

การเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ที่มีต่อเฟชบุ๊กแฟนเพจ “ทีมพื่อาร์การรถไฟแห่ง ประเทศไทย” (@PR.Railway) ของผู้ติดตาม

“Media Exposure, Uses, and Gratifications toward Facebook FanPage “Team PR, State Railway of Thailand (@PR.Railway)” among Its Followers”

โสสมพรรณ ลำควน^{1*} และ จูติ วิทยสรณะ²

Sommaphan Lumduan^{1*} and Thiti Vittayasorana²

¹นักศึกษานิเทศศาสตร์โท นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

¹Graduate Student the Degree of Master of Communication Arts College of Communication Arts Rangsit University

²Assistance Professor, College of Communication Arts, Rangsit University

*Corresponding, E-Mail: Sommaphan.l@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับกับการใช้ประโยชน์จาก เฟชบุ๊กแฟนเพจทีมพื่อาร์ การรถไฟแห่งประเทศไทย (@PR.Railway) ของผู้ติดตามเฟชบุ๊กแฟนเพจทีมพื่อาร์ การรถไฟแห่งประเทศไทย 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจที่มีต่อ เฟชบุ๊กแฟนเพจทีมพื่อาร์ การรถไฟแห่งประเทศไทย (@PR.Railway) ของผู้ติดตามเฟชบุ๊กแฟนเพจทีมพื่อาร์ การรถไฟแห่งประเทศไทย

ผลการศึกษา ด้านการเปิดรับ พบว่า ค่าเฉลี่ยการเปิดรับเฟชบุ๊กแฟนเพจทีมพื่อาร์การรถไฟแห่งประเทศไทย ของกลุ่มตัวอย่างผู้ติดตามเฟชบุ๊กแฟนเพจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการใช้ประโยชน์ พบว่า ค่าเฉลี่ยการใช้ประโยชน์จากเฟชบุ๊กแฟนเพจทีมพื่อาร์การรถไฟแห่งประเทศไทย ของกลุ่มตัวอย่างผู้ติดตามเฟชบุ๊กแฟนเพจโดยรวมอยู่ในระดับสูง ด้านความพึงพอใจ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพอใจอยู่ในภาพรวมในระดับที่สูง โดยแบ่งเป็นความพึงพอใจในด้านเนื้อหา อยู่ในระดับที่สูง และเนื้อหาในด้านรูปแบบของเพจโดยรวมอยู่ในระดับสูงเช่นกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1. การเปิดรับมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จาก เฟชบุ๊กแฟนเพจทีมพื่อาร์การรถไฟแห่งประเทศไทย จึงสามารถสรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย และ 2. การใช้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อเฟชบุ๊กแฟนเพจทีมพื่อาร์การรถไฟแห่งประเทศไทย จึงสามารถสรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย

คำสำคัญ : เฟชบุ๊กแฟนเพจทีมพื่อาร์ การรถไฟแห่งประเทศไทย

Abstract

This study aimed to 1) examine the relation between media exposure and uses of the followers of Facebook Fanpage ("PR Team, State Railway of Thailand", @PR.Railway), 2) investigate the relation between uses and gratification of the followers toward Facebook Fanpage

The study reveals for media exposure, the result was found that the mean of exposure to Facebook Fanpage "Team PR, State Railway of Thailand" of the samples as followers was at moderate level. Regarding the uses, the findings showed that it was found at a high level and the satisfaction level of the Facebook Fanpage was at a high level among the followers. When considering in each context regarding the satisfaction, gratification of content and feature of the page was found at a high level. Moreover, the media exposure had a correlation with the uses and the uses had a correlation with satisfaction. Thus, the correlations could be considered that the study hypotheses were proved and accepted.

