



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์
การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก
คณะศึกษาศาสตร์ของมหาวิทยาลัยบูรพา

นางสาวอรรทัย เอี่ยมสอาด

โครงการวิจัยประเภทงบประมาณเงินรายได้
จากกองทุนวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยบูรพา
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

สัญญาเลขที่ R15/2562

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์
การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก
คณะศึกษาศาสตร์ของมหาวิทยาลัยบูรพา

นางสาวอรรทัย เอี่ยมสอาด
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากงบประมาณกองทุนวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 เลขที่สัญญา R15/2562 โครงการวิจัย เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยบูรพา ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี เพราะได้รับความร่วมมืออย่างดียิ่ง จากนิสิตของ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่สละเวลาตอบแบบสอบถามการวิจัย ซึ่งให้ข้อมูลที่เป็น ประโยชน์ต่อการวิจัยอย่างยิ่ง จึงขอขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัย ขอขอบคุณกองบริหารการวิจัยและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยบูรพา ที่ได้เห็น ความสำคัญของการวิจัยและสนับสนุนงบประมาณในการทำวิจัย ในครั้งนี้

ผู้วิจัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่า ความรู้ทั้งหมดที่ปรากฏอยู่ในผลงานวิจัยนี้ จะเป็นประโยชน์ ต่อแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพของการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์ต่อไป

ผู้วิจัย
กุมภาพันธ์ 2563

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

ข้าพเจ้า นางสาวอรรทัย เอี่ยมสอาด ได้รับทุนสนับสนุนโครงการวิจัยจากมหาวิทยาลัยบูรพา ประเภทงบประมาณเงินรายได้ จากกองทุนวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยบูรพา โครงการวิจัย เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยบูรพา (Information Exposure and users' satisfaction towards the Facebook page of Faculty of Education, Burapha University) สัญญาเลขที่ R15/2562 ได้รับงบประมาณรวมทั้งสิ้น 50,000 บาท (ห้าหมื่นบาทถ้วน) ระยะเวลาดำเนินงาน 1 ปี (ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2562 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร จากเฟซบุ๊กของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา และ 2) ศึกษาความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา โดยกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้คือ นิสิตคณะศึกษาศาสตร์ทุกระดับการศึกษา ผู้วิจัยได้รับข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ จำนวนทั้งสิ้น 621 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามออนไลน์ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ตอนที่ 1 ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารจากเฟซบุ๊ก ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนิสิตที่มีต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test Independence และ One-Way ANOVA

สรุปผล

ผลการวิจัย

1. พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊กของนิสิต ส่วนใหญ่นิสิตจะเปิดรับข้อมูล ข่าวสารบนเฟซบุ๊กที่หอพัก คิดเป็นร้อยละ 57.65 โดยใช้โทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.49 มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊กทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 66.18 ใช้ระยะเวลา ในเปิดรับข้อมูลข่าวสาร 30 นาที-1 ชั่วโมงต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40.58 ในช่วงเวลา 20:01-24:00 น. คิดเป็นร้อยละ 32.69 ซึ่งลักษณะของการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร คือ อ่านข้อมูลจากเพจที่กดถูกใจ คิดเป็นร้อยละ 64.57 และประเภทข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับจะเป็นเหตุการณ์ประจำวัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.49

2. นิสิตมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.78$, $SD=0.86$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ เป็นช่องทางการเข้าถึงได้สะดวก มากที่สุด ($\bar{X}=3.98$, $SD=0.74$) รองลงมาคือ คุณภาพของรูปภาพ และวิดีโอมีความชัดเจน ($\bar{X}=3.91$, $SD=0.68$) การใช้ข้อความมีความสอดคล้องและเข้าใจง่าย ($\bar{X}=3.85$, $SD=0.85$) ได้รับข้อมูลการศึกษาต่ออย่างสม่ำเสมอทุกระดับการศึกษา ($\bar{X}=3.80$, $SD=0.89$) การโพสต์ข้อมูลข่าวสารเป็นระบบค้นหาได้ง่าย ($\bar{X}=3.75$, $SD=0.88$) การโพสต์มีรูปแบบ ดึงดูดความสนใจ น่าติดตาม ($\bar{X}=3.73$, $SD=0.86$) มีการแชร์ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งที่น่าสนใจ อยู่เสมอ ($\bar{X}=3.70$, $SD=0.91$) ได้รับข้อมูลข่าวสารของคณะอย่างต่อเนื่องและทันต่อเหตุการณ์ ($\bar{X}=3.68$, $SD=0.94$) และการตอบคำถามชัดเจน และรวดเร็ว ($\bar{X}=3.60$, $SD=0.92$)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของนิสิตที่แตกต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊กแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

ปัจจัยส่วนบุคคลของนิสิต ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และชั้นปี ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ปัจจัยส่วนบุคคลของนิสิตที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพา แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

นิสิตที่มีเพศ ระดับการศึกษา และชั้นปีต่างกัน มีความพึงพอใจของนิสิตที่มีต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับนิสิตที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจของนิสิตที่มีต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. นำผลการวิจัยมาประยุกต์ใช้ในงานด้านการประชาสัมพันธ์ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

2. นำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางพัฒนาประสิทธิภาพของการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษารูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการสนทนาแบบกลุ่ม เพื่อศึกษาความรู้ ทักษะ พฤติกรรม และประโยชน์ที่ได้รับที่ได้จากเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อดูแนวโน้มความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเชิงลึก และชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2. ในการศึกษาครั้งนี้ศึกษาเฉพาะเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ควรมีการศึกษาสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

คำสำคัญ: การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร/ ความพึงพอใจ

อรรถัย เอี่ยมสอาด: การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กของคณะศึกษาศาสตร์ของมหาวิทยาลัยบูรพา (Information Exposure and users' satisfaction towards the Facebook page of Faculty of Education, Burapha University). 78 หน้า. ปี พ.ศ. 2562.

