

A SURVEY OF ONLINE FORTUNE-TELLING NEEDS THROUGH THE FACEBOOK APPLICATION OF WORKING-AGE PEOPLE IN BANGKOK

Manuscript Submission Data: 2023, April 10

Kittipot Sooksai*

Article Editing Date: 2023, July 1

Article Accepted Date: 2023, July 26

ABSTRACT

This survey research examines the online fortune-telling needs of working-age individuals in Bangkok, using Facebook as the platform for data collection. The study collected quantitative data from 433 respondents through simple random sampling. The questionnaire consisted of two parts: Part 1 gathered general information, and Part 2 assessed their specific online fortune-telling requirements. The data were analyzed using basic statistical analysis, including frequency and percentage calculations, performed using a packaged program.

The results showed that the survey's most representative sample consisted of 228 females (52.70 percent). The majority of participants, totaling 265 individuals (61.20 percent), fall within the age range of 15 to 29 years, while 365 individuals were single (84.30 percent). As for educational qualifications, 165 respondents held a Bachelor's Degree (38.10 percent). Among the participants, 190 were self-employed (44 percent), and 182 individuals had an average monthly salary of less than 10,000 baht (42 percent). In terms of Facebook usage frequency, 133 respondents mostly used Facebook for 1-2 hours per day (30.70 percent).

Regarding online fortune-telling experiences, the findings revealed that the majority, 209 people, had not utilized either online or offline fortune-telling services (48.30 percent). However, 114 people (26.30 percent) had availed fortune-telling services through the Facebook application. Among the topics sought for fortune-telling, work emerged as the most popular, followed by finance and love.

After considering the factors affecting the decision of getting the online fortune telling through the Facebook application, it was found that the prophet's reliability was the most significant factor. This was followed by user reviews, number of followers, content quality, service fees, and prompt communication.

Keywords: Fortune-telling, Online, Facebook.

* Faculty of Technology, Pathumwan Institute of Technology

Corresponding author e-Mail: Kittipot.Khoon@gmail.com

การสำรวจความต้องการในการใช้งานเพชพยากรณ์โรคชะตาออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 10 เมษายน 2566

กิตติยศ สุกใส*

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 1 กรกฎาคม 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 26 กรกฎาคม 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความต้องการในการใช้งานเพชพยากรณ์โรคชะตาออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 433 คน ด้วยการสุ่มอย่างง่าย โดยใช้แบบสำรวจแบบตรวจสอบรายการที่แบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป และตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการใช้งานเพชพยากรณ์โรคชะตาออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐานได้แก่ ความถี่ และร้อยละ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

ผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 228 คน (ร้อยละ 52.70) ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 15-29 ปี จำนวน 265 คน (ร้อยละ 61.20) และมีสถานภาพโสด จำนวน 365 คน (ร้อยละ 84.30) ระดับการศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 165 คน (ร้อยละ 38.10) ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอื่น ๆ จำนวน 190 คน (ร้อยละ 44.00) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 182 คน (ร้อยละ 42.00) ในด้านความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก ส่วนใหญ่มีการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กวันละ 1-2 ชั่วโมง จำนวน 133 คน (ร้อยละ 30.70)

เมื่อพิจารณาประสบการณ์การใช้บริการพยากรณ์ออนไลน์พบว่า ส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการพยากรณ์โรคชะตาใด ๆ ทั้งในช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ จำนวน 209 คน (ร้อยละ 48.30) สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการพยากรณ์โรคชะตาพบว่า ส่วนใหญ่เข้ารับบริการผ่านทางแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก มากที่สุด จำนวน 114 คน (ร้อยละ 26.30) โดยเรื่องที่คนส่วนใหญ่ต้องการพยากรณ์มากที่สุด คือ เรื่องการเงิน รองลงมา คือ เรื่องความรัก ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกรับบริการพยากรณ์ออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นลำดับที่ 1 คือ ความน่าเชื่อถือของผู้พยากรณ์ รองลงมา คือ รีวิวจากผู้ใช้บริการ จำนวนผู้ติดตามเพจ คอนเทนต์ที่น่าสนใจในเพจ อัตราค่าบริการ และความเร็วในการตอบกลับของเพจ ตามลำดับ

