

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

บทนี้เป็นการสรุปผลการศึกษา ผลการทดสอบสมมติฐาน การอภิปรายผลของการศึกษา เปรียบเทียบกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่ผู้วิจัยได้ทำการสืบค้นและนำเสนอไว้ใน บทที่ 2 การนำผลการศึกษาไปใช้ในทางปฏิบัติและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51 และเพศชาย จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49 อายุตั้งแต่ 36-40 ปี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาคืออายุ 31-35 ปี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 และลำดับสุดท้ายคือ อายุ 46-50 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 สถานภาพโสด จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 77.8 รองลงมาคือ สมรส จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22 และลำดับสุดท้ายคือ หม้าย/หย่าร้าง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท จำนวน 124 คน โดยคิดเป็น ร้อยละ 31 และลำดับสุดท้ายคือ ระดับมัธยมปลาย/ปวช จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาคือ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 และลำดับสุดท้ายคือ อาชีพอื่นๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 รายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาคือ รายได้ 25,001-35,000 บาทจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 และลำดับสุดท้ายคือรายได้ 35,001-45,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

2. ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นด้านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ดังนี้

ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ในภาพรวมนั้นมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความถี่ด้านวันที่ใช้เฟซบุ๊กมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.78$) รองลงมาคือ ด้านความถี่ด้านจำนวนครั้งที่ใช้เฟซบุ๊กต่อ 1 วัน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.72$) และลำดับสุดท้ายคือ ด้านเวลาที่ใช้เฟซบุ๊ก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.17$)

ด้านเวลาที่ใช้เฟซบุ๊ก มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.17$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เวลา 18.01-24.00 น. มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.81$) รองลงมาคือ เวลา 12.01-18.00 น. มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.44$) และลำดับสุดท้ายคือ เวลา 00.01-06.00 น. ซึ่งมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 2.31$)

ด้านอุปกรณ์ที่ใช้เฟซบุ๊ก มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าใช้เฟซบุ๊กผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.61$) รองลงมาคือ มีการใช้เฟซบุ๊กผ่านระบบคอมพิวเตอร์ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.36$) และลำดับสุดท้ายคือ ใช้เฟซบุ๊กผ่านแท็บเล็ตหรือไอแพด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.01$)

ด้านสาเหตุที่ใช้เฟซบุ๊ก มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าเพื่อความบันเทิง ผ่อนคลาย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.19$) รองลงมาคือ เพื่อหาแรงบันดาลใจ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.73$) และลำดับสุดท้ายคือ เพื่อต้องการถ่ายทอดเรื่องราวที่ตนเองพบ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 2.91$)

ด้านความถี่ด้านจำนวนครั้งที่ใช้เฟซบุ๊กต่อ 1 วัน มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ ($\bar{X} = 3.72$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าเช็คเฟซบุ๊ก 1-10 ครั้ง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.98$) รองลงมาคือ เช็คเฟซบุ๊ก 11-20 ครั้ง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.75$) และลำดับสุดท้ายคือ เช็คเฟซบุ๊กมากกว่า 20 ครั้ง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.45$)

ด้านความถี่ด้านวันที่ใช้เฟซบุ๊กมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าวันศุกร์ความถี่ที่ท่านใช้เฟซบุ๊ก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.98$) รองลงมาคือ วันเสาร์ความถี่ที่ท่านใช้เฟซบุ๊ก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.88$) และลำดับสุดท้ายคือ วันพฤหัสบดีความถี่ที่ท่านใช้เฟซบุ๊ก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.68$)

3. ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยการสื่อสารของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก โดยระดับความคิดเห็นปัจจัยการสื่อสารของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านตัวหนังสือที่เขียน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.42$) รองลงมาคือ ด้านบทความ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.24$) และลำดับสุดท้ายคือ ด้านคลิปวิดีโอ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.98$)

ระดับความคิดเห็นปัจจัยการสื่อสารของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกด้านบทความ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าบทความมีการใช้ภาษาที่ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.31$) รองลงมาคือ เนื้อหาของบทความ

สามารถนำไปปรับใช้ได้ในชีวิตจริง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.29$) และลำดับสุดท้ายคือ บทความมีเนื้อหาที่กินใจ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.12$)

ด้านบทกลอน มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าบทกลอนเป็นประโยชน์ต่อสังคมควรมีการสร้างสรรค์ต่อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.21$) รองลงมาคือ เนื้อหาของบทกลอนสามารถนำไปปรับใช้ได้ในชีวิตจริง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.15$) และลำดับสุดท้ายคือ บทกลอนมีเนื้อหาที่กินใจ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.12$)

ด้านรูปภาพที่สื่อสาร มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีความเข้าใจในรูปภาพที่สื่อสาร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.29$) รองลงมาคือ รูปภาพเป็นประโยชน์ต่อสังคม ควรมีการสร้างสรรค์ต่อ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.13$) และลำดับสุดท้ายคือ รูปภาพสามารถสะท้อนอารมณ์และความรู้สึก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.11$)

ด้านตัวหนังสือที่เขียน มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.42$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าตัวหนังสือที่เขียนมีความเป็นเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.59$) รองลงมาคือ ตัวหนังสือที่เขียนควรมีการสอนให้ผู้ที่สนใจหรืออนุรักษ์ไว้ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.40$) และลำดับสุดท้ายคือ ตัวหนังสือที่เขียนมีความสวยงาม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.37$)

ด้านคลิปวิดีโอ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า คลิปวิดีโอมีเนื้อหาที่กินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.43$) รองลงมาคือ เนื้อหาคลิปวิดีโอสามารถนำไปปรับใช้ได้ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.87$) และลำดับสุดท้ายคือ ภาพในคลิปวิดีโอมีความคมชัด สวยงามและสื่อสารได้อย่างเข้าใจ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.79$)

4. ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก และระดับความคิดเห็นการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านการติดตาม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.62$) รองลงมาคือ ด้านการแสดงความความคิดเห็น (คอมเมนต์) มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.32$) และลำดับสุดท้ายคือ ด้านการส่งต่อ (แชร์) มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.07$)

ด้านการแสดงความรู้สึก ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.15$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการกดไอคอนแสดงความรู้สึก “ถูกใจ” อยู่สม่ำเสมอ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ ($\bar{X} = 3.91$) รองลงมาคือ มีการกดไอคอนแสดงความรู้สึก “รัก” อยู่สม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.42$) และลำดับสุดท้ายคือ มีการกดไอคอนแสดงความรู้สึก “ตกใจ” อยู่สม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 2.77$)

ด้านการส่งต่อ (แชร์) มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.07$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการส่งต่อ (แชร์) ไปยังหน้าเฟซบุ๊กของตนเอง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.58$) รองลงมาคือ มีการส่งต่อ (แชร์) ไปยังหน้าเฟซบุ๊ก แฟนเพจของตนเอง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 2.94$) และลำดับสุดท้ายคือ มีการกดไอคอนแสดงความรู้สึก “ตกใจ” อยู่สม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 2.86$)

ด้านการแสดงความคิดเห็น (คอมเมนต์) มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง คือ ($\bar{X} = 3.32$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าไม่ชอบแสดงความคิดเห็นแต่ชอบอ่านคอมเมนต์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.82$) รองลงมาคือ มีการแสดงความคิดเห็นอยู่เป็นประจำ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X} = 3.30$) และลำดับสุดท้ายคือ ชอบแสดงความคิดเห็นในทางตรงกันข้าม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 2.93$)

ด้านการติดตาม มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีการติดตามอยู่สม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.73$) รองลงมาคือ มีการบอกหรือแนะนำให้เพื่อนดูมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.52$)

5. ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจ ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ระดับความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีความพึงพอใจในตัวตนหนังสือที่เขียน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.21$) รองลงมาคือมีความพึงพอใจในบทกลอน และมีความพึงพอใจในรูปภาพที่สื่อสาร มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.13$) และลำดับสุดท้ายคือ มีความพึงพอใจในคลิปวิดีโอ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.84$)

6. ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ระดับความคิดเห็นการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.14$) รองลงมาคือ บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกท่านสามารถนำไปปรับใช้ได้ในชีวิตจริง และบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่านสามารถนำไปปรับใช้ได้ในชีวิตจริงมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.11$) และลำดับสุดท้ายคือ บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรอนุรักษ์ไว้แก่คนรุ่นหลัง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X} = 3.91$)

อภิปรายผล

การอภิปรายผลจะเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ข้อมูลกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยจะอธิบายตามสมมติฐาน ดังนี้

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่อเดือน ซึ่งจะประกอบด้วย 6 สมมติฐานย่อย มีการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์สถิติทดสอบด้วยค่า t (t -test) และ f (f -test) พบว่า ภาพรวมทั้ง 5 สมมติฐานย่อย สามารถยอมรับสมมติฐานหลัก (H_1) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 แสดงว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ซึ่งจากผลการทดสอบพบว่า อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน จะส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก คือ ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1 ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ส่วนเพศยอมรับสมมติฐานทางสถิติ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 กล่าวคือ เพศและรายได้เฉลี่ยไม่ได้ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก

สอดคล้องกับวิจัยของ พิชญาวี คณะผล (2553) ศึกษาเรื่องการศึกษาทัศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ กรณีศึกษา นักศึกษา และบุคลากรวิทยาลัยเฉลิมกาญจนา จังหวัดเพชรบูรณ์ ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างเป็น เพศหญิง ช่วงอายุ 16-25 ปี สถานภาพโสด รายได้โดยเฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ในเชิงบวก ส่วนมากให้ความสำคัญสำหรับสังคมออนไลน์ เพราะเป็นช่องทางที่เปิดกว้าง เป็นเครื่องมือให้ผู้คนได้แสดงความคิดเห็นได้ในหลากหลายแง่มุม สามารถค้นหาข้อมูลและตอบสนองความต้องการได้ง่าย และเป็นการโต้ตอบสื่อสารกันโดยอิสระไม่ว่าจะอยู่ไหนเวลาใด มีการใช้ประโยชน์จากสังคมออนไลน์เพื่อสนทนากับเพื่อน ค้นหาเพื่อนเก่าหรือหาเพื่อนใหม่ เพื่อการติดตามข่าวสารที่สนใจและเหตุการณ์ต่างๆ และเพื่อรับ-ส่ง อีเมล ดาวน์โหลด เพลง ดาวน์โหลดเกมส์ มีความพึงพอใจมากในเรื่องของการได้สนทนา ได้ตอบกับเพื่อนหรือ ผู้ที่ต้องการจะสื่อสารด้วย มีความคล่องตัวหรือความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร และมีความ หลากหลายของชุมชนหรือกลุ่มสังคม และสอดคล้องกับวิจัยของ ณัฐภัทร บทมาตวร (2554) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและคุณลักษณะที่ผู้บริโภคเลือกใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้

อินเทอร์เน็ตในการเข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก และเพื่อเป็นการศึกษาคุณลักษณะที่ผู้บริโภคเลือกใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊ก ผลการทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์ความสัมพันธ์สรุปได้ว่า ลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กและสมมติฐานการวิเคราะห์ความแตกต่าง สรุปได้ว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ในส่วนของการอายุรายได้ แตกต่างกันมีผลต่อลักษณะที่เลือกใช้ เว็บไซต์เฟซบุ๊กที่แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน ทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความถดถอยชนิดหลายตัวแปร (Multiple Linear Regression) พบว่าภาพรวมปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก คือสามารถยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ที่ไม่มีระดับนัยสำคัญ ซึ่งผลดังกล่าวสอดคล้องกับวิจัยของ นุชรีย์ แผ่นทอง (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์บนเฟซบุ๊กของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์บนเฟซบุ๊ก ศึกษาปัจจัยด้านรูปแบบการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์บนเฟซบุ๊ก และศึกษาปัจจัยด้านแหล่งการแสวงหาข้อมูลและข่าวสาร ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์บนเฟซบุ๊ก ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างจำนวน 424 ราย ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามผลการศึกษา พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีอาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้าง และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่าหรือเท่ากับ 25,001 บาท

2. พฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์บนเฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าผู้ให้บริการ มีวัตถุประสงค์เพื่อหาเพื่อนใหม่ ติดต่อกับเพื่อนเก่า ประเภทการใช้เป็นการโพสต์ข้อความสมัครด้วย ตัวเอง ใช้ที่บ้านหรือที่พักอาศัย ใช้บริการเครือข่ายมานาน 1-2 ปี เวลาที่ใช้ในแต่ละครั้ง 1-2 ชั่วโมง ช่วงเวลาที่ใช้บริการ 20.01-24.00 น. ส่วนใหญ่ไม่เคยมีการนัดพบสมาชิก มีจำนวนเพื่อน 100-500 คน และส่วนใหญ่มีเนื้อหาของสนทนาหรือโพสต์ข้อความเกี่ยวกับเรื่องทั่วไป

