

พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้เฟสบุ๊ก (Facebook) สำหรับการท่องเที่ยว  
และพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัยของคนกลุ่มอายุ 52 – 65 ปี  
ในเขตกรุงเทพมหานคร  
Behavior and Satisfaction in Using Facebook for Travel and  
Leisure Purposes for 52 - 65 Years Old Living in Bangkok

ฉัตรพรรณ รัตนะฉายทอง  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟสบุ๊กและความพึงพอใจในการใช้เฟสบุ๊กสำหรับการท่องเที่ยวและพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัยของคนกลุ่มอายุ 52 – 65 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Research ) ประชากรได้แก่ คนกลุ่มอายุ 52-65 ปีในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาจำนวน 400 คน กำหนดขนาดโดยใช้ตารางของยามานะ (Yamane) ใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi Stages Sampling) และแหล่งข้อมูลจำนวน 14 คน กำหนดขนาดโดยวิธีเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟสบุ๊กสำหรับการท่องเที่ยว ด้านการใช้เฟสบุ๊กเพื่อการท่องเที่ยว พบว่า ใช้เพื่อการติดต่อด้านหมายกับเพื่อนร่วมวัยมากที่สุด การใช้เฟสบุ๊กสำหรับศึกษาแหล่งท่องเที่ยว พบว่าใช้เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุด การใช้เฟสบุ๊กระหว่างการท่องเที่ยว พบว่า ใช้เพื่อการอัปเดตข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด และการใช้เฟสบุ๊กหลังการท่องเที่ยว พบว่า ใช้เฟสบุ๊กเพื่อการโพสต์ข้อมูลภาพและบันทึกความประทับใจจากการท่องเที่ยวมากที่สุด ส่วนพฤติกรรมการใช้เฟสบุ๊กสำหรับพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัย จำนวนเพื่อนร่วมวัยจากเว็บเพจเฟสบุ๊ก พบว่ามีเพื่อนร่วมวัย จำนวน 51-100 บัญชีรายชื่อ มากที่สุด การนัดหมายเพื่อพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัยจำนวนครั้งต่อเดือน พบว่ามีการนัดหมาย 2-3 ครั้งมากที่สุด กิจกรรมในการพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัย พบว่ากิจกรรมการรับประทานอาหาร-เครื่องดื่ม สนทนาเล่าเรื่อง บันทึก ร้องเพลง/เต้นรำมากที่สุด สถานที่ในการนัดพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัย พบว่าร้านอาหารที่มีห้องประชุม/ดนตรีมากที่สุด และการใช้เฟสบุ๊กหลังการพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัยพบว่า ใช้เพื่อโพสต์ ข้อมูลภาพและบันทึกความประทับใจจากการพบปะสังสรรค์มากที่สุด ในการศึกษาความพึงพอใจในการใช้เฟสบุ๊กสำหรับการท่องเที่ยวและพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัย พบว่า มีความพึงพอใจในการใช้เฟสบุ๊กสำหรับการท่องเที่ยวและพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ การค้นหาเครือข่าย รองลงมาได้แก่ การเป็นสมาชิกและการใช้งาน

## Abstract

This research aims to study the behavior and satisfaction in using Facebook for travel and leisure purposes for 52-65 years old living in Bangkok. This research analyses using Mix Research Method on 400 adults aged 52-65 years old living in Bangkok. Sampling size is determined Yamane's formula and analyses the sample by Multi-Stages Random Sampling Method. In addition, another sample of 14 interviews conducted was determined by purposive sampling.

The results of from researching the consumer behavior in using Facebook for travel and leisure purposes for 52-65 years old living in Bangkok shows that majority of the participants most often use Facebook to coordinate a gathering with their peers within similar age group. As for usage during leisure, this study found that participants most often use Facebook to post pictures and text related to their leisure experience. on their smart phones while they are at home and they usually post on topics related to tourist attractions. They utilize Facebook in determining their socialization and tourism plans at least once a month and these plans from Facebook often result in 2-3 actual meetings per month as well. The most frequent type of socialization would be to meet up with a small group of friends for a meal, majority at halls, ballrooms and music halls. The average number of socializing friends on Facebook is 51-100 accounts. The results of researching the consumer satisfaction in using Facebook for travel and leisure purposes for 52-65 years old living in Bangkok shows that they found great satisfaction in using Facebook for their socialization and travel plans. Breaking down to the specifics, they are most satisfied with the outreach of the social network on Facebook followed by the ease of the membership process and lastly the user friendliness of the Facebook platform.

**คำสำคัญ :** พฤติกรรมการใช้, ความพึงพอใจในการใช้, คนกลุ่มอายุ 52-65 ปี,เฟซบุ๊ก

**Keywords :** Consumer behavior, consumer usage satisfaction, 52-65 years old living in Bangkok, Face book

## บทนำ

ยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) คือโลกยุคใหม่ของมนุษยชาติ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้ให้ความหมายไว้ว่า โลกาภิวัตน์ หมายถึง การแพร่กระจายไปทั่วโลก (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542,2546) การที่ประชาคมโลกไม่ว่าจะอยู่ ณ จุดใดสามารถรับรู้ สัมพันธ์หรือรับผลกระทบจากสิ่งที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวางเกิดความเป็นโลกไร้พรมแดนขึ้น เนื่องมาพัฒนาการด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคมวัฒนธรรมและการศึกษา โดยใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารเป็นเครื่องมือ สื่อและเทคโนโลยีการสื่อสารได้พัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง จาก

สื่อดั้งเดิม (Traditional Media) ที่ผู้ส่งสารทำหน้าที่ส่งสารไปยังผู้รับสารได้ทางเดียว พัฒนาเป็นสื่อใหม่ (New media) เป็นสื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกัน เป็นการสื่อสารสองทางและสามารถส่งสารได้หลายอย่างพร้อมๆกัน ได้แก่ ภาพ เสียงและข้อความ เมื่อรวมเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิมเข้ากับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสัมพันธ์ ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านทางระบบเครือข่ายและมีศักยภาพเป็นสื่อแบบประสม (Multimedia) ในโลกปัจจุบันสื่อใหม่ (New media) พัฒนาขึ้นอย่างหลากหลายเป็นที่รู้จักและนิยมกันมาก (Burnett, R. and Marshall D. P.,2003)

