

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร” มีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

2. เพื่อศึกษาความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีต่อเฟซบุ๊ก (Facebook)

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) กับพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ทั้งนี้ได้ตั้งสมมติฐานในการวิจัยไว้ดังนี้

1. นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

1.1 เพศที่ต่างกันมีพฤติกรรมสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

1.2 คณะที่ต่างกันมีพฤติกรรมสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

1.3 ชั้นปีที่ต่างกันมีพฤติกรรมสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

1.4 เกรดเฉลี่ยที่ต่างกันมีพฤติกรรมสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่าง

กัน

1.5 รายได้ของครอบครัวที่ต่างกันมีพฤติกรรมสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

2. นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

2.1 เพศที่ต่างกันมีความคาดหวังต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

2.2 คณะที่ต่างกันมีความคาดหวังต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

2.3 ชั้นปีที่ต่างกันมีความคาดหวังต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

2.4 เกรดเฉลี่ยที่ต่างกันมีความคาดหวังต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

2.5 รายได้ของครอบครัวที่ต่างกันมีความคาดหวังต่อเฟซบุ๊ก (Facebook)

แตกต่างกัน

3. นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

3.1 เพศที่แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

3.2 คณะที่แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

3.3 ชั้นปีที่แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

3.4 เกรดเฉลี่ยที่แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

3.5 รายได้ของครอบครัวที่แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก (Facebook)

แตกต่างกัน

4. นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

4.1 เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

4.2 คณะที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

4.3 ชั้นปีที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

4.4 เกรดเฉลี่ยที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

4.5 รายได้ของครอบครัวที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก (Facebook)

แตกต่างกัน

5. ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook)

5.1 ความคาดหวังที่มีต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook)

5.2 การใช้ประโยชน์ของเฟซบุ๊ก (Facebook) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook)

5.3 ความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook)

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการศึกษาวิจัยในลักษณะ Cross Sectional แบบ One – Shot – Case Study เพราะเป็นการวัดเพียงครั้งเดียว โดยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ โดยสุ่มตัวอย่างจากนักศึกษาทั้ง 9 คณะ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ได้แก่ คณะครุศาสตร์ อุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ คณะบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์ คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น คณะวิศวกรรมศาสตร์ และคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ให้ได้จำนวน 400 ตัวอย่าง

คณะผู้วิจัยได้ใช้วิธีการทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยเพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) ความคาดหวังต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากเฟซบุ๊ก (Facebook) ส่วนการทดสอบสมมติฐานนั้น ใช้วิธีทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม โดยการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยโดยใช้ T – test (2 กลุ่ม) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (มากกว่า 2 กลุ่ม) เพื่อทดสอบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามลักษณะประชากรตามสมมติฐานข้อ 1 – 4 และใช้การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามสมมติฐานข้อ 5

1. สรุปผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน แบ่งเป็นเพศชาย 195 คน เพศหญิง 205 คน ส่วนใหญ่ มีอายุ 17 ปีคิดเป็นจำนวน 180 คน และศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 จำนวน 157 คน โดยเป็นนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ จำนวน 112 คน มีคะแนนเฉลี่ยสะสม 2.6 – 3.0 จำนวน 138 คน และมีรายได้ของครอบครัว 10,000 – 15,000 บาท จำนวน 100 คน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมาคือ 4-6 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 17.8 ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการใช้เฟซบุ๊กอยู่ที่มากกว่า 2 ชั่วโมงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาได้แก่ 30 นาที - 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 28.0 โดยเล่นเฟซบุ๊กที่บ้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.3 รองลงมาได้แก่มหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 10.0 และใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (PC) ในการใช้เฟซบุ๊กมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมาได้แก่คอมพิวเตอร์ (Notebook) คิดเป็นร้อยละ 41.5

สำหรับเครื่องมือ (Function) ของเฟซบุ๊กที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการติดต่อสื่อสารสามารถแบ่งเป็นระดับการใช้ได้ 4 กลุ่ม คือ ใช้มากที่สุด ใช้มาก ใช้ปานกลาง และใช้น้อย ดังนี้ กลุ่มเครื่องมือของเฟซบุ๊กที่กลุ่มตัวอย่างมีระดับการใช้มากที่สุดได้แก่ การติดต่อสื่อสารกับเพื่อน (Friends) โดยมีการใช้ในระดั้มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.26

