

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อกับแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊คของผู้ใช้งานเฟสบุ๊คในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง 400 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ทางสถิติ และสรุปผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อเฟสบุ๊ค

ส่วนที่ 3 กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างทำบนสื่อเฟสบุ๊ค

ส่วนที่ 4 แรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊ค

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานที่ว่า พฤติกรรมการใช้สื่อเฟสบุ๊คมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊ค ประกอบด้วยสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 1 พฤติกรรมการใช้สื่อเฟสบุ๊คด้านระยะเวลาในการเป็นสมาชิกสื่อเฟสบุ๊คมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊ค

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อเฟสบุ๊คด้านจำนวนชั่วโมงต่อครั้งในการใช้บริการสื่อเฟสบุ๊คมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊ค

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการใช้สื่อเฟสบุ๊คด้านความถี่ในการใช้บริการสื่อเฟสบุ๊คต่อสัปดาห์มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊ค

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ตารางที่ 1 ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	264	65.50
ชาย	138	34.50
รวม	400	100.00
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	204	51.00
พนักงานบริษัท/รับจ้าง	84	21.00
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	70	17.50
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	36	9.00
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4	1.00
อื่น ๆ	2	0.50
รวม	400	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,001 บาท	150	39.50
10,001-15,000 บาท	82	20.50
15,001-20,000 บาท	70	17.50
20,001-25,000 บาท	29	7.30
25,001 บาท ขึ้นไป	61	15.30
รวม	400	100.00
สถานภาพสมรส		
โสด	346	86.50
สมรส	47	11.80
หย่าร้าง/แยกทาง/ม่าย	7	1.8
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 แสดงถึงข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์พบว่า

กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 และเพศหญิง จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5

กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของอายุเท่ากับ 25.88 ปี ($\bar{X} = 25.88$, $SD = 6.662$)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมาได้แก่อาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้าง จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,001 บาท จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมาได้แก่รายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-15,000 บาท จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 รายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001-20,000 บาท จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 รายได้ต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 และรายได้ระหว่าง 20,001-25,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 346 คน คิดเป็นร้อยละ 86.50 รองลงมาได้แก่สถานภาพสมรส จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.80 และสถานภาพหย่าร้าง / แยกทาง / ม่าย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อเฟสบุ๊ค

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อเฟสบุ๊คของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมการใช้สื่อเฟสบุ๊ค	จำนวน	ร้อยละ
ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกสื่อเฟสบุ๊ค		
น้อยกว่า 1 ปี	2	0.50
1-2 ปี	22	5.50
3-4 ปี	141	35.30
มากกว่า 4 ปี	235	58.80
รวม	400	100.00

ตารางที่ 2 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้สื่อเฟสบุ๊ค	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนชั่วโมงต่อครั้งในการใช้บริการสื่อเฟสบุ๊ค		
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	121	30.30
1-2 ชั่วโมง	116	29.00
3-4 ชั่วโมง	54	13.50
มากกว่า 4 ชั่วโมง	109	27.30
รวม	400	100.00
ความถี่ในการใช้บริการสื่อเฟสบุ๊คต่อสัปดาห์		
1-3 ครั้ง	19	4.80
4-6 ครั้ง	45	11.30
7-10 ครั้ง	57	14.30
10 ครั้งขึ้นไป	279	69.80
รวม	400	100.00
ช่วงเวลาที่ใช้บริการสื่อเฟสบุ๊ค 00.01-04.00 น.		
ใช้บริการสื่อเฟสบุ๊ค	41	10.30
ไม่ได้ใช้บริการสื่อเฟสบุ๊ค	59	89.70
รวม	400	100.00
ช่วงเวลาที่ใช้บริการสื่อเฟสบุ๊ค 04.01-08.00 น.		
ใช้บริการสื่อเฟสบุ๊ค	13	3.30
ไม่ได้ใช้บริการสื่อเฟสบุ๊ค	387	96.70
รวม	400	100.00
ช่วงเวลาที่ใช้บริการสื่อเฟสบุ๊ค 08.01-12.00 น.		
ใช้บริการสื่อเฟสบุ๊ค	99	24.80
ไม่ได้ใช้บริการสื่อเฟสบุ๊ค	301	75.20
รวม	400	100.00