คำสำคัญ: พยากรณ์โรคชะตา, ออนไลน์, เฟซบุ๊ก

* คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีปทุมวัน

Corresponding author e-Mail: Kittipot.Khoon@gmail.com

บทนำ

การพยากรณ์โชคชะตาเป็นความเชื่อส่วนบุคคลที่ได้รับความนิยมในคนบางกลุ่ม เป็นการทำนายโดยตรงกับจุดอ่อนของจิตใจ โอกาสที่หมอจะทำนายถูกนั้นคล้ายกับการเดาสุ่ม แต่โอกาสตรงใจนั้นมีสูงมากตามทฤษฎีของปรากฏการณ์บาร์นัม (Barnum Effect) ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่บุคคลมักให้คะแนนความถูกต้องในระดับที่สูงกับคำอธิบายเกี่ยวกับบุคลิกภาพของตนซึ่งตนเชื่อว่าทำขึ้นมาเพื่อตนโดยเฉพาะ (Nelson-Jones, 2552, pp. 76-78) แต่คนจำนวนมากยังมีความพึงพอใจที่จะจ่ายเงินรับการพยากรณ์โชคชะตาเพื่อความสบายใจ เพื่อตอบสนองความต้องการ และแก้ไขปัญหหรือเรื่องราวที่เกิดขึ้น เพื่อให้เกิดความสุขทางด้านจิตใจและหันมาสนใจ เป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยให้กำลังใจตนเองมากขึ้น (อัครกิตติ์ สีนธวงศ์ศร, 2560) ประชากรวัยทำงานเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ของประเทศซึ่งมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ จากข้อมูลประชากรที่พักอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครตามข้อมูลของ กองยุทธศาสตร์บริหารจัดการ (2564) มี จำนวน 5,527,994 คน ในจำนวนนี้เป็นคนวัยทำงาน จำนวน 7,859,113 คน (กองยุทธศาสตร์บริหารจัดการ, ออนไลน์, 2564) ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นวัยทำงานตอนต้น มีอายุระหว่าง 15-29 ปี วัยทำงานตอนกลาง มีอายุระหว่าง 30-44 ปี และวัยทำงานตอนปลายมีอายุระหว่าง 45-60 ปี (กรมอนามัย, ออนไลน์, 2566) ซึ่งคนในวัยทำงานเป็นกลุ่มคนที่มีความสามารถและความต้องการในการอุปโภคบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่รวมทั้งการใช้บริการพยากรณ์โชคชะตาด้วย

ยุคดิจิทัลเป็นยุคแห่งสังคมออนไลน์ นอกจากการติดต่อสื่อสารแล้วยังมีการซื้อ ขายสินค้า และบริการผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวกรวดเร็ว ตอบสนองต่อลักษณะการดำเนินชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน หนึ่งในแพลตฟอร์มออนไลน์ยอดนิยม คือ แอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก (Facebook) เนื่องจากเฟซบุ๊กเป็นสื่อที่สามารถใช้สื่อสาร พูดคุย ตอบโต้กันได้ในวงกว้าง อีกทั้งยังสามารถใช้งานได้ทั้งในรูปแบบส่วนบุคคลและธุรกิจ ทำให้ปี พ.ศ. 2564 ไทย มีผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก ประมาณ 51 ล้านคน เพิ่มขึ้นกว่า 8.5% จากสถิติปี พ.ศ. 2563 (ภูมิทัศน์สื่อไทย, ออนไลน์, 2565)

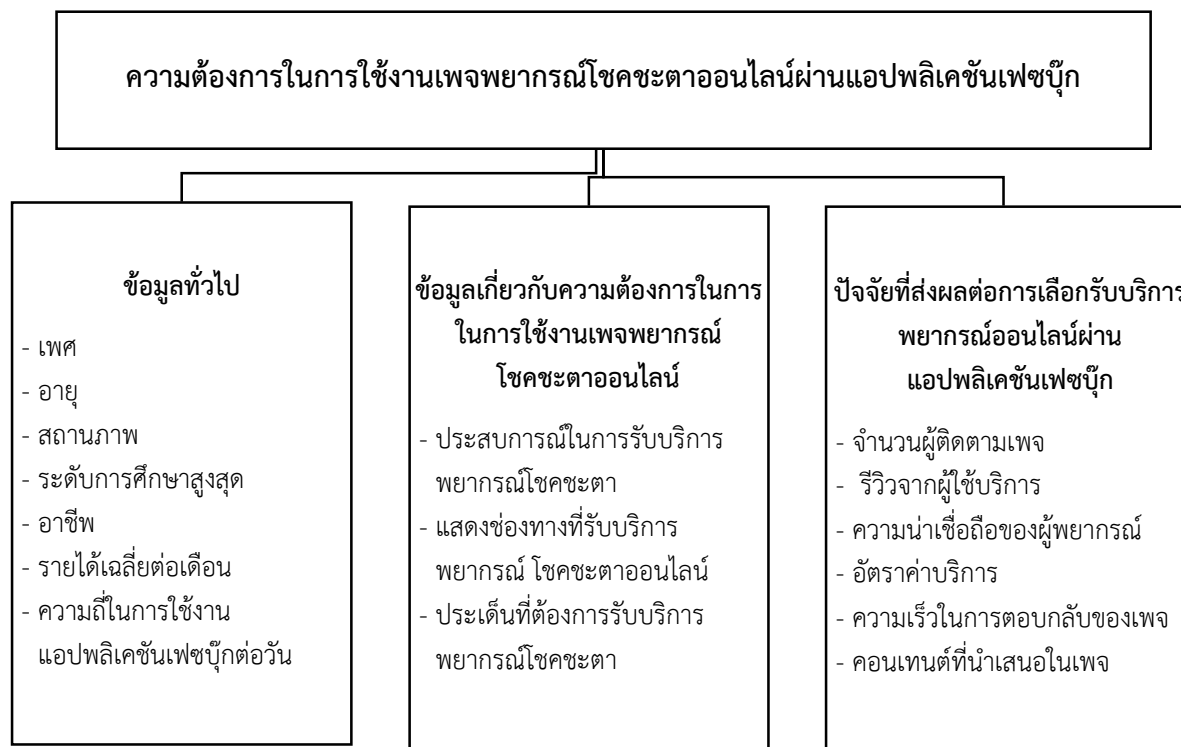
ด้วยความเชื่อในศาสตร์แห่งการพยากรณ์โชคชะตาที่มีมาอย่างยาวนานในสังคมไทย รวมกับการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์บนแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน (ปทุมพรทิพย์ เจริญวิริยบุญญา, 2564) จึงเกิดเป็นเพจพยากรณ์โชคชะตามากมาย ทำให้เกิดการแข่งขันทางการตลาดเช่นเดียวกับธุรกิจอื่น ๆ ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญที่จะสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่ผู้รับบริการพยากรณ์ออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนา ปรับปรุง ต่อยอดรูปแบบการให้บริการในลักษณะนี้ให้ตอบสนองความต้องการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อสำรวจความต้องการในการใช้งานเพจพยากรณ์โชคชะตาออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