กลุ่มเครื่องมือของเฟซบุ๊กที่กลุ่มตัวอย่างมีระดับการใช้มาก ได้แก่ การสนทนา (Chat) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.72 รองลงมาได้แก่ การดูรูปของเพื่อนและคนรู้จัก (Photo) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.71 การเขียนความคิดเห็น (Comment) ในกระดาน ร้อยละ 22.8 คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.66 และหาเพื่อนและคนรู้จัก (Friends) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.44

กลุ่มเครื่องมือของเฟซบุ๊กที่กลุ่มตัวอย่างมีระดับการใช้ปานกลาง ได้แก่ ส่วนการใช้เครื่องมือต่าง ๆ ของเฟซบุ๊กในระดับปานกลาง ได้แก่ การแลกเปลี่ยนข้อมูล (Share) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.31 และเพิ่มรูปและอัปเดตรูปของตนเอง (Photo) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.08 รวมถึงการใส่รายละเอียดและข้อมูลของตนเอง (Info) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.97 และเล่นเกมส์ (Games) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.86 ส่งรูปให้เพื่อน (Tag) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.71

กลุ่มเครื่องมือของเฟซบุ๊กที่กลุ่มตัวอย่างมีระดับการใช้บ่อย ได้แก่ การใช้เครื่องมือการบอกสถานที่ที่ตนเองอยู่เพื่ออัปเดตข้อมูล (Check in) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.51

นอกจากนี้แล้วกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เล่นเฟซบุ๊กที่บ้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.3 รองลงมาได้แก่ มหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 10.0 ส่วนใหญ่ใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ (PC) ในการใช้เฟซบุ๊กมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมาได้แก่ คอมพิวเตอร์ (Notebook) คิดเป็นร้อยละ 41.5

ส่วนที่ 3 ความคาดหวังจากเฟซบุ๊ก

จากผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคาดหวังจากเฟซบุ๊กอยู่ในระดับมาก และระดับปานกลาง ดังนี้

ความคาดหวังจากเฟซบุ๊กอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับ ดังนี้

1. สามารถสนทนากับกลุ่มเพื่อนและผู้อื่นมีมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.10
2. ต้องการความเพลิดเพลินสนุกสนาน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.94
3. สร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเพื่อนและผู้อื่น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.93
4. ต้องการทราบเหตุการณ์ข้อมูลข่าวสารและความเป็นไปต่าง ๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ย

3.88

5. ต้องการหากิจกรรมทำยามว่างคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.71

6. สามารถถ่ายทอดเรื่องราวและแสดงความคิดเห็นของตนเองได้คิดเป็นค่าเฉลี่ย

3.55

ส่วนความคาดหวังจากเฟซบุ๊กในระดับปานกลาง ได้แก่ ต้องการหาคำแนะนำและความคิดเห็นเพื่อช่วยในการตัดสินใจ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.34 และต้องการสร้างความเป็นตัวตนของตนเองมีน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.30

ส่วนที่ 4 การใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กอยู่ในระดับมาก และระดับปานกลาง ดังนี้

การใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับดังนี้

1. เพื่อประโยชน์ด้านความบันเทิงและสนุกสนานที่หลากหลายมีมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.95

2. เพื่อประโยชน์ในการสนทนากับเพื่อนและคนอื่น ๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.88

3. เพื่อประโยชน์ในการหาข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยทั้งเรื่องของเพื่อน คนรู้จักและเรื่องทั่วไป คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.81

4. เพื่อประโยชน์ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนและสังคม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.79

5. เพื่อประโยชน์ในการใช้เวลาว่าง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.66

6. เพื่อประโยชน์ในการแสดงออกด้านความคิดเห็นของตนเอง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.58

7. เพื่อประโยชน์ในด้านการนำข้อมูลข่าวสารไปช่วยในการตัดสินใจ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.46

การใช้ประโยชน์จากเฟสบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ โปสเตอร์รูปและเรื่องราวของตนเอง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.25

ส่วนที่ 5 ความพึงพอใจที่มีต่อเฟสบุ๊ก

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อเฟสบุ๊กอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับดังนี้

1. ความพึงพอใจที่สามารถติดต่อสื่อสารกับเพื่อนและคนอื่น ๆ ได้อย่างรวดเร็วมีมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.08

2. สามารถสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อน ๆ และบุคคลอื่นได้ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.01

3. ได้รับข้อมูลที่มีความทันสมัย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.99

4. ได้รับความเพลิดเพลินสนุกสนาน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.98

5. ได้รับความรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้ง่ายและสะดวกรวดเร็ว คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.96

