

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาศรีทธิผลการสื่อสารของสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช ในมุมมองสมาชิกแฟนเพจ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช ในมุมมองสมาชิกแฟนเพจและเพื่อศึกษาศรีทธิผลการสื่อสารของสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช ในมุมมองสมาชิกแฟนเพจ ผลการวิจัยครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล อภิปรายผล ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไปดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษานี้มีประเด็นสำคัญ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 โดยการศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 ประกอบอาชีพส่วนตัวมากที่สุด จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27 ส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001-25,000 บาท จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 และมีสถานภาพโสด จำนวน 247 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 61.8

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ TAT Nakhon SiThammarat

ด้านความถี่ในการเปิดรับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจจำนวน 2-3 วันต่อสัปดาห์ เป็นจำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46

ด้านระยะเวลาในการเปิดรับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ใช้ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจมากที่สุดคือ 1-10 นาทีต่อครั้ง จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5

ด้านช่วงเวลาในการเปิดรับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจอยู่ในระดับปานกลาง 3 ช่วงเวลา ได้แก่ ก่อนนอน (18.01-21.00 น.) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ หลังเลิกเรียน/เลิกงาน (15.01-18.00 น.) และช่วงบ่าย (12.01-15.00 น.) ตามลำดับ

ด้านอุปกรณ์ที่ใช้ในการเปิดรับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้อุปกรณ์สำหรับเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ ได้แก่ โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน อยู่ในระดับมากที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิผลการสื่อสารของสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ TAT

Nakhon Si Thammarat

ประสิทธิผลการสื่อสารของสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ TAT Nakhon Si Thammarat ได้แบ่งการวัดประสิทธิผลออกเป็น 7 ด้าน คือ

ด้านความชัดเจน (Clear) โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านความกระชับ (Concise) โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านความถูกต้อง (Correct) โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านความสุภาพ (Courteous) โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านความสร้างสรรค์ (Concrete) โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านความน่าเชื่อถือ (Consider) โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน (Complete) โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 4 เสนอผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดนครศรีธรรมราช ในมุมมองสมาชิกแฟนเพจแตกต่างกัน

ด้านความถี่ในการเปิดรับ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย และสถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ ด้านความถี่ต่อสัปดาห์ในการเปิดรับ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านระยะเวลาในการเปิดรับ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจด้านระยะเวลาในการเปิดรับต่อครั้งที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านช่วงเวลาในการเปิดรับ

กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ ด้านช่วงเวลาที่เปิดรับไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ ด้านช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจแตกต่างกันในด้านช่วงบ่าย (12.01-15.00 น.) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจด้านช่วงเวลาที่เปิดรับแตกต่างกันหลังจากตื่นนอน (06.00-09.00 น.) ช่วงเช้า (09.01-12.00 น.) ช่วงบ่าย (12.01-15.00 น.) และก่อนนอน (18.01-21.00 น.) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ ด้านช่วงเวลาที่เปิดรับ ไม่แตกต่างกันในทุกด้านที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจด้านช่วงเวลาที่เปิดรับ แตกต่างกันในทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจด้านช่วงเวลาที่เปิดรับแตกต่างกันในด้านช่วงเช้า (09.01-12.00 น.) หลังเลิกเรียน/เลิกงาน (15.01-18.00 น.) และก่อนนอน (18.01-21.00 น.) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อุปกรณ์ที่ใช้ในการเปิดรับ

กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจด้านอุปกรณ์ที่ใช้เปิดรับ โดยมีการใช้โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ ด้านอุปกรณ์ที่ใช้เปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ โดยมีการใช้ด้านคอมพิวเตอร์ PC และด้านแท็บเล็ต (Tablet/IPAD) ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ ด้านอุปกรณ์ที่ใช้เปิดรับ โดยมีการใช้โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ PC และด้านแท็บเล็ต (Tablet/IPAD) ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ ด้านอุปกรณ์ที่ใช้เปิดรับ โดยมีการใช้ โน้ตบุ๊ก (Notebook) คอมพิวเตอร์ PC ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ ด้านอุปกรณ์ที่ใช้เปิดรับ โดยมีการใช้ โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน โน้ตบุ๊ก (Notebook) คอมพิวเตอร์ PC และแท็บเล็ต (Tablet/IPAD) ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ ด้านอุปกรณ์ที่ใช้เปิดรับแตกต่างกัน โดยมีการใช้ โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน โน้ตบุ๊ก (Notebook) คอมพิวเตอร์ PC และแท็บเล็ต (Tablet/IPAD) ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิผลการสื่อสารของสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดนครศรีธรรมราช ในมุมมองสมาชิกแฟนเพจแตกต่างกัน