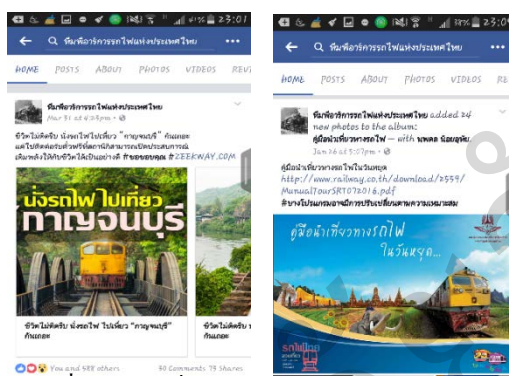
Keywords: Facebook Fanpage "Team PR, State Railway of Thailand"

1.บทนำ

การรถไฟแห่งประเทศไทยเป็นรัฐวิสาหกิจประเภทสาธารณูปการ จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติ การรถไฟแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2494 ภายใต้สังกัดกระทรวงคมนาคม ประกอบธุรกิจหลักในการให้บริการขนส่งสาธารณะ โดยมุ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ ในอัตราค่าบริการที่เป็นธรรม และมีหน้าที่พัฒนา ตลอดจนดูแลบำรุงรักษาสถานีรถไฟ รวมถึงการรักษาความปลอดภัยของผู้โดยสาร ซึ่งในอดีตที่ผ่านมาการรถไฟแห่งประเทศไทย ประสบภาวะขาดทุนติดต่อกันหลายปีเนื่องมาจากการรถไฟแห่งประเทศไทยได้รับผลกระทบจากนโยบายของรัฐบาล ทั้งในด้านการให้บริการขนส่งผู้โดยสารได้น้อย ในอัตราค่าบริการที่ต่ำ ต้องรับผิดชอบการลงทุนในการจัดสร้างและซ่อมบำรุงระบบการเดินรถ ซึ่งเป็นต้นทุนที่สูง อีกทั้งการรถไฟแห่งประเทศไทยยังต้องสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาดให้กับการขนส่งทางอื่น ๆ ที่มีการแข่งขันกันมากขึ้นส่งผลให้ ธุรกิจด้านการบริการทุกประเภทต่างก็มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงและมีการพัฒนาเพิ่มสมรรถภาพทางเทคโนโลยีให้สูงขึ้น (ศิริกมล วงศ์สุพชัย, 2548)

ดังนั้นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการให้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทยจึงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้โดยสารได้รับทราบและหันมาใช้บริการเพิ่มมากขึ้นโดยการพัฒนาทางด้านสื่อประชาสัมพันธ์ของการรถไฟแห่งประเทศไทยนั้นขึ้นตรงต่อศูนย์ประชาสัมพันธ์และบริการท่องเที่ยวการรถไฟแห่งประเทศไทย มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้องค์กร วางแผนยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เผยแพร่สื่อมวลชนทุกประเภท สร้างความรู้ ความเข้าใจ และความสัมพันธ์ที่ดีทั้งภายใน และภายนอกองค์กร การประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบจะต้องมี "สื่อ" เป็นตัวกลางสำคัญ ในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสาร (องค์กร) และผู้รับสาร (ประชาชน) ซึ่งสื่อจะเป็นช่องทางเผยแพร่สารไปยังผู้รับสารตามรูปแบบสื่อที่ผลิตขึ้น ทั้งนี้กองประชาสัมพันธ์การรถไฟแห่งประเทศไทย ได้จัดทำสื่อเพื่อใช้เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการกิจกรรมต่างๆ ในรูปแบบ โปสเตอร์ (Poster) วิดีโอ วีดิโอ (VDO Presentation) เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นต้น (รัชนีกร ทรัพย์ชิ้นสุข, 2556) การทำสื่อประชาสัมพันธ์และการตลาดในยุคปัจจุบันหันมาสนใจทำการสื่อสารใน

