

พฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊กของนักศึกษา  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
Communication Behavior in Facebook of Students  
at Rajamangala University of Technology Phra NaKhon

วิมลพรรณ อาภาเวท<sup>1</sup> สาวิตรี ชีวะสารณ<sup>2</sup> ชาญ เดชอัครวงษ์<sup>3</sup>

<sup>1</sup>รองศาสตราจารย์ สาขาวิชาการสื่อสารการตลาด คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กรุงเทพฯ 10300

<sup>2,3</sup>อาจารย์ สาขาวิชาเทคโนโลยีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กรุงเทพฯ 10300

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊ก ตลอดจนศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊กกับพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร 9 คณะ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการวิจัยสรุปว่าความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับมากกับพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก นอกจากนี้ยังพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ส่วนใหญ่มีการใช้เฟซบุ๊กทุกวัน และมีความคาดหวังการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับมากและปานกลาง ส่วนความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

### Abstract

This research aims to study about Facebook usage behavior, expectation, utilization and satisfactions, as well as relationship between expectation, utilization and satisfactions of Facebook users and communication behavior found among students in 9 Faculties at Rajamangala University of Technology Phra Nakhon who are Facebook users. The research surveyed data from a sample group of 400 students. Results of the study indicated that expectation, utilization, and satisfaction of Facebook users had high positive relationship with communication behavior in Facebook. Moreover, the outcome also showed that the majority of students at Rajamangala University of Technology Phra Nakhon use Facebook on a daily basis. Their expectation and utilization levels were in high and moderate levels, respectively, while satisfaction level was high.

**คำสำคัญ** : พฤติกรรมการสื่อสาร เฟซบุ๊ก

**Keywords** : Communication Behavior, Facebook

## 1. บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันอินเทอร์เน็ต (Internet) นับว่ามีบทบาทและมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของประชาชนมากขึ้น จนกลายเป็นการสื่อสารสมัยใหม่ที่เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันโดยมีส่วนช่วยทั้งในเรื่องการศึกษา การทำงาน การติดต่อสื่อสาร ความบันเทิง และการพักผ่อนหย่อนใจ โดยอินเทอร์เน็ต นั้นหมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ทั่วโลกเข้าด้วยกัน โดยอาศัยเครือข่ายโทรคมนาคมเป็นตัวเชื่อมเพื่อให้คอมพิวเตอร์ทุกเครื่องในอินเทอร์เน็ตสามารถสื่อสารระหว่างกันได้ นับว่าเป็นเครือข่ายที่กว้างขวางที่สุดในปัจจุบัน

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) ได้กลายเป็นปรากฏการณ์ของการเชื่อมต่อการสื่อสารระหว่างบุคคลในโลกของอินเทอร์เน็ต โดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างชุมชนออนไลน์ซึ่งทำให้ผู้คนสามารถที่จะแลกเปลี่ยน แบ่งปันข้อมูล ตามประโยชน์กิจกรรมหรือความสนใจเฉพาะเรื่องซึ่งกันและกัน

โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก (Facebook) เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบันนั้นถือกำเนิดเมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2004 โดยมาร์ค ซัคเคอร์เบิร์ก (Mark Zuckerberg) ได้เปิดตัวเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นเว็บประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งในตอนแรกเปิดให้เข้าใช้เฉพาะนักศึกษาของมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ดเท่านั้น และเว็บนี้ก็ได้รับความนิยมขึ้นอย่างรวดเร็ว เพราะแค่เพียงเปิดตัวได้สองสัปดาห์ นักศึกษาที่เรียนอยู่ที่มหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ดก็สนใจสมัครเป็นสมาชิกเพื่อ