ด้านเพศ

กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง ทำให้ประสิทธิผลการสื่อสารของสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจโดยรวมไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน ทำให้ประสิทธิผลการสื่อสารของสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจโดยรวมไม่แตกต่างกัน

ด้านระดับการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้ประสิทธิผลการสื่อสารของสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านอาชีพ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้ประสิทธิผลการสื่อสารของสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจโดยรวมแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านรายได้

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้ประสิทธิผลการสื่อสารของสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจโดยรวมแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านสถานภาพ

กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพต่างกัน ทำให้ประสิทธิผลการสื่อสารของสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจโดยรวมแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 : พฤติกรรมการเปิดรับที่แตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิผลการสื่อสารของสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดนครศรีธรรมราช ในมุมมองสมาชิกแฟนเพจแตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการเปิดรับด้านความถี่ในการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจต่อสัปดาห์ต่างกัน ทำให้ประสิทธิผลการสื่อสารของสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจโดยรวมมีความแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน จะเห็นความแตกต่างกันในด้านความชัดเจน (Clear) ด้านความถูกต้อง (Correct) ด้านความสุภาพ (Courteous) และด้านความสร้างสรรค์ (Concrete) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการเปิดรับด้านระยะเวลาในการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจต่อครั้งต่างกัน ทำให้ประสิทธิผลการสื่อสารของสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการเปิดรับด้านช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการสื่อสารของสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการเปิดรับด้านอุปกรณ์ที่ใช้เปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการสื่อสารของสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

การศึกษาประสิทธิผลการสื่อสารของสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช ในมุมมองสมาชิกแฟนเพจ จำแนกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

พบว่า สมาชิกแฟนเพจซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001-25,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับ วรพจน์ บุญศรี (2556) ได้ศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของเฟซบุ๊กต่อการเลือกรับชมภาพยนตร์ของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มเป้าหมายที่มีการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ผ่านเฟซบุ๊กส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001-20,000 บาท เนื่องจากเพศหญิงเป็นเพศที่พิถีพิถัน และใส่ใจรายละเอียด การตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์จึงมีการหาข้อมูลหรือได้รับข้อมูลภาพยนตร์ใหม่ที่โปรโมทผ่านทางเฟซบุ๊กที่น่าสนใจจึงจะตัดสินใจไปรับชมภาพยนตร์นั้นๆ และสอดคล้องกับการศึกษาของ ภานุวัฒน์ กองราช (2544) เรื่อง “พฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย กรณีศึกษา Facebook” พบว่าเพศหญิงมีการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่าเพศชายเช่นกัน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับ

พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจจำนวน 2-3 วันต่อสัปดาห์ ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจอยู่ที่ 1-10 นาทีต่อครั้ง โดยอุปกรณ์ที่ใช้เปิดรับ ได้แก่ โทรศัพท์มือถือ/สมาร์ทโฟน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด จะเห็นว่าความถี่ในการเปิดรับเฟซบุ๊กแฟนเพจค่อนข้างสูง จากแนวคิดเกี่ยวกับสื่อเฟซบุ๊ก สรุปได้ว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ในปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างมาก ทุกกลุ่มอายุ ทุกชนชั้น เป็นเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพและสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างสะดวก และรวดเร็ว แนวคิดเกี่ยวกับสื่อเฟซบุ๊กเกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครศรีธรรมราช ใช้สื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ข่าวสารและกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับองค์กร สอดคล้องกับการศึกษาของ ยลวรรณ พวงแย้ม (2559) ได้ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อ FACEBOOK FANPAGE กรณีศึกษา Thai PBS” ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในเรื่อง ความถี่ในการเปิด Facebook Thai PBS Fanpage ส่วนใหญ่อยู่ที่ 2-3 วันต่อสัปดาห์ ระยะเวลาเฉลี่ยในการเปิด Facebook Thai PBS Fanpage ส่วน

ใหญ่มีระยะเวลาเฉลี่ยในการเปิด 5-10 นาทีต่อครั้ง โดยอุปกรณ์ที่ใช้ในการเปิดรับส่วนใหญ่คือ โทรศัพท์มือถือ โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.43