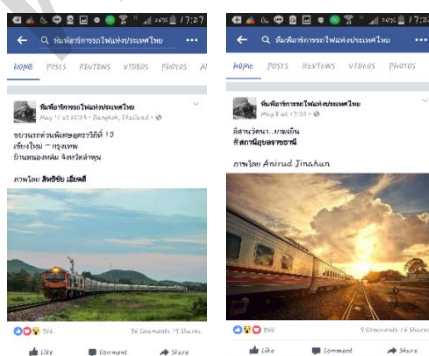
รูปแบบสื่อออนไลน์ เพื่อตอบสนองกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ในยุคที่อินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น และการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมมากขึ้น ดังนั้นการรถไฟแห่งประเทศไทยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของการเฟซบุ๊กแฟนเพจ (FanPage) ดังกล่าวข้างต้น เช่นกัน จึงได้จัดทำ เฟซบุ๊กแฟนเพจทีมฟิอาร์ การรถไฟแห่งประเทศไทยขึ้น ตั้งแต่วันที่ 23 พฤษภาคม 2554 โดยมีเนื้อหาต่างๆ ดังนี้



รูปที่ 1 การท่องเที่ยวไปกับการรถไฟแห่งประเทศไทย

ที่มา : เฟซบุ๊กแฟนเพจทีมฟิอาร์การรถไฟแห่งประเทศไทย, 2560

1) นำเสนอข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ซึ่งจะประชาสัมพันธ์รายละเอียดเกี่ยวกับการขบวนรถไฟนำเที่ยวที่วิ่งให้บริการทุกวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ได้แก่ ขบวนรถไฟนำเที่ยวเส้นทาง กรุงเทพฯ-น้ำตก โดยขบวนรถไฟจะผ่านสถานที่สำคัญคือ สะพานข้ามแม่น้ำแคว ทางรถไฟสายมรณะ วังสุปลาทางสถานีน้ำตกซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยว คือ น้ำตกไทรโยคน้อย นอกจากนี้ยังมีขบวนรถไฟนำเที่ยวเส้นทาง กรุงเทพฯ-สวนสนประดิพัทธ์



รูปที่ 2 ภาพขบวนรถไฟโดยสารปรับอากาศรุ่นใหม่ของการรถไฟแห่งประเทศไทย

ที่มา : เฟซบุ๊กแฟนเพจทีมฟิอาร์การรถไฟแห่งประเทศไทย, 2560

2) นำเสนอข้อมูลด้านการเดินทางท่องเที่ยว ไปกับขบวนรถด่วนโดยสารปรับอากาศรุ่นใหม่ซึ่งเปิดให้บริการทุกวัน ได้แก่ ขบวนรถอุดรธานี ขบวนรถทักษิณารัตน์ ขบวนรถอีสานวัฒนา และขบวนรถอีสานมรรคา จากข่าวสารดังกล่าวที่นำเสนอผ่านเฟซบุ๊ก แฟนเพจทีมฟิอาร์ การรถไฟแห่งประเทศไทย ซึ่งให้เห็นว่าการสื่อสารกับคนจำนวนมากผ่านแฟนเพจ เป็นการประชาสัมพันธ์ที่เปิดโอกาสให้กับประชาชนได้แสดงความคิดเห็นในแฟนเพจ โดยที่การรถไฟ

แห่งประเทศไทยสามารถโต้ตอบกับผู้ติดตามแฟนเพจได้อีกทั้ง ไม่เสียค่าใช้จ่ายและยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจนเพราะผู้ที่เข้ามาติดตามแฟนเพจส่วนใหญ่ต้องเป็นผู้ที่มารับบริการการรถไฟแห่งประเทศไทย ซึ่งในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าการทำประชาสัมพันธ์และการตลาด โดยการใช้เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือการสื่อสารมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ เพราะความสามารถของเทคโนโลยี และพฤติกรรมของคนไทยที่เปลี่ยนไป ทำให้เฟซบุ๊กเป็นช่องทางสะดวกให้แก่ผู้คนเปิดรับข่าวสารมากขึ้น

ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้มุ่งที่จะศึกษาเกี่ยวกับ การเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจทีมฟิอาร์ การรถไฟแห่งประเทศไทย ว่าได้นำเนื้อหามาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันหรือไม่อย่างไร และการใช้ประโยชน์ดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ (Uses and Gratifications) หรือไม่ นอกจากนี้ยังจะได้นำความคิดเห็นตลอดจนข้อเสนอแนะของประชาชนมาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาและปรับปรุงแฟนเพจทีมฟิอาร์ การรถไฟแห่งประเทศไทย เพื่อตอบสนองความต้องการใช้ประโยชน์ ของประชาชนในอนาคตต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารทางเฟซบุ๊กแฟนเพจทีมฟิอาร์ การรถไฟแห่งประเทศไทยของผู้ติดตาม
2. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากข่าวสารของเฟซบุ๊กแฟนเพจทีมฟิอาร์ การรถไฟแห่งประเทศไทยของผู้ติดตาม
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจทีมฟิอาร์ การรถไฟแห่งประเทศไทยของผู้ติดตาม
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับกับการใช้ประโยชน์จาก เฟซบุ๊กแฟนเพจทีมฟิอาร์ การรถไฟแห่งประเทศไทย (@PR.Railway) ของผู้ติดตาม
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจที่มีต่อ เฟซบุ๊กแฟนเพจทีมฟิอาร์ การรถไฟแห่งประเทศไทย (@PR.Railway) ของผู้ติดตาม

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาถึงการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจทีมฟิอาร์ การรถไฟแห่งประเทศไทย (@PR.Railway) ของผู้ติดตาม

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจทีมฟิอาร์ การรถไฟแห่งประเทศไทย ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 94,101 คน สำหรับการกำหนดขนาดจำนวนตัวอย่างนั้นผู้วิจัยใช้สูตรของ Yamane (1970) ระบุค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 0.05 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่น่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดย การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ ผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจทีมฟิอาร์ การรถไฟแห่งประเทศไทยทั้งเพศชาย และเพศหญิง ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้ไม่ต่ำกว่า 400 คน ที่มีปฏิสัมพันธ์กับแฟนเพจอย่างต่อเนื่องโดยทำการส่งข้อความไปทางกล่องข้อความเฟซบุ๊กของผู้ติดตามเพื่อขออีเมลล์ หรือส่งลิงค์แบบสอบถามทางกล่องข้อความเพื่อขอให้ผู้ติดตามกรอกแบบสอบถามให้

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น ซึ่งมีทั้งคำถามปลายปิด (Close-ended Question) คำถามปลายเปิด (Open-ended Question) โดยแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 5 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง, ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับเฟชบุ๊กแฟนเพจทีมฟิอาร์ท การรถไฟแห่งประเทศไทย, ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากเฟชบุ๊กแฟนเพจทีมฟิอาร์ท การรถไฟแห่งประเทศไทย, ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อเฟชบุ๊กแฟนเพจทีมฟิอาร์ท การรถไฟแห่งประเทศไทย, ตอนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วย 1) การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้การวิเคราะห์เบื้องต้น โดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากเฟชบุ๊กแฟนเพจทีมฟิอาร์ท การรถไฟแห่งประเทศไทย นำเสนอในรูปแบบตารางความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย และ 2) การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามในสมมติฐานต่างๆ ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

4. ผลการวิจัย

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางด้านลักษณะประชากร กลุ่มตัวอย่างผู้ติดตามเฟชบุ๊กแฟนเพจ ทีมฟิอาร์ทการรถไฟแห่งประเทศไทยพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ติดตามเฟชบุ๊กแฟนเพจเป็นเพศชายมากที่สุด จำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 72.75 และรองลงมาคือ เพศหญิง จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25 การศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด มีจำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.75 รองลงมาคือ ปวช./ ปวส./ อนุปริญญา จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 และมัธยมศึกษา จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างผู้ติดตามเฟชบุ๊กแฟนเพจประกอบอาชีพพบว่าเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด จำนวน 174 คน รองลงมาคือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 88 คน และธุรกิจส่วนตัว จำนวน 59 คน นอกจากนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป มากที่สุด จำนวน 91 คน รองลงมาคือ 20,001-25,000 บาท จำนวน 85 คน และ 15,001-20,000 บาท จำนวน 78 คน

