# บทที่ 5
# สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง "รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้สื่อเครือข่ายทางสังคมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานคร" เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเครือข่ายทางสังคมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่ของผู้ใช้ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเครือข่ายทางสังคมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้สื่อเครือข่ายทางสังคมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานคร

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะเจาะจงที่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่มาแล้วเป็นเวลาอย่างน้อยที่สุด 1 เดือนจนถึงปัจจุบัน ทั้งนี้ มีการใช้คำถามคัดเลือกผู้ตอบในเบื้องต้นเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-ended Questionnaire) และชนิดปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) โดยทำการเก็บข้อมูลระหว่างเดือน กันยายน 2553 ในการทดสอบสมมติฐานครั้งนี้ใช้ (Chi-square) ค่าสถิติสำหรับทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตั้งแต่สองตัวขึ้นไป (f-test) ค่าสถิติสำหรับทดสอบค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม ในการทดสอบสมมติฐาน ผลการศึกษาที่พบสามารถสรุปได้ดังนี้

## 5.1 สรุปผลกาวิจัย

### 5.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ใช้สื่อเครือข่ายทางสังคมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย กล่าวคือ เป็นเพศหญิง จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 และเป็นเพศชาย จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 กล่าวคือ เพศหญิงและเพศชายมีความต้องการหรือรสนิยมที่แตกต่างกัน อาจใช้ความรู้สึก

เหตุผลในการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่ที่แตกต่างกัน ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้ เนื่องจากวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับ นพรัตน์ เถื่อนเนาว์ (2549) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทัศนคติกับการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดียในโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการสื่อสารของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์โดยทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดียในโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการสื่อสาร ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องจากกลไกด้านราคา กล่าวคือ การรับส่ง MMS ในแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายมากกว่าการใช้โทรศัพท์เพื่อโทรออก อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างจัดอยู่ในช่วงวัยรุ่น และมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาถึงร้อยละ 74.3 จึงทำให้ตัวแปรด้านอายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ มีพฤติกรรมการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดียไม่แตกต่างกัน มีเพียงตัวแปรด้านรายได้ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดียในโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการสื่อสาร โดยพบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดีย ทั้งระยะเวลาในการใช้และความถี่ในการใช้ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน มีผลทำให้ระยะเวลาการใช้และความถี่ในการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดียเพื่อการสื่อสารแตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในระดับอายุ 18 - 25 ปี จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.3 อายุเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยมยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่มีอายุมาก สาเหตุที่แตกต่างกัน เนื่องจากคนที่ต่างรุ่นต่างวัยกันมีประสบการณ์ชีวิตแตกต่างกัน จึงทำให้มีทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิดและพฤติกรรมแตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสารมากกว่าเพื่อความบันเทิง ในการฟังวิทยุก็เช่นกัน คนที่มีอายุมากมักจะฟังรายการที่เป็นสาระความรู้ ไม่ค่อยฟังดนตรีสมัยใหม่จึงทำให้อายุของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในช่วงของวัยรุ่นที่ช่วงอายุนี้จะสามารถเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ๆ และชอบความสะดวกสบาย รวดเร็ว ทำได้ทันทีทุกที่ทุกเวลา ซึ่งมีความสอดคล้องกับ วันพิชชา รังษี (2550) ได้ศึกษาเรื่อง บทบาทของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการจัดการความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อน: กรณีศึกษานักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มเป้าหมายมีอายุระหว่าง 13-14 ปี อาศัยอยู่กับพ่อแม่ ความถี่ในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อติดต่อกับกลุ่มเพื่อนเฉลี่ย 5-6 ครั้งเป็นอย่างต่ำต่อวัน มีทัศนะคติต่อการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการจัดการความสัมพันธ์คือ อำนวยความสะดวกในการติดต่อ และยังมีความเป็นส่วนตัวในการติดต่อกับเพื่อนในกลุ่ม ซึ่งผลของการศึกษาได้สะท้อนให้เห็นว่าการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มีบทบาทอย่างสำคัญในการจัดการความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อน

ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 268 คนคิดเป็นร้อยละ 67.0 สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากการศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความรู้กว้างขวางและเข้าในสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่จะไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ และมักจะใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาต่ำมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อประเภทอื่น กลุ่มตัวอย่างที่พบซึ่งอยู่ในช่วงระดับปริญญาตรีอาจเป็นเพราะผู้มีระดับการศึกษาที่สูงกว่าอาจมีประสบการณ์ทางด้านสังคมมากกว่าและมีผู้มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ซึ่งผลการศึกษามีความสอดคล้องกับ วันพิชชา รังษี (2550) ได้ศึกษาเรื่อง "บทบาทของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการจัดการความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อน: กรณีศึกษานักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2" ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มเป้าหมายมีอายุระหว่าง 13-14 ปี อาศัยอยู่กับพ่อแม่ ความถี่ในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อติดต่อกับกลุ่มเพื่อนเฉลี่ย 5-6 ครั้งเป็นอย่างต่ำต่อวัน มีทัศนะคติต่อการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการจัดการความสัมพันธ์คือ อำนวยความสะดวกในการติดต่อ และยังมีความเป็นส่วนตัวในการติดต่อกับเพื่อนในกลุ่ม ซึ่งผลของการศึกษาได้สะท้อนให้เห็นว่าการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มีบทบาทอย่างสำคัญในการจัดการความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อน

สำหรับอาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจพบ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 249 คนคิดเป็นร้อยละ 62.3 อาชีพของผู้บริโภคมีความแตกต่างและหลากหลาย บางครั้งโทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่อาจมีความจำเป็นสำหรับบุคคลที่มีอาชีพที่เกี่ยวกับธุรกิจที่ต้องใช้เทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องเพื่อความสะดวกสบายในการสื่อสารแต่ในปัจจุบันโทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่ยังถือเป็นแฟชั่นและเป็นวัฒนธรรมที่กลุ่มนักเรียน นักศึกษาใช้กันมาก เพราะด้วยความสามารถอันหลากหลายของแบล็คเบอร์รี่ จึงไม่ได้มีความจำเฉพาะกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น แบล็คเบอร์รี่ยังแทรกไปอยู่ในทุกกลุ่ม ทุกชนชั้นอีกด้วย ซึ่งผลการศึกษามีความสอดคล้องกับ Carolyn R. Miller (1978) ที่ไม่ได้มองเทคโนโลยีในฐานะเครื่องมือ (Tools) อีกต่อไป หากแต่ทำหน้าที่สนับสนุนความต้องการของมนุษย์โดยตรง เป็นการขยายศักยภาพทางกายของมนุษย์อย่างเห็นผลทันที และสามารถจะถูกซึมซับจนเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่ผลิตมันขึ้นมา "เทคโนโลยี" มีเป้าประสงค์ในตัวของมันเอง พัฒนาไกลเกินกว่าความสามารถของมนุษย์ที่พัฒนาขึ้นมาแรกๆ และก้าวหน้าขึ้นเรื่อยๆ ตามกำลังศักยภาพของมัน รวมทั้งเทคโนโลยีนั้นกลายเป็นส่วนสำคัญในระบบการอธิบายวัฒนธรรมหนึ่ง เช่น ระบบสื่อสารผ่านอินเตอร์เน็ตในปัจจุบัน เป็นเทคโนโลยีที่ก้าวไกล พัฒนาเร็วจนมนุษย์แทบจะไม่สามารถควบคุมขอบเขตการ

