็ตในการสนทนากับเพื่อน และ Anderson Analytics (2009) ที่พบว่า คนที่มีอายุน้อยให้ความสนใจในการติดต่อกับเพื่อนมากกว่าคนที่มีความอายุมากกว่า

สำหรับกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างเลือกทำเป็นประจำรองลงมาคือ การอัพเดทสถานะ/ ข้อมูลส่วนตัว/ รูปภาพของตน เพื่อให้ผู้อื่นรับรู้ ตามแนวคิดด้านพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร การที่ปัจเจกบุคคลจะแสดงพฤติกรรมกรรมการสื่อสารนั้นเป็นผลมาจากปัจจัยในหลาย ๆ ด้าน รวมถึงทางด้านจิตวิทยา ซึ่งเป็นปัจจัยภายในของบุคคล (Mcconnell, 1983, อ้างถึงใน ขวัญเรือน กิตติวัฒนา และ ภัทลวี นิติเกษตรสุนทร, 2547, น. 22) การที่กลุ่มตัวอย่าง อัพเดทสถานะของตน ว่ากำลังมีความคิด ความรู้สึก หรืออยู่ในอารมณ์แบบไหน ไปยังเครือข่ายสังคมออนไลน์ให้เพื่อนที่อยู่ในเครือข่ายสังคมเดียวกันได้รับรู้ เป็นความต้องการทางด้านจิตวิทยา ที่อาจพิจารณาได้ในหลาย ๆ

แง่มุม เช่น บุคคลดังกล่าวอาจต้องการการยอมรับจากสังคม ต้องการเป็นบุคคลที่มีความโดดเด่น และให้บุคคลอื่นสนใจในความรู้สึกนึกคิดของตนเอง เป็นต้น เครือข่ายสังคมออนไลน์ จึงเปรียบเสมือนเวที หรือพื้นที่ที่ทำให้พวกเขาได้แสดงออก เพื่อตอบสนองความต้องการจากภายในจิตใจ

นอกจากนี้ จากผลการศึกษา กิจกรรมที่ได้รับความนิยมที่กลุ่มตัวอย่างเลือกทำเป็นประจำอีกกิจกรรมหนึ่ง คือ การเล่นเกม ลักษณะของเกมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ จะเป็นเกมที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองการสร้างเครือข่ายบนโลกออนไลน์ ซึ่งให้ผู้ที่เป็สมาชิกได้เล่นร่วมกัน เน้นจำนวนสมาชิกในเครือข่ายมาเป็นแรงผลักดันให้เกมส์เหล่านี้มีความสนุกขึ้น ที่นอกจากจะเล่นเพื่อให้คะแนนสูง ๆ แล้วจะต้องสร้างปฏิสัมพันธ์กับเพื่อน ๆ ในกลุ่มด้วย ซึ่งแตกต่างจากเกมคอมพิวเตอร์ทั่วไปมักเน้นที่การเล่นคนเดียวบนคอนโซลต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์หรือมือถือ แต่เกมส์ออนไลน์นั้นต้องเข้าไปเล่นเกมก่อนแล้วจึงหาเพื่อนในเกมส์ในภายหลัง แต่เกมส์แบบ Social Game จะแตกต่างตรงที่เราสามารถชวนครอบครัว ชวนเพื่อนที่รู้จักอยู่แล้วให้มาเล่นเกมเดียวกันได้ โดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นสื่อกลาง ซึ่งมีลักษณะคล้ายการชวนเพื่อนหรือครอบครัวไปเที่ยวหรือทำกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตจริง (กองบรรณาธิการ, 2552) รูปแบบของเกมส่วนใหญ่จะทำให้เราต้องหาเพื่อนหรือดึงเพื่อนมาเล่นให้ได้จำนวนมาก เพื่อที่จะให้คะแนนในการเล่นมากขึ้น นอกจากนั้นยังทำให้เกิดการเพื่อนแนะนำ ชักชวน บอกต่อ และการเข้าเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มกับเพื่อน ๆ โดยมีเกมเป็นสื่อกลาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องเทคโนโลยีกับพฤติกรรมสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อบุคคลในระดับกลุ่มบนโลกออนไลน์ ทำให้การสื่อสารกับบุคคลอื่น โดยเฉพาะกับบุคคลที่รู้จักผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นสามารถทำได้ง่ายขึ้น โดยกลุ่มคนเหล่านี้มีจุดประสงค์ร่วมกัน คือการบรรลุความสำเร็จขั้นสูงในเกมส์แต่ละเกมส์ที่เลือกเล่น การที่บุคคลมีเพื่อนในเครือข่ายร่วมเล่นเกมจำนวนมาก แสดงให้เห็นถึงการเป็นที่ยอมรับของบุคคลนั้น ๆ ในสังคมออนไลน์ที่พวกเขาเป็นสมาชิก ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ตอบสนองปัจจัยด้านจิตวิทยาของปัจเจกบุคคลเช่นกัน