ส่วนที่ 2 การเปิดรับเฟชบุ๊กแฟนเพจทีมฟิอาร์ทการรถไฟแห่งประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ค่าเฉลี่ยการเปิดรับเฟชบุ๊กแฟนเพจทีมฟิอาร์ทการรถไฟแห่งประเทศไทยของกลุ่มตัวอย่างผู้ติดตามเฟชบุ๊กแฟนเพจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.15 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวไปกับขบวนรถนำเที่ยวของการรถไฟแห่งประเทศไทยในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.27 รองลงมาเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการเดินทางท่องเที่ยวไปกับขบวนรถโดยสารปรับอากาศรุ่นใหม่ในระดับ ปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.25 และเปิดรับข้อมูลที่น่าสนใจเป็นรูปภาพในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.18 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การใช้ประโยชน์จากเฟชบุ๊กแฟนเพจทีมฟิอาร์ท การรถไฟแห่งประเทศไทย พบว่า ค่าเฉลี่ยการใช้ประโยชน์จากเฟชบุ๊กแฟนเพจทีมฟิอาร์ทการรถไฟแห่งประเทศไทยของกลุ่มตัวอย่างผู้ติดตามเฟชบุ๊กแฟนเพจโดยรวมอยู่ในระดับสูง ที่ค่าเฉลี่ย 3.65 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์เพื่อศึกษาและใช้เป็นข้อมูลในการท่องเที่ยวในระดับสูง ที่ค่าเฉลี่ย 3.77 รองลงมา เพื่อเป็นประโยชน์ในการสนทนาและแลกเปลี่ยน

ความคิดเห็นกับผู้อื่นในระดับสูง ที่ค่าเฉลี่ย 3.65 เพื่อศึกษาและใช้เป็นข้อมูลในการเดินทางในระดับสูง ที่ค่าเฉลี่ย 3.60 และเพื่อนำภาพประกอบต่างๆ ที่โพลลงในเฟชบุ๊กแฟนเพจทีมพ็อดการรถไฟแห่งประเทศไทยไป แชรด์ต่อให้เพื่อนในเฟชบุ๊กของผู้ติดตามได้รับทราบในระดับสูง ที่ค่าเฉลี่ย 3.59 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจที่มีต่อเฟชบุ๊กแฟนเพจทีมพ็อดการรถไฟแห่งประเทศไทย ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อเฟชบุ๊กแฟนเพจทีมพ็อดการรถไฟแห่งประเทศไทยของกลุ่มตัวอย่างผู้ติดตามเฟชบุ๊กแฟนเพจโดยรวมอยู่ในระดับสูง ที่ค่าเฉลี่ย 3.64 ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจด้านเนื้อหาอยู่ในระดับสูง ที่ค่าเฉลี่ย 3.69 และพึงพอใจด้านรูปแบบอยู่ในระดับสูงเช่นกัน ที่ค่าเฉลี่ย 3.60 โดยสามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

4.1.1 ด้านเนื้อหา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อเฟชบุ๊กแฟนเพจทีมพ็อดการรถไฟแห่งประเทศไทยในด้านเนื้อหาโดยรวมอยู่ในระดับสูง ที่ค่าเฉลี่ย 3.69 เมื่อพิจารณาในแต่ละรายประเด็นพบว่า กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจต่อการที่เฟชบุ๊กแฟนเพจทีมพ็อดการรถไฟแห่งประเทศไทยได้เผยแพร่เนื้อหากิจกรรมต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ติดตามในระดับสูง ที่ค่าเฉลี่ย 3.79 ขณะที่ความพึงพอใจต่อรายละเอียดความชัดเจนของเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง ที่ค่าเฉลี่ย 3.72 พึงพอใจต่อรายละเอียดความชัดเจนของเนื้อหาการจัดกิจกรรมภายในการรถไฟแห่งประเทศไทยในระดับสูง ที่ค่าเฉลี่ย 3.64 และพึงพอใจต่อรายละเอียดความชัดเจนของเนื้อหาเกี่ยวกับการเดินทางในระดับสูง ที่ค่าเฉลี่ย 3.61