ส่วนที่ 3 ประสิทธิภาพการสื่อสาร

จากทฤษฎี 7C ของการสื่อสารที่มีประสิทธิผล เขียนไว้ว่าการสื่อสารไม่ว่าจะด้วยการพูด การเขียน จะต้องเป็นการสื่อสารที่มีความชัดเจน เรียบง่าย จะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบ หลากหลายอย่าง คือ ความชัดเจน ความกระชับ ความถูกต้อง สุภาพ สรรค์สร้างสรรค์ ความน่าเชื่อถือ และความสมบูรณ์ครบถ้วน

จากการศึกษาพบว่า ด้านความชัดเจน (Clear) ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง และมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย 1 ข้อ แสดงว่าเฟซบุ๊กแฟนเพจ TAT Nakhon Si Thammarat มีการนำเสนอข้อมูลที่ยุ่งยากซับซ้อน ทำให้เข้าใจยาก

ด้านความกระชับ (Concise) ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง แสดงให้เห็นว่าเฟซบุ๊กแฟนเพจ TAT Nakhon Si Thammarat ยังมีการสื่อสารที่น่าเบื่อไม่กระชับเท่าที่ควร จึงสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับแฟนเพจเฟซบุ๊ก ในส่วนของรูปแบบของการจัดทำแฟนเพจที่สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ข้อที่ 4 เนื้อหาต้องไม่น่าเบื่อ content อาจจะมีดีแต่น่าสนใจ ควรสร้าง content ที่มีความแตกต่างและน่าพิศมัยต่างๆ ของเฟซบุ๊กมาประยุกต์ใช้ให้เป็นประโยชน์

ด้านความถูกต้อง (Correct) ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่า เฟซบุ๊กแฟนเพจ TAT Nakhon Si Thammarat ยังมีข้อผิดพลาดในการใช้ภาษาในการ นำเสนอ หรือความแม่นยำในเนื้อหา รูปภาพ และคลิปวิดีโอยังไม่เป็นไปในทางเดียวกัน สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับแฟนเพจเฟซบุ๊ก ในส่วนของรูปแบบของการจัดทำแฟนเพจที่สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ข้อที่ 10 สนใจเรื่องดีไซน์ นอกจากการดีไซน์เนื้อหาในโพสต์แล้ว ยังต้องคำนึงถึงการดีไซน์รูปภาพ โปสเตอร์และ infographic ต่างๆ ที่โพสต์ให้สวยงามและเตะตาและเป็นไปในทางเดียวกันด้วย

ด้านความสุภาพ (Courteous) ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่า เฟซบุ๊กแฟนเพจ TAT Nakhon Si Thammarat ยังมีการนำเสนอเนื้อหา หรือการแสดงความคิดเห็นต่อเนื้อหาของผู้ติดตามแฟนเพจไม่เป็นไปในทางบวกมากนัก เป็นไปได้ว่าอาจมีจำนวนของบทความในการเผยแพร่ที่สร้างผลกระทบต่อจิตใจของผู้ติดตามแฟนเพจ

ด้านความสร้างสรรค์ (Concrete) ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่า เฟซบุ๊กแฟนเพจ TAT Nakhon Si Thammarat ข้อมูลที่นำเสนอยังไม่เป็นเรื่องที่

น่าสนใจหรือแปลกใหม่เท่าที่ควร อีกทั้งการนำเสนอไม่มีการรังสรรค์กิจกรรมให้ร่วมสนุกหรือมีส่วนร่วมมากนัก สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับแฟนเพจเฟซบุ๊ก ในส่วนของรูปแบบของการจัดทำแฟนเพจที่สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ข้อที่ 4 เนื้อหาต้องไม่น่าเบื่อ content อาจจะได้แต่น่าสนใจ ควรสร้าง content ที่มีความแตกต่างและน่าพิศมัยต่างๆ ของเฟซบุ๊ก เช่น การโพสต์รูป โพสต์วิดีโอ การติดแท็ก การสร้างอีเว้นท์ การ invite ต่างๆ มาประยุกต์ใช้ให้เป็นประโยชน์ และข้อที่ 10 การสนใจเรื่องดีไซน์ด้วยเช่นกัน