สื่อใหม่ (New Media) เป็นสื่อที่มีลักษณะเกี่ยวข้องกับระบบตัวเลข เครื่องคอมพิวเตอร์และระบบการสะท้อนกลับหรืออินเตอร์แอคทีฟ(Interactive)สามารถตอบสนองความต้องการของผู้แสวงหาข้อมูลข่าวสารได้มีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อแบบดั้งเดิมเนื่องจากไม่มีข้อจำกัดในด้านเวลา (Time)และเนื้อที่ (Space) (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, www, ม.ป.ป.) สื่อใหม่ในรูปแบบดิจิทัล ที่พบเห็นในปัจจุบันมีแนวโน้มว่าจะมีบทบาทมากยิ่งขึ้นในอนาคต สื่อใหม่แต่ละประเภท มีความโดดเด่นและแตกต่างกันตามประโยชน์และวัตถุประสงค์ สื่อใหม่ที่แพร่หลายในปัจจุบันได้แก่ เว็บไซต์ (Web site) อินเทอร์เน็ต (Internet) อีเมล (E-mail) เทคโนโลยีสำหรับอุปกรณ์พกพาหรือแพลตฟอร์มเคลื่อนที่ (Mobile Platform) วิดีโอเกมและโลกเสมือนจริง ซีดีรอมมัลติมีเดีย ซอฟต์แวร์ บล็อกและวิกิ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ผู้ให้บริการสารสนเทศ โทรทัศน์โต้ตอบ อุปกรณ์พกพาหรืออุปกรณ์เคลื่อนที่เช่นโทรศัพท์มือถือ พีดีเอ นวนิยายแบบข้อความหลายมิติ(Hypertext fiction) เป็นต้น (ปิยะพร เขตบรรณพต, 2553) การเกิดขึ้นและพัฒนาการของสื่อใหม่ ทำให้ระบบคอมพิวเตอร์ ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของมนุษย์มากขึ้น มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของผู้คนและองค์กรต่างๆ รวมถึงกิจกรรมนานาชาติบนอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับระบบสารสนเทศ สร้างผลกระทบต่อด้านประสิทธิภาพ ประสิทธิผลจากการใช้ประโยชน์ รวมถึงความเป็นส่วนตัว จริยธรรม คุณธรรมและสิ่งแวดล้อม วิวัฒนาการของสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้เกิดสังคมชนิดใหม่ขึ้นเป็นสังคมเสมือนจริงที่เรียกว่าสังคมออนไลน์ (social network) เป็นลักษณะของเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์คที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสารซึ่งอยู่ในรูปแบบต่างๆไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารหรือผู้รับสารด้วยตนเอง ในเริ่มแรกผู้คนจะใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นงานอดิเรก เพื่อเล่นเกมส์ พูดคุย แลกเปลี่ยนความเห็นและกิจกรรมส่วนตัวอื่นๆ ต่อมาการใช้สื่อสังคมออนไลน์กว้างขวางมากขึ้นนอกจากการใช้ที่เป็นงานอดิเรกแล้วยังใช้เพื่อเข้าถึงกลุ่มคนในวงกว้าง เพื่อจุดประสงค์อื่นที่ไม่ใช่งานอดิเรก ความนิยมของชุมชนออนไลน์เติบโตอย่างรวดเร็วโดยมุ่งเน้นไปที่การเชื่อมโยงผู้คนและองค์กรไว้ด้วยกัน สามารถแบ่งปันกิจกรรมและสิ่งที่สนใจร่วมกันได้เว็บไซต์เหล่านี้เป็นเครื่องมือที่มีความหลากหลายในการอำนวยความสะดวกในการติดต่อ สื่อสารและการประชุมการแบ่งปันการใช้ข้อมูลร่วมกันเว็บไซต์ในชุมชนออนไลน์ที่รู้จักกันดีได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) กูเกิ้ลพลัส (Google+)และลิงค์อิน (LinkedIn) (ศศลักษณ์ ทองขาวและคณะ, 2558)

เว็บไซต์สังคมออนไลน์ที่กำลังได้รับความนิยมและกำลังเพิ่มตัวเลขสมาชิกมากกว่าพันล้านคนทั่วโลกในขณะนี้คือเฟซบุ๊ก(Facebook) เฟซบุ๊กเปิดตัวครั้งแรกเมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2548 โดย มาร์ก ซักเกอร์เบิร์ก (Mark Zuckerberg) นักศึกษามหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด การเปิดเว็บไซต์นี้ มีเป้าหมายเพื่อให้นักศึกษาของมหาวิทยาลัยใช้สื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลกันเอง แต่หลังจากการเปิดตัว

เพียงสองสัปดาห์เพื่อนร่วมมหาวิทยาลัยก็ให้ความสนใจสมัครเป็นสมาชิกอย่างล้นหลามและแพร่กระจายไปยังมหาวิทยาลัยต่างๆ ทำให้มีการปรับปรุงเพื่อรองรับการขยายตัวของสมาชิก (กิตติ ภูวนิธิธนา, 2554) เมื่อนับจากจุดเริ่มต้นเฟซบุ๊กเติบโตอย่างก้าวกระโดด ในปี 2551 เฟซบุ๊กกลายเป็นชุมชนออนไลน์ขนาดใหญ่ มีการใช้งานนับร้อยล้านบัญชีรายชื่อ (ศศลักษณ์ ทองขาวและคณะ, 2558) และเพิ่มจำนวนเป็นพันกว่าล้านในปัจจุบันสำหรับในประเทศไทย ข้อมูล ณ วันที่ 26 กรกฎาคม 2554 คนไทยเป็นสมาชิกของเฟซบุ๊ก ถึง 11 ล้านคน ขณะที่ตัวเลขของสมาชิกทั่วโลกอยู่ที่ 700 ล้านคนและในปัจจุบันสมาชิกของเฟซบุ๊กได้เพิ่มมากขึ้นอีกหลายเท่าตัว (กิตติ ภูวนิธิธนา, 2554) จากข้อมูลสถิติการใช้เฟซบุ๊กของประเทศไทยจากการสำรวจทั่วโลก ประจำเดือนกันยายน 2555 โดย Social bakers. The recipe for social marketing success [Online]. Accessed September (2012) ระบุว่า ประเทศไทยอยู่อันดับที่ 16 ของโลกโดยมีจำนวนผู้ใช้งานทั้งสิ้น 16,662,060 คน ผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปี พ.ศ. 2556 พบว่าผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่สำหรับเครือข่ายสังคมออนไลน์และแอปพลิเคชันยอดนิยม 3 อันดับแรก ได้แก่ Facebook คิดเป็นร้อยละ 93.7 LINE คิดเป็นร้อยละ 86.8 และ Google คิดเป็นร้อยละ 34.6 (สำนักพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2557) นอกจากนี้ Zocial, inc. ได้ทำการสำรวจและเปรียบเทียบอัตราการเติบโตของประชากร Facebook ข้อมูลเมื่อวันที่ 17 เมษายน พ.ศ. 2558 พบว่า ประชากร Facebook ในประเทศไทย ในปี 2012 มี 14.5 ล้านบัญชี ปี 2013 มี 18 ล้านบัญชี (เพิ่มขึ้น +24%) ปี 2014 มี 26 ล้านบัญชี (เพิ่มขึ้น +44.5%) ปี 2015 มี 35 ล้านบัญชี (เพิ่มขึ้น +34.6%) และจังหวัดที่มีประชากร Facebook หนาแน่นมากที่สุด 5 จังหวัดได้แก่ กรุงเทพมหานคร 20 ล้านบัญชี เชียงใหม่ 960,000 บัญชี นครราชสีมา 780,000 บัญชี นนทบุรี 600,000 บัญชี และชลบุรี 540,000 บัญชี (Zocial, Inc. www.facebook.com/zocialinc : ออนไลน์)