สื่อสารบนอินเตอร์เน็ตได้เลย แถมยังมีส่วนในการสร้างและถ่ายทอดวัฒนธรรมอีกด้วย

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 161 คนคิดเป็นร้อยละ 40.3 เนื่องจากกลุ่มที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่อยู่ในช่วงกำลังศึกษาจึงมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในระดับต่ำ แต่กลุ่มนักเรียนและนักศึกษากลุ่มนี้ได้ใช้เทคโนโลยีจากแบล็คเบอร์รี่เพื่อติดต่อสื่อสารกัน ซึ่งผลการศึกษามีความสอดคล้องกับ วันพิชชา รังษี (2550) ได้ศึกษาเรื่อง บทบาทของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการจัดการความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อน: กรณีศึกษานักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มเป้าหมายมีอายุระหว่าง 13-14 ปี อาศัยอยู่กับพ่อแม่ ความถี่ในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อติดต่อกับกลุ่มเพื่อนเฉลี่ย 5-6 ครั้งเป็นอย่างต่ำต่อวัน มีทัศนะคติต่อการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการจัดการความสัมพันธ์คืออำนวยความสะดวกในการติดต่อ และยังมีความเป็นส่วนตัวในการติดต่อกับเพื่อนในกลุ่ม ซึ่งผลของการศึกษาได้สะท้อนให้เห็นว่าการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มีบทบาทอย่างสำคัญในการจัดการความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อน

### 5.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเครือข่ายทางสังคมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเครือข่ายทางสังคมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่ของกลุ่มตัวอย่าง ในเรื่องจำนวนครั้งในการใช้ ระยะเวลาที่ใช้ประสบการณ์ ช่วงเวลา ช่วงเวลา และสื่อเครือข่ายทางสังคมที่ชอบใช้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเครือข่ายทางสังคมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่ประมาณมากกว่า 15 ครั้งต่อวัน ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้ครั้งละ 6 – 15 นาที ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้อยู่ในช่วง 5 – 8 ช่วงเวลาที่ใช้ในแต่ละวัน ส่วนใหญ่เป็นช่วงเวลา 20.01 – 24.00 น. สถานที่ใช้ในแต่ละวัน ส่วนใหญ่เป็นที่บ้าน สื่อเครือข่ายทางสังคมบนโทรศัพท์มือถือแบล็คเบอร์รี่ที่ชอบใช้ ส่วนใหญ่เห็นว่าเป็น BlackBerry Messenger (BBM)

สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องจากคนในสังคมมีพฤติกรรมดำเนินชีวิตแตกต่างกันในการเปิดรับสื่อสังคมเครือข่าย อันเนื่องมาจากมีหน้าที่หลักที่จะต้องทำ ไม่ว่าจะเป็นการเรียน การทำงาน ซึ่งอาจจะมีช่วงเวลาเปิดรับสื่อสังคมเครือข่ายเป็นระยะเวลาที่ไม่นานนักในแต่ละครั้ง แต่ถ้าลองรวมเวลาเป็นในแต่ละวันแล้ว ก็ถือได้ว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่อยู่ในทุกช่วงเวลาที่ผู้ใช้เลือกจริงๆ นอกเหนือจากการเสร็จธุระจากการเรียนหรือการทำงานในแต่ละวันแล้ว จะเห็นได้ว่าผู้ใช้ได้หาทางเลือกโดยการเปิดรับสื่อเครือข่ายทางสังคมจากโทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่ เพื่อใช้เป็น