กรอบแนวคิด



วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ดังนี้ พิมพ์มาตา ธนวัฒน์ไชยกุล (2565) พบว่า ในการเลือกรับบริการพยากรณ์โรคชะตา ตัวผู้พยากรณ์เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ผู้รับบริการจะใช้พิจารณาเลือกรับบริการ ส่วน รุจิกาญจน์ สานนท์ (2559) พบว่า องค์ประกอบที่มีผลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการโหราศาสตร์ในประเทศไทย ได้แก่ องค์ประกอบของ 1) สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ 2) ทศนคติของผู้ใช้บริการ 3) ความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ 4) คุณภาพการให้บริการที่ผู้ให้บริการรับรู้ และ 5) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และ ญัฐชัย อยู่ยี่นนาน (2559) พบว่า ความรักเป็นเรื่องที่คนส่วนใหญ่ต้องการให้พยากรณ์มากที่สุด รองลงมาคือ เรื่องการเงินจากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยจึงนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยสำรวจความต้องการในการใช้งานเพชพยากรณ์โรคชะตาออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มเป้าหมายโดยใช้แบบสำรวจความคิดเห็น (Survey) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีรายละเอียดของการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้เก็บข้อมูลกับคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การสุ่มอย่างง่าย เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะตามเกณฑ์ คือ 1) พักอาศัย หรือทำงานอยู่ในกรุงเทพมหานคร 2) อยู่ในวัยทำงานมีอายุระหว่าง 15-60 ปี และ 3) มีความยินดีให้ข้อมูล

จากจำนวนคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 7,859,113 คน (กองยุทธศาสตร์บริหารจัดการ, ออนไลน์, 2564) กำหนดขนาดตัวอย่างด้วยการคำนวณสูตรของยามาเน่ (Yamane, 1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 399.97 คน คิดเป็น จำนวน 400 คน และเพื่อป้องกันการสูญหายของข้อมูลผู้วิจัยจึงเก็บตัวอย่างเพิ่มขึ้นร้อยละ 25 รวมจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 500 คน และใช้การสุ่มอย่างง่ายในการสุ่มตัวอย่างวิจัย โดยการส่งแบบสำรวจออนไลน์ผ่านโปรแกรม Google form เมื่อนำเครื่องมือไปเก็บข้อมูล ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ จำนวน 433 คน ซึ่งเพียงพอต่อการนำมาวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย

เครื่องมือวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลได้แก่ แบบสำรวจความต้องการในการใช้งานเพจพยากรณ์โชคชะตาออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก แบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป และตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการใช้งานเพจพยากรณ์โชคชะตาออนไลน์ ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับการใช้บริการพยากรณ์โชคชะตาออนไลน์ มีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check list) โดยมีคำถาม และรายการให้เลือกตอบ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ข้อที่ 1 เพศ

- (1) ชาย (2) หญิง

ข้อที่ 2 อายุ

- (1) 15-29 ปี (2) 30-44 ปี (3) 45-60 ปี

ข้อที่ 3 สถานภาพ

- (1) โสด (2) สมรส (3) หม้าย (4) หย่าร้าง

ข้อที่ 4 ระดับการศึกษาสูงสุด

- (1) ประถมศึกษา (2) มัธยมศึกษา (3) อนุปริญญา (4) ปริญญาตรี (5) สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 5 อาชีพ

- (1) ข้าราชการ (2) พนักงานรัฐวิสาหกิจ (3) ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท (4) ค้าขาย
(5) เกษตรกร (6) อาชีพอิสระ (7) อื่น ๆ ระบุ.....