ในช่วงระยะที่สื่อสังคมออนไลน์กำลังเป็นที่นิยมในสังคมไทย เป็นช่วงระยะเวลาเดียวกับที่สังคมไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอายุของประชากร จากรายงานการฉายภาพประชากรไทยในอนาคตของสถาบันวิจัยประชากรและสังคมมหาวิทยาลัยมหิดล (2549) ซึ่งให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งจะก่อให้เกิดปรากฏการณ์สำคัญที่มีผลต่อสังคมไทยอย่างมาก นั่นคือการมีผู้สูงอายุมากกว่าคนวัยเด็ก จำนวนดัชนีอัตราส่วนของผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นจากการที่มีอายุยืนยาวมากขึ้น ต่อจำนวนเด็กที่มีอัตราการเกิดน้อยลงชี้ให้เห็นว่า โครงสร้างของสังคมไทยกำลังเปลี่ยนไปเป็นสังคมผู้สูงอายุสอดคล้องกับแนวคิดของ ปราโมทย์ ประสาทกุลและปัทมา ว่าพัฒนวงศ์ (2548) ที่กล่าวว่า เมื่ออัตราการเกิดลดต่ำลงอย่างมากและผู้คนมีอายุยืนยาวนั้น สังคมไทยจึงกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างรวดเร็ว เมื่อเป็นเช่นนี้กลุ่มคนในช่วงวัย 52 - 65 ปีในปัจจุบันซึ่งจัดได้ว่าเป็นคนกลุ่มหนึ่งในกลุ่มเจนเนอเรชันเบบี้ บูมเมอร์ (Baby Boomer) หรือ Gen-B ซึ่งได้แก่กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489 ถึง 2507 ช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 สงบลง บ้านเมืองที่ผ่านการสู้รบได้รับความเสียหายอย่างหนัก ประชากรที่เหลืออยู่ในแต่ละประเทศจึงต้องเร่งฟื้นฟูประเทศให้กลับมาแข็งแกร่งมั่นคง แต่เนื่องจากผลของการสูญเสียทำให้ประเทศขาดแรงงานในการขับเคลื่อนประเทศ คนในยุคนี้จึงมีค่านิยมที่จะต้องมีการดูแลสุขภาพคน เพื่อสร้างแรงงานขึ้นมาพัฒนาประเทศชาติ คนกลุ่มนี้จึงมีจำนวนมากกว่าคนในกลุ่มเจนเนอเรชันอื่นๆ จึงเรียกว่าคนรุ่น Baby Boom ลักษณะของคนกลุ่มนี้คือ มีความเป็นตัวตนเองสูง มี

ชีวิตเพื่อการทำงาน เคารพกฎเกณฑ์ กติกา มีความอดทนสูง หุ่นเทให้กับการทำงานและองค์กรมาก  
เคร่งครัดในขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นนักอนุรักษนิยม เน้นเรียนหนังสือและทำงานผสมผสาน  
กันไป ให้ความสำคัญกับสิ่งที่ใกล้ตัวและสิ่งที่ตนรัก สนใจดูแลสุขภาพให้ความสำคัญกับการรักษา  
สภาพแวดล้อมชอบแบ่งปันข้อมูลหรือการบอกต่อประสบการณ์ และนิยมสรรหาสิ่งที่ดีที่สุดในแง่  
ตนเอง จะเห็นในยุคนี้ว่าคนที่ประสบความสำเร็จในกิจการต่างๆ มักจะเป็นคนที่เกิดอยู่ในช่วงยุคของ  
เบบี้ บูมเมอร์ (Baby boomer) ในสภาวะสังคมโลกและสังคมไทยเป็นสังคมเปิดเป็นโลกไร้พรมแดน  
สื่อและเทคโนโลยีพัฒนาตนเองตลอดเวลา เกิดการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพทางสังคมอย่างมหาศาล  
เป็นช่วงเดียวกับที่สภาพของสังคมไทยกำลังเปลี่ยนเป็นสังคมผู้สูงอายุ เป็นผลให้การดำรงชีวิตของคน  
ในช่วงอายุ 52 – 65 ปี ซึ่งมีจำนวนมากอยู่ในสังคมไทยนั้น ต้องปรับตัวตามไปด้วยอย่างหลีกเลี่ยง  
ไม่ได้และเพราะพฤติกรรมในการปรับตัวเองให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสังคมทำให้คนกลุ่มนี้มี  
อิทธิพลสูงต่อความเปลี่ยนแปลงทุกๆด้าน ทุกระบบของสังคมทั้งด้านสังคม การเมือง เศรษฐกิจและ  
การศึกษาสังคมต้องหันมาให้ความสำคัญและเอาใจใส่มากขึ้น พฤติกรรมเดิมอันเป็นคุณ  
ลักษณะเฉพาะคือมุ่งมั่นทำงานสร้างตนและครอบครัวเคยอยู่ในโลกส่วนตัวแบบสังคมปิด โอกาส  
พบปะกับเพื่อนร่วมวัยมีข้อจำกัดจึงเปลี่ยนไป ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้สังคมกลายเป็นสังคม  
เปิดและวิวัฒนาการตัวเองมาเป็นยุคที่อุดมไปด้วยเครื่องมือสื่อสารที่เรียกว่าสื่อใหม่ ปรากฏการณ์ที่  
เกิดขึ้นอย่างเห็นได้ชัดคือกลุ่มคนสูงวัยที่เรียกว่ากลุ่มเบบี้บูมเมอร์นี้ ให้ความสนใจและใช้ Social  
Network มากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะ เฟซบุ๊ก ที่มีอัตราการใช้ของประชากรไทยมากที่สุดกว่าสื่ออื่นๆ  
ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงสรุปได้ว่าผู้สูงอายุที่อยู่ในช่วงอายุ 52 – 65 ปี ที่มีจำนวนมากที่สุดในกลุ่ม  
ผู้สูงอายุด้วยกัน มีกำลังในการใช้จ่ายสูง มีเวลาว่างในระหว่างวันค่อนข้างมาก เป็นกลุ่มคนที่ชอบสรร  
หาสิ่งที่ดีที่สุดในกับตนเองเสมอ จึงส่งผลต่อการมีอิทธิพลต่อระบบการจัดการด้านเศรษฐกิจ  
การเมือง สังคมวัฒนธรรมและการศึกษาสูงมาก เมื่อคนกลุ่มนี้หันมาสนใจใช้เฟซบุ๊กกับที่ยังไม่มี  
รายงานการวิจัยใดๆชี้ให้เห็นว่าคนกลุ่มนี้มีพฤติกรรมในการใช้เฟซบุ๊กอย่างไร โดยเฉพาะในเรื่องของ  
การท่องเที่ยวและการพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัยอันเป็นลักษณะนิสัยโดดเด่นของคนกลุ่มอายุนี  
ผู้วิจัยจึงมีความสนใจเป็นอย่างยิ่งที่จะศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของคนกลุ่มอายุ 52 – 65  
ปี ในการใช้เฟซบุ๊ก โดยกำหนดขอบเขตเมืองที่ประชากรใช้เฟซบุ๊กมากที่สุดคือกรุงเทพมหานคร เป็น  
พื้นที่การศึกษา