ช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเพื่อนๆ โดยผ่าน BBM ที่สามารถคุยกันได้เฉพาะโทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่ด้วยกันเท่านั้น จากแต่เดิมจะเป็นการโทรหากันหรือไม่ก็นิยมส่ง SMS หากัน แต่ในปัจจุบันเมื่อมีสื่อเครือข่ายทางสังคมบนแบล็คเบอร์รี่เข้ามา การติดต่อสื่อสารด้วยวิธีการเดิมๆ ดังกล่าวนั้นก็ได้รับความนิยมลดลงไป เหตุผลสำคัญประการหนึ่งเป็นเรื่องของค่าใช้จ่ายนอกเหนือที่จะตามมา เนื่องจากการพูดคุยกับเพื่อนผ่านทาง BBM โปรแกรมเฉพาะของโทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่แต่ละครั้งจะไม่มีค่าใช้จ่ายในการส่งและพูดคุย เพราะผู้ใช้บริการได้ชำระเป็นราคาเหมารวมไปแล้ว การติดต่อสื่อสารแบบเดิมๆ เลยเป็นตัวเลือกรองลงมา ซึ่งผลการศึกษามีความสอดคล้องกับ นพรัตน์ เถื่อนเนาว์ (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ทัศนคติกับการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดียในโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการสื่อสารของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์โดยทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดียในโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการสื่อสาร ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องจากกลไกด้านราคา กล่าวคือ การรับส่ง MMS ในแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายมากกว่าการใช้โทรศัพท์เพื่อโทรออก อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างจัดอยู่ในช่วงวัยรุ่น และมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาถึงร้อยละ 74.3 จึงทำให้ตัวแปรด้านอายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ มีพฤติกรรมการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดียไม่แตกต่างกัน มีเพียงตัวแปรด้านรายได้ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดียในโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการสื่อสาร โดยพบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดีย ทั้งระยะเวลาในการใช้และความถี่ในการใช้ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน มีผลทำให้ระยะเวลาการใช้และความถี่ในการใช้นวัตกรรมมัลติมีเดียเพื่อการสื่อสารแตกต่างกัน

### 5.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้สื่อเครือข่ายทางสังคมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้สื่อเครือข่ายทางสังคมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ แสดงความคิดเห็นบนเครือข่ายทางสังคมของเพื่อน อัพโหลดรูปถ่ายของตนเองให้ผู้อื่นได้ดู ดูหนัง ฟังเพลง ใช้สื่อเครือข่ายทางสังคมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่ในการติดต่องาน ค้นหาทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่ ติดตามข่าวสาร จะเห็นได้ว่ากิจกรรมที่ผู้ใช้เลือกใช้บนโทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอรรี่มากที่สุดก็คงหนีไม่พ้นเครือข่ายทางสังคมเพื่อใช้ในการเป็นตัวกลางแลกเปลี่ยนความคิดเห็น พูดคุย แบ่งปันรูปภาพของตัวเอง หาเพื่อนใหม่ๆ ดูหนังฟังเพลง เพราะการใช้สื่อเครือข่ายทางสังคมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่จะเป็นการใช้งานเพื่อผ่อนคลายภายหลังจากที่หมดธุระหลักๆ คือ การเรียนและการทำงาน จึงเห็นได้ว่าผู้ใช้จะมีลักษณะการใช้ที่แตกต่างกันออกไปอยู่ที่ว่าแต่ละคน

สนใจการพักผ่อนแบบไหน ซึ่งสอดคล้องกับ Reimer (1995:124-135) กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต คือ รูปแบบเฉพาะของกิจกรรมในแต่ละวัน ที่แสดงถึงความเป็นตัวของคนนั้นๆ โดยที่รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลจะเป็นเอกลักษณ์ที่ไม่มีใครเหมือน คนแต่ละคนจะเลือกทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่นๆ ซึ่งก็อาจจะมีใครคนอื่นทำในสิ่งเหล่านี้เหมือนกันก็เป็นได้ จึงมีคนจำนวนหนึ่งที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมือนๆ กัน

**5.1.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน**

**สมมติฐานที่ 1** ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเครือข่ายทางสังคมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่

1.1 เพศของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเครือข่ายทางสังคม ผลการทดสอบพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.2 อายุของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเครือข่ายทางสังคม ผลการทดสอบพบว่า สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.3 ระดับการศึกษาของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเครือข่ายทางสังคม ผลการทดสอบพบว่า ส่วนใหญ่ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน โดยมีพฤติกรรมการด้านประสบการณ์ในการใช้สื่อเครือข่ายทางสังคมบนโทรศัพท์มือถือแบล็คเบอร์รี่เท่านั้นที่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.4 อาชีพของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเครือข่ายทางสังคม ผลการทดสอบพบว่า ส่วนใหญ่สอดคล้องกับสมมติฐาน โดยมีพฤติกรรมด้านจำนวนครั้งในการใช้สื่อเครือข่ายทางสังคมบนโทรศัพท์มือถือแบล็คเบอร์รี่เท่านั้นที่ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