เข้าใช้งานเป็นจำนวนมาก กระทั่งเปิดให้บริการกับบุคคลทั่วไปในปี 2006 และในปี 2010 เฟซบุ๊กมีผู้ใช้งานไม่ต่ำกว่า 400 ล้านคนต่อเดือน และกลายเป็นเว็บไซต์ Social Networking ที่ใหญ่ที่สุดในโลกที่มีผู้ใช้เป็นประจำเดือนละไม่ต่ำกว่า 150 ล้านคน (พรพรรณ มังกรพิศม, 2553)

สำหรับในประเทศไทยการพัฒนาเทคโนโลยีการรับส่งข้อมูลความเร็วสูงในปัจจุบันเป็นปัจจัยหนึ่งที่ผลักดันให้ความต้องการการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การขยายตัวของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยเพิ่มขึ้นในอัตราส่วนที่สูงขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2551 มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตถึง 16.1 ล้านคน และสำหรับทางด้านพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของประเทศไทยและประเทศในแถบเอเชีย พบว่า ยังคงนิยมการใช้เว็บไซต์ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องเพราะเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่ได้เป็นเพียงแค่เครื่องมือสื่อสารที่สร้างความบันเทิงให้กับบุคคลทั่วไป แต่กลายเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่กำลังได้รับความนิยมอยู่ในขณะนี้ อาจกล่าวได้ว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์มีกระแสนิยมอย่างกว้างขวาง และในช่วงหนึ่งปีที่ผ่านมาเครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่ได้จำกัดวงอยู่แต่เฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นเท่านั้น เพราะนักธุรกิจและมีอาชีพแขนงต่าง ๆ หรือแม้กระทั่งนักการเมืองได้หันไปใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากขึ้น ทำให้เครือข่ายสังคมออนไลน์กลายมาเป็นสื่อที่มีอิทธิพลอย่างมาก เช่น ทวิตเตอร์ (Twitter) และเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบันโดยมีอัตราจำนวนผู้ใช้งานเติบโตอย่างรวดเร็ว จากการสำรวจของเฟซบุ๊ก ที่ [www.allfacebook.com](http://www.allfacebook.com) พบว่า ผู้ใช้งาน (Active Users) ที่มีจำนวนสูงสุด

คือ กลุ่มอายุ 18-25 ปี ทั้งเพศชายและเพศหญิง ขณะที่กลุ่มที่ใช้งานเป็นอันดับ 2 คือ กลุ่มอายุ 26-34 ปี ทั้งเพศชายและเพศหญิงที่สำคัญกลุ่มนี้มักเป็นกลุ่มที่ยอมรับนวัตกรรมเร็ว (Early Adopter) เป็นชนชั้นปัญญาชน และเป็นผู้ก่อตั้งกระแสต่าง ๆ (Trend Setter) ในสังคม ขณะที่กลุ่มอายุ 13-17 ปี ที่ถูกจัดเป็นกลุ่มที่เชี่ยวชาญด้านดิจิทัล (Digital Natives) นั้นก็ให้ความสนใจกับเพชบุ๊กเช่นเดียวกัน (ภัทรา เรื่องสวัสดิ์, 2553)