ข้อที่ 6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- (1) น้อยกว่า 10,000 บาท (2) 10,000-20,000 บาท (3) 20,001-30,000 บาท
(4) มากกว่า 30,000 บาท

ข้อที่ 7 ความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กต่อวัน

- (1) น้อยกว่า 1 ชั่วโมง (2) 1-2 ชั่วโมง (3) 2-3 ชั่วโมง (4) 3-4 ชั่วโมง
(5) มากกว่า 4 ชั่วโมง

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการใช้งานเพจพยากรณ์โชคชะตาออนไลน์

ข้อที่ 1 ท่านเคยรับบริการพยากรณ์โชคชะตาในช่องทางใดบ้าง

- (1) ไม่เคยเลย (2) ช่องทางออฟไลน์ตามสถานที่ต่าง ๆ
(3) ช่องทางออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ (4) ทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์

ข้อที่ 2 ท่านเคยรับบริการพยากรณ์โชคชะตาออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันใดบ้าง

- (1) ไม่เคยเลย (2) แอปพลิเคชันไลน์ (LINE) (3) แอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก (Facebook)
(4) แอปพลิเคชันอินสตาแกรม (Instagram) (5) แอปพลิเคชันอื่น ๆ ระบุ.....

ข้อที่ 3 หากจะรับบริการพยากรณ์โชคชะตา ท่านต้องการพยากรณ์เกี่ยวกับเรื่องใดมากที่สุด

- (1) การงาน (2) การเงิน (3) ความรัก (4) สุขภาพ (5) อื่น ๆ ระบุ.....

ข้อที่ 4 ปัจจัยที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการพยากรณ์โชคชะตาออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก (โปรดใส่หมายเลข 1-6 เพื่อเรียงลำดับความสำคัญจากมาก-น้อย)

- (1) จำนวนผู้ติดตามเพจ (2) รีวิวจากผู้ใช้บริการ (3) ความน่าเชื่อถือของผู้พยากรณ์
(4) อัตราค่าบริการ (5) ความเร็วในการตอบกลับของเพจ (6) คอนเทนต์ที่น่าสนใจในเพจ

หลังสร้างข้อคำถามที่ใช้สำหรับเก็บข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสำรวจไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดและประเมินผล จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาด้วยการหาค่า IOC ได้คะแนน +1 ในทุกข้อคำถาม และเมื่อนำเครื่องมือไปหาค่าความเที่ยงพบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.82 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเครื่องมือมีความตรง และความเที่ยงอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำไปใช้ได้ จากนั้นผู้วิจัยจึงนำเครื่องมือมาปรับการใช้ภาษาให้สื่อความได้ตรงประเด็นมากขึ้นก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. สร้างเครื่องมือแบบออนไลน์ด้วยโปรแกรม Google form
2. เก็บข้อมูลออนไลน์ผ่านทางสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ
3. รวบรวมข้อมูล และคัดเลือกข้อมูลที่สมบูรณ์
4. นำข้อมูลมาวิเคราะห์และสรุปผลเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย

ผลการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสำรวจผ่านช่องทางออนไลน์ มีผู้ตอบแบบสำรวจที่ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย จำนวน 433 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียด ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ พบว่า เป็นเพศชาย จำนวน 205 คน (ร้อยละ 47.30) เพศหญิง จำนวน 228 คน (ร้อยละ 52.70) ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 15-29 ปี จำนวน 265 คน (ร้อยละ 61.20) และมีสถานภาพโสด จำนวน 365 คน (ร้อยละ 84.30) ระดับการศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 165 คน (ร้อยละ 38.10) ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอื่น ๆ อาทิ นักเรียน นักศึกษา จำนวน 190 คน (ร้อยละ 44.00) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 182 คน (ร้อยละ 42.00) ในด้านความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก ส่วนใหญ่มีการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กวันละ 1-2 ชั่วโมง จำนวน 133 คน (ร้อยละ 30.70) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงดังตารางที่ 1

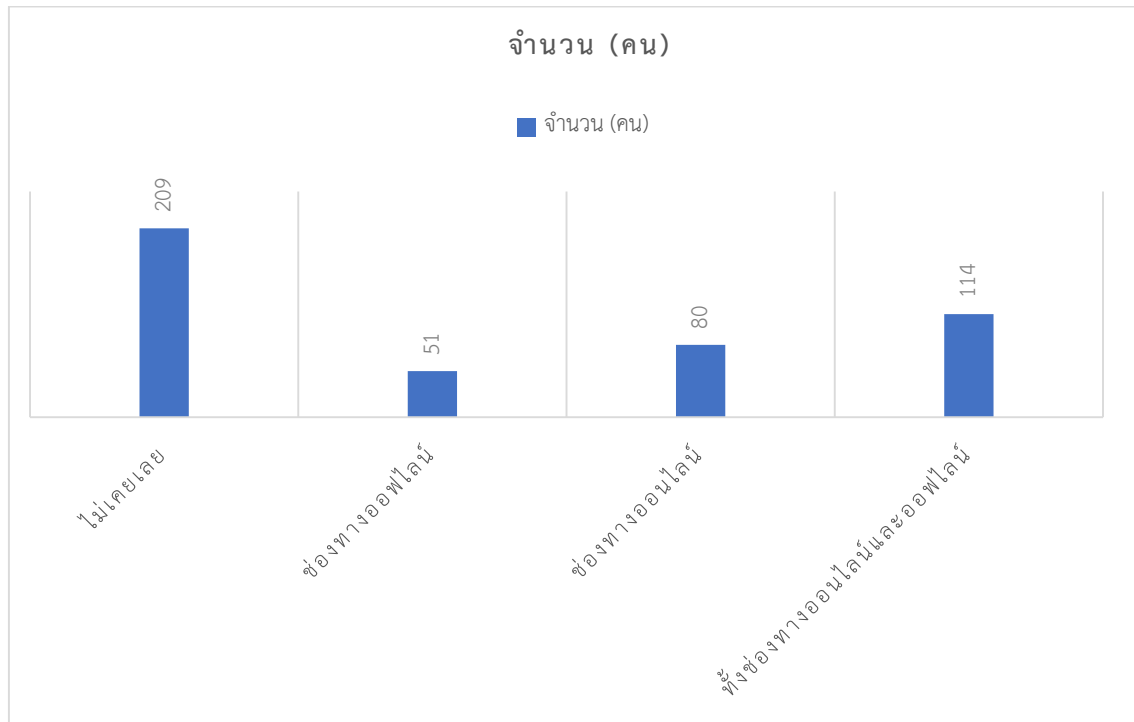
ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ

รายการ	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	228	52.70
หญิง	205	47.30
รวม	433	100.00
อายุ		
15-29 ปี	265	61.20
30-44 ปี	134	30.90
45-60 ปี	34	7.90
รวม	433	100.00
สถานภาพ		
โสด	365	84.30
สมรส	58	13.40
หม้าย	6	1.40
หย่าร้าง	4	0.90
รวม	433	100.00

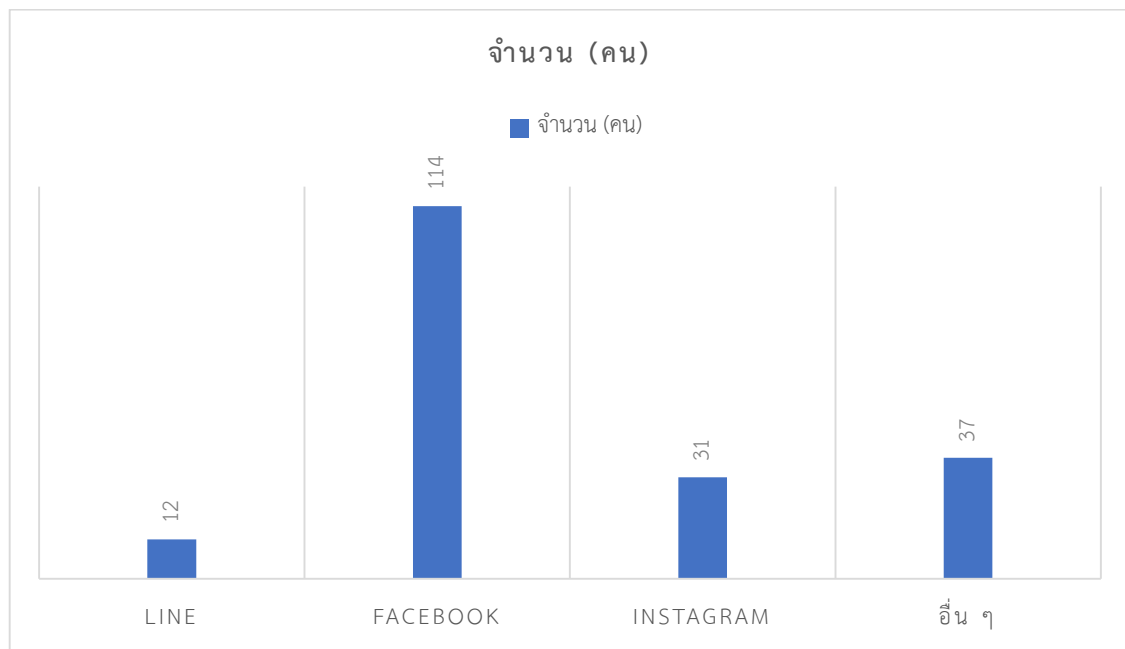
ตารางที่ 1 (ต่อ)