1.5 รายได้ต่อเดือนของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเครือข่ายทางสังคม ผลการทดสอบพบว่า ส่วนใหญ่สอดคล้องกับสมมติฐาน โดยมีพฤติกรรมด้านระยะเวลาที่ใช้สื่อเครือข่ายทางสังคมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่ในแต่ละครั้งเท่านั้นที่ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 2** พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเครือข่ายทางสังคมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่ของผู้ใช้ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ส่งผลให้มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบพบว่า ส่วนใหญ่สอดคล้องกับสมมติฐาน

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

ในส่วนนี้ผู้วิจัยจะนำผลการวิเคราะห์ในหัวข้อ 5.1 มาเพื่ออภิปรายเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ตั้งไว้ตามลำดับดังนี้

5.2.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเครือข่ายทางสังคมของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างอยู่ในวัยรุ่นอายุประมาณ 18-25 ปี กำลังศึกษาอยู่ในช่วงระดับปริญญาตรีและมีรายได้ไม่สูงมากนัก คืออยู่ในระดับรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งจะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนั้นให้การยอมรับเทคโนโลยี เพื่อตอบสนองความต้องการในการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น ณ จุดนี้ได้ก่อให้เกิดเครือข่ายการสื่อสารใหม่ขึ้น โดยมีโทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่เป็นสื่อกลาง ซึ่งเครือข่ายใหม่ที่เกิดขึ้นนี้ เกี่ยวข้องกับแนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคม (Social Network) กล่าวคือ แบล็คเบอร์รี่เป็นเทคโนโลยีอีกตัวหนึ่งที่สามารถช่วยให้ผู้คนได้มีปฏิสัมพันธ์กัน ซึ่งสามารถตอบวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของ Social Network ได้ นั่นคือ เกิดการปฏิสัมพันธ์ (Participation) หรือการมีส่วนร่วมกันได้ทุกๆ คนนั่นเอง นอกจากนี้ แบล็คเบอร์รี่ยังเป็นตัวเชื่อมต่อไปอีกหลายๆ เครือข่ายไม่ว่าจะเป็น MSN, facebook, MySpace, hi5, Twitter, Foursquare, Yahoo Messenger, Google Talk ฯลฯ หรือการท่องโลกอินเทอร์เน็ต ซึ่งจุดนี้อาจอธิบายตามแนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ได้อีกว่า แบล็คเบอร์รี่เป็นเทคโนโลยีใหม่ที่ไม่ใช่แค่ในฐานะเครื่องมือ (Tools) อีกต่อไป หากแต่ยังทำหน้าที่สนับสนุนความต้องการของมนุษย์ได้โดยตรงอีกด้วย

5.2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเครือข่ายทางสังคมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเครือข่ายทางสังคมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่ประมาณมากกว่า 15 ครั้งต่อวัน และมีระยะเวลาในการใช้ครั้งละ 6 – 15 นาที ซึ่งหากลองนำมาคิดคำนวณใน 1 วัน (24 ชม.) กลุ่มตัวอย่างจะมีพฤติกรรมการเปิดรับเครือข่ายทางสังคมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่ประมาณ 90 – 225 นาทีต่อวัน และส่วนใหญ่มีการใช้มา 5 – 8 เดือนแล้ว โดยช่วงเวลาที่ใช้มากที่สุดเป็นช่วงเวลา 20.01 – 24.00 น. คือหลังจาก