3. ปัจจัยด้านรูปแบบการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์บนเฟซบุ๊ก พบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญปานกลางด้วยค่าเฉลี่ย 3.39 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่าผู้ให้บริการให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ส่วนของฟีดแบ็ก

(Features) และส่วนของแอปพลิเคชัน ด้วยค่าเฉลี่ย 3.49 และ 3.41 ตามลำดับ และส่วนของบุคคล ให้ความสำคัญในระดับปานกลางด้วยค่าเฉลี่ย 3.04

4. ปัจจัยด้านแหล่งการแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์บนเฟซบุ๊ก พบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ย 3.04 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ เว็บไซต์ เพื่อน และโทรทัศน์ ด้วยค่าเฉลี่ย 4.10, 3.62 และ 3.52 ตามลำดับ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ บุคคลที่มีชื่อเสียง/นักแสดง/นักร้องจากนิตยสาร/วารสาร บุคคลในครอบครัว/ญาติ หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา วิทยุ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.07, 3.05, 2.99, 2.80 และ 2.72 ตามลำดับ นอกจากนี้ให้ความสำคัญในระดับน้อย ได้แก่ แผ่นพับ/ใบปลิว/ใบชัวร์ และงานนิทรรศการ/อบรมสัมมนาด้วยค่าเฉลี่ย 2.46 และ 2.40 เรียงตามลำดับ

5. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์บนเฟซบุ๊ก พบว่าผู้ใช้บริการต้องการ ให้พัฒนาระบบการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคลให้มีความปลอดภัย มีระบบป้องกันการใช้เฟซบุ๊กในทางไม่ดี เช่น ข้อความไม่เหมาะสม ข้อความที่ผิดกฎหมาย การโฆษณาสินค้าเกินความเป็นจริง ควรพัฒนาระบบตรวจสอบการกรอกบันทึกข้อมูลส่วนตัวที่เป็นจริงหรือยืนยันการมีตัวตน ควรพัฒนา แอปพลิเคชัน ด้านความบันเทิงและพัฒนารูปแบบให้หลากหลาย ด้านการทำธุรกิจบนเฟซบุ๊ก ควรมีความซื่อสัตย์ ใจกว้างกับลูกค้า

6. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์บนเฟซบุ๊กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยด้านรูปแบบการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์บนเฟซบุ๊กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยด้านแหล่งการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์บนเฟซบุ๊ก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยด้านรูปแบบการให้บริการ ผู้บริโภคให้ความสำคัญโดยภาพรวม เมื่อจำแนกตามอายุและอาชีพ พบว่าให้ความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 3 คือปัจจัยการสื่อสารของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกที่แตกต่างกัน และส่งผลกระทบต่อการใช้ประโยชน์ของผู้ติดตาม ในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน ทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความถดถอยชนิดหลายตัวแปร (Multiple Linear Regression) พบว่าภาพรวมของปัจจัยการสื่อสารของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กโดยรวม อันประกอบด้วย ด้านบทความ ด้านบทกลอน ด้านรูปภาพที่สื่อสาร ด้านตัวหนังสือที่เขียน

และด้านคลิวิดิโอส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก คือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีระดับนัยสำคัญ .05

ซึ่งสอดคล้องกับคำจำกัดความของ วิกีพีเดีย (2555) ระบุว่าสื่อเฟซบุ๊ก เป็นเว็บไซต์สื่อสังคมประเภทเครือข่ายสังคม คือ เป็นบริการผ่านเว็บไซต์ที่สามารถเชื่อมโยงระหว่างบุคคลแต่ละคนที่มีเครือข่ายสังคมของตัวเองผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้บริการสามารถสร้างหน้าโปรไฟล์ของตนได้ ประกอบด้วย รูปภาพ ข้อมูลส่วนตัว สำหรับติดต่อสื่อสารกับเพื่อนหรือผู้ใช้บริการอื่นๆ ผ่านทางการสนทนาหรือการส่งข้อความ ผู้ใช้บริการสามารถสร้างหรือเข้าร่วมกลุ่มที่ตนเองสนใจ และสามารถกดไลค์เพจที่ตนเองชื่นชอบได้ ผู้ใช้บริการสามารถเลือกการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวของตัวเอง เพื่อกำหนดค่าความเป็นส่วนตัวในส่วนของการมองเห็นข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก ให้อิสระแก่ผู้ใช้และยังสามารถสร้างรายได้ให้เจ้าของธุรกิจโดยการลงโฆษณา ผู้ใช้บริการสามารถสร้างอัลบั้มรูป โดยไม่จำกัดจำนวนภาพ และสามารถตั้งค่าความเป็นส่วนตัวในแต่ละอัลบั้มได้ ทั้งยังสามารถจำกัดกลุ่มของผู้เข้าชมอัลบั้มได้ สามารถ Tag รูปภาพของเพื่อนส่งให้เพื่อน หรือแสดงความคิดเห็นบนรูปของเพื่อน สามารถแชร์ไฟล์วิดีโอหรือเพลงที่นำเข้ามาจากเว็บไซต์ประเภทบล็อกอื่นๆ และมีระบบการสนทนาออนไลน์ที่ผู้ใช้บริการสามารถใช้ติดต่อสื่อสารกับเพื่อน ทั้งยังรองรับกับการบริการผ่านทางมือถือแบบสมาร์ตโฟนอีกด้วย

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 4 ศึกษาปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน ทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความถดถอยชนิดหลายตัวแปร (Multiple Linear Regression) พบว่าภาพรวมปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กโดยรวมอันประกอบด้วย ด้านการแสดงความรู้สึก ด้านการส่งต่อ (แชร์) ด้านการแสดงความคิดเห็น (คอมเมนต์) และด้านการติดตามส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก คือสามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีระดับนัยสำคัญ .05 ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ จุฑามณี คายะนันท์ (2554) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กดอทคอม มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงลักษณะ ทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กดอทคอม และผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กดอทคอม กับกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย โดยใช้การสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ซึ่งใช้การสุ่มตัวอย่างแบบผสมผสาน (Mixed method sampling) และมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนั้น คือแบบสอบถาม โดยผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และมีอายุระหว่าง 21-30 ปี โดยมี

การศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรีมากที่สุด มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ในส่วนของการศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กดอทคอม พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กดอทคอม น้อยกว่า 11 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 61.2 ระยะเวลาในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กดอทคอมต่อครั้ง คือน้อยกว่า 61 นาทีต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 63.8 ซึ่งใช้ในระยะเวลา ตั้งแต่ 19.01-22.00 น. บ่อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 50.5 โดยใช้บริการที่บ้านเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 46.8 รูปแบบการใช้บริการเฟซบุ๊กดอทคอมของกลุ่มตัวอย่างใช้บริการ คอมเมนต์ หรือแสดงความคิดเห็น (Comment) หัวข้อของเพื่อนๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 99.7 รูปแบบการใช้บริการ รองลงมาคือใช้ปุ่ม (Like) เพื่อแสดงความชอบหัวข้อ หรือคอมเมนต์ของเพื่อนๆ คิดเป็นร้อยละ 96.8 และใช้อัปเดตสถานะ (Status) ของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 96.5 สำหรับผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในด้านต่างๆ และพบว่าผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กดอทคอมของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีผลกระทบ 3 ด้าน คือ ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ และด้านจิตใจ 5 อันดับแรกที่มีผลกระทบต่อกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด ดังนี้

1. ทำให้การสนทนา/ติดต่อสื่อสารสะดวกและง่ายขึ้น
2. ทำให้รับทราบข่าวสารอัปเดตได้รวดเร็วขึ้น
3. ทำให้ขยายกลุ่มเพื่อน/มีเพื่อนมากขึ้น
4. ทำให้กล้าคุย/แสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระบนกระดาน (Wall) ได้มากขึ้น
5. ทำให้ช่วยลดค่าใช้จ่าย/ค่าโทรศัพท์

จากผลกระทบทั้ง 5 อันดับนี้ จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กดอทคอม เนื่องด้วยสิ่งเหล่านี้ช่วยเอื้ออำนวยให้กลุ่มผู้ใช้งานสะดวกสบายมากขึ้น อีกทั้งได้มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงในเรื่องของการให้ข้อมูลข่าวสารไปอย่างมาก มีการนำการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์มาใช้เป็นช่องทางในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น สืบเนื่องมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ ตลอดเวลา ไม่ว่าจะใช้บริการผ่านทางคอมพิวเตอร์ หรือผ่านทางโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนต่างๆ จนเรียกได้ว่าเราได้กลายมาเป็นยุคแห่งเทคโนโลยีข่าวสาร ทำให้กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กดอทคอม เป็นช่องทางในการสื่อสารผ่านออนไลน์อันเนื่องมาจากเฟซบุ๊กดอทคอมตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ให้บริการอย่างแท้จริง ผลการ ทดสอบสมมติฐาน พบว่าจากการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่ารายได้และอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลกับจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ในการใช้บริการสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กดอทคอม รายได้ที่แตกต่างกันมีผลกับระยะเวลาในการใช้บริการ/ครั้ง อายุ ระดับการศึกษา

สูงสุด รายได้/เดือน และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลกับช่วงเวลาในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊กดอทคอม ยกเว้น เพศ ส่วนอายุ ระดับการศึกษาสูงสุดรายได้/เดือน และ อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลกระทบในการเข้าใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กดอทคอมเช่นกัน

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 5 ศึกษาความพึงพอใจของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกที่แตกต่างกันส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน ทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความถดถอยชนิดหลายตัวแปร (Multiple Linear Regression) พบว่าภาพรวมของปัจจัยการด้านความพึงพอใจของผู้ติดตามในเฟซบุ๊ก ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก คือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีระดับนัยสำคัญ .05

ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ ประโยชน์ที่ได้รับ และผลกระทบจากการใช้เฟซบุ๊กของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนจำนวน 10 แห่ง รวม 700 ตัวอย่าง ผลการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 60.3 มีอายุระหว่าง 18-19 ปี ร้อยละ 37.4 ส่วนใหญ่มีคะแนนเฉลี่ยสะสม ระหว่าง 2.51-3.00 ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 70.1 ใช้เฟซบุ๊กทุกวัน โดยใช้มากกว่า 22 ชั่วโมงต่อครั้ง มักใช้เมื่อมีเวลาว่าง และนิยมใช้ผ่านอุปกรณ์มือถือร้อยละ 67.6 ในด้านรูปแบบการใช้ พบว่าใช้สนทนา (Chat) กับเพื่อน และใช้เขียนแสดงความยินดีกับเพื่อนในโอกาสต่างๆ อยู่ในระดับบ่อยมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.51 และ 3.36 ตามลำดับ (จากคะแนนเต็ม 5) ส่วนการกดไลค์เอาใจเพื่อนนั้น การอัปโหลด (Up Load) ภาพต่างๆ ในชีวิตประจำวัน การโพสต์ข้อความเล่าเรื่องต่างๆ การติดตามข่าวประจำวัน การติดต่อสื่อสารกับเพื่อนเก่า การแสดงความคิดเห็นต่อเหตุการณ์ต่างๆ (Comment) และการสร้างอัลบั้มรูปมีการใช้อยู่ในระดับบ่อย ด้านประโยชน์ที่ได้รับมากที่สุด ได้แก่ การได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นปัจจุบัน มีคะแนนเฉลี่ย 4.16 และผลกระทบที่เคยเกิดขึ้นกับกลุ่มตัวอย่างจากการเล่นเฟซบุ๊กมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การทะเลาะหรือโต้เถียง หรือขัดแย้งกับแฟน/คนรัก การทะเลาะหรือโต้เถียง หรือขัดแย้งกับเพื่อน และผลการเรียนลดลงหรือแยกลง โดยมีคะแนนเฉลี่ย 1.66, 1.59 และ 1.46 ตามลำดับ (จากคะแนนเต็ม 3) ในด้านการเรียน พบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 42.1 เคยได้รับผลกระทบทำให้ผลการเรียนลดลงในระดับเป็นบางครั้ง จนถึงบ่อยครั้ง ร้อยละ 36.2 เคยส่งการบ้านไม่ทันร้อยละ 28.0 เคยโดนครู/อาจารย์ ว่ากล่าวเพราะมีการ

เล่นเฟซบุ๊กในห้องเรียน นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 23.7 เคยได้รับอุบัติเหตุทางร่างกายเช่น การเดินชนกับคนอื่น ๆ หรือหกล้มเพราะมัวแต่เล่นเฟซบุ๊ก

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 6 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ปัจจัยการสื่อสาร ปัจจัยการมีส่วนร่วม และความพึงพอใจมีความสัมพันธ์ต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความถดถอย ชนิดหลายตัวแปร (Multiple Linear Regression) พบว่า ภาพรวมของลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก หรือปัจจัยการสื่อสาร ปัจจัยการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจมีความสัมพันธ์ต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตาม ในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก คือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีระดับนัยสำคัญ .05 ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ ธิภัทรา เพ็งจันทร์ (2554) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ www.facebook.com มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่เป็นแรงจูงใจสำคัญในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของเฟซบุ๊กดอทคอม ปัญหาและแรงกระตุ้นให้เกิดการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของเฟซบุ๊กดอทคอม กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 368 ราย โดยการใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ผลการศึกษา พบว่าลักษณะประชากรของนักเรียนส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง ที่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ได้รับรายได้จากผู้ปกครอง 2,000-3,000 บาท นักเรียนส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้ 2-3 ปี จะใช้ทุกวัน แต่ละ ครั้งในการใช้จะใช้เวลาเล่นอยู่ระหว่าง 3-5 ชั่วโมง จะเล่นที่บ้านหลังเลิกเรียน ระหว่างเวลา 16.00- 20.00 น. ซึ่งจะใช้ติดต่อกับกลุ่มเพื่อนๆ ปัญหาต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของเฟซบุ๊กดอทคอม ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อก็พบว่าปัญหาทุกข้ออยู่ในระดับน้อย โดยปัญหาที่สูงอันดับแรกๆ คือ สามารถปล่อยข่าวและทำให้เกิดการรวมตัวของกลุ่มในทางที่ดี หรือไม่ได้อย่างรวดเร็ว เฟซบุ๊ก ไม่แสดงเวลาจริงๆ ที่โพสต์ข้อความหรือรูปภาพลงไป และอีกอย่างคือบุคคลอื่นสามารถเล่นเฟซบุ๊กของเราได้ ถ้าเราไม่ได้ลงชื่อออกจากโปรแกรมเพราะจะทำให้สามารถเล่นซ้ำอีกเครื่องได้ และในขณะที่เราไม่ได้ออนไลน์อยู่ เพื่อนสามารถโพสต์ข้อความหรือรูปภาพที่เราไม่พึงประสงค์แรงจูงใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของเฟซบุ๊กดอทคอมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากและมีแค่เพียง 2 ข้อ ที่มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีการสนทนาออนไลน์ได้ตอบกันได้อย่างรวดเร็ว และมีโปรไฟล์นำเสนอข้อมูลส่วนตัว เช่น ชื่อ ความ รูปภาพ วิดีโอ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้

จากผลการวิจัยข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุ 36-40 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และรายได้ 15,001-25,000 บาท ดังนั้นการพัฒนาเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรให้มีการสอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมายในด้านเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา วิถีชีวิตประจำวันของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด เพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ควรมีการดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ควรมีช่องทางออนไลน์เพิ่มเติมในการจัดทำเว็บไซต์เพื่อนำสิ่งที่เผยแพร่ในสื่อเฟซบุ๊กไปเผยแพร่ในเว็บไซต์ที่จัดทำขึ้น เพราะยังมีคนอีกหลายกลุ่มที่ให้ความสนใจในเว็บไซต์มากกว่าสื่อเฟซบุ๊กเพียงอย่างเดียว
2. ควรมีช่องทางในการทำสื่อออฟไลน์ การทำงานศิลปะด้วยการอนุรักษ์ตัวอักษรไทยที่เป็นเอกลักษณ์ให้ผู้ที่ไม่ได้มีความสนใจในสื่อออนไลน์ได้รับชม สิ่งที่ผู้วิจัยเขียนจะได้คงอยู่และไม่สูญหายไปไหน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรมีเนื้อหา บทความที่เป็นภาษาอังกฤษควบคู่กับภาษาไทย เนื่องจากผู้ใช้งานมีทั่วประเทศและทั่วโลก ดังนั้นจึงควรมีการวิจัยในวงกว้างทั้งคนไทยและคนต่างชาติ เพื่อให้ข้อมูลมีความละเอียดมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความละเอียดมากขึ้น และควรมีการศึกษาและค้นคว้าในเรื่องปัญหา และผลเสียจากการเข้าใช้ในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก เพื่อจะเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาทางสังคมต่อไป