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊กของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา และศึกษาความพึงพอใจของนิสิตต่อเฟซบุ๊กของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำนวน 691 คน แบ่งออกเป็นนิสิตระดับปริญญาตรี จำนวน 317 คน นิสิตระดับปริญญาโท จำนวน 226 คน และนิสิตระดับปริญญาเอก จำนวน 148 คน ผู้วิจัยได้รับข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ จำนวนทั้งสิ้น 621 คน คิดเป็นร้อยละ 89.87 สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาวิจัย

1. พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊กของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า นิสิตเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊กที่ห่อปกเป็นส่วนใหญ่ โดยใช้มือถือเป็นอุปกรณ์ในการเปิดรับข้อมูล มีความถี่ในการเปิดรับข้อมูลทุกวัน ใช้เวลา 30 นาที-1 ชั่วโมง ต่อครั้ง ในช่วงเวลา 20:01-24:00 น. ซึ่งจะอ่านข้อมูลจากเพจที่กดถูกใจ และเปิดรับข้อมูลประเภทข่าวสาร เหตุการณ์ประจำวัน

2. ความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า นิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา มีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา โดยเรียงอันดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ มีช่องทางการเข้าถึงได้สะดวก ($\bar{X} = 3.98$, $SD = 0.74$) คุณภาพของรูปภาพและวิดีโอมีความชัดเจน ($\bar{X} = 3.91$, $SD = 0.68$) และการใช้ข้อความมีความสอดคล้องและเข้าใจง่าย ($\bar{X} = 3.85$, $SD = 0.85$)

KEYWORDS: INFORMATION EXPOSURE / SATISFACTION

ORATHAI IAMSAARD: INFORMATION EXPOSURE AND USERS' SATISFACTION
TOWARDS THE FACEBOOK PAGE OF FACULTY OF EDUCATION, BURAPHA UNIVERSITY.
78 P. 2019.

This research is a quantitative research with the objectives of studying the information exposure behavior on Facebook and studying the satisfaction with Facebook of the Faculty of Education, Burapha University. The sample consisted of 691 students which is divided into 317 undergraduate students, 226 students at the master level and 148 students at the doctorate level. Data were obtained from online questionnaires totaling 621 sets, representing 89.87 percent. The statistics used were descriptive statistics such as frequency, percentage, mean and standard deviation.

The results showed that:

1. Most of the students are open to receive information on Facebook at the dormitory. They use mobile devices as a device to receive data with frequency of receiving data every day takes 30 minutes-1 hour per time during 20:01-24:00 hrs. They will read information from the page they like and open to receive daily news and events.

2. Students are satisfied with the Facebook page of the Faculty of Education, ranked from the first 3 highest to the highest, including convenient access channels ($\bar{X}=3.98$, $SD=0.74$), the quality of images and videos is clear ($\bar{X}=3.91$, $SD=0.68$) and the use of messages is consistent and easy to understand ($\bar{X}=3.85$, $SD=0.85$).

สารบัญเรื่อง

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	ก
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร.....	ข
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญเรื่อง.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ซ
สารบัญภาพ.....	ฎ
คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อที่ใช้ในการวิจัย (List of Abbreviations).....	ฏ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
เนื้อหาของเรื่องที่เคยมีผู้ทำการวิจัยมาก่อน.....	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....	3
วัตถุประสงค์และขอบเขตการวิจัย.....	4
วิธีดำเนินการวิจัยโดยสรุปทฤษฎี และ/ หรือ แนวทางความคิดที่นำมาใช้ในการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย.....	14
2 เนื้อเรื่อง.....	15
รายละเอียดเกี่ยวกับวิธีดำเนินการวิจัย.....	15
ผลการวิจัย.....	17
3 อภิปราย/ วิจารณ์ ผลการทดลอง/ ผลการวิจัยที่ได้ทั้งหมด.....	49
สรุปผลการวิจัย.....	49
อภิปรายผลการวิจัย.....	51
4 สรุปและเสนอแนะเกี่ยวกับการวิจัยในขั้นตอนต่อไป ตลอดจนประโยชน์ในทางประยุกต์ของผลการวิจัยที่ได้.....	53
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้.....	53
ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	53
5 ผลผลิต.....	54
ผลงานตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ.....	54
บรรณานุกรม.....	55
ภาคผนวก.....	57
ภาคผนวก ก.....	58
ภาคผนวก ข.....	63
ภาคผนวก ค.....	67

สารบัญเรื่อง (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก ง.....	69
ภาคผนวก จ.....	72
ภาคผนวก ฉ.....	74
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	78

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของนิสิต ด้านเพศ.....	17
2 ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของนิสิต ด้านอายุ.....	18
3 ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของนิสิต ด้านระดับการศึกษา.....	18
4 ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของนิสิต ด้านชั้นปี.....	18
5 สถานที่ที่นิสิตเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก.....	19
6 อุปกรณ์ที่นิสิตเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก.....	19
7 ความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊กของนิสิต.....	20
8 ระยะเวลาที่นิสิตเปิดรับสมัครข่าวสารจากเฟซบุ๊กต่อครั้ง.....	20
9 ช่วงเวลาที่นิสิตเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก.....	21
10 ลักษณะของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊กของนิสิต.....	21
11 ประเภทข้อมูลข่าวสารที่นิสิตเปิดรับจากเฟซบุ๊ก.....	22
12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจที่นิสิตมีต่อเฟซบุ๊กของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.....	23
13 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรม的开รับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามเพศ.....	24
14 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรม的开รับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามอายุ.....	24
15 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม的开รับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามอายุ ด้านสถานที่的开รับ.....	25
16 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม的开รับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามอายุ ด้านประเภทข้อมูลข่าวสารที่的开รับ.....	26
17 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม的开รับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามอายุ ด้านความถี่ในการ的开รับ.....	26
18 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรม的开รับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามระดับ การศึกษา.....	27
19 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม的开รับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านสถานที่的开รับ.....	28
20 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม的开รับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านอุปกรณ์ที่ใช้เปิดรับ.....	28
21 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม的开รับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านระยะเวลาที่的开รับ.....	29
22 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม的开รับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านช่วงเวลาที่的开รับ.....	29
23 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม的开รับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านประเภทข้อมูลข่าวสารที่的开รับ.....	30