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก สำหรับการท่องเที่ยวและพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัย ของคนกลุ่มอายุ 52 – 65 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้เฟซบุ๊ก สำหรับการท่องเที่ยวพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัยของคนกลุ่มอายุ 52 – 65 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร

### คำถามวิจัย

1. พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก สำหรับการท่องเที่ยวและพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัย ของคนกลุ่มอายุ 52 – 65 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร มีลักษณะอย่างไร



2. คนกลุ่มอายุ 52 – 65 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจในการใช้เฟซบุ๊ก สำหรับการท่องเที่ยวและพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัย ในระดับใด

### ขอบเขตในการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Method Research) กำหนดประชากรกลุ่มตัวอย่างและแหล่งข้อมูล ดังนี้

1. การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) สำหรับการท่องเที่ยวและพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัยของคนกลุ่มอายุ 52 – 65 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ประชากร ได้แก่คนกลุ่มอายุ 52 – 65 ปีที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากประชากรมีจำนวนมากกว่า 100,000 คน จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ ยามาเน่ (Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการแบบหลายขั้นตอน (Multi Stages Sampling) เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)

2. การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) สำหรับการท่องเที่ยวและพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัยของคนกลุ่มอายุ 52 – 65 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างแหล่งข้อมูลได้แก่ ผู้ใช้บริการเว็บเพจเฟซบุ๊ก(Facebook) แหล่งท่องเที่ยว ที่พักและโรงแรม จำนวน 3 เว็บเพจ โดยการเลือกอย่างง่าย ได้แก่ เลือกเว็บเพจเฟซบุ๊ก (Facebook) จำนวน 3 เว็บเพจ โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) และเลือกผู้ให้ข้อมูลจำนวนเว็บเพจเฟซบุ๊กละ 3 คน รวม 9 คน โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง(Purposive sampling)

และผู้ใช้บริการ เว็บไซต์เฟซบุ๊ก(Facebook) ที่เป็นตัวแทนกลุ่มอายุ 52 – 65 ปี จำนวน 5 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling)

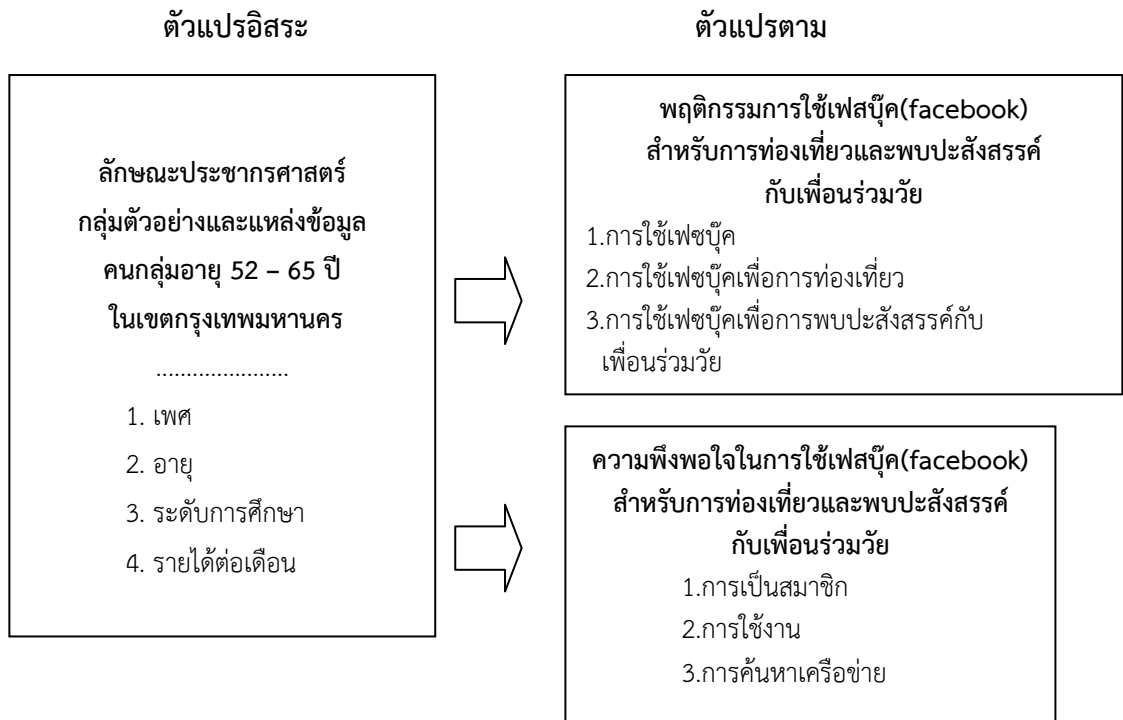
ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. การศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) สำหรับการท่องเที่ยวและพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัยของคนกลุ่มอายุ 52 – 65 ปี ใช้กรอบการศึกษาค้นคว้าพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ในด้านช่องทางการใช้ สถานที่ใช้ประจำ การอัปเดตข้อมูลและภาพ จำนวนครั้งในการใช้ต่อเดือน การนัดหมาย จำนวนกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดจากการนัดหมาย ลักษณะของกิจกรรม จำนวนเพื่อนร่วมวัยในหน้าเฟซบุ๊ก จำนวนเพื่อนที่ร่วมสนทนาและแสดงความคิดเห็นหรือกดไลค์เมื่อมีการอัปเดตข้อมูล