4.1.2 ด้านรูปแบบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อเฟชบุ๊กแฟนเพจทีมพ็อดการรถไฟแห่งประเทศไทยในด้านรูปแบบโดยรวมอยู่ในระดับสูง ที่ค่าเฉลี่ย 3.60 เมื่อพิจารณาในแต่ละรายประเด็นพบว่า กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจต่อภาพประกอบต่างๆ ที่โพลลงในเฟชบุ๊กแฟนเพจทีมพ็อดการรถไฟแห่งประเทศไทยในระดับสูง ที่ค่าเฉลี่ย 3.69 พึงพอใจต่อการจัดเรียงเนื้อหาที่โพลลงในเฟชบุ๊กแฟนเพจทีมพ็อดการรถไฟแห่งประเทศไทยในระดับสูง ที่ค่าเฉลี่ย 3.65 พึงพอใจต่อสามารถติดตามการรถไฟแห่งประเทศไทยผ่านเฟชบุ๊กแฟนเพจได้อย่างรวดเร็วในระดับสูง ที่ค่าเฉลี่ย 3.61 พึงพอใจต่อคลิปวิดีโอที่โพลลงในเฟชบุ๊กแฟนเพจทีมพ็อดการรถไฟแห่งประเทศไทยในระดับสูง ที่ค่าเฉลี่ย 3.64 ขณะที่ความพึงพอใจต่อรูปแบบตัวอักษรที่โพลลงในเฟชบุ๊กแฟนเพจทีมพ็อดการรถไฟแห่งประเทศไทยในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.48

4.2 การทดสอบสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเฟชบุ๊กแฟนเพจทีมพ็อดการรถไฟแห่งประเทศไทย (เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1) โดยมีค่าสหสัมพันธ์ r 0.54 ซึ่งถือว่าการเปิดรับและการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับความสัมพันธ์ที่สูง และสมมติฐานที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า การใช้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อ เฟชบุ๊กแฟนเพจทีมพ็อดการรถไฟแห่งประเทศไทยทั้งในด้านเนื้อหาและรูปแบบ โดยมีค่าสหสัมพันธ์ r 0.82 ซึ่งถือว่าการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเฟชบุ๊กแฟนเพจทีมพ็อดการรถไฟแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับความสัมพันธ์ที่สูง

5. การอภิปรายผล

จากผลการศึกษา พบว่า การเปิดรับมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ จากเฟชบุ๊กแฟนเพจทีมพ็อดการรถไฟแห่งประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ McCombs and Becker (1979) ที่กล่าวว่าบุคคลโดยทั่วไปแต่ละคนมีการเปิดรับข่าวสารหรือการเปิดรับสื่อ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตน เพื่อให้เรียนรู้เกี่ยวกับ