6. สามารถสื่อสารแสดงออกถึงความคิดเห็นต่าง ๆ ของตนเองได้ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.84

7. สามารถเป็นกิจกรรมที่ทำยามว่าง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.81

8. สามารถสร้างสรรค์ความเป็นตัวตนได้ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.64

ส่วนที่ 6 พฤติกรรมการสื่อสารในเฟสบุ๊ก

จากการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการสื่อสารในเฟสบุ๊กอยู่ในระดับมากที่สุด มากและปานกลาง ดังนี้

พฤติกรรมการสื่อสารในเฟสบุ๊ก ในระดับมากที่สุด คือ การสื่อสารกับเพื่อนสนิท คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.25

ส่วนพฤติกรรมการสื่อสารที่อยู่ในระดับมาก สามารถเรียงลำดับ ดังนี้

1. การสื่อสารในเฟสบุ๊กเมื่อต้องการติดต่อเพื่อนและคนรู้จัก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.93

2. การสื่อสารในเฟสบุ๊กมักจะทำในเวลาว่าง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.90

3. การสื่อสารในเฟซบุ๊กเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.88
 4. เฟซบุ๊กช่วยให้เป็นคนทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.80
 5. การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ (Share) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.69
 6. เฟซบุ๊กใช้เป็นเพื่อนแก้เหงา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.67
 7. การสื่อสารกับบุคคลทั่วไปที่รู้จัก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.65
 8. เขียนความคิดเห็นในกระดานข่าวสาร (Wall) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.63
 9. การหาข้อมูลข่าวสารในสิ่งที่ชอบหรือสนใจ เช่น เรื่องของเพื่อน คนรู้จัก กลุ่มสังคมที่ชื่นชอบ (Fan page) และข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.57
 10. การสื่อสารในเฟซบุ๊กเมื่อต้องการอัปเดตรูปและข้อมูลต่าง ๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.56
- อันดับที่สิบสอง ได้แก่ การสื่อสารในเฟซบุ๊กมักจะกระทำเมื่อต้องการหาข้อมูล คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.53
- อันดับที่สิบสาม
11. การสื่อสารกับกลุ่มสังคมที่ชื่นชอบ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.52
- สำหรับพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊กในระดับปานกลาง ได้แก่ Tag รูปให้เพื่อน และคนรู้จัก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.26 และอันดับสุดท้ายมีพฤติกรรมในระดับปานกลางเช่นกัน ได้แก่ เล่นเกมส์กับเพื่อนและคนรู้จัก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.25 ตามลำดับ

ส่วนที่ 7 ข้อเสนอแนะจากการใช้เฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะจากการใช้เฟซบุ๊กต่าง ๆ ดังนี้

1. การที่เฟซบุ๊กเปลี่ยนหน้าตาการทำงานบ่อยทำให้บางครั้งไม่สะดวก ช้าและติดขัด (error) บ่อย และต้องรู้จักการแบ่งเวลาในการเล่นเพราะอาจเกิดปัญหาเรื่องการติดเฟซบุ๊กและปัญหาการพักผ่อนได้ มีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.0
2. มีความเป็นส่วนตัวน้อยลง และไม่ชอบเครื่องมือแชต (chat) แบบใหม่ในเฟซบุ๊ก คิดเป็นร้อยละ 12.0
3. เบื่อและรำคาญ Tag โฆษณาทางเฟซบุ๊ก มีปัญหาเกี่ยวกับไวรัสและบัคต่างๆ และเป็น การสื่อสารที่ช่วยเรื่องความรักการจับกันระหว่างชายหญิง คิดเป็นร้อยละ 8.0
4. น่าจะมีการพัฒนาขึ้นไปอีก ควรเก็บเงินจากสมาชิก ทำให้เสียนิสัยอยากรู้เรื่องของคนอื่น เฟซบุ๊กอาจทำให้เกิดปัญหาหากแสดงความเป็นตัวเองมากเกินไป และอย่าตัดสินคนจากภายนอกหรือข้อมูลผิวเผินที่ได้จากเฟซบุ๊ก คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

2. ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน สรุปผลการทดสอบได้ดังนี้

- 1.1 เพศที่ต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน
- 1.2 คณะที่ต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน
- 1.3 ชั้นปีที่ต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน
- 1.4 เกรดเฉลี่ยที่ต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน
- 1.5 รายได้ของครอบครัวที่ต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน สรุปผลการทดสอบได้ดังนี้