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
24 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามชั้นปี.....	30
25 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามชั้นปี ด้านอุปกรณ์ที่ใช้เปิดรับ.....	31
26 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามชั้นปี ด้านช่วงเวลาที่เปิดรับ.....	32
27 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามเพศ.....	32
28 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามอายุ.....	33
29 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามอายุ ในประเด็นการได้รับข้อมูลข่าวสารของคณะ อย่างต่อเนื่องและทันต่อเหตุการณ์.....	35
30 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามอายุ ในประเด็นการตอบคำถามชัดเจนและรวดเร็ว....	35
31 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามระดับการศึกษา.....	36
32 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามระดับการศึกษา ในประเด็นการโพสต์ข้อมูลข่าวสาร เป็นระบบค้นหาได้ง่าย.....	37
33 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามระดับการศึกษา ในประเด็นการได้รับข้อมูลข่าวสาร ของคณะอย่างต่อเนื่องและทันต่อเหตุการณ์.....	38
34 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามระดับการศึกษา ในประเด็นได้รับข้อมูลการศึกษาต่อ อย่างสม่ำเสมอทุกระดับการศึกษา.....	38
35 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามระดับการศึกษา ในประเด็นการใช้ข้อความ มีความสอดคล้องและเข้าใจง่าย.....	39
36 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามระดับการศึกษา ในประเด็นการตอบคำถามชัดเจน และรวดเร็ว.....	39

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
37 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามระดับการศึกษา ในประเด็นมีการแชร์ข้อมูลข่าวสาร จากแหล่งที่น่าสนใจอยู่เสมอ.....	40
38 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามชั้นปี.....	40
39 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามชั้นปี ในประเด็นการได้รับความสะดวกในการเข้าถึง.....	42
40 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามชั้นปี ในประเด็นการโพสต์ข้อมูลข่าวสารเป็นระบบค้นหาได้ง่าย.....	42
41 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามชั้นปี ในประเด็นการได้รับข้อมูลข่าวสารของคณะอย่างต่อเนื่อง และทันต่อเหตุการณ์.....	43
42 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามชั้นปี ในประเด็นการได้รับข้อมูลการศึกษาต่ออย่างสม่ำเสมอ.....	44
43 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามชั้นปี ในประเด็นการใช้ข้อความมีความสอดคล้องและเข้าใจง่าย.....	44
44 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามชั้นปี ในประเด็นการตอบคำถามชัดเจนและรวดเร็ว.....	45
45 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามชั้นปี ในประเด็นการโพสต์มีรูปแบบดึงดูดความสนใจ น่าติดตาม.....	46
46 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามชั้นปี ในประเด็นคุณภาพของรูปภาพและวิดีโอมีความชัดเจน.....	46
47 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามชั้นปี ในประเด็นมีการแชร์ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งที่น่าสนใจ.....	47
48 ค่าความถี่ของข้อเสนอแนะจากนิสิตที่มีต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.....	48
49 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 1.....	50
50 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 2.....	50

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5

คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อที่ใช้ในการวิจัย (List of Abbreviations)

ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และคำย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อความสะดวกในการนำเสนอ การแปลความหมาย และความเข้าใจตรงกันของการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้

n	หมายถึง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย (Mean)
SD	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
F	หมายถึง	ค่าวิกฤตของการแจกแจงแบบเอฟ (F-Distribution)
t	หมายถึง	ค่าวิกฤตของการแจกแจงแบบที (t-Distribution)
df	หมายถึง	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	หมายถึง	ผลรวมของความเบี่ยงเบนแต่ละตัวยกกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	หมายถึง	ค่าความแปรปรวน (Mean of Squares)
p	หมายถึง	ความน่าจะเป็น (Probability)
*	หมายถึง	ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บทที่ 1

บทนำ

เนื้อหาของเรื่องที่เคยมีผู้ทำการวิจัยมาก่อน

กัตติกา แก้วมณี (2561) ศึกษาการเปิดรับสื่อสังคม การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการพัฒนาคุณภาพของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมคือเฟซบุ๊กและอินสตาแกรม มักจะใช้ที่พักอาศัย (ที่บ้าน/คอนโด/อะพาร์ตเมนต์/หอพัก) และส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการเปิดรับสื่อสังคมบ่อยที่สุด การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคม ส่วนใหญ่นั้นจะเน้นการใช้ประโยชน์สื่อสังคมเพื่อกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมทางการเงิน และมีความพึงพอใจในรูปแบบของการโพสต์ เนื่องจากได้รับข้อมูลที่ทันสมัย รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งช่วยในการพัฒนาคุณภาพชีวิตในทุก ๆ ด้าน ส่งผลให้มีทัศนคติในการมองโลกในแง่ดีและยังได้ใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมในการพัฒนาทักษะต่าง

สุพรรณษา บุปผาพันธ์ (2561) การศึกษาค้นคว้างานวิจัย เรื่อง การเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18-25 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงาน/ ลูกจ้างบริษัทเอกชน และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001 ถึง 30,000 บาท โดยเคยไปท่องเที่ยวเชิงนิเวศประเภทแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น ชายหาด เกาะ น้ำตก ถ้า ภูเขา เดินทางในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ด้วยรถยนต์ส่วนตัว โดยร่วมเดินทางไปกับครอบครัว และใช้บริการโรงแรมทั่วไปที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน มี 10 ห้องขึ้นไป ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

หวาง หลานฉี (2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีน มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยทางประชากรของนักท่องเที่ยวชาวจีนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์เพื่อท่องเที่ยวประเทศไทยแตกต่างกัน 2) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์เพื่อท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 26-33 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ตั้งแต่ 6,001-9,000 หยวน วุฒิการระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มาเที่ยวประเทศไทยครั้งเดียว มาเที่ยวกับเพื่อน มาเที่ยว 5-7 วัน และส่วนใหญ่คิดว่าจะมาเที่ยวประเทศไทยอีก จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระดับอาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 2) กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 3) พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ในด้านเว็บไซต์ท่องเที่ยว รูปแบบข้อมูล และข่าวสารของโรงแรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ระดับนัยสำคัญ

สาธินัย แซ่ซิ่น (2559) ทำการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางสื่อออนไลน์ (สื่ออินเทอร์เน็ต) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางสื่อออนไลน์ (สื่ออินเทอร์เน็ต) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และการศึกษา ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ น้อยกว่า 25 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นลูกจ้างเอกชน หรือ พนักงานบริษัท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทางสื่อออนไลน์ (สื่ออินเทอร์เน็ต) มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน โดยผ่านทางโทรศัพท์มือถือ (Smart Phone) หรือแท็บเล็ต โดยเป็นการสนทนาผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น Line Facebook Messenger live เป็นต้น การทดสอบสมมติฐาน 1) อายุ และการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทางสื่อออนไลน์ (สื่ออินเทอร์เน็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทางสื่อออนไลน์ (สื่ออินเทอร์เน็ต) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษาที่ต่างกันมีระดับการเปิดรับข่าวสารทางสื่อออนไลน์ (สื่ออินเทอร์เน็ต) ไม่แตกต่างกัน