รายการ	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ประถมศึกษา	0	0.00
มัธยมศึกษา	159	36.72
อนุปริญญา	18	4.16
ปริญญาตรี	165	38.11
สูงกว่าปริญญาตรี	90	20.79
รวม	433	100.00
อาชีพ		
ข้าราชการ	69	15.90
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	27	6.20
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	91	21.00
ค้าขาย	13	3.00
เกษตรกร	0	0.00
อาชีพอิสระ	43	9.90
อื่น ๆ	190	44.00
รวม	433	100.00
ความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กต่อวัน		
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	119	27.50
1-2 ชั่วโมง	133	30.70
2-3 ชั่วโมง	71	16.40
3-4 ชั่วโมง	37	8.50
มากกว่า 4 ชั่วโมง	73	16.90
รวม	433	100.00

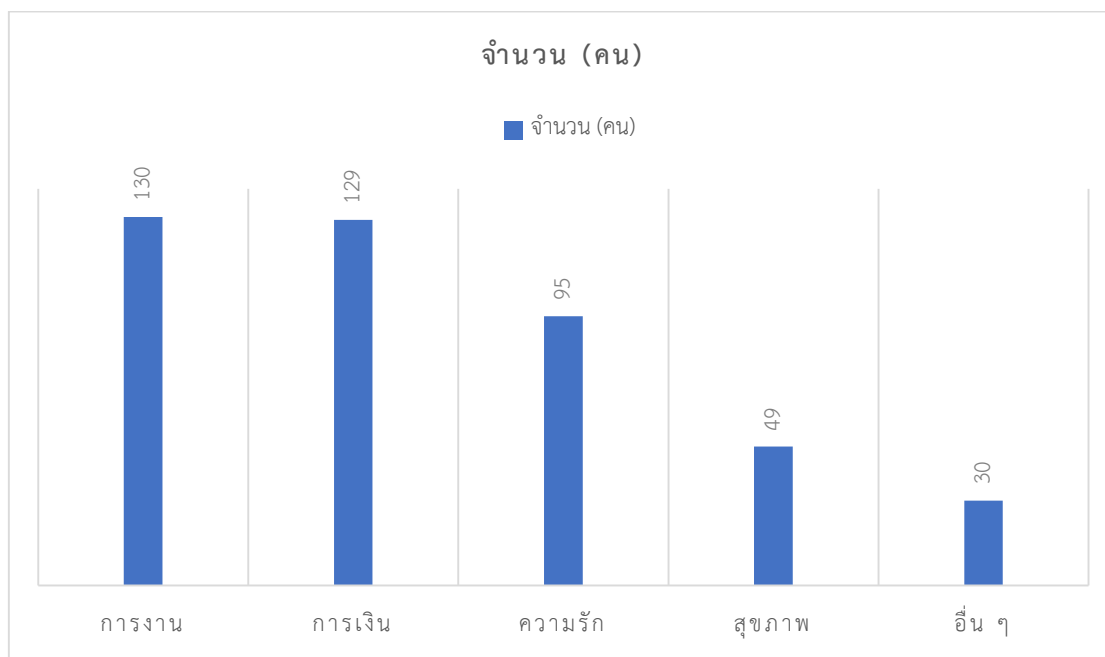
เมื่อพิจารณาข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการใช้งานเพจพยากรณ์โรคชะตาออนไลน์ พบว่า ส่วนใหญ่ไม่เคยรับบริการพยากรณ์โรคชะตาใด ๆ ทั้งในช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ จำนวน 209 คน (ร้อยละ 48.30) สำหรับผู้ที่เคยรับบริการพยากรณ์โรคชะตาพบว่า ส่วนใหญ่เข้ารับบริการผ่านทางแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กมากที่สุด จำนวน 114 คน (ร้อยละ 26.30) โดยเรื่องที่คนส่วนใหญ่ต้องการพยากรณ์มากที่สุด คือ เรื่องการงาน จำนวน 130 คน (ร้อยละ 30.00) ข้อมูลแสดงดังภาพที่ 1-3



ภาพที่ 1 แผนภูมิแสดงประสบการณ์ในการรับบริการพยาบาลโรคชะตา



ภาพที่ 2 แผนภูมิแสดงช่องทางที่รับบริการพยาบาลโรคชะตาออนไลน์



ภาพที่ 3 แผนภูมิแสดงประเด็นที่ต้องการรับบริการพยาบาลวิชาชีพ

เมื่อพิจารณาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกรับบริการพยาบาลออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นลำดับที่ 1 คือ ความน่าเชื่อถือของผู้พยาบาล รองลงมาคือ รีวิวจากผู้ให้บริการ จำนวนผู้ติดตามเพจ คอนเทนต์ที่นำเสนอในเพจ อัตราค่าบริการ และความเร็วในการตอบกลับของเพจ ตามลำดับ ข้อมูลแสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกรับบริการพยาบาลออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน

ปัจจัยในการ เลือกรับบริการ	เลือกเป็นลำดับที่ 1 (ร้อยละ)	เลือกเป็นลำดับที่ 2 (ร้อยละ)	เลือกเป็นลำดับที่ 3 (ร้อยละ)	ลำดับที่
จำนวนผู้ติดตามเพจ	94 (21.70)	60 (13.90)	89 (20.60)	3
รีวิวจากผู้ให้บริการ	128 (29.60)	105 (24.20)	82 (18.90)	2
ความน่าเชื่อถือของ ผู้พยาบาล	203 (46.90)	78 (18.00)	56 (12.90)	1
อัตราค่าบริการ	88 (20.30)	61 (14.10)	94 (21.70)	5
ความเร็วในการตอบกลับ ของเพจ	62 (14.30)	45 (10.40)	58 (13.40)	6
คอนเทนต์ที่นำเสนอ ในเพจ	93 (21.50)	46 (10.60)	54 (12.50)	4

อภิปรายผล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจความต้องการในการใช้งานเพจพยากรณ์โชคชะตาออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก ได้ผลการวิจัยที่สะท้อนถึงความต้องการในการใช้งานเพจพยากรณ์โชคชะตาออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กตามวัตถุประสงค์พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ความเชื่อถือของผู้พยากรณ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพ์มาดา ธนวัฒน์ไชยกุล (2565) ที่ศึกษาปัจจัยของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการเลือกดูดวงบนช่องทางออนไลน์ (YOUTUBE) แล้วพบว่า ตัวผู้พยากรณ์เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ผู้รับบริการจะใช้พิจารณาเลือกรับบริการ ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ ตามข้อค้นพบจากการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ รีวิวจากผู้ให้บริการ จำนวนผู้ติดตามเพจ คอนเทนต์ที่น่าสนใจในเพจ อัตราค่าบริการ และความเร็วในการตอบกลับของเพจ มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุจิกาญจน์ สานนท์ (2559) ที่วิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการโหราศาสตร์ในประเทศไทยแล้วพบว่า ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการโหราศาสตร์ในประเทศไทยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และองค์ประกอบที่มีผลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม ได้แก่ องค์ประกอบของ 1) สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ 2) ทศนคติของผู้ให้บริการ 3) ความไว้วางใจของผู้ให้บริการ 4) คุณภาพการให้บริการที่ผู้ให้บริการรับรู้ และ 5) ความพึงพอใจของผู้ให้บริการ

นอกจากนี้ข้อค้นพบเกี่ยวกับความต้องการในการใช้งานเพจพยากรณ์โชคชะตาออนไลน์ ในประเด็นของเรื่องที่ต้องการพยากรณ์ จากผลการวิจัยพบว่า ผู้รับบริการต้องการพยากรณ์ในเรื่องการงาน การเงิน และความรัก มากที่สุดเป็น 3 อันดับแรก สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณัฐชัย อยู่ยืนนาน (2559) ที่พบว่า ความรักเป็นเรื่องที่คนส่วนใหญ่ต้องการให้พยากรณ์มากที่สุด ซึ่งสาเหตุที่คนส่วนใหญ่นิยมรับบริการพยากรณ์โชคชะตาในประเด็นดังกล่าว อาจอธิบายได้ด้วยผลการศึกษารูปแบบและพฤติกรรมการใช้บริการศาสตร์พยากรณ์ของ ปริญญา นาคปทุม และพิทักษ์ ศิริวงศ์ (2560) ที่กล่าวว่า สภาพเศรษฐกิจ ครอบครัวยุคใหม่ และสภาพแวดล้อมในการทำงานเป็นปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการในศาสตร์การพยากรณ์

ข้อเสนอแนะ

ข้อสรุปที่ได้จากการสำรวจความต้องการในการใช้งานเพจพยากรณ์โชคชะตาออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กแสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้สูงในการทำธุรกิจให้บริการพยากรณ์ออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก เนื่องจากผลการสำรวจพบว่า คนส่วนใหญ่มีการใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กในปริมาณเวลาที่มากในแต่ละวัน และยังเคยรับบริการในลักษณะนี้มาแล้วเป็นจำนวนมาก นำไปสู่การวางแผนการตลาดเพื่อให้บริการพยากรณ์โชคชะตาออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กได้ตรงตามลักษณะและความต้องการของผู้รับบริการ เมื่อพิจารณาจากผลการวิจัยสามารถเสนอแนะแนวทางในการสร้างเพจพยากรณ์โชคชะตาออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กได้ ดังนี้

1. สร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้พยากรณ์ เนื่องจากผู้รับบริการพิจารณาเลือกจากปัจจัยด้านนี้เป็นอันดับแรก