การสื่อสารในเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้มีบทบาทอย่างมากในปัจจุบัน โดยเฉพาะกับกลุ่มนักศึกษาซึ่งเป็นวัยรุ่นที่นิยมเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ๆ อยู่เสมอ โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ซึ่งเป็นที่นิยมของกลุ่มวัยรุ่น ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากเว็บไซต์เหล่านี้เป็นพื้นที่ทางสังคมที่ไม่มีระยะทาง ไม่มีเวลา และมีขอบเขตกว้างไม่มีที่สิ้นสุดและอนุญาตให้สมาชิกในสังคมสามารถเปิดเผยอัตลักษณ์ของตนเองเพียงบางส่วน หรือสร้างอัตลักษณ์ใหม่ขึ้นมาที่ไม่เหมือนกับโลกแห่งความเป็นจริง ซึ่งเหมาะสมกับสังคมของคนรุ่นใหม่ที่เป็นสังคมที่เร่งรีบเป็นปัจเจกบุคคลมากขึ้นที่ไม่ต้องการให้ผู้อื่นรู้จักตัวตนทั้งหมดของตนเอง ซึ่งหากมองในแง่ของความเป็นสื่อสมัยใหม่นั้น เพชบุ๊ก เปรียบเสมือนการย่อโลกให้เล็กลง การสื่อสารมีความทันสมัย รวดเร็ว และมีความก้าวล้ำทางเทคโนโลยีมากขึ้น แต่ในทางกลับกันการให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้ก็สร้างผลกระทบให้แก่ผู้ใช้ได้เช่นกันและเป็นข้อถกเถียงทางสังคมถึงผลกระทบในปัญหาต่าง ๆ มากมาย เช่น ปัญหาเรื่องสิทธิส่วนบุคคล การละเมิด การทะเลาะวิวาท การใช้คำพูดและการนำรูปที่ไม่เหมาะสมลงในเว็บไซต์ รวมถึงการใส่ข้อมูลในเชิงไม่สร้างสรรค์ ปัญหาเรื่องศาสนา เรื่องเพศ หรือแม้กระทั่งการหลอกลวงต่าง ๆ

เป็นต้น ดังนั้น เนื่องจากกลุ่มนักศึกษาเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่นิยมเปิดรับเทคโนโลยีทางการสื่อสารใหม่ๆ รวมถึงการสื่อสารแบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ในรูปแบบของเพชบุ๊ก ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารเพชบุ๊กของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ว่าเป็นอย่างใด รวมถึงศึกษาความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่นักศึกษามีต่อเพชบุ๊ก ทั้งนี้ เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้มาทำความเข้าใจพฤติกรรมการสื่อสารในเครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในยุคปัจจุบัน รวมถึงสามารถนำข้อมูลไปปรับปรุงวางแผนส่งเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน และความเข้มแข็งให้กับนักศึกษาซึ่งเป็นเยาวชนที่สำคัญของประเทศชาติให้เป็นผู้ที่สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างปลอดภัย มั่นคง รวมถึงสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและการสื่อสารเพื่อพัฒนาตนเองให้เป็นบุคลากรที่มีคุณภาพต่อไปในอนาคต

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 ศึกษาพฤติกรรมการใช้เพชบุ๊ก ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจที่มีต่อเพชบุ๊ก ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 คณะ

1.2.2 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเพชบุ๊ก กับพฤติกรรมการสื่อสารในเพชบุ๊กของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

## 1.3 สมมติฐานการวิจัย

1.3.1 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารในเพชบุ๊กแตกต่างกัน

1.3.2 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อเฟซบุ๊กแตกต่างกัน

1.3.3 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากเฟซบุ๊กแตกต่างกัน

1.3.4 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีความพึงพอใจจากเฟซบุ๊กแตกต่างกัน

1.3.5 ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก

## 2. วิธีการศึกษา

### 2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ทั้ง 9 คณะ ได้แก่ คณะบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์ คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ คณะวิศวกรรมศาสตร์ และคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 10,489 คน

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัย ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จำนวน 400 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีเปิดตารางสำเร็จรูปของ Yamane (วิเชียร เกตุสิงห์, 2537) กำหนดการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ประกอบด้วย 1) สุ่ม

แบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) 2) สุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) และ 3) สุ่มแบบง่าย (Simple Sampling) ด้วยวิธีการจับฉลาก

### 2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

คณะผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษา ซึ่งมีลักษณะคำถามแบบปลายเปิด (Open-Ended Questions) และคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended Questions) โดยใช้แบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale Questions) ประกอบด้วย 6 ส่วน ได้แก่ 1) คำถามทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ 2) คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก 3) คำถามเกี่ยวกับความคาดหวังจากเฟซบุ๊ก 4) คำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก 5) คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊ก และ 6) คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก

### 2.3 การทดสอบเครื่องมือ

การตรวจสอบหาความตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสำรวจ ดังนี้