ตารางที่ 2 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้สื่อเฟสบุ๊ก	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเวลาที่ให้บริการสื่อเฟสบุ๊ก 12.01-16.00 น.		
ใช้บริการสื่อเฟสบุ๊ก	107	26.80
ไม่ได้ใช้บริการสื่อเฟสบุ๊ก	293	73.20
รวม	400	100.00
ช่วงเวลาที่ให้บริการสื่อเฟสบุ๊ก 16.01-20.00 น.		
ใช้บริการสื่อเฟสบุ๊ก	181	45.30
ไม่ได้ใช้บริการสื่อเฟสบุ๊ก	219	54.70
รวม	400	100.00
ช่วงเวลาที่ให้บริการสื่อเฟสบุ๊ก 20.01-24.00 น.		
ใช้บริการสื่อเฟสบุ๊ก	293	73.30
ไม่ได้ใช้บริการสื่อเฟสบุ๊ก	107	26.70
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 แสดงถึงพฤติกรรมการใช้สื่อเฟสบุ๊กของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเป็นสมาชิกสื่อเฟสบุ๊กมากกว่า 4 ปี จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.80 รองลงมาได้แก่ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกสื่อเฟสบุ๊ก 3-4 ปี จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.30 ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกสื่อเฟสบุ๊ก 1-2 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 และระยะเวลาในการเป็นสมาชิกสื่อเฟสบุ๊กน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนชั่วโมงต่อครั้งในการใช้บริการสื่อเฟสบุ๊กน้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.30 รองลงมาได้แก่จำนวนชั่วโมงต่อครั้งในการใช้บริการสื่อเฟสบุ๊ก 1-2 ชั่วโมง จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 จำนวนชั่วโมงต่อครั้งในการใช้บริการสื่อเฟสบุ๊กมากกว่า 4 ชั่วโมง จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.30 และจำนวนชั่วโมงต่อครั้งในการใช้บริการสื่อเฟสบุ๊ก 3-4 ชั่วโมง จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการสื่อเฟสบุ๊กต่อสัปดาห์มากกว่า 10 ครั้ง จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 69.80 รองลงมาได้แก่ความถี่ในการใช้บริการสื่อเฟสบุ๊กต่อสัปดาห์

7-10 ครั้ง จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.30 ความถี่ในการใช้บริการสื่อเฟสบุ๊กต่อสัปดาห์ 4-6 ครั้ง จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 และความถี่ในการใช้บริการสื่อเฟสบุ๊กต่อสัปดาห์ 1-3 ครั้ง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.80

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สื่อเฟสบุ๊กช่วง 20.01-24.00 น. จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 73.30 รองลงมาได้แก่ใช้สื่อเฟสบุ๊กช่วง 16.01-20.00 น. จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.30 ใช้สื่อเฟสบุ๊กช่วง 12.01-16.00 น. จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 ใช้สื่อเฟสบุ๊กช่วง 08.01-12.00 น. จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.80 ใช้สื่อเฟสบุ๊กช่วง 00.01- 04.00 น. จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.30 และใช้สื่อเฟสบุ๊กช่วง 04.01-08.00 น. จำนวน 13 คิดเป็นร้อยละ 3.30

ส่วนที่ 3 กิจกรรมที่ทำบนสื่อเฟสบุ๊ก

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกิจกรรมที่ทำบนสื่อเฟสบุ๊กของผู้ใช้เฟสบุ๊กในประเทศไทย

กิจกรรม	\bar{X}	SD	ลำดับที่	แปลผล
1. เยี่ยมชมข้อมูลส่วนตัว (Profile) ของผู้อื่น	1.68	0.82	16	ปานกลาง
2. ชมรูปภาพบนเฟสบุ๊ก	2.73	0.81	1	มาก
3. อ่านและได้ตอบข่าวสาร (News Feeds)	2.29	0.92	5	ปานกลาง
4. อ่าน โพสต์บน Timeline ของตัวเอง	2.19	0.99	7	ปานกลาง
5. อ่าน โพสต์บน Timeline ของผู้อื่น	1.95	0.87	12	ปานกลาง
6. โพสต์ข้อความบน Timeline ของผู้อื่น	1.54	0.75	21	น้อย
7. อ่านข้อความส่วนตัวจากบุคคลอื่น	1.70	0.97	15	ปานกลาง
8. ส่งข้อความส่วนตัว	2.10	0.98	10	ปานกลาง
9. ดูข้อมูลความเคลื่อนไหวของกลุ่ม	2.05	0.91	11	ปานกลาง
10. ตอบหรือตรวจสอบกิจกรรมหรือคำเชิญ	1.39	0.95	23	น้อย
11. เพิ่มหรือลบเพื่อน	1.39	0.77	24	น้อย