ฉัฐมณณ์ ตั้งกิจถาวร (2558) ศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับข้อมูลที่ถูกแชร์ (Shared) ผ่านเฟสบุ๊ก พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ถูกแชร์ทุกวัน โดยเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ถูกแชร์เป็นระยะเวลา 30 นาที-1 ชั่วโมง ในช่วงเวลา 20.01 ถึง 24.00 น. กลุ่มตัวอย่างใช้งานเฟสบุ๊กเพื่อติดตามข้อมูลความเคลื่อนไหวของเพื่อน และเปิดรับข้อมูลข่าวสารประเภทความรู้ และเคล็ดลับต่าง ๆ จากหน้าแฟนเพจ โดยเลือกอ่านเฉพาะเรื่องที่ตนเองสนใจ ส่วนประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารที่ได้นั้น ทำให้ผู้ใช้เฟสบุ๊กทันต่อเหตุการณ์ข่าวสารที่เกิดขึ้น เพื่อความบันเทิงสนุกสนาน และนำไปใช้สนทนาเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ในด้านความพึงพอใจ ผู้ใช้เฟสบุ๊กมีความพึงพอใจที่รับข้อมูลรวดเร็ว ทันสมัยทันต่อเหตุการณ์ และมีภาพประกอบ (Infographic) ทำให้เข้าใจง่ายขึ้น นอกจากนี้ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ถูกแชร์นั้น มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ถูกแชร์ผ่านเฟสบุ๊กของผู้ใช้เฟสบุ๊ก อยู่ในระดับต่ำ

ดวงกมล สุขุม (2556) ศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านเฟซบุ๊กของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการเปิดรับข่าวสารผ่านเฟซบุ๊ก 2) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองผ่านเฟซบุ๊กของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร และ 3) ศึกษาถึงการนำข่าวสารการเมืองผ่านเฟซบุ๊กไปใช้ประโยชน์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 22-24 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 11,001-14,000 บาท กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเมืองผ่านเฟซบุ๊ก 1-2 ครั้งต่อวัน ด้านการนำข่าวสารการเมืองไปใช้ประโยชน์ พบว่ามีการนำไปใช้ในด้านความต้องการรู้เหตุการณ์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความต้องการความบันเทิง ด้านความต้องการช่วงตัดสันทัด

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

อินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นแหล่งข้อมูลที่ใหญ่ที่สุดในโลก ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการสื่อสารแบบดั้งเดิมในโลกแห่งความเป็นจริงสู่การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารในยุคดิจิทัลแห่งโลกเสมือนจริง (Virtual World) ก่อให้เกิดการสื่อสารไร้พรมแดน คนจำนวนมากทั่วโลกมีการดำเนินชีวิตทั้งในสังคมของโลกแห่งความเป็นจริงและสังคมแห่งโลกเสมือนจริง ผลจากความก้าวหน้าของระบบอินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีการสื่อสารก่อให้เกิดนวัตกรรมทางสังคม คือ เครือข่ายสังคมใหม่ หรือ “สังคมออนไลน์” (Online Community) หรือ “สังคมเสมือน” (Virtual Community) หรือ “เครือข่ายสังคมออนไลน์” (Social Network)

เครือข่ายสังคมออนไลน์ถือกำเนิดขึ้นและเป็นที่นิยมกันเป็นอย่างมากในหมู่วัยรุ่นของสหรัฐอเมริกาในปี ค.ศ. 1997 โดยเว็บไซต์แรกคือ SixsDegrees.com และเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนกระทั่งในปัจจุบันได้มีเว็บไซต์อื่น ๆ ถือกำเนิดเพิ่มขึ้นมากกว่า 100 เว็บไซต์ ซึ่งมีสมาชิกของแต่ละเว็บไซต์มากกว่า 20 ล้านคนในแต่ละเว็บไซต์ทั่วโลกในแต่ละปี โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก (Facebook) เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน เฟซบุ๊กได้ถือกำเนิดขึ้นเมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ ค.ศ. 2005 โดย Mark Zuckerberg ได้เปิดตัวเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นเว็บประเภทโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) ที่เปิดให้เข้าใช้เฉพาะนักศึกษาของมหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ดเท่านั้น ซึ่งต่อมาได้ขยายตัวออกไปสำหรับมหาวิทยาลัยทั่วสหรัฐอเมริกา ชื่อ Facebook นี้มาจากชื่อเรียก "เฟซบุ๊ก" ที่มักจะเป็นหนังสือแจกสำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยในช่วงเริ่มเรียนปีแรก ซึ่งมีภาพและชื่อของเพื่อนที่เรียนด้วยกันเพื่อไว้สำหรับจดจำชื่อ เฟซบุ๊กยังเติบโตต่อไป จนถึงเดือนกันยายน ปี ค.ศ. 2006 ก็ได้เปิดในโรงเรียนในระดับมัธยมปลายเข้าร่วมใช้งานได้ และต่อมาเฟซบุ๊กได้เพิ่มฟังก์ชันใหม่ โดยสามารถให้สมาชิกรูปภาพมาแบ่งปันกันได้ซึ่งฟังก์ชันนี้ได้รับความนิยมอย่างล้นหลาม และสุดท้ายในปี ค.ศ. 2007 เฟซบุ๊กก็ได้เปิดให้ทุกคนที่มีอีเมลได้เข้าใช้งาน ซึ่งเป็นยุคที่คนทั่วไปไม่ว่าเป็นใครก็สามารถเข้าไปใช้งานเฟซบุ๊กได้

จากการรายงานของ Global Digital ได้นำเสนอสถิติที่น่าสนใจเกี่ยวกับโซเชียลมีเดียประจำปี 2018 (นับสิ้นสุดเมื่อ 12 เม.ย.) โดยอาศัยข้อมูลจาก We Are Social และ Hootsuite เผยว่าเฟซบุ๊กยังคงเป็นโซเชียลเน็ตเวิร์คหมายเลข 1 ของโลก ด้วยจำนวนผู้ใช้งานทั่วโลก 2,234 ล้านคน ขยับขึ้นจากผลสำรวจเมื่อเดือนมกราคม รว 100 ล้านคน ทั้งห่าง YouTube กับ WhatsApp ถึง 700 ล้านคน (<https://ahead.asia>) นอกจากนั้น เฟซบุ๊กยังเป็นแอปพลิเคชันที่ถูกดาวน์โหลดและมีการใช้งานมากที่สุดในอันดับที่ 2 ในประเทศไทย อีกด้วย (<https://www.brandbuffet.in.th>)