2.3.1 ก่อนการรวบรวมข้อมูล มีการทดสอบความถูกต้องของเครื่องมือ (Validity) โดยที่ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคนิค การสร้างเครื่องมือและผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเพื่อตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity)

2.3.2 จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจมาทดลองใช้ (Pre-Test) กับประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 ชุด



เพื่อปรับปรุงแบบสอบถามในเรื่องการใช้ภาษาและความเข้าใจภายในทุกประเด็น จึงนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดจริงและมีการทดสอบเพื่อหาค่าความเที่ยง (Reliability) โดยโปรแกรมสำเร็จรูปด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือ (Reliability Coefficient Alpha) โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาช (Cronbach's Coefficient Alpha) (วิเชียร เกตุสิงห์, 2537) ผลความเชื่อมั่นที่ได้จากการทดสอบ ค่าที่ได้คือ 1) ความคาดหวังจากเฟซบุ๊ก = 0.863 2) การใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก = 0.866 3) ความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊ก = 0.902 และ 4) พฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก = 0.909 ซึ่งผลค่าความเชื่อมั่นที่ได้จากการทดสอบมีค่ามากกว่า 0.80 ถือว่ามีความเชื่อมั่นในระดับดี

**2.4 การรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล**

เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) ให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ขั้นตอนและการสุ่มตัวอย่างการศึกษาครั้งนี้กำหนดการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 สุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่างจากสัดส่วนตามประชากรในแต่ละคณะ โดยประชากร ซึ่งได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีจำนวนทั้งสิ้น 10,489 คน แบ่งออกเป็น 9 คณะ ซึ่งได้แก่ คณะบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์ คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และ

การออกแบบ คณะวิศวกรรมศาสตร์ และคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

จากตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง เพื่อให้ได้สัดส่วนตามประชากรในแต่ละคณะจาก 9 คณะ ในปีการศึกษา 2553 ดังนี้

ประชากรทั้งหมด : คน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง : คน
คณะบริหารธุรกิจ 2,950	112
คณะศิลปศาสตร์ 532	20
คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอ 592	23
คณะสื่อสารมวลชน 789	30
คณะครุศาสตร์ 753	29
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ 1,305	50
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ 392	15
คณะวิศวกรรมศาสตร์ 2,772	106
คณะวิทยาศาสตร์ 404	15
<b>รวมตัวอย่างทั้งสิ้น 10,489</b>	<b>400</b>

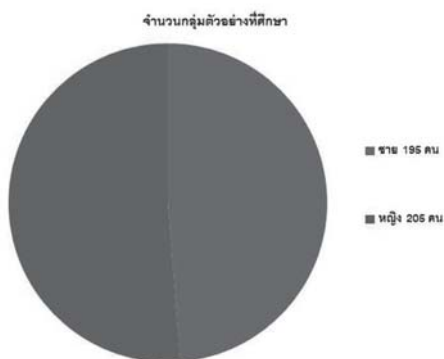
ขั้นตอนที่ 2 ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยจะทำการเก็บข้อมูลจากนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร คณะต่าง ๆ โดยจะเก็บตัวอย่างตามสัดส่วนของนักศึกษาที่ได้คำนวณไว้ จำนวน 400 ตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามไปกระจายตามคณะต่างๆ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จากนั้นให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง และผู้วิจัยตรวจดูความเรียบร้อยของแบบสอบถาม จากนั้นจึงนำไปลงรหัสและประมวลผลโดยนำข้อมูลที่ได้นำบันทึกในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอรายงานในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

### 3. ผลการศึกษาและอภิปรายผล

#### 3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

ข้อมูลด้านประชากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน แบ่งเป็นเพศชาย 195 คน เพศหญิง 205 คน ส่วนใหญ่มีอายุ 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



ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่าง 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 รองลงมาได้แก่ มหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 10.0 และใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (Desktop Computer) ในการใช้เฟซบุ๊กมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.0

รองลงมา ได้แก่ คอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก (Notebook Computer) คิดเป็นร้อยละ 41.5

สำหรับเครื่องมือ (Function) ของเฟซบุ๊กที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการติดต่อสื่อสาร สามารถแบ่งเป็นระดับการใช้ได้ 4 กลุ่ม คือ ใช้มากที่สุด ใช้มาก ใช้ปานกลาง และใช้น้อย ดังนี้

กลุ่มเครื่องมือของเฟซบุ๊กที่กลุ่มตัวอย่างมีระดับการใช้มากที่สุด ได้แก่ การติดต่อสื่อสารกับเพื่อน โดยมีการใช้ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.26 จากคะแนนเต็ม 5

กลุ่มเครื่องมือของเฟซบุ๊กที่กลุ่มตัวอย่างมีระดับการใช้มาก ได้แก่ การสนทนา (Chat) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.72 รองลงมา ได้แก่ การดูรูปของเพื่อนและคนรู้จัก (Photo) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.71 การเขียนความคิดเห็น (Comment) ในกระดาน ร้อยละ 22.8 คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.66 และหาเพื่อนและคนรู้จัก (Friends) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.44 จากคะแนนเต็ม 5

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

กลุ่มเครื่องมือของเฟซบุ๊กที่กลุ่มตัวอย่างมีระดับการใช้น้อย ได้แก่ การใช้เครื่องมือการบอกสถานที่ที่ตนเองอยู่เพื่ออัปเดตข้อมูล (Check in) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.51

### 3.2 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก แตกต่างกันได้ ดังนี้

เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก ไม่แตกต่างกัน

ขณะที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก ไม่แตกต่างกัน

ชั้นปีที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก ไม่แตกต่างกัน

เกรดเฉลี่ยที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก ไม่แตกต่างกัน

รายได้ของครอบครัวที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อเฟซบุ๊ก แตกต่างกันได้ ดังนี้

เพศที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อเฟซบุ๊ก ไม่แตกต่างกัน

ขณะที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อเฟซบุ๊ก ไม่แตกต่างกัน

ชั้นปีที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อเฟซบุ๊ก ไม่แตกต่างกัน

เกรดเฉลี่ยที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อเฟซบุ๊ก ไม่แตกต่างกัน

รายได้ของครอบครัวที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อเฟซบุ๊ก ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก แตกต่างกันได้ ดังนี้

เพศที่แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก ไม่แตกต่างกัน

ขณะที่แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก ไม่แตกต่างกัน

ชั้นปีที่แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก ไม่แตกต่างกัน

เกรดเฉลี่ยที่แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก (Facebook) ไม่แตกต่างกัน

รายได้ของครอบครัวที่แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก แตกต่างกันได้เพราะมีโอกาสในการเข้าถึงอุปกรณ์ที่เป็นเทคโนโลยีต่อการเข้าถึงเฟซบุ๊กแตกต่างกัน โดยเฉพาะอุปกรณ์ดังกล่าวมีราคาค่อนข้างแพง

สมมติฐานที่ 4 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก แตกต่างกันได้ ดังนี้

เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก ไม่แตกต่างกัน

ขณะที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก ไม่แตกต่างกัน

ชั้นปีที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก ไม่แตกต่างกัน

เกรดเฉลี่ยที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก ไม่แตกต่างกัน

รายได้ของครอบครัวที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก สรุปผลการทดสอบได้ ดังนี้

ความคาดหวังที่มีต่อเฟซบุ๊ก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก

การใช้ประโยชน์ของเฟซบุ๊ก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก

ความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊กมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก

### 3.3 อภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก แตกต่างกัน

ผลการพิสูจน์สมมติฐาน พบว่า ไม่ได้รับการยืนยัน กล่าวคือ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันซึ่งได้แก่ เพศ คณะที่กำลังศึกษาอยู่ชั้นปี เกรดเฉลี่ยสะสม และรายได้ของครอบครัว มีพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก ไม่แตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ตามแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ที่เป็นหลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อว่า มนุษย์ดำเนินชีวิตตามแบบฉบับที่สังคมได้วางเป็นแม่บทไว้ให้ พฤติกรรมของคนที่มีอายุในวัยเดียวกันจะเป็นเช่นเดียวกัน เนื่องจากสภาพสังคมได้วางแบบ

อย่างไว้ให้แล้วสำหรับคนรุ่นนั้น ๆ และยังอธิบายได้ตามแนวคิดของปรมะ สะตะเวทิน (2539) ที่ได้ทำการวิเคราะห์มวลชนผู้รับสารตามลักษณะทางประชากร โดยมีสมมติฐานว่ามวลชนผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มลักษณะทางประชากรเดียวกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาคล้ายคลึงกัน และคนที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาแตกต่างกัน ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาในครั้งนี้เป็นผู้ที่อยู่ในวัยเดียวกันมีลักษณะทางประชากรที่มีความใกล้เคียงกันมาก ทั้งวัย อายุ ระดับการศึกษา รวมทั้งในมหาวิทยาลัยเดียวกัน ที่มีสภาพแวดล้อมไม่แตกต่างกัน ย่อมทำให้มีความรู้สึกนึกคิดไม่แตกต่างกันมากนัก

สมมติฐานที่ 2 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีความคาดหวังต่อเฟซบุ๊กแตกต่างกัน

ผลการพิสูจน์สมมติฐาน พบว่า ไม่ได้รับการยืนยัน กล่าวคือ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันซึ่งได้แก่ เพศ คณะที่กำลังศึกษาอยู่ชั้นปี เกรดเฉลี่ยสะสม และรายได้ของครอบครัว มีความคาดหวังในเฟซบุ๊ก ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของเรวดี คงสุภาพกุล (2539) เรื่อง “การใช้อินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร” พบว่า การเรียนรู้การใช้บริการเพื่อติดต่อค้นคว้างานวิจัย ข้อมูลวิชาการ คุยกับเพื่อน และการมีคอมพิวเตอร์ส่วนตัวจะทำให้มีการใช้อินเทอร์เน็ตบ่อยมากขึ้น เพราะสามารถค้นคว้าเพิ่มเติมที่ห้องเรียนและการค้นคว้าข้อมูลที่บ้าน นอกจากนี้ ความถี่ในการใช้นั้นเกิดจากการแลกเปลี่ยนความรู้กับเพื่อนต่างสถาบัน กับเพื่อน



ต่างประเทศ การค้นคว้าเพื่อศึกษาต่อ พิมพ์จดหมาย ข่าว งานมัลติมีเดีย และการชักชวนเพื่อนให้ใช้ตาม

สมมติฐานที่ 3 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากจากเฟซบุ๊ก แตกต่างกัน

ผลการพิสูจน์สมมติฐาน พบว่าได้รับการยืนยันเพียงบางส่วน กล่าวคือ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่มีรายได้ของครอบครัวที่แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก แตกต่างกัน เพราะอุปสรรคในการเข้าถึงเฟซบุ๊กมีราคาค่อนข้างสูง ในขณะที่เดียวกันไม่พบความแตกต่างของ เพศ คณะที่ศึกษา ชั้นปี และเกรดเฉลี่ยสะสมแตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของน้ำทิพย์ ลำภาประเสริฐ (2543) ได้ศึกษาการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้ในระยะเวลาเริ่มต้นในเขตกรุงเทพมหานครกับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร พบว่า ระดับรายได้ อาชีพและการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