ตารางที่ 3 (ต่อ)

กิจกรรม	\bar{X}	SD	ลำดับที่	แปลผล
12. อัปเดตสถานะหรือข่าวสาร (News feeds)	2.41	1.03	3	มาก
13. ชมลิงค์วิดีโอ	2.16	0.97	9	ปานกลาง
14. แท็กหรือลบแท็กในรูปภาพ	1.67	0.96	17	ปานกลาง
15. เพิ่มหรือลบกลุ่ม	1.12	0.82	26	น้อย
16. แสดงความเห็นบนรูปภาพ	2.22	0.86	6	ปานกลาง
17. สร้างกิจกรรมและส่งคำเชิญ	0.77	0.78	28	น้อยที่สุด
18. สร้างกลุ่ม	0.82	0.77	27	น้อย
19. ได้รับข้อมูลจากผู้อื่น	2.18	0.93	8	ปานกลาง
20. ได้ตอบกับสมาชิกในกลุ่ม	1.95	0.95	13	ปานกลาง
21. โพสต์วิดีโอหรือลิงค์วิดีโอ	1.66	1.02	18	ปานกลาง
22. โพสต์รูปภาพ	2.47	0.98	2	มาก
23. โพสต์ลิงค์ไปที่เว็บไซต์อื่น	1.44	1.08	22	น้อย
24. อัปเดตหรือแก้ไขข้อมูลส่วนตัว (Profile)	1.57	0.86	20	น้อย
25. ตอบโต้กับช่องทางสนทนาสด (Chat)	2.39	1.08	4	ปานกลาง
26. ตอบโต้กับโปรแกรม คำถาม เกม	1.20	0.94	25	น้อย
27. ดูเพจของบริษัทหรือองค์กร	1.58	0.97	19	น้อย
28. ตอบโต้ในเพจของบริษัทหรือ องค์กร	1.90	0.93	14	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 แสดงถึงค่าเฉลี่ยของกิจกรรมที่ทำบนสื่อเฟสบุ๊กของผู้ใช้เฟสบุ๊กในประเทศไทย ผลวิเคราะห์พบว่า กิจกรรมที่ทำบนสื่อเฟสบุ๊กที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ การชมรูปภาพบนเฟสบุ๊ก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 2.73 รองลงมา คือ การโพสต์รูปภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.47 การอัปเดตสถานะหรือข่าวสาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.41 การตอบโต้

กับช่องทางสนทนาสด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.39 และการอ่านและโต้ตอบข่าวสาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.29

ส่วนที่ 4 แรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊ค

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊คของผู้บริโภคในประเทศไทย

แรงจูงใจ	\bar{X}	SD	แปลผล	ลำดับที่
1. เพื่อรักษาความสัมพันธ์				
- ฉันใช้ Facebook เพื่อส่งข้อความหาเพื่อน	4.21	0.683	มากที่สุด	
- ฉันโพสต์ข้อความบน Timeline ของเพื่อน	3.76	0.691	มาก	
- Facebook ทำให้ฉันสามารถสื่อสารกับเพื่อนได้	4.44	0.669	มากที่สุด	
- Facebook ยังสามารถติดต่อกับเพื่อนได้อย่างต่อเนื่อง	4.39	0.710	มากที่สุด	
- Facebook ช่วย使我ฉันได้รับการติดต่อจากเพื่อน ๆ	4.40	0.638	มากที่สุด	
- Facebook เป็นทางผ่านใช้ฉันได้เข้าใกล้คนที่ฉันเข้าถึงยาก	3.96	0.844	มาก	
แรงจูงใจด้านการรักษาความสัมพันธ์โดยรวม	4.19	0.52	มาก	1
2. เพื่อเข้าร่วมสังคมเสมือน				
- Facebook ช่วย使我ฉันสร้างความสัมพันธ์ที่โรแมนติก	3.18	0.816	ปานกลาง	
- Facebook ทำให้ฉันค้นหาบุคคลที่น่าสนใจได้มากกว่าในชีวิตจริง	3.52	0.936	มาก	
- Facebook ทำให้ฉันค้นหามิตรภาพได้	3.53	0.875	มาก	
- Facebook ทำให้ฉันสามารถพบเพื่อนใหม่	3.80	0.800	มาก	
แรงจูงใจด้านการเข้าร่วมสังคมเสมือนโดยรวม	3.50	0.66	มาก	9