เป็นที่น่าสังเกตว่า จากผลการศึกษาพบว่า กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะทำน้อยที่สุดนั่นคือ การเชิญชวนให้บุคคลอื่นซื้อสินค้าหรือบริการ อาจวิเคราะห์ได้ตามแนวคิดของเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะประเภทสังคมออนไลน์ (Community) ที่เป็นเครือข่ายสังคมที่สร้างขึ้นเพื่อจัดสรรพื้นที่ที่ทำให้บุคคลเกิดการแบ่งปัน และเปลี่ยนข้อมูล เรื่องราวส่วนตัว หรือราวที่สนใจร่วมกัน ในรูปแบบที่เป็นไลฟ์สไตล์ มากกว่าการแลกเปลี่ยนทางธุรกิจ การชักชวนสมาชิกในเครือข่ายสังคมออนไลน์ให้เป็นสมาชิกกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง จึงเกิดจากพื้นฐานของความสนใจที่มี

ร่วมกัน และบุคคลต้องยินยอมที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มต่าง ๆ ได้ด้วยตัวเอง สำหรับสินค้าบริการที่มีความหลากหลาย อาจไม่สามารถทำให้คนที่อยู่บนเครือข่ายสังคมออนไลน์สนใจเหมือนกันทั้งหมดได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Anderson Analytics (2009) ที่พบว่า คนอเมริกันส่วนใหญ่ ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อความสัมพันธ์ทางธุรกิจ เช่น การขาย การหางาน การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจค่อนข้างน้อย ซึ่งข้อมูลดังกล่าวสามารถเป็นแนวทางในการเลือกใช้รูปแบบการสื่อสาร เพื่อให้ผู้ที่เป็นสมาชิกเครือข่ายสังคมออนไลน์เปิดรับและยอมรับได้มากขึ้น

สำหรับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงาน ในเรื่องของเวลาในการใช้จากผลการศึกษาพบว่า ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์คือ ช่วงเวลา 18.01–22.00 น. สถานที่ที่ใช้คือที่บ้านและหอพัก เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่คนวัยทำงานเลิกงานและใช้เวลาหลังเลิกงานในการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทางด้านพฤติกรรม ที่พฤติกรรมของคนผ่านกระบวนการคิดและส่งผลออกมาเป็นกระทำ โดยช่วงเวลา 18.01–22.00 น. เป็นเวลาสำหรับการพักผ่อนหลังจากเหน็ดเหนื่อยจากการทำงาน การเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ก็เป็นวิธีการพักผ่อนรูปแบบหนึ่งของคนวัยทำงาน สำหรับเวลาในการใช้ของกลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ยแล้ว ใช้เวลาในการเข้าเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ประมาณ 1.5 ชั่วโมง และเข้าใช้เป็นประจำทุกวัน เนื่องในปัจจุบัน คนส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่าย และเทคโนโลยีทำให้การสื่อสารเกิดได้ง่าย ทุกที่ ทุกเวลา จึงทำให้สามารถเข้าใช้เครือข่ายสังคมได้ตามเวลาที่แต่ละบุคคลต้องการ

ที่น่าสนใจก็คือ เครื่องมือที่ใช้ถึงแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีการใช้คอมพิวเตอร์มากที่สุด แต่อุปกรณ์ที่ใช้คู่กันในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ โทรศัพท์มือถือ ซึ่งในปัจจุบันมีโทรศัพท์มือถือรุ่นต่าง ๆ ที่สามารถรองรับการใช้งานลักษณะนี้ได้ ซึ่งพิจารณาตามแนวคิดทฤษฎีทางด้านเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดแล้วนั้น อินเทอร์เน็ตนับเป็นตัวสำคัญที่ทำให้เทคโนโลยีเกิดการพัฒนารวมเร็ว ทำให้พฤติกรรมของผู้ใช้มีการเปลี่ยนแปลงเร็วเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของแม็คลูฮัน ที่กล่าวว่า เทคโนโลยีช่วยขยายประสบการณ์ของมนุษย์ รวมถึงเนื้อหาต่าง ๆ ที่ถูกนำมาเสนอผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงได้จากทั้งคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือ เป็นการต่อยอดจากคำว่า สื่อก็คือสารได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ที่อยู่ในช่วงกลุ่มอายุ 25-30 ปี เป็นกลุ่มที่อยู่ในช่วงของ Generation Y ได้รับอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมทางด้านอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้แนวคิด ทัศนคติ และพฤติกรรมในการบริโภคเปลี่ยนแปลงไป มีวิถีการดำรงชีวิตที่ผูกติดกับเทคโนโลยีการสื่อสารไร้สายสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โทรศัพท์มือถือมากขึ้น