ในขณะที่เดียวกันจากข้อค้นพบที่ว่านักศึกษาที่มีเพศ คณะที่ศึกษา ชั้นปี และเกรดเฉลี่ยสะสมแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของนิชดา เจริญชัยศรี (2542) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ลักษณะทางประชากรแตกต่างของผู้ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร ที่ได้รับผ่านระบบเครือข่าย Intranet นอกจากนี้แล้ว แคทซ์ บลูมเมอร์ และเกอร์วิทซ์

(Katz Blumler and Gurvitch), 1998) ได้อธิบายถึงกระบวนการรับสารในการสื่อสารมวลชนและใช้สื่อมวลชนโดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเลือกบริโภคสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง บุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจและมีความต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน เพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่าง ๆ กัน เช่นเดียวกับการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กของนักศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ยอมรับเข้าสู่สังคมออนไลน์ เพราะมีความต้องการหรือมีแรงจูงใจ และต้องการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก ถึงแม้ว่าเฟซบุ๊กจะไม่ใช่อุปกรณ์แต่ก็จัดเป็นสื่อประเภทหนึ่งที่มีผู้คนเป็นจำนวนมากนิยมใช้ในการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ เช่น สนทนา แลกเปลี่ยนข้อมูล แสดงความคิดเห็นบนกระดานข้อความ ฯลฯ

สมมติฐานที่ 4 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กแตกต่างกัน

ผลการพิสูจน์สมมติฐาน พบว่า ไม่ได้รับการยืนยัน กล่าวคือ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ซึ่งได้แก่ เพศ คณะที่กำลังศึกษาอยู่ ชั้นปี เกรดเฉลี่ยสะสม และรายได้ของครอบครัว มีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก ไม่แตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ตามแนวคิดของทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory) เป็นทฤษฎีที่พยายามอธิบายว่าพฤติกรรมทั้งหลายของคนเราเกิดขึ้นจากการคาดคะเนล่วงหน้าถึงผลที่จะได้รับจากการกระทำ โดยแสดงพฤติกรรมเพื่อให้บรรลุผลที่น่าพึงพอใจสำหรับตนเอง

สมมติฐานที่ 5 ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊ก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก

ผลการพิสูจน์สมมติฐาน พบว่า ได้รับการยืนยัน กล่าวคือ ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊ก มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก ในระดับมากโดยดูจากค่าเฉลี่ยในแต่ละตัวแปรมีค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.81-4.01

จากผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอธิบายได้ว่า ผู้รับสารจะใช้สื่ออะไรก็ตามในการเปิดรับข่าวสาร ผู้รับสารจะมีการเลือกสรรโดยให้มีเนื้อหาสอดคล้องกับความเชื่อทัศนคติและความสนใจของตน จากนั้นจึงมีการเลือกรับรู้หรือตีความตามความเข้าใจของตนเองหรือตามทัศนคติประสบการณ์ตามความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง ตามแรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ และสุดท้าย คือ กระบวนการเลือกจดจำ เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะสารที่มีเนื้อหาส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการและทัศนคติของตนเอง (พีระ จิระโสภณ, 2538)

จากข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับนิชดา เตรียมชัยศรี (2542) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ในการสื่อสาร ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด พบว่า การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับผ่านระบบเครือข่าย Intranet ส่วน จริมาทองสวัสดิ์ (2545) ศึกษาความต้องการข่าวสารการเปิดรับ และการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้าน