ตารางที่ 4 (ต่อ)

แรงจูงใจ	\bar{X}	SD	แปลผล	ลำดับที่
3. เพื่อสร้างมิตรภาพ				
- Facebook ช่วยให้ฉันรู้สึกไม่เหงา	3.72	0.878	มาก	
- ฉันใช้ Facebook เมื่อฉันต้องการคุยกับคนอื่นหรือต้องการอยู่กับคนอื่น	3.60	0.926	มาก	
- ฉันใช้ Facebook เมื่อฉันไม่ต้องการอยู่คนเดียว	3.50	1.006	มาก	
แรงจูงใจด้านการสร้างมิตรภาพโดยรวม	3.60	0.82	มาก	6
4. เพื่อแสดงความโดดเด่นของตัวเอง				
- Facebook ทำให้ฉันดูดีในหมู่เพื่อน ๆ	3.10	0.761	ปานกลาง	
- Facebook ทำให้ฉันรู้สึกสนุกสนาน	3.86	0.725	มาก	
- Facebook เป็นสิ่งที่ยอดเยียมมาก	3.63	0.819	มาก	
แรงจูงใจด้านการแสดงความโดดเด่นของตัวเองโดยรวม	3.52	0.61	มาก	8
5. เพื่อฆ่าเวลา				
- Facebook ช่วยให้ฉันผ่านเวลาที่น่าเบื่อได้	4.08	0.770	มาก	
- ฉันใช้ Facebook เพื่อฆ่าเวลา	4.03	0.827	มาก	
- ฉันเข้าใช้ Facebook เมื่อฉันไม่มีอะไรทำ	4.10	0.822	มาก	
แรงจูงใจด้านการฆ่าเวลาโดยรวม	4.07	0.72	มาก	3
6. เพื่อความบันเทิง				
- ฉันใช้รูปผู้อื่น	3.92	0.731	มาก	
- Facebook คือความบันเทิง	3.99	0.688	มาก	
- การใช้ Facebook คือความเพลิดเพลิน	4.08	0.669	มาก	
- ฉันแค่ชอบใช้ Facebook เท่านั้น	3.58	0.825	มาก	
แรงจูงใจด้านการความบันเทิงโดยรวม	3.89	0.57	มาก	4

ตารางที่ 4 (ต่อ)

แรงจูงใจ	\bar{X}	SD	แปลผล	ลำดับที่
7. เพื่อแสวงหาข้อมูล				
- Facebook คือวิธีใหม่ที่ช่วยในการค้นคว้า	3.63	0.827	มาก	
- Facebook ทำให้ฉันได้รับข้อมูลโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย	3.99	0.759	มาก	
- Facebook เป็นที่ที่ฉันใช้หาข้อมูล	3.47	0.872	มาก	
- Facebook ช่วยให้ฉันสามารถสำรวจสิ่งที่ต้องการ	3.55	0.848	มาก	
- เป็นเรื่องง่ายที่จะได้รับข้อมูลจาก Facebook	3.87	0.782	มาก	
แรงจูงใจด้านการแสวงหาข้อมูลโดยรวม	3.70	0.66	มาก	5
8. เพื่อระบุตัวตน				
- Facebook ให้ข้อมูลของฉันกับคนที่เกี่ยวข้อง	3.71	0.712	มาก	
- ผู้อื่นสามารถใช้ Facebook เพื่อพิจารณาฉันได้	3.44	0.799	มาก	
- Facebook คือส่วนหนึ่งของภาพลักษณ์ของฉัน	3.63	0.846	มาก	
- Facebook ให้ข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับฉัน	3.55	0.809	มาก	
- Facebook ช่วยแสดงภาพลักษณ์ของฉันต่อคนอื่น ๆ	3.66	0.814	มาก	
แรงจูงใจด้านการระบุตัวตนโดยรวม	3.60	0.65	มาก	7
9. เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน				
- การเข้าใช้ Facebook เป็นกิจวัตรของฉัน	4.17	0.758	มาก	
- Facebook คือหนึ่งในสิ่งที่ฉันทำเป็นประจำเมื่อฉันออนไลน์	4.11	0.814	มาก	
- การเข้าใช้ Facebook เป็นเรื่องปกติที่ฉันทำ	3.99	0.850	มาก	
แรงจูงใจด้านการส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันโดยรวม	4.10	0.74	มาก	2