2. การศึกษาความพึงพอใจในการใช้ เฟซบุ๊ก (Facebook) สำหรับการ ท่องเที่ยวและพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัยของคนกลุ่มอายุ 52 – 65 ปี ในเรื่อง การเป็นสมาชิก การใช้งาน การค้นหา เครือข่าย

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้เฟซบุ๊ก (Face book) สำหรับการท่องเที่ยวและพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัยของคนกลุ่มอายุ 52 –65 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดตามทฤษฎี เป็นกรอบการวิจัยดังนี้



### วิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้เฟซบุ๊ก สำหรับการท่องเที่ยวและพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัยของคนกลุ่มอายุ 52 – 65 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Method Research) มีขั้นตอนดังนี้

ประชากร กลุ่มตัวอย่างและแหล่งข้อมูล

1. ประชากรในการศึกษาได้แก่คนกลุ่มอายุ 52 – 65 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางยามานะ (Yamane) ที่มีความคลาดเคลื่อนทางสถิติไม่เกิน 0.5 ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน

การเก็บข้อมูลใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi Stages Sampling) ได้แก่การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยการแบ่งกลุ่มตามพื้นที่เขตการปกครองของกรุงเทพมหานครจำนวน 50 เขตจับสลากเลือก 10 เขตและเลือกสถานที่เก็บข้อมูลแบบการเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ที่มีคนมาใช้บริการไม่น้อยกว่า 15,000 คนต่อวันในวันปกติและไม่น้อยกว่า 25,000 คนต่อวันในวันหยุด ได้แก่เขตปทุมวัน ห้างเซ็นทรัลเวิลด์ เขตบางนา ห้างเซ็นทรัลบางนา เขตบางกอกน้อย ห้างเซ็นทรัลปิ่นเกล้า เขตจตุจักร ห้างเซ็นทรัล

ลาดพร้าว เขตธนบุรี ห้างเดอะมอลล์ท่าพระ เขตภาษีเจริญ ห้างเดอะมอลล์บางแค เขตบางพลัดห้างพาต้าปิ่นเกล้า เขตราชเทวี ห้างแพลตตินั่ม เขตบางรัก ห้างโรบินสันบางรัก เขตคันทนาเยาว์ ห้างแฟชั่นไอส์แลนด์ ดำเนินการการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจากสถานที่เก็บข้อมูล แห่งละ 40 คน เก็บข้อมูลจากตัวอย่างโดยวิธีเลือกตามความสะดวก(Convenience Sampling) ได้แก่เลือกเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความสะดวกและยินดีให้ข้อมูลใช้เวลาในการเก็บข้อมูล 1 เดือน

2.แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ คนกลุ่มอายุ 52 – 65 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นผู้ใช้บริการเว็บเพจเฟซบุ๊กแหล่งท่องเที่ยว ที่พักและโรงแรมจำนวน 3 เว็บเพจ โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ได้ผู้ให้ข้อมูลจำนวนเว็บเพจเฟซบุ๊กละ 3 คน รวม 9 คน และแหล่งข้อมูลผู้ใช้บริการเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ที่เป็นตัวแทนกลุ่มอายุ 52 – 65 ปี จำนวน 5 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling)

#### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1. แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งประกอบด้วย ข้อคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก เป็นแบบตรวจสอบรายการ จำนวน 13 ข้อ คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้เฟซบุ๊กเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scales) จำนวน 3 ด้านรวม 10 ข้อ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย (IOC: Index of Item Objective Congruence) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง 0.60-1.00 ทุกข้อ แล้วนำไปทดลองใช้กับกับประชากรกลุ่มอายุ 52 – 65 ปี ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง 30 คน วิเคราะห์ความเชื่อมั่นโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ของคอนบาค (Cronbach alpha coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นด้านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กที่ 0.874 ด้านความพึงพอใจในการใช้เฟซบุ๊ก จำนวนข้อ 0.922

2. แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Non - Structured Interview) ใช้เพื่อสอบถามข้อมูลจากแบบ สอบถาม ลักษณะข้อคำถามเป็นคำถามด้านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กจำนวน 6 ข้อ ครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับช่องทางที่ใช้ สถานที่ที่ใช้ จำนวนครั้งในการใช้ การโพสต์ข้อมูลและภาพ การแสดงความคิดเห็น การสนทนา และคำถามด้านความพึงพอใจในการใช้เฟซบุ๊ก จำนวน 3 ข้อ ครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการเป็นสมาชิก การใช้งานและการค้นหาเครือข่าย

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ ใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Method Research) การวิเคราะห์ข้อมูลแยกตามประเภทของเครื่องมือในการเก็บข้อมูลประกอบด้วย แบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ส่วนแบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา



## สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เป็นเพศหญิง 253 คน (63.25%) และเพศชาย จำนวน 147 คน (36.75%) อายุ 56-60 ปี จำนวน 249 คน (62.25%) รองลงมาได้แก่อายุ 52-55 ปี จำนวน 148 คน (37.00%) และอายุ 61-65 ปี จำนวน 3 คน (0.75%) ระดับการศึกษา ปวช./ ปวส. หรืออนุปริญญาจำนวน 157 คน (39.25%) รองลงมาได้แก่ระดับปริญญาตรี จำนวน 112 คน (28.00%) ระดับมัธยมปลายหรือต่ำกว่า จำนวน 94 คน (23.50%) ระดับปริญญาโท จำนวน 36 คน (9.00%) และระดับปริญญาเอก จำนวน 1 คน (0.25%) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 24,001- 42,000 บาท จำนวน 146 คน (36.50%) รองลงมาได้แก่ รายได้ 6,001- 24,000 บาท จำนวน 117 คน (29.25%) รายได้ 42,001- 60,000 บาท จำนวน 62 คน (15.50%) รายได้ต่ำกว่า 60,000 บาท จำนวน 43 คน (10.70%) และรายได้มากกว่า 60,000 บาท จำนวน 32 คน (8.00%)

พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก พบว่าใช้เฟซบุ๊กผ่านช่องทางโทรศัพท์มือถือมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 75.75 สถานที่ใช้บริการเฟซบุ๊ก พบว่า ใช้ที่บ้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.75 ระยะเวลาที่ใช้เฟซบุ๊กในแต่ละวัน พบว่า ใช้เวลา 3-4 ชั่วโมงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.50 และช่วงเวลาที่ใช้เฟซบุ๊ก พบว่าใช้ในช่วงกลางวัน (10.00-16.00) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.00

พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กสำหรับการท่องเที่ยว พบว่า ใช้เฟซบุ๊กเพื่อการท่องเที่ยวในเรื่องติดต่อนัดหมายกับเพื่อนร่วมวัยเพื่อการท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00 ใช้เฟซบุ๊กสำหรับศึกษาแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.25 ระหว่าง การท่องเที่ยวใช้เฟซบุ๊กเพื่ออัปเดตข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.00 และหลังการท่องเที่ยวใช้เฟซบุ๊กเพื่อโพสต์ข้อมูลภาพและบันทึกความประทับใจจากการท่องเที่ยวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.50

พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กสำหรับการพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัย พบว่า มีเพื่อนร่วมวัยในเว็บเพจเฟซบุ๊ก จำนวน 51-100 บัญชีรายชื่อมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 41.25 ใช้เฟซบุ๊กสำหรับนัดหมายเพื่อพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัยต่อเดือน จำนวน 2-3 ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.50 กิจกรรมที่ใช้เฟซบุ๊กนัดหมายเพื่อพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัย ได้แก่ กิจกรรมรับประทานอาหาร-เครื่องดื่ม สนทนาเล่าเรื่อง บันทึกร้องเพลง/เต้นรำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.25 สถานที่ที่ใช้เฟซบุ๊กนัดหมายกับเพื่อนแล้วมีการพบปะสังสรรค์บ่อยที่สุด ได้แก่ ร้านอาหารที่มีห้องประชุม/ดนตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.25 เมื่อเสร็จสิ้นกิจกรรมพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัย ใช้เฟซบุ๊กเพื่อการโพสต์ข้อมูลภาพและบันทึกความประทับใจจากการพบปะสังสรรค์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.50

ความพึงพอใจในการใช้เฟซบุ๊กสำหรับการท่องเที่ยวและพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัย พบว่า มีความพึงพอใจในการใช้เฟซบุ๊กสำหรับการท่องเที่ยวและพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ด้านค้นหาเครือข่าย รองลงมาได้แก่ด้านการเป็นสมาชิกและด้านการใช้งานด้านการเป็นสมาชิกพบว่าในภาพรวม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ข้อที่มีความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ มีความสะดวกในการสมัครเป็นสมาชิก รองลงมาได้แก่ ข้อมูลส่วนตัวของผู้สมัครเป็นสมาชิกมีความปลอดภัยและเงื่อนไขในการเป็นสมาชิกไม่ยุ่งยาก ด้านการใช้งาน พบว่า มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ

พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 3 ข้อ ข้อที่มีความพึงพอใจมากที่สุดได้แก่ มีประโยชน์คุ้มค่า ต่อราคาค่าบริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต รองลงมาได้แก่ มีโปรแกรมการใช้งานหลากหลายชนิดให้ เลือกใช้เช่นเกมส์ แพนเพจ กรุปและใช้งานง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน ส่วนข้อที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด โดยมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ สื่อสารได้สะดวกรวดเร็วทั้งภาพและเสียงและสามารถ ใช้งานพร้อมกันในหลายบัญชีสมาชิก ด้านค้นหาเครือข่าย พบว่า มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ข้อที่มีความพึงพอใจมากที่สุดได้แก่ เข้าถึงข้อมูลสะดวก รวดเร็วและปลอดภัยรองลงมาได้แก่ สามารถเลือกเครือข่ายได้ทั้งระบบกลุ่มปิด หรือกลุ่มเปิดและการสร้างเครือข่ายสำหรับการท่องเที่ยวทำได้ง่าย

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์

พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กสำหรับการท่องเที่ยวและพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัย จาก แหล่งข้อมูลผู้ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กเพื่อการท่องเที่ยวจำนวน 3 เว็บไซต์ แหล่งข้อมูลจำนวน 9 คนพบว่า ช่องทางในการใช้เฟซบุ๊ก ใช้ผ่านสมาร์ตโฟนเป็นหลักและใช้ภายในบ้านเป็นส่วนใหญ่ หน้าเพจ เฟซบุ๊กจะอัปเดตข้อมูลและภาพเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามประทับใจและข้อมูลบรรยายภาพ การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว พร้อมกับข้อมูลโปรโมชั่นตั๋วการท่องเที่ยวราคาถูกในแต่ละเทศกาล เพื่อเชิญชวนเพื่อนๆร่วมเที่ยวด้วยกัน จำนวนครั้งที่มีการนัดหมายเพื่อนๆพบปะสังสรรค์และไปเที่ยว ในแต่ละเดือน แหล่งข้อมูลมีการนัดหมายกันเองระหว่าง 2-3 ครั้ง 1-2 ครั้งและ 4-5 ครั้ง ตามลำดับ โดยส่วนมากจะเป็นการนัดพบปะสังสรรค์โดยการ รับประทานอาหาร ร้องเพลง สนทนากันและมีการนัดหมายพบปะกันจริงเดือนละ 1-3 ครั้ง ในเพจเฟซบุ๊ก ของแหล่ง ข้อมูลแต่ละคนจะมีเพื่อนใน บัญชีเฟซบุ๊กระหว่าง 50 - 800 คน และจากการศึกษาแหล่งข้อมูลคนกลุ่มอายุ 52- 65 ปี จำนวน 5 คนพบว่า ช่องทางในการใช้เฟซบุ๊ก ใช้จากสมาร์ตโฟนเป็นหลัก สถานที่ใช้จะใช้ที่บ้าน หน้าเพจ เฟซบุ๊ก จะอัปเดตข้อมูลและภาพเกี่ยวกับวัดสวยๆ ภาพสถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ อาหารและ ร้านอาหาร จำนวนครั้งในการนัดหมายกับเพื่อนร่วมวัยต่อเดือนประมาณ 2 - 6 ครั้ง กิจกรรมการ ท่องเที่ยวได้แก่นัดหมายสังสรรค์รับประทานอาหารร่วมกัน ท่องเที่ยวและทำบุญที่วัดต่างๆ ในเพจ เฟซบุ๊กของแหล่งข้อมูลแต่ละคน จะมีเพื่อนในบัญชีเฟซบุ๊ก ระหว่าง 20 คนถึง 500 คน และเมื่อมี การอัปเดตข้อมูลภาพและกิจกรรมต่างๆจะมีเพื่อนเข้าไปแสดงความคิดเห็นและแสดงความชื่นชอบ (กดไลค์) ระหว่าง 10 ถึง 50 ความคิดเห็น