เหตุการณ์ติดตามความเคลื่อนไหว และสังเกตเหตุการณ์ต่างๆ รอบตัวจากการเปิดรับข่าวสาร ทำให้คนเป็นคนทันเหตุการณ์ ทันสมัย และเป็นประโยชน์ในการรับรู้เหตุการณ์ความเป็นไปต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคมรอบๆ ตัว และ Katz, Blumler and Gurevitch (1974) ที่กล่าวว่ากระบวนการรับสารในการสื่อสารมวลชน และการใช้สื่อมวลชนโดยปัจเจกบุคคล หรือกลุ่มบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเลือกบริโภคสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง บุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์มีความตั้งใจ และมีความต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน เพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่างๆ กัน นอกจากนี้ผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จูดี วิทยธรรม และวิชาญ รักเจริญ (2559) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์ประจำวันของผู้ใช้บริการ โรงแรมประจำวัน และพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ประจำวัน รวมถึงผลการวิจัยของ กษพร ดันสินธุ์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อหนังสือคู่มือการศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต ของนักศึกษาและอาจารย์มหาวิทยาลัยรังสิต พบว่า นักศึกษา มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือคู่มือการศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากหนังสือคู่มือการศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต

นอกจากนี้จากผลการศึกษาข้างพบอีกว่า การใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กแฟนเพจทีมฟิราร์การรถไฟแห่งประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มี ต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจทีมฟิราร์การรถไฟแห่งประเทศไทย มีความสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของ Katz et al., (1974) ที่มุ่งศึกษาถึงองค์ประกอบของการสื่อสารด้านผู้รับสารเป็นหลักกล่าวคือ เป็นการศึกษา สภาวะทางสังคมและจิตใจที่ก่อให้เกิดความต้องการจำเป็นของบุคคลและเกิดมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่นๆ แล้วนำไปสู่การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆ อันก่อให้เกิดผลคือการได้รับความพึงพอใจที่ต้องการ อาทิเช่น สภาวะทางจิตใจและสังคมซึ่งก่อให้เกิดความต้องการส่งผลให้ผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจทีมฟิราร์ การรถไฟแห่งประเทศไทย เกิดความคาดหวังจากข่าวสารในแฟนเพจก่อให้เกิดการเปิดรับเนื้อหาซึ่งส่งผลให้เกิดประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจที่ต้องการเป็นต้น นอกจากนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพ์มาดา จิรเสวตกุล (2553) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อชิตคอมพบว่า ประโยชน์ที่ได้รับจากการรับชมละครชิตคอม ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมเปิดรับกับความพึงพอใจในการรับชม มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กษพร ดันสินธุ์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อหนังสือคู่มือการศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต ของนักศึกษาและอาจารย์มหาวิทยาลัยรังสิต พบว่านักศึกษา มีการใช้ประโยชน์จากหนังสือคู่มือการศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต สัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อหนังสือคู่มือการศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต รวมถึงผลการวิจัยของ อรญา ทิศแจ่ม (2555) ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจข่าวสารด้านพลังงานทางเลือกของประชาชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนที่ให้ข้อมูลข่าวสารพลังงานทางเลือกกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง ผลการอภิปรายผลการศึกษาดังกล่าวได้อาจกล่าวได้ว่าเป็นการค้นพบองค์ความรู้ใหม่เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งแรกตั้งแต่มีการจัดตั้งเฟซบุ๊กแฟนเพจทีมฟิราร์การรถไฟแห่งประเทศไทยดังกล่าว ดังนั้นข้อค้นพบทั้งในส่วนของคุณลักษณะประชากร พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารตลอดจนการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจทีมฟิราร์การรถไฟ

แห่งประเทศไทยของผู้ติดตาม การรถไฟแห่งประเทศไทย นำที่จะสามารถนำไปประยุกต์เพื่อพัฒนาให้เฟซบุ๊กแฟนเพจ ทีมพื่อการรถไฟแห่งประเทศไทย เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สำคัญอีกช่องทางหนึ่งในอนาคต

6. บทสรุป

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจทีมพื่อการรถไฟแห่งประเทศไทย เพื่อให้การรถไฟแห่งประเทศไทยนำไปเก็บข้อมูลในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ในอนาคตจึงควรปรับปรุงและพัฒนาเฟซบุ๊กแฟนเพจทีมพื่อการรถไฟแห่งประเทศไทยดังต่อไปนี้