2. ใช้รีวิวจากผู้รับบริการเป็นการโฆษณา สร้างความน่าเชื่อถือ และความน่าสนใจให้เพจ เพราะผู้รับบริการพิจารณาเลือก และตัดสินใจจากรีวิวมากกว่าคำโฆษณาชวนเชื่อ

3. เพิ่มจำนวนผู้ติดตามเพจด้วยการนำเสนอคอนเทนต์ที่น่าสนใจและเกี่ยวข้องกับการพยากรณ์ โชคชะตา เนื่องจากจำนวนผู้ติดตามเพจเป็นตัวสะท้อนความน่าเชื่อถือของเพจได้เป็นอย่างดี

ทั้งนี้ในการรีวิวและสร้างคอนเทนต์อาจเป็นไปในเนื้อหาที่คนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ และมีความต้องการรับบริการพยากรณ์ ได้แก่ เรื่องเกี่ยวกับด้านการเงิน การงาน และความรัก

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ จากข้อค้นพบในการวิจัยสามารถนำผลการวิจัยไปประกอบการตัดสินใจสร้างเพจพยากรณ์ออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก ตลอดจนวางแนวทางกลยุทธ์ในการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป เพื่อให้ได้สารสนเทศที่เกิดประโยชน์ต่อผู้ให้บริการ ควรเพิ่มการเก็บข้อมูลในประเด็นอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องอย่างเฉพาะเจาะจงมากขึ้น อาทิ สำรวจอัตราค่าบริการที่เหมาะสม หรือวิธีการสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการ กับผู้รับบริการ เช่น การสื่อสารผ่านข้อความ การสื่อสารด้วยเสียง หรือการสื่อสารทั้งภาพ และเสียง เพื่อค้นหาแนวทางการให้บริการที่ตอบโจทย์มากที่สุด

นอกจากนี้ยังควรเพิ่มการเก็บข้อมูลเชิงลึกด้วยการสัมภาษณ์ หรือการสนทนากลุ่ม ทั้งการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้รับบริการเพื่อให้ได้ข้อมูลความต้องการที่มีความลึกซึ้งและเฉพาะเจาะจง และการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้บริการ เพื่อให้ทราบถึงแนวทางการบริหารจัดการเพจ ตลอดจนปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้น ซึ่งนำไปสู่การวางแนวทางแก้ไข และป้องกันปัญหาที่อาจเกิดจากการให้บริการพยากรณ์ออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กต่อไป

บรรณานุกรม

- กรมอนามัย. (2566). *วัยทำงาน*. เข้าถึงได้จาก: <https://dohdatacenter.anamai.moph.go.th/cognoslogon/index.php?r=groupdata/index&group=1&id=3> [2566, 8 เมษายน].
- กองยุทธศาสตร์บริหารจัดการ. (2564). *จำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2555-2564*. เข้าถึงได้จาก: <https://webportal.bangkok.go.th/pipd/page/sub/23329/สถิติกรุงเทพมหานคร-2564> [2566, 8 เมษายน].
- ณัฐชัย อยู่ยืนนาน. (2559). *พฤติกรรมการใช้บริการพยากรณ์โชคชะตาของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปกร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปกร.
- ปริญญานาคปทุม และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2560). รูปแบบและพฤติกรรมในการใช้บริการศาสตร์พยากรณ์ของอาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษา. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 8(1), หน้า 68-94.

- บุญฤทธิ์ เจียวิริยบุญญา. (2564). มานุษยวิทยาการพยากรณ์: ประสบการณ์ในการพยากรณ์ดวงชะตาบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวันของชาวดิจิทัลไทย. *มนุษยศาสตร์สาร*, 22(2), หน้า 137-160.
- พิมพ์มาดา ธนวัฒน์ไชยกุล. (2565). *ปัจจัยของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการเลือกดูดวงบนช่องทางออนไลน์ (YOUTUBE)*. สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการบริการนานาชาติ, วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ภูมิทัศน์สื่อไทย. (2565). *เฟซบุ๊ก (Facebook)*. เข้าถึงได้จาก:
<https://www.infoquest.co.th/thailand-media-landscape-2022/facebook> [2566, 8 เมษายน].
- รุจิกาญจน์ สานนท์. (2559). *ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการโหราศาสตร์ในประเทศไทย*. ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (บริหารธุรกิจ) สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อัครกิตติ์ สันธวงศ์สร. (2560). พฤติกรรมการดูดวงของคนเมืองในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิจัยสังคม*, 40(1), หน้า 201-225.
- Nelson-Jones, Richard. (2552). *คู่มือให้คำปรึกษาและช่วยเหลือผู้อื่น*. แปลจากเรื่อง *Basic Counseling Skills & A Helper's Manual*. (นวลศิริ เปาโรหิตย์ และเมธิรัตน์ ภิญญชน, แปล). นนทบุรี: ปี มีเดีย กรุ๊ป.