- 2.1 เพศที่ต่างกันมีความคาดหวังต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน
- 2.2 คณะที่ต่างกันมีความคาดหวังต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน
- 2.3 ชั้นปีที่ต่างกันมีความคาดหวังต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน
- 2.4 เกรดเฉลี่ยที่ต่างกันมีความคาดหวังต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน
- 2.5 รายได้ของครอบครัวที่ต่างกันมีความคาดหวังต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน สรุปผลการทดสอบได้ดังนี้

- 3.1 เพศที่ต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน
- 3.2 คณะที่ต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน
- 3.3 ชั้นปีที่ต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน
- 3.4 เกรดเฉลี่ยที่ต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน
- 3.5 รายได้ของครอบครัวที่ต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน สรุปผลการทดสอบได้ดังนี้

- 4.1 เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน
- 4.2 คณะที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน
- 4.3 ชั้นปีที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน
- 4.4 เกรดเฉลี่ยที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน
- 4.5 รายได้ของครอบครัวที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) สรุปผลการทดสอบได้ดังนี้

- 5.1 ความคาดหวังที่มีต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook)
- 5.2 การใช้ประโยชน์ของเฟซบุ๊ก (Facebook) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook)
- 5.3 ความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook)

2. อภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

ผลการพิสูจน์สมมติฐานพบว่าไม่ได้รับการยืนยัน กล่าวคือนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันซึ่งได้แก่ เพศ คณะที่กำลังศึกษาอยู่ ชั้นปี เกรดเฉลี่ยสะสม และรายได้ของครอบครัว มีพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ตามแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ที่เป็นหลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อว่า มนุษย์ดำเนินชีวิตตามแบบฉบับที่สังคมได้วางเป็นแม่บทไว้ให้ พฤติกรรมของคนที่มีอายุในวัยเดียวกันจะเป็นเช่นเดียวกัน เนื่องจากสภาพสังคมได้วางแบบอย่างไว้ให้แล้วสำหรับคนรุ่นนั้น ๆ และยังอธิบายได้ตามแนวคิดของปรมะ สะตะเวทิน (2539) ที่ได้ทำการวิเคราะห์มวลชนผู้รับสารตามลักษณะทางประชากร โดยมีสมมติฐานว่า มวลชนผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มลักษณะทางประชากรเดียวกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาคล้ายคลึงกัน

และคนที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาแตกต่างกัน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้เป็นผู้ที่อยู่ในวัยเดียวกันมีลักษณะทางประชากรที่มีความใกล้เคียงกันมาก ทั้งวัย อายุ ระดับการศึกษา รวมทั้งในมหาวิทยาลัยเดียวกันที่มีสภาพแวดล้อมไม่แตกต่างกัน ย่อมทำให้มีความรู้สึกนึกคิดไม่แตกต่างกันมากนัก ประกอบกับ เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Sites : SNS) เป็นซอฟต์แวร์ที่ใช้งานบนอินเทอร์เน็ตเพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ของคนยุคนี้ที่ให้เวลากับการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากขึ้นจนเกิดเป็นสังคมออนไลน์ สำหรับเป็นแหล่งเผยแพร่ข้อมูลส่วนตัว บทความ รูปภาพ ผลงาน พบปะ แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ หรือความสนใจร่วมกัน และกิจกรรมอื่น ๆ รวมไปถึงเป็นแหล่งข้อมูลจำนวนมากที่ผู้ใช้สามารถช่วยกันสร้างเนื้อหาขึ้นได้ตามความสนใจของแต่ละบุคคล ซึ่งเฟซบุ๊ก(Facebook) นั้น คิดค้นโดยมาร์ค ซัคเคอร์เบิร์ก (Mark Zuckerberg) ได้เปิดตัวเว็บไซต์เฟซบุ๊ก facebook ซึ่งเป็นเว็บประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ (social network) เมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2548 ที่ตอนนั้น ไอเดียเริ่มแรกในการตั้งชื่อ Facebook นั้นมาจากโรงเรียนเก่าในระดับมัธยมปลายของมาร์ค และได้เปิดให้เข้าใช้เฉพาะนักศึกษาของมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ดเท่านั้น จากนั้นเว็บนี้ก็ดังขึ้นอย่างรวดเร็ว เพราะแค่เพียงเปิดตัวได้สองสัปดาห์ นักศึกษาที่เรียนอยู่ที่มหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ดจำนวนมาก ก็สมัครเป็นสมาชิก Facebook เพื่อเข้าใช้งานกันอย่างล้นหลาม และจากนั้นมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในเขตบอสตันก็เริ่มมีความต้องการ และอยากขอเข้าใช้งาน Facebook ด้วยเช่นกัน และเพียงระยะเวลา 4 เดือนหลังจากนั้น Facebook จึงได้เพิ่มรายชื่อและสมาชิกของมหาวิทยาลัยกว่า 30 แห่ง ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยดังนั้น พฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊กจึงไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของศุภานฎ บัวบางพลู (2546) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ พบว่า พนักงานที่มีเพศและกลุ่ม/สายงานที่สังกัดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ไม่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับการศึกษาของนิชดา เตรียมชัยศรี (2542) เรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ในการสื่อสาร ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่สื่อสารผ่านระบบเครือข่าย ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันในตำแหน่งงาน อายุงาน มีการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