6.1 ด้านการนำเสนอเนื้อหาพบว่า มีการเปิดรับด้านการนำเสนอภาพ และ คลิปวิดีโอ เกี่ยวกับรถไฟอยู่ในระดับปานกลางดังนั้นหากผู้ดูแลแฟนเพจนำภาพประกอบจากแหล่งข่าวอื่นมาลงในเฟซบุ๊กแฟนเพจทีมพื่อการรถไฟแห่งประเทศไทยควรที่จะให้เครดิตเพื่อให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น

6.2 ด้านเนื้อหาจากผลการวิจัย พบว่า มีการเปิดรับเนื้อหาอยู่ในระดับปานกลาง แต่การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง ควรที่จะนำเสนอเนื้อหาในด้านการเชิญชวนให้แสดงความคิดเห็นเพื่อเพิ่มยอดไลค์และยอดแชร์ ให้มีการเปิดรับมากขึ้น

6.3 ด้านรูปแบบแฟนเพจ พบว่า มีความพึงพอใจระดับสูงในด้าน ภาพถ่าย และ คลิปวิดีโอ ที่เกี่ยวข้องกับการรถไฟดังนั้นผู้ดูแลแฟนเพจ (Admin) ควรที่จะสร้างคาแรคเตอร์ ของเฟซบุ๊กแฟนเพจทีมพื่อการรถไฟแห่งประเทศไทยให้มีความชัดเจนมากขึ้น

7. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก ผศ.ดร. จูติ วิทยธรรมะ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัยค้นคว้าอิสระ ที่กรุณาให้คำแนะนำปรึกษาตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง และต้องกราบขอบคุณ รศ. ดร. ลักษณา คล้ายแก้ว ประธานกรรมการสอบวิจัยในครั้งนี้ที่คอยให้คำชี้แนะในเรื่องเกี่ยวกับการทำงานเป็นอย่างดี

8. บรรณานุกรม

กชพร ต้นสินธุ์. (2553). ศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อหนังสือคู่มือการศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต ของ นักศึกษาและอาจารย์มหาวิทยาลัยรังสิต. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.

การรถไฟแห่งประเทศไทย. การท่องเที่ยวไปกับการรถไฟแห่งประเทศไทย [ออนไลน์] สืบค้น 7 มีนาคม 2560,จาก :

เฟซบุ๊กแฟนเพจทีมพื่อการรถไฟแห่งประเทศไทย

การรถไฟแห่งประเทศไทย. ขบวนรถโดยสารปรับอากาศรุ่นใหม่ของการรถไฟแห่งประเทศไทย [ออนไลน์] สืบค้น 18

มิถุนายน 2560, จาก : เฟซบุ๊กแฟนเพจทีมพื่อการรถไฟแห่งประเทศไทย

- จิตติ วิทยสรณะ, และวิภาณี รักเจริญ. (2559). ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ ข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์ประจวบปักษ์ (www.prachuapbeach.com). วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์มหาวิทยาลัยรังสิต, 20(1), 188 – 196. สืบค้นจาก : <http://www.rsu.ac.th/jca/> 25 มีนาคม 2560.
- พิมพ์มาดา จิรเสวตกุล. (2553). ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อวิทยุคอม.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รัชนิกร ทรัพย์ชั้นสุข. (2556). การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของการรถไฟแห่งประเทศไทย(รายงานผลวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- ศิริกมล วงศ์สุพชัย. (2548). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- อรญา ทิศแจ่ม. (2555). ศึกษาการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจข่าวสารด้านพลังงานทางเลือกของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Katz, E., Blumler, J.G., and Gurvitch, M. (1974). "Utilization of Mass Communication by the individual." In The uses of Mass Communication : Current Perspectives on gratifications Research. Beberly Hill: Sage Publication.
- McCombs, M. E., & Becker, L. E. (1979). Using Mass Communication Theory. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Yamane, T. 1970. *Statistics and Introductory Analysis*. Tokyo : John Weather Hill.