ตารางที่ 4 (ต่อ)

แรงจูงใจ	\bar{X}	SD	แปลผล	ลำดับที่
10. เพื่อหลีกเลี่ยงสิ่งต่างๆ				
- ฉันใช้ Facebook เพื่อผ่อนคลายระหว่างการทำสิ่งอื่นอยู่	3.87	0.844	มาก	
- ฉันใช้ Facebook เพื่อลืมเรื่องเกี่ยวกับงานหรือเรื่องอื่นๆ	3.46	1.025	มาก	
- Facebook ทำให้ฉันลืมปัญหา	3.05	1.001	ปานกลาง	
- Facebook ช่วย使我ผ่อนคลายจากความกังวล	3.31	1.060	ปานกลาง	
แรงจูงใจด้านการหลีกเลี่ยงสิ่งต่าง ๆ โดยรวม	3.42	0.84	มาก	10

จากตารางที่ 4 แสดงถึงค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊คของผู้บริโภคในประเทศไทย ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊คทั้งสี่ด้าน พบว่า แรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊คที่สูง 3 อันดับแรกได้แก่ ด้านรักษาความสัมพันธ์ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.19 รองลงมา คือ ด้านเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และอันดับที่ 3 คือ ด้านฆ่าเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกรายข้อในแรงจูงใจด้านการรักษาความสัมพันธ์พบว่า ข้อความที่มีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากมาน้อยได้แก่ เฟสบุ๊ค ทำให้ฉันสามารถสื่อสารกับเพื่อนได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 รองลงมาได้แก่ เฟสบุ๊ค ช่วย使我ได้รับการติดต่อจากเพื่อน ๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 และเฟสบุ๊ค ยังสามารถติดต่อกับเพื่อนได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39

ในด้านการเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันพบว่า ข้อความที่มีค่าเฉลี่ยแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊คเรียงจากมากมาน้อยได้แก่ การเข้าใช้ เฟสบุ๊ค เป็นกิจวัตรของฉัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมาได้แก่ เฟสบุ๊ค คือหนึ่งในสิ่งที่ฉันทำเป็นประจำเมื่อฉันออนไลน์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และการเข้าใช้ เฟสบุ๊ค เป็นเรื่องปกติที่ฉันทำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99

ในด้านการฆ่าเวลาพบว่า ข้อความที่มีค่าเฉลี่ยแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊คเรียงจากมากมาน้อยได้แก่ ฉันเข้าใช้ เฟสบุ๊ค เมื่อนั้นไม่มีอะไรทำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 รองลงมาได้แก่

เฟสบุ๊ก ช่วยให้ฉันผ่านเวลาที่น่าเบื่อได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และฉันใช้เฟสบุ๊ก เพื่อฆ่าเวลา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03

ส่วนที่ 5 ทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 พฤติกรรมการใช้สื่อเฟสบุ๊กด้านระยะเวลาในการเป็นสมาชิกสื่อเฟสบุ๊กมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊ก

ตารางที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อเฟสบุ๊กด้านระยะเวลาในการเป็นสมาชิกสื่อเฟสบุ๊กกับแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊กของกลุ่มตัวอย่าง

แรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊ก	ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกสื่อเฟสบุ๊ก
	r
เพื่อรักษาความสัมพันธ์	0.09
เพื่อเข้าร่วมสังคมเสมือน	0.05
เพื่อสร้างมิตรภาพ	0.01
เพื่อแสดงความโดดเด่นของตัวเอง	0.07
เพื่อฆ่าเวลา	0.05
เพื่อความบันเทิง	0.15**
เพื่อแสวงหาข้อมูล	0.02
เพื่อระบายตัวตน	0.05
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน	0.16***
เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งต่างๆ	0.06