สุขภาพจากเว็บไซต์สุขภาพของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารด้านสุขภาพมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านสุขภาพจากเว็บไซต์สุขภาพของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร และความพึงพอใจข่าวสารด้านสุขภาพที่ได้รับจากเว็บไซต์มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านสุขภาพจากเว็บไซต์สุขภาพของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร และศุภนาฏ บัวบางพลู (2546) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ พบว่า พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ซึ่งปัจจุบันจะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ตามแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารได้กล่าววาทบาทของเครือข่ายคอมพิวเตอร์ในระดับกลุ่มเครือข่ายคอมพิวเตอร์มีความสามารถในการเชื่อมโยงกลุ่มบุคคลต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เช่น เว็บไซต์ต่างๆ เพื่อเป็นตัวแทนเสมือนกลุ่มทางสังคมขึ้นมา หรือที่ในปัจจุบันเรียกว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อเป็นเวทีให้มีการแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ หรือแม้แต่มีกิจกรรมร่วมกัน การจัดตั้งกลุ่มหรือชมรมขึ้นทางเครือข่ายคอมพิวเตอร์นี้เป็นการจัดตั้งที่ไม่ต้องมีขั้นตอนยุ่งยากเหมือนการจัดตั้งในสังคมจริง อีกทั้งการรวบรวมสมาชิกทำได้ง่ายกว่า เนื่องจากสมาชิกที่อยู่ห่างไกลกันก็สามารถเชื่อมโยงถึงกันได้

### 3.4 การนำผลการศึกษาไปใช้

3.4.1 จากผลการวิจัย พบว่า ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่มีต่อเฟซบุ๊ก ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ดังนั้น การติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มวัยรุ่น เฟซบุ๊ก จึงเป็นอีกช่องทางที่ควรใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มดังกล่าว เพราะข้อค้นพบในการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้เฟซบุ๊กทุกวัน

3.4.2 จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คาดหวังข้อมูลจากการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก อยู่ในระดับมาก ดังนั้น ในการสร้างสรรค์ข้อความหรือกำหนดข้อมูลที่จะใช้ในการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก กับกลุ่มวัยรุ่นผ่านช่องทางดังกล่าวจะทำให้การสื่อสารเกิดประสิทธิผล

## 4. สรุป

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊ก ตลอดจนศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊ก กับพฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊กของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ข้อเสนอแนะการวิจัยสรุปได้ ดังนี้

1. จากผลการวิจัย พบว่า ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่มีต่อเฟซบุ๊กส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ดังนั้น การติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มวัยรุ่น เฟซบุ๊ก จึงเป็นอีกช่องทางที่ควรใช้ในการสื่อสารกับกลุ่ม

ดังกล่าว เพราะข้อค้นพบในการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้เฟซบุ๊กทุกวัน

2. จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คาดหวังข้อมูลจากการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก อยู่ในระดับมาก ดังนั้น ในการสร้างสรรค์ข้อความหรือกำหนดข้อมูลที่จะใช้ในการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก กับกลุ่มวัยรุ่นผ่านช่องทางดังกล่าวจะทำให้การสื่อสารเกิดประสิทธิผล

## 5. กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2554 คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลต่าง ๆ เป็นอย่างดี และขอขอบคุณนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครทุกคนที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม จึงทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

## 6.เอกสารอ้างอิง

- จริมา ทองสวัสดิ์. 2545. ความต้องการข่าวสาร การเปิดรับ และการใช้ประโยชน์ข่าวสาร ด้านสุขภาพจากเว็บไซต์สุขภาพของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิชดา เตรียมชัยศรี. 2542. การเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ในการสื่อสาร ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ปรมะ สตะเวทิน. 2539. **หลักและทฤษฎีการสื่อสาร**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พรรษพล มังกรพิศม์. 2553. **การใช้เฟซบุ๊กในประเทศไทย**. กรุงเทพมหานคร: นิตยสารไต่คุน.
- พีระ จิระโสภณ. 2538. **หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ภัทรา เรืองสวัสดิ์. 2553. **รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร**. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เรวดี คงสุภาพกุล. 2539. **การใช้ระบบอินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร**. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิเชียร เกตุสิงห์. 2537. **หลักการสร้างและวิเคราะห์เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**. ข่าวสารการวิจัยศึกษา.
- ศุภนาฏ บัวบางพลู. 2546. **ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Katz, E., Blumler, J., & Gurevitch, M. (1998). *Communication Theory*. New York, USA: McGraw-Hill.