ความพึงพอใจในการใช้เฟซบุ๊ก สำหรับการท่องเที่ยวและพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัยจาก แหล่ง ข้อมูลผู้ใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กเพื่อการท่องเที่ยวจำนวน 3 เว็บไซต์ และตัวแทนกลุ่มอายุ 52 -65 ปี รวม 14 คน พบว่า ด้านการเป็นสมาชิก มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด เนื่องจากเป็นเว็บไซต์ที่เข้าไปใช้งาน ไม่ยุ่งยาก ใช้เวลาในการเรียนรู้ในการใช้งานไม่มากนัก มีความสะดวก เมื่อ ต้องการเป็นสมาชิกจะสามารถเปิดโปรแกรมคอมพิวเตอร์หน้าเว็บไซต์เฟซบุ๊กแล้วทำตามขั้นตอนที่ ปรากฏได้เลย และเฟซบุ๊ก เป็นที่นิยมของเพื่อนๆหาเพื่อนได้ง่าย จึงนิยมตามเพื่อน ในด้านการใช้งาน มีความพึงพอใจในระดับมาก มากที่สุด เนื่องจากเห็นว่าใช้งานง่าย นอกจากนี้ยังใช้ประโยชน์ใน การติดต่อสื่อสาร ติดตามข่าวสารต่างๆได้เป็นอย่างดี และด้านการค้นหาเครือข่ายมีความพึงพอใจใน ระดับมาก มากที่สุด เนื่องจากมีความสะดวก ใช้งานง่าย ต้องการค้นหาเพื่อนหรือเรื่องใดๆก็เจอได้ง่าย

## อภิปรายผล

จากผลการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้เฟซบุ๊ก สำหรับการท่องเที่ยวและพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัยของคนกลุ่มอายุ 52 – 65 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ช่องทางในการใช้เฟซบุ๊กนิยมใช้ด้วยโทรศัพท์ เคลื่อนที่ (สมาร์ตโฟน) มากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในยุคปัจจุบันเป็นโลกของสื่อใหม่ที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้พัฒนาให้มีขนาดเล็กลง ทำให้สะดวกในการพกพา มีโปรแกรม หลากหลายในลักษณะโปรแกรมอัจฉริยะ ราคาไม่แพงมากนัก ทำให้คนแทบทุกกลุ่มเข้าถึงและนิยมซื้อมาใช้ สอดคล้องกับกิตติ ภูวนิธิธนา (2554) ที่กล่าวว่าปัจจุบันนี้โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile) เป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ทำให้คนเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้สะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ผู้ใช้งานเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างๆ ได้ง่ายและสอดคล้องกับประเวทย์ ประเวสไพโรสนธิ (2556) ที่ศึกษาการใช้บริการสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และพฤติกรรมของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่าโดยส่วนใหญ่เข้าใช้บริการเพื่อค้นหาเพื่อนใหม่และสื่อสารกับเพื่อนปัจจุบันโดยใช้บริการผ่านโทรศัพท์ มือถือ พีดีเอ และสมาร์ตโฟนมากที่สุด ด้านสถานที่ที่ใช้พบว่า ใช้ที่บ้านมากที่สุด ระยะเวลาในการใช้แต่ละวันใช้จำนวน 3-4 ชั่วโมงมากที่สุด รองลงมาได้แก่ 5-6 ชั่วโมงและช่วงเวลาที่ใช้จ่ายใช้ในช่วงกลางวัน (10.00 -16.00 น.) มากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะคนกลุ่มอายุ 52-65 ปี เป็นคนในกลุ่มวัยที่เริ่มเกษียณตัวเองออกจากการทำงานประจำ มีชีวิตส่วนใหญ่อยู่ในบ้านพักอาศัยเมื่อใช้ช่องทางในการเข้าสู่เว็บไซต์เฟซบุ๊ก จึงมักจะใช้ในช่วงเวลาที่อยู่ที่บ้านเป็นหลัก สอดคล้องกับภัทธา เรืองสวัสดิ์ (2553) ที่ได้ศึกษารูปแบบดำเนินชีวิต พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า มีการเปิดเข้าใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์จากที่บ้านมากที่สุด กิจกรรมที่ทำเป็นประจำมากที่สุด 3 อันดับแรกเมื่อเข้าใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ สนทนากับเพื่อน อัปเดตสถานะ/ ข้อมูลส่วนตัว / รูปภาพและหาข้อมูล/ แลกเปลี่ยนข้อมูล ด้านการใช้เฟซบุ๊กเพื่อการท่องเที่ยว พบว่า ใช้เฟซบุ๊กเพื่อการติดต่อดนัดหมายกับเพื่อนร่วมวัยเพื่อการท่องเที่ยวมากที่สุดและใช้เฟซบุ๊กสำหรับศึกษาแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุด ระหว่างการท่องเที่ยวใช้เฟซบุ๊กเพื่ออัปเดตข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด และหลังการท่องเที่ยวใช้เฟซบุ๊กเพื่อโพสต์ข้อมูลภาพและบันทึกความประทับใจจากการท่องเที่ยวมากที่สุด ด้านพฤติกรรมการพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัย พบว่า มีเพื่อนร่วมวัยในเว็บเพจเฟซบุ๊ก จำนวน 51-100 บัญชีรายชื่อมากที่สุด ใช้เฟซบุ๊กสำหรับนัดหมายเพื่อพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัยต่อเดือน จำนวน 2-3 ครั้งมากที่สุด กิจกรรมที่ใช้เฟซบุ๊กนัดหมายเพื่อพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัยได้แก่ รับประทานอาหาร-เครื่องดื่ม สนทนา เล่าเรื่อง บันทึกร่องเพลง/เดินร่ำมากที่สุด เมื่อเสร็จสิ้นกิจกรรมพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัย ใช้เฟซบุ๊กเพื่อการโพสต์ข้อมูลภาพและบันทึกความประทับใจจากการพบปะสังสรรค์มากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากคนกลุ่มอายุ 52-65 ปี สนใจการพักผ่อนจากการท่องเที่ยวและพบปะกับเพื่อนร่วมวัย เมื่อสามารถเข้าถึงและใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กได้ จึงใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง เพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนานและผ่อนคลายสอดคล้องกับดวงกมล ชาติประเสริฐและศศิธร ยูวโกศล (2556) ที่ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมและการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์เครือข่ายสังคมเฟซบุ๊ก โดยพบว่า ประโยชน์จากการใช้เฟซบุ๊กได้แก่ เพื่อความสนุกสนานและผ่อนคลายเนื่องจากเฟซบุ๊กมีกิจกรรมที่หลากหลาย ซึ่งทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกเพลิดเพลินและสามารถลดความโดดเดี่ยวทางจิตใจลงได้ และเพื่อการรักษาความสัมพันธ์เดิม โดยผู้ใช้งานส่วนมากกล่าวว่กลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร

มากที่สุด คือเพื่อนสนิทและเพื่อนที่เจอกันเป็นประจำ ด้านความพึงพอใจในการใช้เฟซบุ๊ก สำหรับการท่องเที่ยวและพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมวัยของคนกลุ่มอายุ 52 – 65 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ ด้านค้นหาเครือข่าย รองลงมาได้แก่ด้านการเป็นสมาชิกและด้านการใช้งาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า เว็บไซต์เฟซบุ๊ก มีการอัปเดตข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบุคคล สถานที่และบันทึกข้อมูลเก็บไว้ตลอดเวลาเป็นผลให้สมาชิกสามารถสืบค้นหาเครือข่ายข้อมูลได้ง่ายและสะดวก จึงสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มผู้ใช้โดยคนกลุ่มอายุ 52-65 ปี ที่ใช้สืบค้นหาเครือข่ายของเพื่อนร่วมวัยที่หาได้ง่ายสะดวกและรวดเร็วสอดคล้องกับ วรรษญา จันทะรัง (2554) ที่กล่าวว่าปัจจัยที่ส่งผลให้เว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ Facebook ในประเทศไทย มียอดผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นมาจากการเปิดหน้าเว็บเพจในรูปแบบต่างเช่น กรุป (Group) ซึ่งเป็นหน้าสำหรับผู้ใช้งานทั่วไปสร้างขึ้นมาเพื่อให้ผู้ใช้งานคนอื่นที่มีจุดประสงค์หรือแนวทางเดียวกัน เข้ามาร่วมพูดคุย มีปฏิสัมพันธ์กัน โดยสามารถประยุกต์ใช้ได้หลากหลายรูปแบบ

#### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ควรศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้เฟซบุ๊กสำหรับการท่องเที่ยวและพบปะสังสรรค์ กับ

เพื่อนร่วมวัยของคนกลุ่มอายุ 52 – 65 ปี ในเขต 5 อันดับแรกของจังหวัดในประเทศไทยให้ครบทุกจังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ นครราชสีมา นครบุรีและชลบุรี เพื่อทราบข้อมูลให้มากยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภท Line ซึ่งกำลังใช้กันอย่าง

แพร่หลาย เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกต่อไป

#### บรรณานุกรม

- กิตติ ภูวนิธิธนา. (2554). **Facebook for Business and Marketing**. กรุงเทพมหานคร :วิทดีกรุป
- ดวงกมล ชาติประเสริฐ และศศิธร ยูวโกศล. (2556). **พฤติกรรมและการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์เครือข่ายสังคมเฟซบุ๊ก**. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. 21 (36) : 57-35.
- ประเวทย์ ประเวสไพโรสนธิ. (2556). **การใช้บริการสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และพฤติกรรมการทำงานของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร**.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปราโมทย์ ประสาทกุล และปัทมา ว่าพัฒน์วงศ์. (2548). **ประชากรไทยในอนาคต**. จาก <http://www.ipsr.mahidol.ac.th/IPSR/AnnualConference/ Conferencell /Article/Download/Article02.pdf>

- ปิยะพร เขตบรรพต.(2553). พฤติกรรมการรับการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อใหม่ของผู้บริโภค  
ในอำเภอเมืองเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา  
การตลาด,มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภัทรา เรืองสวัสดิ์.(2553). รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมของคน  
วัยทำงานในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.  
ราชบัณฑิตยสถาน.(2546) พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542. กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คส์  
พับลิเคชันส์.
- วรัญญา จันทะรัง.(2554). การบริหารการสื่อสารตราสินค้าบนแฟนเพจของเว็บไซต์เครือข่าย  
สังคมออนไลน์ “เฟซบุ๊ก”กรณีศึกษา GTH. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะ  
วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ศศลักษณ์ ทองขาวและคณะ.(2558). คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่.  
กรุงเทพมหานคร: แมคกรอ-ฮิล อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล เอนเตอร์ไพรส์ แอลแอลซี.
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม. (2549). การฉายภาพประชากรของประเทศไทย พ.ศ. 2548-  
2568 มหาวิทยาลัยมหิดล ฉบับเดือนมีนาคม 2549. กรุงเทพฯ : บริษัทเอ็ดดิสันเพรสโพร  
ดักส์ .
- สำนักพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์.องค์กรมหาชน.(2557) รายงานผลการสำรวจพฤติกรรม  
ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย.กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.  
กรุงเทพมหานคร.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (ม.ป.ป.). พัฒนาการสื่อใหม่ (New Media): อิทธิพลภาษาดิจิทัลต่อรูปแบบ  
การสื่อสารของมนุษยชาติและผลกระทบต่อจริยธรรมสื่อ. [ออนไลน์] ได้  
จาก: <http://utcc2.utcc.ac.th/localuser/amsar/PDF/New%20Media.pdf>
- Burnett, R. and David P. M. (2003). **Web Theory**. London: Routledge.Social bakers.  
**The recipe for social marketing success** [Online]. Accessed  
September(2012) Zocial, Inc. [www.facebook.com/zocialinc](http://www.facebook.com/zocialinc) : ออนไลน์