ผู้วิจัยในฐานะผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา มีภารกิจในการสื่อสารข้อเท็จจริง สารสนเทศ และข่าวสารขององค์กรไปสู่บุคคลทั้งภายในและภายนอกคณะศึกษาศาสตร์ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์อันดีและการยอมรับรวมถึงสร้างความรู้และความเข้าใจที่ดีและถูกต้องต่อคณะศึกษาศาสตร์ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของคณะศึกษาศาสตร์ที่ผ่านมา มีการสื่อสารข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น บันทึกรายการ จดหมายข่าว ไปบอกข่าว การจัดแสดงนิทรรศการ อีเมล ส่งผลให้ขาดการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของผู้รับข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ไม่ทั่วถึง จากนโยบายลดปริมาณการใช้กระดาษของ

คณะศึกษาศาสตร์ หน่วยประชาสัมพันธ์จึงมีแนวคิดในการพัฒนาสื่อเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร รูปแบบอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้น กอปรสื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นสื่อใหม่ที่ถูกนำไปใช้ประโยชน์ในหลายแง่มุม ซึ่งแม้ว่าวัตถุประสงค์ที่ถูกพัฒนาขึ้นจะมาจากต้องการให้เกิดความสะดวกในการสื่อสารกันผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต แต่ปัจจุบันกลายเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังในการทำงานร่วมกัน ทำให้คนแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน รวมถึงเป็นสื่อที่องค์กรสามารถใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ทันเวลา และราคาถูก ทำให้องค์กรในปัจจุบันยากที่จะหลีกเลี่ยงการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

ปัจจุบันช่องทางสื่อสารทางสื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊กเป็นช่องทางหนึ่งที่คณะศึกษาศาสตร์นำมาใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ไปยังบุคคลภายในและภายนอก ดังนั้น เพื่อให้งานประชาสัมพันธ์มีคุณภาพ และประสิทธิภาพ สามารถสร้างองค์กรให้มีความน่าเชื่อถือ พร้อมเป็นที่ยอมรับของหน่วยงานภายใน และหน่วยงานภายนอก ต่อสังคมและชุมชน ทำให้เกิดการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อคณะศึกษาศาสตร์ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจการศึกษาพฤติกรรม的开รับข้อมูลข่าวสาร และความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา โดยศึกษาจากนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ทุกระดับการศึกษา เพื่อนำมาสู่การหาแนวทางการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ที่ดียิ่งขึ้น และเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ต่อไป

วัตถุประสงค์และขอบเขตการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรม的开รับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊กของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ขอบเขตของการวิจัย

1. วิธีวิจัย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ
2. ประชากร คือ นิสิตคณะศึกษาศาสตร์ระดับปริญญาตรี ระดับปริญญาโท และระดับปริญญาเอก จำนวน 2,626 คน แบ่งออกเป็น นิสิตระดับปริญญาตรี จำนวน 1,817 คน นิสิตระดับปริญญาโท จำนวน 566 คน และนิสิตระดับปริญญาเอก จำนวน 243 คน
3. กลุ่มตัวอย่าง คือ นิสิตคณะศึกษาศาสตร์โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตารางของ Krejcie and Morgan (1970) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 691 คน แบ่งออกเป็น นิสิตระดับปริญญาตรี จำนวน 317 คน นิสิตระดับปริญญาโท จำนวน 226 คน และนิสิตระดับปริญญาเอก จำนวน 148 คน

วิธีดำเนินการวิจัยโดยสรุปทฤษฎี และ/ หรือ แนวทางความคิดที่นำมาใช้ในการวิจัย ทฤษฎีและกรอบแนวคิดของโครงการวิจัย

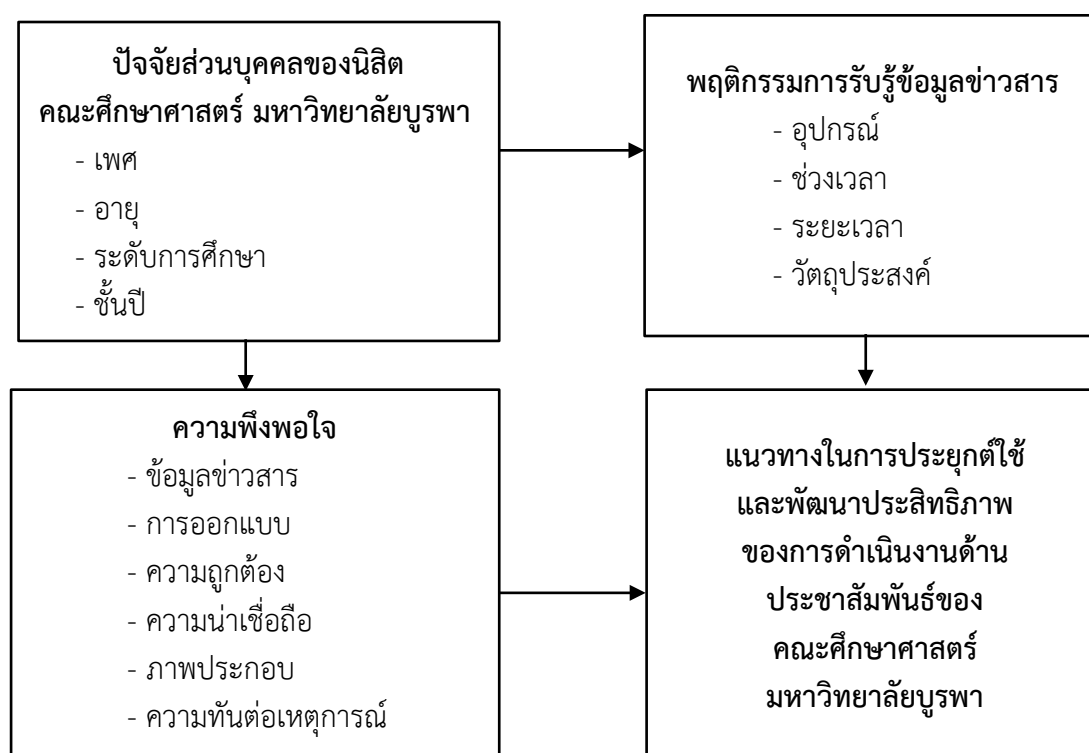
1. ทฤษฎี

- ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure Theory)
- ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and Gratifications Theory)
- ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristics)