ด้านความน่าเชื่อถือ (Consider) ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่า แฟนเพจแฟนเพจ TAT Nakhon Si Thammarat สมาชิกแฟนเพจยังไม่มีความเชื่อในรูปภาพและคลิปวิดีโอที่แฟนเพจนำเสนอมากนัก ผู้ดูแลแฟนเพจอาจนำเสนอข้อมูลข่าวสารเพียงอย่างเดียว โดยไม่มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ติดตามแฟนเพจเท่าที่ควร ทำให้ความเชื่อมั่นในการนำเสนอของแฟนเพจไม่ได้อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับแฟนเพจเฟซบุ๊กในส่วนของรูปแบบของการจัดทำแฟนเพจที่สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ข้อที่ 1 คือต้องไม่เป็นผู้พูดอยู่ฝ่ายเดียว เพราะเฟซบุ๊กถือกำเนิดขึ้นมาเพื่อการสื่อสารโต้ตอบระหว่างกลุ่มผู้ใช้งาน หากอยากจะให้แฟนเพจสนใจเรื่องราวที่น่าสนใจ ก็ต้องสนใจในสิ่งที่แฟนเพจบอกและพูดคุยโต้ตอบกับพวกเขาด้วย

ด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน (Complete) ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่า แฟนเพจแฟนเพจ TAT Nakhon Si Thammarat การนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มีการแนะนำการเดินทาง หรือที่พักไว้ไม่ครบถ้วนเท่าที่ควร หรือการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ ที่สมาชิกแฟนเพจต้องการทราบยังมีน้อยเกินไป ทำให้สมาชิกแฟนเพจรู้สึกว่าขาดหายหรือน้อยไป สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับแฟนเพจเฟซบุ๊กในส่วนของรูปแบบของการจัดทำแฟนเพจที่สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ข้อที่ 8 ไม่ควรสนใจแต่เรื่องการขาย แต่ควรสร้าง “คุณค่า” ให้เพจโดยการโพสต์ content ที่น่าสนใจหรือเป็นประโยชน์ รวมทั้งพูดคุยและตอบปัญหาของสมาชิกแฟนเพจด้วย

ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้สำคัญมากสามารถนำไปวัดประสิทธิภาพของการสื่อสารนั้นได้ ผู้รับสารต้องมีความเข้าใจที่ชัดเจนเช่นเดียวกับผู้ส่งสาร การสื่อสารที่ดีจำเป็นจะต้องเข้าใจง่าย นำเสนอด้วยความตรงไปตรงมา บ่งบอกวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกวรรณ ดุษฎีพาณิชย์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง “การนำเสนอเนื้อหาทางเฟซบุ๊กแฟนเพจในประเทศไทย” พบว่า การวิเคราะห์เนื้อหาสารที่ถูกนำเสนอผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นสารที่ไม่ใช้คำพูด เน้นใช้เป็นรูปภาพ เพราะฉะนั้นรูปแบบการใช้ภาษาหรือการสื่อสารจะใช้

เป็นภาพหรือข้อความที่เข้าใจง่าย ตรงไปตรงมา ไม่มีการใช้คำที่ยาก หรือซับซ้อน มีการกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนโดยเฉพาะอย่างยิ่งวัตถุประสงค์ประเภทบอกเล่าหรือแจ้งให้ทราบถูกนำเสนอมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะต่อผู้นำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ผู้นำเสนอเนื้อหา หากต้องการเพิ่มยอดไลค์ควรวโพสต์เนื้อหาในแนวให้แสดงความคิดเห็น หรือ เชิญชวนตอบคำถาม เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วม

2. ผู้นำเสนอเนื้อหา ควรมีการตรวจสอบข้อมูลเนื้อหา ก่อนนำมาโพสต์ มิเช่นนั้นอาจก่อให้เกิดการส่งข้อมูลผิดพลาดแก่ผู้รับสารได้

ข้อเสนอแนะต่อผู้นำผลวิจัยไปใช้เพื่อต่อยอดความรู้

1. ควรนำกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรมาช่วยสนับสนุน เพื่อให้เกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น เช่นการทำประชาสัมพันธ์ การให้บริการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวผ่านทางสื่อหลายรูปแบบ การจัดกิจกรรมเพื่อให้สมาชิกแฟนเพจเข้ามามีส่วนร่วม เป็นต้น

2. ควรมีการทำวิจัยเกี่ยวกับทัศนคติและการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อจะได้นำเสนอในแนวทางที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้มากที่สุด

3. ควรมีการทำวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราชของนักท่องเที่ยวด้วย ว่ามีปัจจัยใดบ้างเพื่อจะได้เป็นแนวทางในการจัดทำแผนกลยุทธ์สำหรับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักนครศรีธรรมราช