

การพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจเพื่อส่งเสริมการปรับเปลี่ยน
วิถีชีวิตตามการพัฒนาที่ยั่งยืนของกลุ่มคนทำงานในกรุงเทพมหานคร
The Efficiency Improvement of Communication through Facebook Fanpage to
Promoting the Adaptation of Way of Life according to Sustainable
Development among Working Group in Bangkok Metropolis

¹บุรินทร์ เหมทัต, ²สุดา สุวรรณภิรมย์ และ ³วัลลภ รัฐฉัตรานนท์

¹Burin Hemthat, ²Suda Suwannapirym and ³Wallop Ratchatranon

^{1,2,3}มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

^{1,2,3}Suan Sunandha Rajabhat University

¹Corresponding Author. E-mail: burin@kithandkin.com

Received December 10, 2023; Revised December 21, 2023; Accepted December 22, 2023

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาระดับของพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊ก รูปแบบการสื่อสาร เนื้อหา การสื่อสาร ภาพลักษณ์องค์กรการพัฒนา และการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตตามการพัฒนาที่ยั่งยืนของกลุ่มคนทำงาน ในกรุงเทพมหานคร และ 2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตตามการพัฒนาที่ยั่งยืนของกลุ่มคนทำงาน ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างการวิจัยขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม เพื่อนำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญภาพลักษณ์องค์กรพัฒนามากที่สุด รองลงมาคือ การปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตตามการพัฒนาที่ยั่งยืน สำหรับผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ปัจจัยรูปแบบ การสื่อสาร มากที่สุด รองลงมา ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรการพัฒนา เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิต ตามการพัฒนาที่ยั่งยืนของกลุ่มคนทำงานในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพการสื่อสาร; เฟซบุ๊กแฟนเพจ; การปรับเปลี่ยนวิถีชีวิต; กลุ่มคนทำงาน

Abstract

The objectives of this research article are 1) to study the level of Facebook usage behavior; communication format, content, communication, organizational image, development and changing lifestyles according to sustainable development of working people in Bangkok and 2) factors influencing lifestyle changes according to sustainable development among working people in Bangkok. The research sample size was 400 samples. The research tools were questionnaire to use the results to analyze descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, standard deviation, and inferential statistics using multiple linear regression analysis. The research results found that the sample group gave the most importance to the image of the development organization, followed by changing lifestyles according to sustainable development. For the results of the multiple regression analysis, it was found that the communication style factor was the highest, followed by the organizational image and development factor. It is a factor that affects the change of lifestyle according to sustainable development of working people in Bangkok. Statistically significant at level 0.001.

Keywords: Communication efficiency; Facebook fan page; Lifestyle modifications; Group of working people

บทนำ

การทำงานคือ กิจกรรมที่ก่อให้เกิดบุคคลใดบุคคลหนึ่งมีรายได้ในการดำรงชีวิต รวมถึงช่วยสร้างประสบการณ์และโอกาสต่าง ๆ ในชีวิต ตลอดจนทำให้เกิดสังคมใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นจากการทำงาน ซึ่งทำให้คนที่มีความหลากหลายความรู้ ความสามารถ ความถนัดที่แตกต่างกันหรือเหมือนกันมาพบกัน ถือว่ามีความสำคัญกับการใช้ชีวิตเป็นอย่างมาก และถือเป็นกิจกรรมที่ใช้เวลาในชีวิตอย่างน้อย 2 ใน 3 ของชีวิต กล่าวคือ กลุ่มคนวัยทำงานเริ่มต้นเมื่ออายุ 15-59 ปี ถึงเป็นกลุ่มคนจำนวนมากในโครงสร้างประชากรไทย จากสถิติประชากรไทยกลุ่มวัยทำงานมีจำนวน 42,785,749 คน คิดเป็นร้อยละ 64.74 ของประชากรไทยทั้งหมด (กระทรวงมหาดไทย, 2565) เมื่อพิจารณาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560- 2564) ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตคนวัยทำงานในประเทศให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี เพราะกลุ่มคนที่เป็นทรัพยากรที่สำคัญเป็นต้นทุนทางสังคมที่มีคุณค่าของประเทศในการพัฒนาด้านต่าง ๆ ของประเทศ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564)

จากสถานการณ์ที่ผ่านมทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ เผชิญกับโรคระบาดทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ รวมถึงรูปแบบการทำงานที่มีความยืดหยุ่นมากขึ้นเป็นไปตามสถานการณ์ อาทิ การจ้างงานเริ่มเปลี่ยนรูปแบบมาเป็นการจ้างงานด้วยสัญญาระยะสั้นมากขึ้น ภาคเอกชนก็มีการจ้างงานหลายรูปแบบมากขึ้น เป็นต้น แต่ความยืดหยุ่นของระบบการจ้างงานดังกล่าวผลกระทบอย่างหนึ่งคือ เป็นผลให้แรงงาน

ถูกผลักดันออกนอกระบบมากขึ้น และระบบสวัสดิการคนทำงานในปัจจุบันยังไม่ได้พัฒนาตามความยืดหยุ่นของโครงสร้างระบบการจ้างงาน ทั้งนี้แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นแนวคิดที่มีวิธีการนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ซึ่งเป็นการเปิดพื้นที่ให้การสื่อสารเข้าไปมีบทบาทในการขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนา และถูกหยิบนำมาใช้ประโยชน์กับการทำงานมากขึ้น (Kotler, Kartajaya, and Setiawan, 2021)

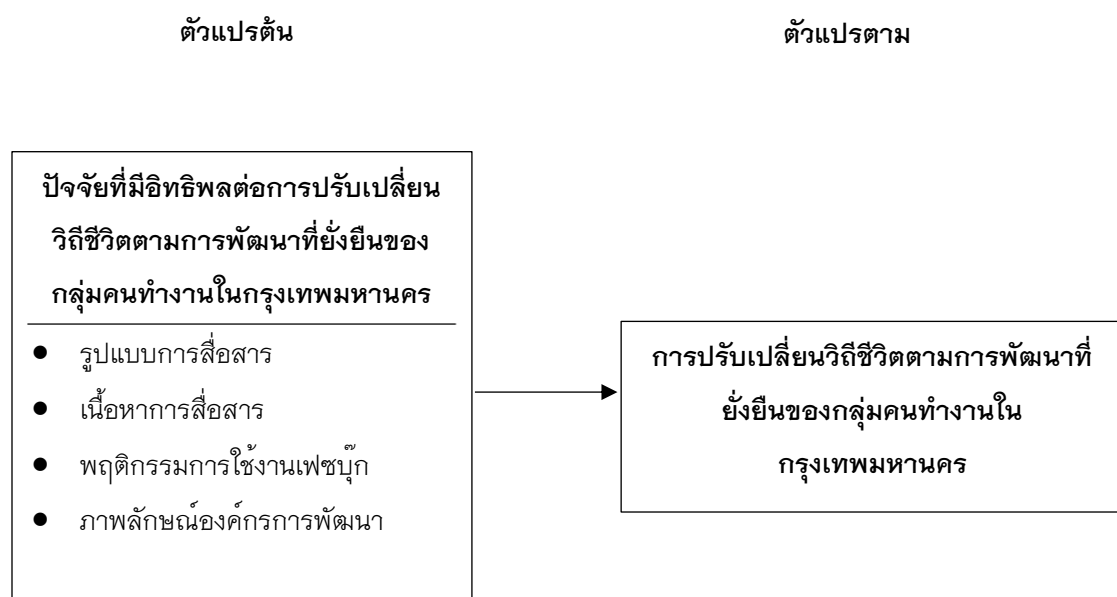
การจ้างงานปัจจุบันส่วนใหญ่มีการปรับนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีส่วนสำคัญในการทำงาน และการสื่อสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งเกิดขึ้นทั้งในการทำงาน และชีวิตประจำวันทั่วไป ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม วิธีชีวิต และสภาพแวดล้อมของผู้ที่เกี่ยวข้อง (น้ำทิพย์ วิภาวีน, 2558) ทั้งนี้ หนึ่งในบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) รวมถึงแฟนเพจ (Fanpage) เป็นช่องทางที่ผู้ใช้บริการสามารถใช้เพื่อติดต่อสื่อสาร สร้างปฏิสัมพันธ์บอกเล่าเรื่องราวทั้งภาพและเสียงหรือ แบ่งปันแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน ทำให้มีความสะดวกรวดเร็วและง่ายต่อการใช้บริการ มีลักษณะการใช้งาน ได้แก่ โพสต์ข้อความบอกเล่าความรู้สึก โพสต์รูปภาพและคลิปวิดีโอ โพสต์แสดงความคิดเห็น กดถูกใจสิ่งที่ชื่นชอบ (like) แบ่งปันสิ่งที่ชื่นชอบ (share) แชทคุย เข้าร่วมกลุ่ม เปิดร้านค้าออนไลน์ เป็นต้น รวมถึงการติดต่อสื่อสารกับครอบครัว เพื่อน การรับรู้ข่าวสาร ติดตามประเด็นทางสังคม การร่วมแสดงความคิดเห็นในประเด็นที่สนใจ (ภิเชก ชัยนิรันดร์, 2553) จึงกล่าวได้ว่า การเข้ามาของอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กได้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการเล่นสื่อที่เปลี่ยนไป การหันมาใช้บริการตลาดและกลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อแบบใหม่ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจช่วยในการประหยัดต้นทุนค่าใช้จ่าย การสื่อสารสะดวก และรวดเร็วมากขึ้น ทำให้ทราบถึงผลตอบรับจากกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ส่งผลให้เกิดการพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี (ชณนันต์ สมถวิลพ่องใส และคณะ, 2565)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงศึกษาเรื่อง “การพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจเพื่อส่งเสริมการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตตามการพัฒนาที่ยั่งยืนของกลุ่มคนทำงานในกรุงเทพมหานคร” เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจให้เหมาะสม และมีประสิทธิภาพสำหรับกลุ่มผู้ใช้งานเป้าหมาย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) ศึกษาระดับของพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊ก รูปแบบการสื่อสาร เนื้อหาการสื่อสาร ภาพลักษณ์องค์กรการพัฒนา และการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตตามการพัฒนาที่ยั่งยืนของกลุ่มคนทำงานในกรุงเทพมหานคร
- 2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตตามการพัฒนาที่ยั่งยืนของกลุ่มคนทำงานในกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

- สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยรูปแบบการสื่อสารมีอิทธิพลต่อการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตตามการพัฒนาที่ยั่งยืนของกลุ่มคนทำงานในกรุงเทพมหานคร
- สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยเนื้อหาการสื่อสารมีอิทธิพลต่อการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตตามการพัฒนาที่ยั่งยืนของกลุ่มคนทำงานในกรุงเทพมหานคร
- สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊กมีอิทธิพลต่อการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตตามการพัฒนาที่ยั่งยืนของกลุ่มคนทำงานในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรการพัฒนาฝีมือทวีผลต่อการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตตามการพัฒนาที่ยั่งยืนของกลุ่มคนทำงานในกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนผู้ใช้งานเฟซบุ๊กและติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ “PassionGen” จากจำนวนผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ 50,335 คน แบ่งเป็นผู้อยู่อาศัยในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 19,200 คน (ข้อมูลเดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566)

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi stage sampling) โดยมีวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ จำนวนทั้งหมด 50,335 คน โดยเป็นผู้อยู่อาศัยในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 19,200 คน ขั้นตอนการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็นขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามระดับชั้น (stratified sampling) จากเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขต โดยแบ่งการปกครองเป็น 3 ระดับ คือ 1) เขตเมืองชั้นใน จำนวน 21 เขต 2) เขตเมืองชั้นกลาง จำนวน 18 เขต และ 3) เขตเมืองชั้นนอก จำนวน 11 เขต

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากเขตการปกครอง 3 ระดับ ระดับละ 4 เขต โดยวิธีการจับสลากแบบใส่คืน เพื่อเลือกเป็นตัวแทนในแต่ละระดับ ผลการจับสลาก ดังนี้คือ 1) เขตเมืองชั้นใน ประกอบด้วย เขตปทุมวัน เขตจตุจักร เขตสาทร และเขตปญาไท 2) เขตเมืองชั้นกลาง ประกอบด้วย เขตบางเขน เขตลาดพร้าว เขตดอนเมือง และเขตสายไหม และ 3) เขตเมืองชั้นนอก ประกอบด้วย เขตตลิ่งชัน เขตหนองแขม เขตบางแค และเขตลาดกระบัง

ขั้นตอนที่ 3 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบมีสัดส่วน (proportion sampling) ซึ่งจะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะดำเนินการศึกษาวิจัยแต่ละเขต ในกรุงเทพมหานคร ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

	จังหวัด	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (ราย)
1	เขตปทุมวัน	10
2	เขตจตุจักร	38
3	เขตสาทร	18
4	เขตปญาไท	16
5	เขตบางเขน	45
6	เขตลาดพร้าว	27
7	เขตดอนเมือง	41
8	เขตสายไหม	51
9	เขตตลิ่งชัน	25
10	เขตหนองแขม	38
11	เขตบางแค	47
12	เขตลาดกระบัง	44
	รวม	400

ขั้นตอนที่ 4 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (convenience sampling) โดยกลุ่มตัวอย่างจะเป็นประชากรกลุ่มวัยทำงานในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กและติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ “PassionGen” ที่ยินยอมและเต็มใจให้ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่การวิจัย องค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบตรวจสอบรายการ (check list) ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นระดับพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊ก รูปแบบการสื่อสาร เนื้อหาการสื่อสาร ภาพลักษณ์องค์กรการพัฒนา และการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตตามการพัฒนาที่ยั่งยืน และส่วนที่ 3 คำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยส่วนที่ 2 แบ่งระดับคำตอบโดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินแบ่งเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert scale) ได้แก่ มากที่สุด มากปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน

เพื่อพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) อยู่ระหว่าง 0.6 – 1.00 ทุกข้อ เพื่อแสดงว่าข้อคำถามนั้นวัดได้ตรงตามจุดประสงค์และสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากประชาชนผู้ใช้งานเฟซบุ๊กและติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ “PassionGen” จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 รายจนครบ ตั้งแต่ ธันวาคม พ.ศ. 2565 ถึง พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับ แล้วนำข้อมูลที่ได้ดังกล่าวไปดำเนินการวิเคราะห์และสรุปผล

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 243 คิดเป็นร้อยละ 60.75 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 157 คิดเป็นร้อยละ 39.25 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31–40 ปี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท

ผลการวิจัยศึกษาระดับของพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊ก รูปแบบการสื่อสาร เนื้อหาการสื่อสาร ภาพลักษณ์องค์กรการพัฒนา และการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตตามการพัฒนาที่ยั่งยืนของกลุ่มคนทำงานในกรุงเทพมหานคร จำแนกรายละเอียดแต่ละด้าน ดังนี้

ภาพลักษณ์องค์กรการพัฒนาในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 เมื่อจำแนกรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการดำเนินงานในธุรกิจที่ดี และการประชาสัมพันธ์สู่สาธารณะ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 ในประเด็นการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ทำให้เกิดความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ และการเผยแพร่ข้อมูลแก่กลุ่มเป้าหมายควรทำอย่างเหมาะสม รองลงมาคือ ผู้นำการพัฒนา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ในประเด็นผู้นำควรมีเป้าหมายในการทำงานที่ชัดเจน มีวิสัยทัศน์ในการทำงาน และน้อยที่สุดคือ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ในประเด็นการช่วยเหลือสังคมเกิดจากให้พนักงานร่วมกันเป็นอาสาสมัครช่วยบำเพ็ญสาธารณประโยชน์

การปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตตามการพัฒนาที่ยั่งยืนในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 เมื่อจำแนกรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ในประเด็นมนุษย์ทุกคนควรดื่มน้ำสะอาด หายใจในอากาศที่บริสุทธิ์ และสามารถควบคุมการใช้ทรัพยากรของตนเองได้ รองลงมาคือ วิถีชีวิตที่ยั่งยืน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ในประเด็นวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ มีแนวความคิดช่วยกำหนดนโยบายธุรกิจและภาคประชาสังคม และน้อยที่สุดคือ ความเป็นอยู่ที่ดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ในประเด็นการมีสุขภาพจิตดีช่วยให้มีความสัมพันธ์ที่อบอุ่น รู้สึกไว้วางใจและเห็นใจผู้อื่น ห่วงใยความรู้สึกผู้อื่น

พฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊กในภาพรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 เมื่อจำแนกรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสารมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ในประเด็นการค้นหาและติดต่อเพื่อนเก่า และเพื่อนใหม่ทางอินเทอร์เน็ต เพื่อพูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร รองลงมาคือ การแสดงความคิดเห็น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ในประเด็นการพูดแสดงความคิดเห็นบนสื่อออนไลน์ มักมีรูปแบบการแสดงความคิดเห็นลงบนเว็บไซต์ ในรูปแบบของ กระดานสนทนา และน้อยที่สุดคือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ในประเด็นข่าวสารที่ได้จากสื่อมวลชนช่วยเสริมความคิดเห็นที่มีอยู่เดิมให้มั่นคงยิ่งขึ้น

เนื้อหาการสื่อสารในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 เมื่อจำแนกรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์เนื้อหา และการสร้างแรงจูงใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ในประเด็นการอ้างอิงสื่อหรือเรื่องราวที่ใกล้เคียง สามารถช่วยประกอบเนื้อหาที่น่าสนใจ และแฟนเพจสามารถช่วยการนำเสนอเนื้อหามุ่งเน้นเรื่องราวที่มีสาระ พร้อมแสดงเหตุผลของเรื่องราวที่น่าสนใจอย่างชัดเจน รวมถึงการถ่ายทอดเนื้อหาด้วยเอกลักษณ์และความเป็นตัวของตัวเอง เพื่อดึงดูดผู้คนให้เข้ามาติดตามมากขึ้น รองลงมาคือ ความดึงดูดตรงใจผู้รับสาร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ในประเด็นแฟนเพจสามารถช่วยใช้รูปภาพประกอบเพื่อสร้างรอยยิ้ม เพื่อสร้างความสนใจให้ผู้พบเห็น และน้อยที่สุดคือ การใช้ภาษาที่น่าสนใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ในประเด็นแฟนเพจมีการนำเสนอด้วยภาษาพูดปนคำภาษาปาก เพื่อให้เข้าใจง่าย

รูปแบบการสื่อสารในภาพรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 เมื่อจำแนกรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ในประเด็นรูปแบบการสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกระบวนการพัฒนาที่นำมาใช้ รองลงมาคือ การสร้างบทสนทนา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ในประเด็นสิ่งที่คิดและเสนอออกไปอาจไม่ใช่สิ่งที่ถูกต้องเสมอไป ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ในประเด็นชุมชนได้รวมถึงหน่วยงานสังคมที่สมาชิกมีการติดต่อสื่อสาร เสริมสร้างและสืบสานสัมพันธ์ทางสังคม และการสร้างนวัตกรรมขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการ และความก้าวหน้าของเทคโนโลยี

ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามคือ การปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตตามการพัฒนาที่ยั่งยืนของกลุ่มคนทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตตามการพัฒนาที่ยั่งยืนของกลุ่มคนทำงานในกรุงเทพมหานครคือ ปัจจัยพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊ก ปัจจัยรูปแบบการสื่อสาร ปัจจัยเนื้อหาการสื่อสาร ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรการพัฒนา อธิบายความแปรปรวนของการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตตามการพัฒนาที่ยั่งยืนของกลุ่มคนทำงานในกรุงเทพมหานคร ได้ประมาณร้อยละ 72.4 ($R^2 = 0.724$) โดยปัจจัยรูปแบบการสื่อสาร มากที่สุด ($\beta = 0.520$, Sig = 0.000) รองลงมา ปัจจัยภาพลักษณ์องค์กรการพัฒนา ($\beta = 0.363$, Sig = 0.000) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตตามการพัฒนาที่ยั่งยืนของกลุ่มคนทำงานในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตตามการพัฒนาที่ยั่งยืนของกลุ่มคนทำงานในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	B	S.E.	β	t	Sig.
ค่าคงที่	0.025	.139		0.182	0.856
รูปแบบการสื่อสาร	0.574	0.054	0.520	10.535	0.000***
เนื้อหาการสื่อสาร	-0.014	0.054	-.013	-0.262	0.794
พฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊ก	0.048	0.055	0.045	0.863	0.389
ภาพลักษณ์องค์กรการพัฒนา	0.391	0.052	0.363	7.516	0.000***

$R = 0.851$, $R^2 = 0.724$, Adjusted R Square = 0.721, $F = 258.401$, Sig. = 0.000

หมายเหตุ: *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

อภิปรายผลการวิจัย

1. รูปแบบการสื่อสารส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตตามการพัฒนาที่ยั่งยืนของกลุ่มคนทำงานในกรุงเทพมหานคร สะท้อนได้ว่าการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการมีส่วนร่วม ความเปิดกว้าง การสร้างบทสนทนา และการรวมกลุ่มมีความสำคัญต่อกลุ่มคนวันทำงานในการนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน สอดคล้องผลการศึกษาของ ประวีณา พลเขตต์ และเจษฎา ศาลาทอง (2561) ที่อธิบายไว้ว่า ผู้คนที่รับรู้ข้อมูลต่าง ๆ ผ่านสื่อมีการนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ที่แตกต่างในแต่ละคน และบางครั้งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับภูมิหลังทางสังคม อุปนิสัย ประสบการณ์ของแต่ละคน

2. ภาพลักษณ์องค์กรการพัฒนาส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตตามการพัฒนาที่ยั่งยืนของกลุ่มคนทำงานในกรุงเทพมหานคร ภาพลักษณ์ที่ดีนั้นเกิดจากการดำเนินงานในธุรกิจที่ดี และจากการประชาสัมพันธ์สู่สาธารณะให้เกิดการรับรู้ การรับรู้สามารถรับรู้ได้ผ่านช่องทางต่าง ๆ ซึ่งเป็นการก่อให้เกิดการดำเนินธุรกิจด้วยความจริงใจกับลูกค้าหรือผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและสังคม และการพัฒนานวัตกรรม และทำให้เกิดการประชาสัมพันธ์แบบมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย ช่วยให้เกิดการสื่อสารได้หลากหลาย สอดคล้องกับแนวคิดของ อัศนุไร เตชะสวัสดิ์ (2561) ที่อธิบายไว้ว่า เครื่องมือสำคัญที่ธุรกิจสามารถใช้ขับเคลื่อนองค์กรสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การสร้างแบรนด์องค์กรที่ยั่งยืน และเผยแพร่การดำเนินงานที่ดีให้กับบุคคลอื่น ๆ นอกองค์กรรับรู้

3. เนื้อหาการสื่อสาร การให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์เนื้อหา และการสร้างแรงจูงใจเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งจำเป็นต้องสร้างการนำเสนอด้วยภาษาให้เข้าใจง่าย สอดคล้องกับ เมธาวิ จำเนียร และเมธิ แก้วสนิท (2561) ที่ศึกษาการสื่อสารสุขภาพเพื่อสร้างเสริมสุขภาพที่ดีของคนในชุมชนอธิบายเกี่ยวกับเนื้อหาการสื่อสาร เครื่องมือสำคัญในการสร้างความรู้ ความเข้าใจของสมาชิกในกลุ่ม เพื่อก่อให้เกิดความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมไปในทิศทางเดียวกันก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาต่าง ๆ

4. พฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊ก การติดต่อสื่อสารมีความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ผู้รับสารมีการเลือกสรรและแสวงหาข่าวสารตามความต้องการ และเนื้อหาที่เหมาะสมที่มีประโยชน์กับตนเอง เป็นไปตามแนวคิดของ แชรรม (Schramm, 1973) อธิบายเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกเปิดรับสื่อขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้รับสาร การประเมินสารประโยชน์ของสื่อ ภูมิหลังแตกต่างกันทำให้ความสนใจต่างกัน ความสามารถในการรับสาร บุคลิกภาพ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรม และสภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารจะทำให้เข้าใจความหมายของสื่อ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1) รูปแบบการสื่อสาร มีผลทำให้เกิดการส่งเสริมการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตตามการพัฒนาที่ยั่งยืนของกลุ่มคนทำงาน ซึ่งเกิดจากการมีพื้นที่ให้แสดงความคิดเห็น รวมถึงเปิดรับประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่ได้จากการสื่อสารในหลายช่องทาง ดังนั้นถือเป็นหนึ่งในวิธีการสร้างโอกาสในการแสดงตัวตน แสดงความคิดเห็น และความรู้สึกลอยๆเปิดเผยต่อสาธารณะได้ ถือเป็นส่วนสำคัญที่มีผลต่อการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของคนวัยทำงาน ที่ช่วยให้การทำงานราบรื่นมากยิ่งขึ้น

2) ภาพลักษณ์องค์กรการพัฒนามีผลทำให้เกิดการส่งเสริมการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตตามการพัฒนาที่ยั่งยืนของกลุ่มคนทำงาน ซึ่งเกิดจากการที่บุคคลนั้น ๆ มีตัวตน และได้เป็นตัวของตัวเอง ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับการทำงานนำมาสู่ความต้องการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรผ่านการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม สร้างแรงจูงใจผ่านการดำเนินการต่าง ๆ ช่วยให้บุคคลวัยทำงานพร้อมที่จะเรียนรู้และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับตนเองและ ผู้อื่นได้มากยิ่งขึ้น

3) เนื้อหาการสื่อสาร แพนเพจควรมีช่องทางให้กลุ่มคนได้นำเรื่องราวหรือข่าวในสังคมที่กำลังเป็นกระแสโด่งดังหรือเป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยเน้นถึงการใช้รูปภาพประกอบเพื่อสร้างรอยยิ้ม เพื่อสร้างความสนใจให้ผู้พบเห็นโดยอยู่ภายใต้ขอบเขตการนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสม ซึ่งมีส่วนกระตุ้นให้เกิดการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตตามการพัฒนาที่ยั่งยืนของกลุ่มคนทำงาน

4) พฤติกรรมการใช้งานเพชบุ๊ก ในการนำเสนอตัวตนบนโลกออนไลน์ในช่องทางหรือแพลตฟอร์มต่าง ๆ ควรอยู่ในขอบเขตที่เหมาะสมสามารถบ่งชี้ถึงตัวตนบุคคลนั้นได้ เพื่อสร้างความเชื่อถือในระหว่างการพูดคุยหรือการรับรู้ข้อมูล เพื่อให้เกิดความเข้าใจในเป้าหมายและทิศทางในการดำเนินชีวิตตนเองเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สัมพันธ์กับปัจจัยทางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อสุขภาวะหรือความเป็นอยู่ที่ดี

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารเชิงเปรียบเทียบช่องทางจากการประชุมกลุ่มย่อยหรือการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเข้าใจทัศนคติกลุ่มคนทำงาน กับแนวทางการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อการทำงานที่เป็นประโยชน์ต่อการนำมาต่อยอดทางธุรกิจ

2) การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มคนทำงานที่มีตำแหน่งงาน หรือลักษณะงานที่แตกต่างกัน เพื่อศึกษาถึงผลกระทบต่องาน หรือการดำเนินธุรกิจนั้น ๆ มีความเหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำผลการวิจัยไปใช้ต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงมหาดไทย. (2565). *จำนวนและสัดส่วนประชากรจากการทะเบียน จำแนกตามกลุ่มวัย (วัยเด็ก วัยแรงงาน วัยสูงอายุ) เพศ ภาค และจังหวัด พ.ศ. 2555 – 2565*. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงมหาดไทย.
- ชนยพันธ์ สมถวิลผ่องใส ไชยอนันต์ ตริโพบูลย์ ทวีศักดิ์ แสงเงิน ปิ่นปิ่นทร์ นฤนาทบุญทรัพย์ และเกษมศรี วรวัณศิริ. (2565). เพชบุ๊ก: ความเสี่ยงของเครือข่ายสังคมออนไลน์ยุคดิจิทัล. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 16(44), 461–470.

- น้ำทิพย์ วิภาวิน. (2558). เครือข่ายสังคมในสังคมเครือข่าย Social network in a networked society. *วารสารวิจัยสมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ*, 8(2), 119–127.
- ประวีณา พลเขตต์ และเจษฎา ศาลาทอง. (2561). การรับรู้และการรู้เท่าทันสื่อของผู้ชมรายการข่าวก่อนแชร์. *วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิذاء*, 4(3), 47–62.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2553). การตลาดแนวใหม่ผ่าน Social Media. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- เมธาวี จำเนียร และเมธี แก้วสนิท. (2561). การสื่อสารสุขภาพเพื่อสร้างเสริมสุขภาพที่ดีของคนในชุมชน. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 24(2), 155–166.
- อัศน์อุไร เตชะสวัสดิ์. (2561). แปรนดองค์กรที่ยั่งยืนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*, 38(3), 120–132.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). *สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2560 – 2564*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎมตรี.
- Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Hoboken. N.J.: Wiley.
- Schramm, W. (1973). *The Process and Effects of Mass Communication*. Schramm, W., and Robert, D. (eds.). Urbana, Ill.: University of Illinois Press.