2. สมมุติฐาน

- ปัจจัยส่วนบุคคลของนิสิตที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจาก Facebook คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา แตกต่างกัน
- ปัจจัยส่วนบุคคลของนิสิตที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อ Facebook คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา แตกต่างกัน

3. กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวทางความคิดที่นำมาใช้ในการวิจัย

1. แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร

ทฤษฎีการเปิดรับสื่อ (Media Exposure Theory) การสื่อสารเป็นพื้นฐานของการติดต่อของกระบวนการสังคม ยิ่งสังคมมีความซับซ้อนมากขึ้นเท่าใด และประกอบด้วยคนจำนวนมากขึ้น การสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้เพราะการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และสังคมจะนำมาซึ่งความซับซ้อน หรือความสับสนต่าง ๆ จนอาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจและไม่แน่ใจแก่สมาชิกของสังคม ดังนั้น จึงต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว นอกจากนี้ ข่าวสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง นอกจากนี้ข่าวสารยังเป็นที่ทำให้ผู้เปิดรับมีความทันสมัย สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ของโลกปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น

พฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร หมายถึง การกระทำด้วยอิริยาบถต่าง ๆ ด้วยความบ่อยครั้ง ไม่ว่าจะเป็นทั้ง ฟัง พูด อ่าน จากการอ่านหนังสือพิมพ์ การดูโทรทัศน์ การฟังวิทยุ และการพูดคุยกับสื่อบุคคล ผู้รับสารแต่ละคนต่างมีพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนตามแบบเฉพาะของตนซึ่งแตกต่างกันไป ซึ่งเกิดจากพื้นฐาน 4 ประการ (Merrill & Lowenstein, 1921) คือ

1. ความเหงา เมื่อบุคคลต้องอยู่อย่างโดดเดี่ยวไม่ได้ปฏิสัมพันธ์กับใครเลย ทางเลือกแรกที่น่าถึง คือ สื่อออนไลน์ต่าง ๆ ที่ช่วยได้ และบางครั้งบางคนพอใจกับการอยู่กับสื่อออนไลน์มากกว่าอยู่กับบุคคลเพราะสื่อออนไลน์ไม่มีส่วนในการสนทนาหรือแรงกดดันทางสังคมให้แก่ตนเอง

2. ความสอดรู้สอดเห็น มนุษย์มีความสอดรู้สอดเห็นในสิ่งต่าง ๆ อยู่แล้วตามธรรมชาติ ดังนั้นสื่อจึงถือเอาจุดนี้เป็นหลักสำคัญให้ข่าวสาร โดยเริ่มเสนอจากสิ่งใกล้ตัวก่อนไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวออกไป

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์จะแสวงหาข่าวสารและใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง เพื่อหนุนความคิดของตนเองให้ได้มาเสริมบารมี การช่วยให้ตนเองสะดวกสบาย หรือให้ความบันเทิงแก่ตน โดยจะใช้สื่อที่ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้ผลประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด (Promise of Reward)

4. สื่อแต่ละอย่างมีลักษณะเฉพาะ มีส่วนทำให้ผู้รับข้อมูลแสวงหาและได้ประโยชน์ Klapper (1960) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสาร เปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ขั้นตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตาม ความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้ง ทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุน

ทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation)

เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากนี้จะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับ

ความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งค้ำกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกรู้สึกนึกคิด ทัศนคติ ค่านิยม หรือ ความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ไม่สบายใจเกิดขึ้น

โดยทั่วไปมนุษย์จะมีธรรมชาติที่เปิดรับข่าวสารอยู่ตลอดเวลา แต่จะเปิดรับข่าวสารประเภทใด สื่ออะไร และลักษณะใดก็จะแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับความสนใจ ประสบการณ์ความสามารถ ความเกี่ยวข้องกับสิ่งที่ต้องการของการเปิดรับนั้น ๆ รวมไปถึงสภาพร่างกาย จิตใจ อารมณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งจะส่งผลให้แต่ละคนมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้น Hunt and Ruben (1993) ได้กล่าวไว้ 8 ปัจจัย ดังนี้

1. ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์

คือ ความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา โดย McCombs and Becker (1979, pp. 51-52) ได้ให้แนวคิดว่าคุณแต่ละคนมีการเปิดรับข่าวสารหรือเปิดรับสื่อเพื่อความต้องการ 4 ประการ คือ

1.1 เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหว

และสังเกตการณ์รอบตัวจากสื่อ เพื่อให้ตนเองรู้เท่าทันเหตุการณ์และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรจะได้รับรู้

1.2 เพื่อการตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ

ชีวิตประจำวัน การเปิดรับสื่อจะให้คุณลักษณะสามารถกำหนดความคิดเห็นของตนเองต่อเหตุการณ์รอบตัวได้

1.3 เพื่อพูดคุยสนทนา (Discussion) บุคคลสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้

ในการพูดคุยกับผู้อื่นได้

1.4 เพื่อการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์
ความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม

2. ทักษคติและค่านิยม (Attitude and Values) ทักษคติ คือความชอบ และมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่าง ๆ ส่วนค่านิยม คือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือเป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับ สิ่งแวดล้อมและคน ซึ่งทัศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ

3. เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่าง ๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้

5. การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6. สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับสไตล์ในการสื่อสารของเรา คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

7. สภาวะ (Context) สภาวะในที่นี้หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสาร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วย มีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ตัวชี้วัด (Index) ที่ใช้ในการวัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ มี 2 ชนิด คือ (McLeod & O' Keefe, 1972, p. 123)

1. วัดจากเวลาที่ใช้กับสื่อ คือ การวัดจากเวลาที่บุคคลเปิดรับสื่อ เช่น ช่วงเวลาที่เปิดรับเวลาที่ใช้กับสื่อ

2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อ คือ การวัดจากความถี่ในการใช้สื่อของแต่ละบุคคล