3. รูปแบบการดำเนินชีวิต

การศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้ใช้แนวทางจากผลการวิจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตที่บริษัท Roper Starch Worldwide ได้ทำการวิจัยไว้ ซึ่งวิเคราะห์ลักษณะทางจิตวิทยา สังคมของผู้บริโภค (Psychographic Analysis) ผ่านทางการศึกษาองค์ประกอบทางด้าน กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinion) โดยเป็นการศึกษาวิจัยลักษณะทางด้านจิตวิทยา ซึ่งผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตที่พบในกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดคือ รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบรักครอบครัว (Intimate) และจากการตอบแบบสอบถาม ในองค์ประกอบด้านกิจกรรม ที่คนกลุ่มนี้เลือกทำในระดับที่ค่อนข้างบ่อยมากที่สุดคือ ใช้เวลาพักผ่อน ดูละครทีวี/ เคเบิลทีวี/ ดิวีดี ที่บ้านในช่วงวันหยุด ในด้านความสนใจที่มีระดับความสนใจในระดับมาก คือ ใส่ใจปัญหาเรื่องต่าง ๆ ของสมาชิกในครอบครัว และองค์ ประกอบด้านความคิดเห็น ที่เห็นด้วยอย่างยิ่งมากที่สุดคือ สถาบันครอบครัวคือสถาบันที่สำคัญที่สุด ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่คนกลุ่มนี้จะเลือกทำ สนใจ ในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์กับสมาชิก ซึ่ง ไรมเมอร์ (Reimer, 1995) กล่าวไว้ว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต คือรูปแบบเฉพาะของกิจกรรมในแต่ละวันที่แสดงถึงความเป็นตัวของคนนั้น ๆ โดยที่รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลจะเป็นเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใคร คนแต่ละคนจะเลือกทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่น ๆ ซึ่งก็อาจจะมีใครคนอื่น ๆ ทำในสิ่งเหล่านี้เหมือนกันก็เป็นได้ จึงมีคนส่วนหนึ่งที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเหมือน ๆ กัน

4. การทดสอบสมมติฐาน

ในส่วนของความถี่ในการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ (วัน/ สัปดาห์) ที่จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ส่วนตัวต่อเดือน ที่แตกต่างกันไม่มีผลที่ทำให้ความถี่ในการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน เพราะไม่ว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจะเป็นอย่างไร กลุ่มตัวอย่างก็มีการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นประจำทุกวัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเครือข่ายสังคมออนไลน์สามารถเข้าถึงได้ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งในปัจจุบันความสามารถในการเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ตของประชาชนมีมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มคนวัยทำงาน ที่การทำงานในชีวิตประจำวัน สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงได้จากโทรศัพท์มือถือ ซึ่งอำนวยความสะดวกให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้จากที่ต่าง ๆ ได้ง่ายยิ่งขึ้นเช่นกัน ซึ่งเป็นตาม

แนวคิดเรื่องเทคโนโลยีกับพฤติกรรมสื่อสารของมนุษย์ ที่ว่าปัจจุบัน เทคโนโลยีการสื่อสารได้พัฒนาไปอย่างกว้างไกล บุคคลในทุกมุมโลกที่เข้าถึงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ สามารถเชื่อมโยงและติดต่อสื่อสารถึงกันและกันได้โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่

ในส่วนในช่วงเวลาในการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า อาชีพ และรายได้มีส่วนตัวต่อเดือน ต่างก็มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งจากผลการทดสอบสมมติฐานที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ นักศึกษามีค่าเฉลี่ยของช่วงเวลาในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าอาชีพอื่น ๆ ซึ่งอาจวิเคราะห์ได้ว่านักศึกษา เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีเวลาว่างส่วนตัวมากกว่ากลุ่มคนที่มีลักษณะอาชีพอื่น ๆ และในส่วนของรายได้ส่วนตัวต่อเดือนที่มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เช่นเดียวกับอาชีพนั้น เมื่อทดสอบสมมติฐานแล้วไม่พบความแตกต่างระหว่างคู่ของรายได้ในแต่ละช่วง ซึ่งอาจเป็นเพราะว่า รายได้ส่วนตัวต่อเดือนเป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ไม่ได้เป็นปัจจัยที่สำคัญ ที่มีผลต่อพฤติกรรมของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง

สมมติฐานข้อที่ 2 ที่ตั้งไว้ว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ จากการทดสอบสมมติฐานพบว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งได้แก่ ความถี่และระยะเวลาในการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับกรอบแสดงรูปแบบการดำเนินชีวิต และกระบวนการบริโภคของ Hawkins และ Best Coney (อ้างถึงใน ดารา ที่ปะปาล, 2542, น. 170) ที่แสดงให้เห็นว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ แบบการดำเนินชีวิต ทั้งในด้านกิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น ล้วนแล้วแต่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค ซึ่งในที่นี้หมายถึง พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ รวมถึงสอดคล้องกับแนวคิดของ ฟิลิป คอตเลอร์ (Kotler, 1994 , p. 173) ที่ว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นหนึ่งในปัจจัยด้านตัวบุคคล (Personal) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ประกอบกับเครือข่ายสังคมออนไลน์สะท้อนให้เห็นรูปแบบการติดต่อสื่อสารของผู้คนในสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้คนสามารถติดต่อสื่อสาร บอกเล่าถึงความเป็นไปของตนเอง และประสบการณ์ต่าง ๆ ของตนให้ผู้อื่นได้รับรู้ ดังนั้นจึงทำให้เครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะ เฟซบุ๊ก (facebook) ได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มคนวัยทำงาน

และจากการทดสอบสมมติฐานในข้อ 2.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงเวลา 18.01-22.00 น. เหมือนกันทุกกลุ่ม รองลงมาคือช่วงเวลา 22.01-02.00 น. ทั้งนี้วิเคราะห์ได้ว่า ทั้งสองช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงเวลาหลังเลิกเรียน เลิกงาน เป็นช่วงเวลาที่ผู้คนส่วนใหญ่ใช้พักผ่อนอยู่กับบ้าน อยู่กับครอบครัว หรือเป็นช่วงเวลาที่ใช้เพื่อออกไป

พบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูง ตามแต่รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละคน เช่น กลุ่มที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบรักครอบครัว (Intimate) อาจใช้เวลาว่างกับครอบครัวที่บ้าน มีการใช้อินเทอร์เน็ต รวมถึงการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงเวลาที่อยู่กับครอบครัว หรือกลุ่มที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบต่อสู้ดิ้นรน (Striver) อาจเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อหาข้อมูลหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลในช่วงเวลาหลังเลิกงาน เป็นต้น ซึ่งช่วงเวลาที่การเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จากการศึกษาครั้งนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัย ธนัสถ์ เกษมไชยานันท์ (2544, น. บทคัดย่อ) ที่พบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร เข้าใช้อินเทอร์เน็ตช่วงระหว่างเวลา 20.01-24.00 น. มากที่สุด

นอกจากนี้ การศึกษาครั้งนี้ยังพบว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตแบบกลุ่มที่ชอบแสวงหาความสนุกสนาน (Fun Seeker) มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในทิศทางบวก กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบสนุกสนาน (Fun Seeker) มาก ก็จะมีความถี่ในการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์มากตามไปด้วยเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทางด้านพฤติกรรมที่ว่า บุคคลจะกระทำการตอบสนองสิ่งเร้า ซึ่งสิ่งเร้าในที่นี้หมายถึงความชอบเข้าสังคม ทำกิจกรรมนอกบ้าน การเป็นที่ยอมรับของเพื่อนฝูง คนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มคนที่นิยมการพบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูง และรูปแบบของเครือข่ายสังคมออนไลน์ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ทำให้พวกเขาสามารถติดต่อกับ พูดคุย และเปลี่ยนข้อมูลกับกลุ่มเพื่อนได้

และจากการทดสอบสมมติฐานยังพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบรักครอบครัว (Intimate) มีความสัมพันธ์กับระยะเวลา (นาที) ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ในทิศทางเชิงบวก กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบรักครอบครัว (Intimate) มาก จะใช้ระยะเวลา (นาที) ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์มาก ซึ่งระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดใช้ในการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ 89.76 นาที หรือประมาณ 1.5 ชั่วโมง ซึ่งกิจกรรมที่คนกลุ่มนี้ทำเป็นประจำก็คือ ใช้เวลาพักผ่อนดูละครทีวี/ เคเบิลทีวี/ ดีวีดี ที่บ้าน ในช่วงวันหยุด และรวมถึงการใช้เวลาในการเล่นเกมคอมพิวเตอร์ เข้าใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งรวมถึงการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ เนื่องจากคนกลุ่มนี้ใช้เวลาอยู่กับบ้านมาก จึงทำให้ใช้เวลาในการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์มากด้วยเช่นกัน ซึ่งผลจากการทดสอบสมมติฐานในข้อ 2 นี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของอรอุมา ศรีสุทธิพันธ์ (2545) ความถี่และระยะเวลาในการเปิดรับอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านการเป็นสมาชิกกลุ่มหรือสังคมต่าง ๆ ในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และในด้านการพูดคุยสนทนาและหาเพื่อนทางสื่ออินเทอร์เน็ต

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

1. จากการศึกษาพบว่า ตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ส่วนต่อเดือน ไม่มีส่วนทำให้ความถี่ (วัน/ สัปดาห์) ในการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นสื่อหนึ่งทางอินเทอร์เน็ตที่คนทุกเพศทุกวัยนิยมเลือกใช้บริการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะรูปแบบของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน พยายามที่จะจัดทำให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและการใช้ชีวิตประจำวันของผู้คนมากขึ้น ซึ่งเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีหน้าที่ทำการสื่อสาร ทั้งในด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์และด้านอื่น ๆ เพื่อนำมาเป็นฐานข้อมูลในการเลือกใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสื่อสาร ซึ่งในปัจจุบันได้เรียกว่า เป็นสื่อสังคมออนไลน์ (Online media)

2. ด้านกิจกรรมที่กลุ่มเป้าหมายทำเป็นประจำ เมื่อเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ จากผลการศึกษานั้นพบว่า การสนทนากับเพื่อน (Chat) การอัปเดตสถานะส่วนตัว/รูปภาพ และการหาข้อมูลแลกเปลี่ยนข้อมูล เป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมเป็นลำดับต้น ๆ เมื่อเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ และเกมเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างเลือกทำเป็นประจำ เมื่อเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะเป็นประโยชน์อย่างมาก สำหรับนักคิด นักสร้างสรรค์ผลงาน ที่จะนำเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ สินค้า บริการ หรือข้อมูลขององค์กร มาพัฒนาเป็นรูปแบบของเกมลักษณะต่าง ๆ แต่ควรคำนึงถึงความยากง่ายของการร่วมเล่นเกมของคนในเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น การเล่นเกมทายปัญหา ตอบคำถาม (Quiz) บนเฟซบุ๊ก (Facebook) นั้นทำได้ง่าย ดึงคนมาเล่นง่ายกว่า บอกต่อง่ายกว่าและรวดเร็ว อีกทั้งผู้เล่นอาจรู้สึกสนุกกว่าเพราะได้แข่งขัน หรือแบ่งปันผลการเล่นเกมกับคนรู้จักบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นต้น

ทั้งนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่า กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างเลือกทำน้อยที่สุดคือ การเชิญชวนบุคคลอื่นให้ซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งผู้ที่ทำการสื่อสารการตลาด อาจจะต้องพิจารณาปัจจัยนี้เพื่อหาทางนำเสนอข้อมูลข่าวสาร หรือโฆษณาในลักษณะที่ไม่เป็นการขัดแย้งนำเสนอขายสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพราะอาจทำให้กลุ่มเป้าหมายไม่เปิดรับ และอาจส่งผลต่อทัศนคติเชิงลบต่อสินค้าและบริการนั้น ๆ ได้ ทั้งนี้ ควรนำเสนอในลักษณะของข้อมูล ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ และตรงกับความสนใจของผู้ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ หรืออาจเป็นกิจกรรมร่วมสนุกที่สอดแทรกข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการขององค์กรเข้าไปด้วย หรืออาจกล่าวได้ว่าเครือข่าย

ขายสังคมออนไลน์เหมาะสำหรับการทำประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการ และการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) มากกว่าการโฆษณาขายสินค้าโดยตรง