ผลการพิสูจน์สมมติฐานพบว่า ไม่ได้รับการยืนยัน กล่าวคือนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันซึ่งได้แก่ เพศ คณะที่กำลังศึกษาอยู่ ชั้นปี เกรดเฉลี่ยสะสม และรายได้ของครอบครัว มีความคาดหวังในเฟซบุ๊ก

(Facebook) ไม่แตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ตามแนวคิดของทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory) เป็นทฤษฎีที่มุ่งความสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจ (Motivation) ของบุคคลในการใช้สื่อ ซึ่งแรงจูงใจในการเลือกใช้สื่อ นั้นเกิดมาจากการคาดการณ์เอาไว้ล่วงหน้าก่อนแล้วว่า สื่อแต่ละประเภทจะให้รางวัลหรือผลทางบวกแก่ผู้รับสารในลักษณะใดบ้าง นอกจากนี้จากแนวคิดด้านพฤติกรรมกรรมการสื่อสารชี้ให้เห็นความสำคัญของพฤติกรรมกรรมการสื่อสารในแง่ที่ว่า พฤติกรรมกรรมการสื่อสารเป็นกลไกหลักในการดำเนินชีวิตของบุคคล จะเห็นได้ว่ามนุษย์ได้พยายามพัฒนาพฤติกรรมกรรมการสื่อสารมาตลอดตั้งแต่สมัยยุคดึกดำบรรพ์ ที่ยังไม่มีภาษาพูด และภาษาเขียน มนุษย์ก็เริ่มพฤติกรรมกรรมการสื่อสารด้วยสัญญาณ และสัญลักษณ์ จากนั้นได้พัฒนาขึ้นมาเป็นรูปแบบที่ยอมรับร่วมกันในกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่ ต่อมาเมื่อมีการพัฒนาเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ พฤติกรรมกรรมการสื่อสารของมนุษย์ก็ได้รับการพัฒนาตามไปด้วย เนื่องจากเทคโนโลยีเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนากระบวนการสื่อสาร และเป็นตัวกำหนดวิถีทางหรือพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของมนุษย์นั่นเอง ซึ่งเฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นการใช้สื่อสารบนอินเทอร์เน็ตที่กำลังได้รับความนิยม เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ของคนยุคนี้ที่ให้เวลากับการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากขึ้นจนเกิดเป็นสังคมออนไลน์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นนักศึกษาเป็นกลุ่มที่มีวัยใกล้เคียงกัน และยังเป็นนักศึกษาที่อยู่ในมหาวิทยาลัยเดียวกันอีกด้วย รวมทั้งต่างมีเป้าหมายด้านการศึกษาคือการสำเร็จการศึกษาจึงทำให้มีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของเรวดี คงสุภาพกุล (2539) เรื่อง “การใช้อินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร” พบว่า การเรียนรู้การใช้บริการเพื่อติดต่อค้นคว้างานวิจัย ข้อมูลวิชาการ คุยกับเพื่อน และการมีคอมพิวเตอร์ส่วนตัวจะทำให้มีการใช้อินเทอร์เน็ตบ่อยมากขึ้น เพราะสามารถค้นหาเพิ่มเติมที่ห้องเรียนและการค้นคว้าข้อมูลที่บ้าน นอกจากนี้ ความถี่ในการใช้นั้นเกิดจากการแลกเปลี่ยนความรู้กับเพื่อนต่างสถาบัน กับเพื่อนต่างประเทศ การค้นคว้าเพื่อศึกษาต่อ พิมพ์จดหมายข่าว งานมัลติมีเดีย และการชักชวนเพื่อนให้ใช้ตาม

สมมติฐานที่ 3 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากจากเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกัน

ผลการพิสูจน์สมมติฐานพบว่าได้รับการยืนยันเพียงบางส่วน กล่าวคือนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีรายได้ของครอบครัวที่แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกันในขณะเดียวกันไม่พบความแตกต่างของเพศ คณะที่ศึกษา ชั้นปี และเกรดเฉลี่ยสะสมแตกต่างกัน ซึ่งจากข้อค้นพบนี้สามารถอธิบายได้ตามแนวคิดของปรมะ สะตะเวทิน (2539) ที่กล่าวว่าสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-economic Status) หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว คนที่มีพื้นฐานทางครอบครัวต่างกันย่อมมีค่านิยม ความคิด ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ทฤษฎีทางสังคมวิทยาได้ยอมรับอิทธิพลของครอบครัวที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลและถือครอบครัวเป็นสังคมแรก ๆ ของบุคคล คนที่มีอาชีพต่างกัน ย่อมมองโลก มีแนวความคิด มี

อุดมการณ์ มีค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไปไปด้วย ดังนั้นนักศึกษาที่มีรายได้ของครอบครัวที่แตกต่างกัน จึงมีการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก(Facebook) แตกต่างกันไป และในปัจจุบันสภาพสังคมมีการเปลี่ยนแปลงไปดังนั้นนักศึกษาที่มีรายได้จากผู้ปกครองที่แตกต่างกันจึงมีโอกาสเข้าถึงอุปกรณ์ที่เป็นเทคโนโลยีซึ่งนำไปสู่การใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกันไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุปกรณ์ดังกล่าวซึ่งในปัจจุบันนี้มีราคาค่อนข้างแพง ดังนั้นนักศึกษาที่ทางครอบครัวที่มีรายได้มากกว่าย่อมมีโอกาสเข้าถึงได้มากกว่า สอดคล้องกับการศึกษาของน้ำทิพย์ สำภาประเสริฐ (2543) ได้ศึกษาการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้ในระยะเวลาเริ่มต้นในเขตกรุงเทพมหานครกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสื่อสาร พบว่าระดับรายได้ อาชีพและการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

ในขณะที่เดียวกันจากข้อค้นพบที่ว่านักศึกษาที่มีเพศ คณะที่ศึกษา ชั้นปี และเกรดเฉลี่ย สละสมแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของนิชดา เตรียมชัยศรี (2542) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ในการสื่อสาร ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ลักษณะทางประชากรแตกต่างของผู้ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร ที่ได้รับผ่านระบบเครือข่าย Intranet นอกจากนี้แล้ว แคทซ์ (Katz) บลูมเมอร์ (Blumler) และเกอร์วิทซ์ (Gurvitch) (1998) ได้อธิบายถึงกระบวนการรับสารในการสื่อสารมวลชนและใช้สื่อมวลชนโดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเลือกบริโภคสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง บุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจและมีความต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่าง ๆ กัน เช่นเดียวกับการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีนิยมเข้าสู่สังคมออนไลน์ เพราะมีความต้องการหรือมีแรงจูงใจ และต้องการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก (Facebook) ถึงแม้ว่าเฟซบุ๊ก (Facebook) จะไม่ใช่สื่อมวลชนแต่ก็จัดเป็นสื่อประเภทหนึ่งที่มีผู้คนเป็นจำนวนมากนิยมใช้ในการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ เช่นสนทนา แลกเปลี่ยนข้อมูล แสดงความคิดเห็นบนกระดานข้อความ ฯลฯ

สมมติฐานที่ 4 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) แตกต่างกันไป

ผลการพิสูจน์สมมติฐานพบว่า ไม่ได้รับการยืนยัน กล่าวคือนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันซึ่งได้แก่ เพศ คณะที่กำลังศึกษาอยู่ ชั้นปี เกรดเฉลี่ยสะสม และรายได้ของครอบครัว มีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ตามแนวคิดของทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory) เป็นทฤษฎีที่พยายามอธิบายว่าพฤติกรรมทั้งหลายของคนเราเกิดขึ้นจากการคาดคะเนล่วงหน้าถึงผลที่จะได้รับจากการกระทำ โดยแสดงพฤติกรรมเพื่อให้บรรลุผลที่น่า