การเรียนหรือการทำงานแล้ว ซึ่งสถานที่ที่ใช้ในแต่ละวัน ได้แก่ ที่บ้าน ซึ่งส่วนใหญ่ชื่นชอบที่จะใช้ BlackBerry Messenger (BBM) มากที่สุด

จากผลสรุปข้างต้นนี้ สามารถอธิบายตามแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตได้ว่า แบล็คเบอร์รี่ได้เข้ามามีบทบาททำให้รูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้ใช้เปลี่ยนไปจากเดิม นอกเหนือจากกิจกรรมที่ทำเป็นประจำอย่างเรื่องการเรียนหรือการทำงาน แต่ก่อนเมื่อกลับมาจากเรียนหรือทำงานคนเราก็มักหาความบันเทิงจากโทรทัศน์หรือติดต่อสื่อสารกับเพื่อนๆ ในอินเทอร์เน็ต แต่ปัจจุบันแบล็คเบอร์รี่สามารถดึงช่วงเวลาในการดำเนินชีวิตจากกิจกรรมเดิมๆ เหล่านั้นได้อีกระดับหนึ่ง โดยเฉพาะกลุ่มที่เป็นนักศึกษาหรืออายุประมาณ 18-25 ปี จะมีการใช้มากที่สุด อาจมองได้ว่ากลุ่มนักศึกษาหรืออายุประมาณ 18-25 ปี มีการเปิดรับข่าวสารมากที่สุดเช่นกัน ซึ่งสื่อที่ใช้นั้นก็คือ แบล็คเบอร์รี่ หากอธิบายตามทฤษฎีที่เกี่ยวกับกระบวนการเปิดรับข่าวสาร (Selective Exposure) มองได้ว่า กลุ่มผู้ใช้แบล็คเบอร์รี่เลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) และเลือกใช้ (Selective Exposure) เทคโนโลยีแบล็คเบอร์รี่เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยในกลุ่มผู้ใช้ BlackBerry Messenger (BBM) จะมีการตีความหมายและรับรู้เหมือนกันโดยใช้การพิมพ์ข้อความ เหมือน MSN (Instant Messenger) แต่ทั้งนี้แบล็คเบอร์รี่ไม่ได้เปิดกว้างทั้งหมด หากแต่มีข้อจำกัดขอบเขตของผู้ใช้ด้วย เนื่องจากผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่สามารถสื่อสารผ่าน BlackBerry Messenger (BBM) ด้วยกันเท่านั้น ไม่สามารถใช้กับโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นอื่นได้

## 5.3 ข้อเสนอแนะ

### 5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้อง

ปัจจุบันอาจกล่าวได้ว่า แบล็คเบอร์รี่เป็นเทคโนโลยีที่ทำให้เกิด “เครือข่ายทางสังคม” หรือ “Social Network” ใหม่ขึ้น ซึ่งสามารถตอบสนองพฤติกรรมของคนในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี เพราะทุกอย่างสามารถทำได้ทันทีไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนและเวลาใดก็ตาม สิ่งเหล่านี้เองคือความอยากได้ของผู้คนยุคนี้ จากการที่ใช้ชีวิตติดอยู่กับโลกออนไลน์ผ่านจอคอมพิวเตอร์ แปรเปลี่ยนมาใช้ BB ซึ่งมีจุดแข็งที่มากกว่าทั้งรองรับอีเมล หรือการแชท แม้กระทั้งเป็นตัวกลางทำให้การเข้าสู่เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น MSN, facebook, MySpace, hi5, Twitter, Foursquare, Yahoo Messenger, Google Talk และอื่นๆ การนำมาซึ่งความสะดวกสบายนี้เอง จึงกล่าวได้ว่า BB มาถูกที่ถูกเวลากับจังหวะของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนที่เปลี่ยนแปลงไปตามกระแสเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ในยุคที่ 3 (Third Generation)

ทั้งนี้ แบล็คเบอร์รี่ก็มิใช่มีข้อดีทั้งหมด แต่ข้อเสียก็มีตัวอย่างที่ชัดเจนให้เราได้เห็นในความเป็นจริงอยู่ทุกวัน นั่นคือ Social Skill หรือปฏิสัมพันธ์ของบุคคลหายไป ด้วยความสามารถของแบล็คเบอร์รี่ที่สามารถแชตและเชื่อมต่อเหล่าบรรดาสังคมเครือข่ายทั้งหลายนั้น จึงทำให้การสื่อสารโดยการพูดคุยกับคนรอบข้างมีการเปลี่ยนแปลงไป เช่น เวลาไปรับประทานอาหารกับเพื่อนกับครอบครัว คนที่ใช้ BB บางคน ก็จะเอาแต่นั่งกดอยู่กับโทรศัพท์โดย ขาดการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลรอบข้าง จึงเป็นที่มาของโรคชนิดใหม่คือ Digital Syndom ซึ่งจากแต่ก่อนคนเราเจอกันต้องคุยกัน แต่ปัจจุบันบางคนนั่งข้างๆ กัน แต่กลับใช้ Social network เป็นตัวกลางในการสื่อสาร แทนที่จะสื่อสารกันแบบ Face to Face เป็นต้น

อีกทั้งการจะเปิดใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่แบล็คเบอร์รี่เพื่อการเชื่อมต่อเข้าสู่สังคมเครือข่ายและรับส่งข้อมูลนั้น อาจทำให้เกิดค่าใช้จ่ายที่ฟุ่มเฟือยตามมา เพราะนอกเหนือจากค่าบริการใช้อินเทอร์เน็ต แบบไม่จำกัด (AIS: 650 บาท, True Move: 690 บาท, 899 บาท, Dtac 650 บาท) ที่จะต้องจ่ายแล้ว ก็ยังต้องแบกภาระค่าโทรอีกต่างหากด้วย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้บริโภคว่ามีลักษณะการใช้งานแบบไหน ซึ่งผู้บริโภคสามารถเลือกแพ็คเก็จที่ตอบสนองความต้องการเพื่อการใช้งานและราคาที่เหมาะสมของแต่ละบุคคลได้เพื่อช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย ด้วยเหตุนี้เองตัวผู้ใช้เองจึงต้องคิดและตัดสินใจอย่างรอบคอบ ว่ามีความจำเป็นในการใช้เครื่องมือสื่อสารเหล่านี้มากน้อยแค่ไหนในปัจจุบัน

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามเพียงด้านเดียว ยังเป็นข้อจำกัดสำหรับการวิเคราะห์ผลที่ได้รับ ในโอกาสต่อไปควรใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลในลักษณะการสัมภาษณ์ควบคู่กับแบบสอบถาม ซึ่งจะช่วยให้การแปลความหมายและการวิเคราะห์ข้อมูลมีลักษณะที่ถูกต้องและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

2. ในเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต การศึกษาตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ เช่น อายุ เพศ การศึกษา ฯลฯ มาใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งผู้รับสารนั้น ตัวแปรเหล่านี้เป็นพียงปัจจัยภายนอก แต่ยังมีปัจจัยภายใน ซึ่งได้แก่ความต้องการ แรงจูงใจ ความคาดหวัง ทัศนคติ ความสนใจ ฯลฯ ที่สามารถเป็นประเด็นศึกษาวิจัยในเชิงลึกต่อไป โดยเฉพาะการวิจัยเชิงคุณภาพ

3. ส่วนการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น เพื่อให้ข้อมูลในการวิจัยมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้ที่มีความสนใจที่จะทำการวิจัยเพิ่มเติมควรจะ

ขยายขอบเขตการวิจัยไปสู่หัวเมืองหลัก เช่น ปริมณฑล เชียงใหม่ ภูเก็ต พัทยา และขอนแก่น เป็นต้น เนื่องจากประชากรในเมืองนั้นๆ มีพฤติกรรมคล้ายคลึงกับประชากรในกรุงเทพมหานคร