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อเฟสบุ๊กด้านระยะเวลาในการเป็นสมาชิกสื่อเฟสบุ๊กกับแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊กของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อเฟสบุ๊กด้านระยะเวลาในการเป็นสมาชิกสื่อเฟสบุ๊กมีความสัมพันธ์ทางบวกกับแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊กด้านเพื่อความบันเทิงในระดับน้อย ($r = 0.15$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และด้านเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันในระดับน้อย ($r = 0.16$) อย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ 0.01 แต่ไม่พบความสัมพันธ์ในด้านเพื่อรักษาความสัมพันธ์ ด้านเพื่อเข้าร่วมสังคม เสมือน ด้านเพื่อนสร้างมิตรภาพ ด้านเพื่อแสดงความโดดเด่นของตัวเอง ด้านเพื่อฆ่าเวลา ด้านเพื่อแสวงหาข้อมูล ด้านเพื่อระบุตัวตน และด้านเพื่อหลีกเลี่ยงสิ่งต่าง ๆ

การที่พฤติกรรมการใช้สื่อเฟสบุ๊กในด้านระยะเวลาในการเป็นสมาชิกสื่อเฟสบุ๊กมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊กด้านเพื่อความบันเทิงอยู่ในระดับน้อย ($r = 0.15$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า ยิ่งกลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการเป็นสมาชิกสื่อเฟสบุ๊กนานเพียงใด กลุ่มตัวอย่างก็จะมีแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊กเพื่อความบันเทิงมากขึ้น และในทางกลับกันถ้ากลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการเป็นสมาชิกสื่อเฟสบุ๊กน้อย กลุ่มตัวอย่างก็จะมีแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊กเพื่อความบันเทิงน้อยลงเช่นกัน

การที่พฤติกรรมการใช้สื่อเฟสบุ๊กในด้านระยะเวลาในการเป็นสมาชิกสื่อเฟสบุ๊กมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊กด้านเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันอยู่ในระดับน้อย ($r = 0.16$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 หมายความว่า ยิ่งกลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการเป็นสมาชิกสื่อเฟสบุ๊กนานเพียงใด กลุ่มตัวอย่างก็จะมีแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊กเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันมากขึ้น และในทางกลับกันถ้ากลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการเป็นสมาชิกสื่อเฟสบุ๊กน้อย กลุ่มตัวอย่างก็จะมีแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊กเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันน้อยลงเช่นกัน

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อเฟสบุ๊กด้านจำนวนชั่วโมงต่อครั้งในการใช้บริการสื่อเฟสบุ๊กมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊ก

ตารางที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อเฟสบุ๊กด้านจำนวนชั่วโมงต่อครั้งในการใช้บริการสื่อเฟสบุ๊กกับแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊กของกลุ่มตัวอย่าง

แรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊ก	ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกสื่อเฟสบุ๊ก
	r
เพื่อรักษาความสัมพันธ์	0.17***
เพื่อเข้าร่วมสังคมเสมือน	0.23***
เพื่อสร้างมิตรภาพ	0.28***
เพื่อแสดงความโดดเด่นของตัวเอง	0.23***
เพื่อฆ่าเวลา	0.21***
เพื่อความบันเทิง	0.20***

ตารางที่ 6 (ต่อ)

แรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊ค	ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกสื่อเฟสบุ๊ค
	r
เพื่อแสวงหาข้อมูล	0.14**
เพื่อระบุตัวตน	0.15**
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน	0.27***
เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งต่างๆ	0.23***
รวม	0.21***

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 6 แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อเฟสบุ๊คด้านจำนวนชั่วโมงต่อครั้งในการใช้บริการสื่อเฟสบุ๊คกับแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊คของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อเฟสบุ๊คด้านจำนวนชั่วโมงต่อครั้งในการใช้บริการสื่อเฟสบุ๊คมีความสัมพันธ์ทางบวกกับแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊คด้านเพื่อรักษาความสัมพันธ์ในระดับน้อย ($r = 0.17$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ด้านเพื่อเข้าร่วมสังคมเสมือนในระดับน้อย ($r = 0.23$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ด้านเพื่อสร้างมิตรภาพในระดับน้อย ($r = 0.28$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ด้านเพื่อแสดงความโดดเด่นของตัวเองในระดับน้อย ($r = 0.23$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ด้านเพื่อฆ่าเวลาในระดับน้อย ($r = 0.21$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ด้านเพื่อความบันเทิงในระดับน้อย ($r = 0.20$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ด้านเพื่อแสวงหาข้อมูลในระดับน้อย ($r = 0.14$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ด้านเพื่อระบุตัวตนในระดับน้อย ($r = 0.15$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ด้านเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันในระดับน้อย ($r = 0.27$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และด้านเพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งต่าง ๆ ในระดับน้อย ($r = 0.23$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

การที่พฤติกรรมการใช้สื่อเฟสบุ๊คในด้านจำนวนชั่วโมงต่อครั้งในการใช้บริการสื่อเฟสบุ๊คมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊คด้านเพื่อรักษาความสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อย ($r = 0.17$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 หมายความว่า ยิ่งกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนชั่วโมงต่อครั้งในการใช้บริการสื่อเฟสบุ๊คนานเพียงใด กลุ่มตัวอย่างก็จะมีแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊คเพื่อ

ในการใช้บริการสื่อเฟสบุ๊คน้อย กลุ่มตัวอย่างก็จะมีแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊คเพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งต่าง ๆ น้อยลงเช่นกัน

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการใช้สื่อเฟสบุ๊คด้านความถี่ในการใช้บริการสื่อเฟสบุ๊คต่อสัปดาห์มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊ค

ตารางที่ 7 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อเฟสบุ๊คด้านความถี่ในการใช้บริการสื่อเฟสบุ๊ค ต่อสัปดาห์กับแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊คของกลุ่มตัวอย่าง

แรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊ค	ระยะเวลาในการเป็นสมาชิกสื่อเฟสบุ๊ค
	r
เพื่อรักษาความสัมพันธ์	0.19***
เพื่อเข้าร่วมสังคมเสมือน	0.18***
เพื่อสร้างมิตรภาพ	0.24***
เพื่อแสดงความโดดเด่นของตัวเอง	0.22***
เพื่อฆ่าเวลา	0.20***
เพื่อความบันเทิง	0.29***
เพื่อแสวงหาข้อมูล	0.12*
เพื่อระบายตัวตน	0.19***
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน	0.42***
เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งต่าง ๆ	0.18***
รวม	0.22***

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 7 แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อเฟสบุ๊คด้านความถี่ในการใช้บริการสื่อเฟสบุ๊คต่อสัปดาห์กับแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊คของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อเฟสบุ๊คด้านความถี่ในการใช้บริการสื่อเฟสบุ๊คต่อสัปดาห์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊คด้านเพื่อรักษาความสัมพันธ์ในระดับน้อย ($r = 0.19$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ด้านเพื่อเข้าร่วมสังคมเสมือนในระดับน้อย ($r = 0.18$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ด้านเพื่อสร้างมิตรภาพในระดับน้อย ($r = 0.24$) อย่างมี

เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันมากขึ้น และในทางกลับกันถ้ากลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการใช้บริการสื่อเฟสบุ๊กต่อสัปดาห์ต่ำ กลุ่มตัวอย่างก็จะมีแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊กเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันน้อยลงเช่นกัน

การที่พฤติกรรมการใช้สื่อเฟสบุ๊กในด้านความถี่ในการใช้บริการสื่อเฟสบุ๊กต่อสัปดาห์ มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊กด้านเพื่อหลีกเลี่ยงหนีจากสิ่งต่าง ๆ อยู่ในระดับน้อย ($r = 0.18$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 หมายความว่า ยิ่งกลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการใช้บริการสื่อเฟสบุ๊กต่อสัปดาห์สูงเพียงใด กลุ่มตัวอย่างก็จะมีแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊กเพื่อหลีกเลี่ยงหนีจากสิ่งต่าง ๆ มากขึ้น และในทางกลับกันถ้ากลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการใช้บริการสื่อเฟสบุ๊กต่อสัปดาห์ต่ำ กลุ่มตัวอย่างก็จะมีแรงจูงใจในการใช้สื่อเฟสบุ๊กเพื่อหลีกเลี่ยงหนีจากสิ่งต่าง ๆ น้อยลงเช่นกัน

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University