พึงพอใจสำหรับตนเอง นอกจากนี้แล้วลอเรนซ์ เอ เวนเนอร์ (Lawrence A. Wenner , 1985) ได้รวบรวมผลงานวิจัยที่มีผู้ทำไว้มากมายที่แสดงถึงความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสารหรือการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งแบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม คือ Orientational Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล เพื่อการอ้างอิง และเพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมาได้แก่ การติดตามข่าวสาร การได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ Social Gratifications เป็นการใช้อخبارเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคมซึ่งรับรู้จากข่าวสารเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นใช้เป็นข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ เป็นต้น Para-social Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ และ Para-orientational Gratifications หมายถึงกระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลินสนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่นซึ่งเฟซบุ๊ก (Facebook) นอกจากเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารแล้วยังเป็นแหล่งในการได้ข้อมูลต่างที่สามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจ โดยพื้นฐานแล้วมนุษย์เป็นคนเห็นแก่ตัวในฐานะที่เป็นผู้รับสารจึงต้องการแสวงหา และใช้อخبارบางอย่างให้เป็นประโยชน์ต่อตัวเองเพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารมาเสริมความเด่นของตนเอง และเพื่อให้ข่าวสารช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย ความปลอดภัย รวมทั้งให้ได้ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสนุกสนานบันเทิง ข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะเป็นประโยชน์ในทางปฏิบัติ ทางการจรรโลงจิตใจ (Merrill and Lowenstein, 1996)

สมมติฐานที่ 5 ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook)

ผลการพิสูจน์สมมติฐานพบว่า ได้รับการยืนยัน กล่าวคือ กล่าวคือ ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊ก (Facebook) มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับมากกับพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook)

จากผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอธิบายได้ว่า ผู้รับสารจะใช้สื่ออะไรก็ตามในการเปิดรับข่าวสาร ผู้รับสารจะมีการเลือกสรรโดยให้มีเนื้อหาสอดคล้องกับความเชื่อทัศนคติและความสนใจของตน จากนั้นจึงมีการเลือกรับรู้หรือตีความ ตามความเข้าใจของตนเองหรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ตามความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง ตามแรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ และสุดท้าย คือ กระบวนการเลือกจดจำ เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะสารที่มีเนื้อหาส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการและทัศนคติของตนเอง (พีระ จิระโสภณ , 2538) ดังนั้น เมื่อมีการเปิดรับข่าวสารนักศึกษาจึงมีความต้องการ ข่าวสาร ลอเรนซ์ เอ เวนเนอร์ (Lawrence A. Wenner , 1985) ได้อธิบายถึงความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสาร ซึ่ง

สามารถนำไปใช้ประโยชน์ทางด้านต่าง ๆ คือ *Orientalional Gratifications* หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล *Social Gratifications* หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ซึ่งรับรู้ข่าวสาร *Para – social Gratifications* หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล และ *Para – orientaltional Gratifications* หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตนเอง

และนอกจากนี้สามารถอธิบายผลการวิจัยตามแนวคิดของเรเบิร์น และปาล์มกรีน (Rayburn and Palmgreen , 1984) ความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาเกิดจากการผสมผสานกันระหว่างความเชื่อกับการประเมินค่า แล้วจึงนำไปสู่การเปิดรับสื่อเพื่อจะใช้ประโยชน์จากสารที่ได้รับทำให้เกิดความ พึงพอใจที่บุคคลได้รับ ซึ่งถ้าข่าวสารที่ได้รับจากสื่อเป็นไปตามความคาดหวังและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ตามที่ต้องการ บุคคลจะมีความพึงพอใจ ซึ่งคาร์ล อีริก โรเซนเกรน (Karl Erik Rosengren, 1974) กล่าวว่า ประโยชน์ (User) กับความพึงพอใจ (Gratifications) มีความสัมพันธ์กันในแง่ที่ว่าประโยชน์สามารถนำไปสู่ความพึงพอใจและในขณะเดียวกันความพึงพอใจก็อาจได้รับจากประโยชน์ นอกจากนี้ แคทซ์ (Katz) บลูมเลอร์ (Blumler) และ เกอร์วิทซ์ (Gurvitch) (อ้างใน พีระ จิระโสภณ , 2538) ได้ทำการศึกษาการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจของผู้รับสาร ได้อธิบายถึงกระบวนการรับสารในการสื่อสารและการใช้สื่อของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล แสดงให้เห็นว่าการเลือกเปิดรับสารขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสาร ซึ่งก่อให้เกิดความต้องการและเกิดมีความคาดหวังจากสื่อหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่การเปิดรับสื่อในรูปแบบต่าง ๆ โดยผลที่ได้รับก็คือ การได้รับความพึงพอใจและอาจมีผลอื่นๆ ที่ไม่ได้คาดหวังเกิดขึ้นตามมาด้วย ซึ่งจากการที่นักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) อยู่ในระดับมาก นั้นย่อมคาดหวัง ที่จะใช้ประโยชน์จากการติดต่อสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มบุคคลต่างๆ เช่น เพื่อน บุคคลที่รู้จัก หรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่างๆ แล้วนำข่าวสารที่ได้รับจากการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) ไปใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ เช่น ความบันเทิงและสนุกสนานที่หลากหลาย การสนทนากับเพื่อนและคนอื่น ๆ การหาข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยทั้งเรื่องของเพื่อน คนรู้จักและเรื่องทั่วไป การสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนและสังคม การใช้เวลาว่าง การแสดงออกด้านความคิดเห็นของตนเอง การนำข้อมูลข่าวสารไปช่วยในการตัดสินใจ โพสต์รูปและเรื่องราวของตนเอง จากข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับนิชดา เติริยมชัยศรี(2542) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ในการสื่อสาร ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด พบว่าการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ จากข่าวสารที่ได้รับผ่านระบบเครือข่าย intranet ส่วน จริมาทองสวัสดิ์(2545) ศึกษาความต้องการข่าวสาร การเปิดรับ และการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านสุขภาพจากเว็บไซต์สุขภาพของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับ

ข่าวสารด้านสุขภาพมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านสุขภาพจากเว็บไซต์สุขภาพของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร และ ความพึงพอใจข่าวสารด้านสุขภาพที่ได้รับจากเว็บไซต์มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านสุขภาพจากเว็บไซต์สุขภาพของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร และศุภนาฏ บัวบางพลู(2546) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ พบว่าพฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ซึ่งปัจจุบันจะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ ตามแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารได้กล่าววาทบาทของเครือข่ายคอมพิวเตอร์ในระดับกลุ่ม เครือข่ายคอมพิวเตอร์มีความสามารถในการเชื่อมโยงกลุ่มบุคคลต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เช่น เว็บไซต์ต่าง ๆ เพื่อเป็นตัวแทนเสมือนกลุ่มทางสังคมขึ้นมา หรือที่ในปัจจุบันเรียกว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อเป็นเวทีให้มีการแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ หรือแม้แต่มีกิจกรรมร่วมกัน การจัดตั้งกลุ่มหรือชมรมขึ้นทางเครือข่ายคอมพิวเตอร์นี้เป็นการจัดตั้งที่ไม่ต้องมีขั้นตอนยุ่งยากเหมือนการจัดตั้งในสังคมจริง อีกทั้งการรวบรวมสมาชิกทำได้ง่ายกว่า เนื่องจากสมาชิกที่อยู่ห่างไกลกันก็สามารถเชื่อมโยงถึงกันได้

3. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากผลการวิจัยพบว่าความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่มีต่อเฟซบุ๊ก(Facebook) ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ดังนั้นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มวัยรุ่น เฟซบุ๊ก (Facebook) จึงเป็นอีกช่องทางที่ควรใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มดังกล่าว เพราะข้อค้นพบในการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้ เฟซบุ๊ก (Facebook)ทุกวัน

2. จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คาดหวังข้อมูลจากการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) อยู่ในระดับมาก ดังนั้นในการสร้างสรรค์ข้อความหรือกำหนดข้อมูลที่จะใช้ในการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) กับกลุ่มวัยรุ่นผ่านช่องทางดังกล่าวจะทำให้การสื่อสารเกิดประสิทธิผล

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครเท่านั้น จึงควรมีการศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (Facebook) ในกลุ่มผู้บริหาร อาจารย์ เจ้าหน้าที่ ของมหาวิทยาลัยด้วยด้วย เพื่อจะได้ทราบถึงความต้องการของ

บุคลากรทุกประเภทของมหาวิทยาลัย รวมทั้งการมุ่งศึกษาในกลุ่มวัยรุ่นอื่นๆ ที่สามารถเป็นตัวแทนในการอธิบายข้อค้นพบในการวิจัยได้อย่างน่าเชื่อถือ

2. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะตัวแปรด้านความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) โดยไม่ได้ศึกษาถึงปัจจัยอื่น ซึ่งอาจมีความสัมพันธ์หรือส่งผลกระทบต่อสื่อสาร

3. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการนำวิธีวิจัยแบบอื่นมาใช้ประกอบผลการวิจัย เช่น การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อขยายผลการวิจัยและนำข้อมูลมาใช้ประกอบการอภิปรายผล