3. เว็บไซต์ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่าง เลือกเป็นสมาชิกมากที่สุดคือเฟซบุ๊ก (Facebook) ไฮไฟว์ (Hi5) และทวิตเตอร์ (Twitter) ตามลำดับ ซึ่งเครือข่ายสังคมออนไลน์ดังกล่าว ต่างก็มีลักษณะเด่นที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ที่ทำการสื่อสาร ต้องพิจารณาเลือกใช้ที่เหมาะสม

4. ผลการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต จะช่วยให้ผู้ทำการสื่อสารจะสามารถนำข้อมูลมาจัดสรรเนื้อหาต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต และเหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งในปัจจุบันผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และมีรูปแบบการดำเนินชีวิตในบางด้านบางมุมที่มีความเฉพาะเจาะจง ที่อาจจะเป็นส่วนน้อยในกลุ่มผู้บริโภคทั่วไป การได้ทราบถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมที่ชัดเจนเหล่านี้ จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการวางแผนการสื่อสาร และรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบชอบแสวงหาความสนุกสนาน (Fun Seeker) ที่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ จากผลการศึกษาดังกล่าว อาจนำไปสู่การคิดค้น พัฒนา เนื้อหา ที่เน้นด้านบันเทิง การพบปะสังสรรค์ เพื่อตอบสนองคนที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มนี้ เช่น การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ร้านอาหารเปิดใหม่ ข้อมูลทางด้านบันเทิงที่มีการปรับเปลี่ยน อัปเดตอยู่ตลอดเวลา ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นต้น

5. จากผลการศึกษาที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตทั้ง 6 กลุ่มเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงเวลา 18.01 - 22.00 น. มากที่สุดเหมือนกันทุกกลุ่มนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ไปใช้ประกอบการวางแผนการสื่อสาร (Communication Plan) และแผนการใช้สื่อ (Media Plan) ต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต

1. ในเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต การนำ ตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์มาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งผู้รับสาร ตัวแปรเหล่านี้เป็นเพียงตัวแปรที่เป็นปัจจัยภายนอกเท่านั้น แต่ยังมีตัวแปรที่เป็นปัจจัยภายใน อาทิ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ทัศนคติ ฯลฯ ที่สามารถนำมาเป็นประเด็นในการศึกษาครั้งต่อไปได้ ดังนั้นในการศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของบุคคลกับพฤติกรรมในครั้งต่อไป ควรศึกษาระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ควบคู่ไปกับลักษณะทางจิตวิทยา ซึ่งเป็นปัจจัยภายในของบุคคลด้านอื่น ๆ เพื่อที่จะสามารถอธิบายพฤติกรรมต่าง ๆ

ของบุคคลได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อนักสื่อสาร นักการตลาด ในการวางแผนการสื่อสาร การสื่อสารการตลาด ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม

2. ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาทำการศึกษาเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประเภทชุมชนออนไลน์ (Community) เพียงอย่างเดียว ดังนั้นจึงเป็นที่น่าสนใจในการศึกษาเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทอื่น ๆ เพื่อทำความเข้าใจถึงลักษณะของเครือข่ายสังคมออนไลน์ในเชิงลึก รวมไปถึงถึงการเลือกศึกษาแบบเจาะจงลงไปเครือข่ายสังคมใดสังคมหนึ่ง เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) ยูทูบ (Youtube) เป็นต้น ซึ่งจะทำให้มองเห็นภาพของเครือข่ายสังคมออนไลน์ในแต่ละประเภทได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และสามารถนำข้อมูลไปประกอบการพิจารณาเลือกใช้ได้เหมาะสม

3. การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นเฉพาะกลุ่มคนวัยทำงานที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครที่มีการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เพียงกลุ่มเดียว ในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรมีการทำการศึกษากับกลุ่มเป้าหมายกลุ่มอื่น ๆ เช่น กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มสาวโสด กลุ่มชายรักชาย หรือกลุ่มผู้สูงอายุ เป็นต้น ว่ามีพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ และรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละกลุ่มเป็นอย่างไร

4. ในปัจจุบัน มีองค์กรต่าง ๆ ที่ให้ความสนใจกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร จึงเป็นที่น่าสนใจที่จะศึกษาในเรื่องของนโยบาย กลยุทธ์ กลวิธีในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ขององค์กร เพื่อเป็นกรณีศึกษาให้กับองค์กรอื่น ๆ ต่อไป