จุฑามณี คายะนันท์ (2554) ศึกษาถึงพฤติกรรมของกลุ่มผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กดอทคอม (www.facebook.com) ในงานวิจัย เรื่อง พฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กดอทคอม พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

ดอทคอม น้อยกว่า 11 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 61.20 ระยะเวลาในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กดอทคอม ต่อครั้ง คือ น้อยกว่า 61 นาทีต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 63.80 ซึ่งใช้ในช่วงเวลา ตั้งแต่ 19.01–22.00 น. บ่อยที่สุด มีจำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 โดยใช้บริการที่บ้าน มีจำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.80

วิภาวี จันทรแก้ว (2559) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ กรณีศึกษาเฟซบุ๊กแฟนเพจดังตฤณแฟนคลับ โดยทำการวิจัยในรูปแบบเชิงปริมาณเพื่อศึกษากลุ่มสมาชิกดังตฤณแฟนคลับจำนวน 400 คน ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ยที่พบมากที่สุดคือ อายุ 40 ปีขึ้นไป ระดับการศึกษาสูงสุดที่พบมากที่สุดคือปริญญาตรี และมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจในลักษณะการเข้าไปใช้งานทุกวัน ความถี่ในการเข้าใช้งาน 2-5 ครั้งต่อวัน ใช้งานในช่วงเวลา 18.01-22.00 มากที่สุด อุปกรณ์การใช้งานคือโทรศัพท์มือถือ สิ่งที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้จักแฟนเพจคือ ค้นหาด้วยตนเอง เหตุผลของการเลือกเป็นแฟนเพจคือการติดตามข้อมูลข่าวสาร มีปริมาณการได้รับข้อมูล 2-3 ครั้งต่อวัน และลักษณะการมีปฏิสัมพันธ์ต่อแฟนเพจที่มีส่วนร่วมมากที่สุดคือ กดปุ่มชื่นชอบเนื้อหาที่น่าสนใจ

จากการศึกษาทฤษฎีการเปิดรับสื่อ ผู้วิจัยสามารถสรุปตัวแปรในการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2. แนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ

McQuail (1987 อ้างใน Dainton & Zelley, 2011) กล่าวว่า สื่อมีบทบาทในการผลิตและเผยแพร่กระจายสารให้ตรงตามความต้องการของผู้รับสาร ซึ่งสื่อ่นั้นสามารถตอบสนองความต้องการปัจเจกบุคคลได้ 4 ลักษณะ คือ

1. สร้างความบันเทิง (Entertainment) ผู้รับสารบริโภคสื่อเพื่อความเพลิดเพลินบันเทิงใจ เพื่อผ่อนคลายความเครียด เป็นการฆ่าเวลา ระบายอารมณ์ หรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาที่เกิดขึ้นกับชีวิตประจำวัน เป็นการปลีกตัวออกจากโลกแห่งความจริงเข้าไปอยู่ในโลกเสมือนจริงที่สามารถสร้างความสุขได้มากกว่า

2. ใช้เป็นแหล่งที่รวบรวมข้อมูลข่าวสาร (Information) เพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์ต่อตนเอง ทำให้มีโอกาสในการรับรู้ถึงประวัติศาสตร์หรือเหตุการณ์ คำแนะนำ และนำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิต

3. สร้างอัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) ผู้รับสารมีลักษณะเฉพาะเจาะจง และสามารถเลือกสื่อที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก เพื่อสะท้อน สนับสนุนหรือสร้างความต่าง เช่น ในการแสดงตัวตนที่ไม่ใช่ตัวตนบนสังคมออนไลน์ เป็นการสะท้อนความต้องการภายในจิตใจของตนเอง หรือต้องการที่จะสร้างโลกใหม่เพื่อมาปกป้องหรือปกปิดตัวตนที่แท้จริง หรือในการทำธุรกิจการใช้ประโยชน์จากสื่อ คือ การสร้างอัตลักษณ์ส่วนบุคคล ได้แก่ การที่บุคคลพัฒนาความเป็นตัวตนจากการใช้สื่อเป็นแหล่งข้อมูล เรียนรู้บุคคลต้นแบบ การใช้ชีวิต สิ่งเหล่านี้จะหล่อหลอมให้เป็นอัตลักษณ์ของตนเอง ซึ่งในทางธุรกิจในยุคการสื่อสารไร้พรมแดนมีความจำเป็นในการสร้างบุคลิกลักษณะของนักธุรกิจถึงแม้จะเป็นการสื่อสารทางอ้อมก็ตาม (ขจรจิต บุณาค, 2557)

4. การสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม (Personal Relationships and Social Interaction) ผู้รับสารสามารถเลือกที่จะเปิดรับสื่อที่มีความหลากหลาย เพื่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความสัมพันธ์กับทางสังคม สิ่งที่เป็นประโยชน์ไม่ว่าจะเป็น ละคร กีฬา ข่าวเหตุการณ์ หรือกระแสต่าง ๆ ที่กำลังเป็นที่นิยมช่วงเวลานั้น ทำให้ผู้รับสารมีโอกาสนำไปใช้พูดคุยเพื่ออภิปรายสัมพันธ์ทางสังคม เพื่อลดความไม่รู้ให้น้อยลง เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร แง่คิด ทศนคติต่อกัน และทำให้ผู้รับสารมีความรู้เพิ่มมากขึ้นจากการสื่อสารในแต่ละครั้ง

ปัจจุบันการสื่อสารออนไลน์ต่างมีลักษณะเฉพาะมากขึ้น ส่งผลให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมในการเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารตามความสนใจและความต้องการของตนเอง แสดงให้เห็นว่าบุคคลมีความเป็นปัจเจกกันสูง มีบทบาทและหน้าที่ที่สำคัญในการสร้างสรรค์ หรือใช้สื่อตามความต้องการ และแรงจูงใจ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and Gratifications Theory or UGT)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ เป็นทฤษฎีทางสังคมและจิตวิทยา ที่ศึกษาการกระทำด้านการสื่อสารของมนุษย์ที่ถูกขับเคลื่อนโดยความต้องการและสิ่งจูงใจ มนุษย์เราติดต่อสื่อสารและใช้สื่อเพื่อเติมเต็มความต้องการและสิ่งที่จูงใจของตนเอง จะแสวงหาสื่อและเนื้อหาอย่างเฉพาะเจาะจงเพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจเฉพาะตนเอง ซึ่งจะเห็นว่าผู้รับสารในทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อจะเป็นผู้กำหนดและเป็นศูนย์กลางของการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อโดยมุ่งตอบคำถามที่ว่า “ผู้รับข่าวสารทำอะไรกับสื่อ” (พีระ จิโรโสภณ, 2556) ดังนั้น แนวทางในการศึกษาเรื่องการใช้สื่อเพื่อสนองตอบความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นแนวคิดที่มีความเชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่า ตนต้องการอะไร สื่ออะไร และสารอะไร จะสนองความพึงพอใจของตนได้ เป็นการเน้นความสำคัญของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร ผู้รับสารมิได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อเท่านั้น หากแต่ผู้รับสารจะเลือกใช้สื่อและรับสารที่สามารถสนองความต้องการ และพึงพอใจของตน แนวคิดนี้จึงเป็นแนวคิดหนึ่งด้านการสื่อสารในแง่ผู้รับสารคือ ตัวจักรที่จะตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก

Katz (1995 อ้างถึงใน พงษ์เดช ศรีเลิศดี, 2544, หน้า 10-11) กล่าวว่า การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อนั้น ผู้รับสารต้องมีความต้องการอย่างหนึ่งอย่างใดจากสื่อก่อน จึงจะมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้นได้ โดย Katz ได้แบ่งกลุ่มตามความต้องการตามลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

1. ความต้องการทางด้านความรู้และความเข้าใจ (Cognitive Need) คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อเพื่อจะได้รับข่าวสารความรู้ และความเข้าใจในบุคคล เหตุการณ์หรือสิ่งต่าง ๆ
2. ความต้องการทางด้านอารมณ์ (Affective Need) คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อเพื่อจะได้รับความพึงพอใจ หรือได้รับประสบการณ์ทางอารมณ์ รวมทั้งในเรื่องของความสวยงามหรือศิลปะต่าง ๆ
3. ความต้องการทางด้านความเชื่อถือและความมั่นคง (Integrative Need) คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อเพื่อจะได้รับ ความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพอันเป็นที่ยอมรับ
4. ความต้องการทางด้านการหลีกหนี (Escape Need) คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อเพื่อหลีกหนีจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ

นอกจากนั้น Katz ยังได้อธิบายถึงแนวทางในการศึกษาการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจว่า ควรศึกษาสภาวะของสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิดความต้องการของบุคคล และเกิดความคาดหวังจากสื่อ อันที่จะนำไปสู่การเปิดรับสื่อในรูปแบบต่าง ๆ กัน อันก่อให้เกิดผล คือ การได้รับประโยชน์และความพึงพอใจตามที่ต้องการ และผลอื่น ๆ ตามมา ซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่มุ่งหวังไว้ก็ได้ ดังนั้น สภาวะจิตใจและสังคมที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล ก่อให้เกิดความต้องการที่แตกต่างกันไป ความต้องการที่แตกต่างกันนี้ทำให้แต่ละคนมีความคาดหวังว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพอใจและนำไปใช้ประโยชน์ได้ต่างกันออกไปด้วย ดังนั้นลักษณะของการใช้สื่อของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไปตามความคาดหวังที่ต่างกันไป รวมถึงประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้จากสื่อก็จะต่างกันไปด้วย

จากการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจที่น่าสนใจ คือ งานของ Wenner (1982 อ้างถึงใน ธิติมา ปิยะศิลป์, 2544) เป็นเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (New Gratifications) โดยเฉพาะ Wenner ได้รวบรวมผลงานวิจัยที่มีผู้ทำไว้มากมาย แล้วสร้างออกมาเป็นแผนที่แสดงความพึงพอใจในการรับข่าวสาร (Media News Gratifications Map) โดย Wenner ได้สรุปความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล (Orientation Gratification) เพื่อเป็นเสริมสร้างในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออก ได้แก่ การติดตามข่าว (Surveillance) การได้มาซึ่งข้อมูล เพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional) หรือเพื่อช่วยในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง (Vote Guidance)

2. เป็นการใช้นำข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม (Social Gratification) ซึ่งรับรู้จากข่าวสาร เข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคล เช่น การนำข้อมูลไปใช้สนทนากับผู้อื่นเพื่อการชักจูง

3. กระบวนการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล (Para-Social Gratification) เพื่อการอ้างอิงตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือเหตุการณ์ในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือ หรือการชื่นชมผู้อ่านข่าวเป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม

4. การใช้สารเพื่อตอบสนองประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือปกป้องตนเอง (Para-Orientational Gratification) เช่น เป็นการใช้เวลา เพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น

วรภัทร จิตุชัย (2548) ศึกษาวิจัย เรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักศึกษาต่อเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักศึกษาต่อเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาภาคปกติและภาคสมทบของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ปีการศึกษา 2547 จำนวน 390 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ผลการวิจัย พบว่า นักศึกษามีการใช้ประโยชน์ในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตในภาพรวมในระดับปานกลาง โดยใช้ประโยชน์ตามลำดับ คือ ด้านวิชาการ และด้านสังคมและบันเทิง และนักศึกษามีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตในภาพรวมในระดับมาก โดยพึงพอใจตามลำดับ คือ ด้านเนื้อหา ด้านโครงสร้างของเว็บไซต์ ด้านเทคนิคที่ใช้ และด้านการใช้น้ำจอ

เมธินี ไชยพังยาง (2555) ศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์ ในงานวิจัย เรื่อง ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com กรณีศึกษา ผู้สื่อข่าวออนไลน์ ซึ่งการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 คน แบ่งตามช่วงอายุ 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้บริการ www.facebook.com เป็นประจำ ที่เป็นผู้สื่อข่าวออนไลน์ประจำโต๊ะข่าวบันเทิงและประจำโต๊ะข่าวไอที ช่วงอายุ 25-30 ปีจำนวน 6 คน กลุ่มผู้ใช้บริการ www.facebook.com เป็นประจำที่ผู้สื่อข่าวออนไลน์ประจำโต๊ะข่าวบันเทิงและประจำโต๊ะข่าวไอทีช่วง 30 ปี เป็นต้นไป จำนวน 6 คน ผลการศึกษาพบว่า การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์ www.facebook.com ของผู้สื่อข่าวออนไลน์ การใช้ประโยชน์และกิจกรรมต่าง ๆ ที่กลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมทั้งหมด 2 กลุ่ม เป็นไปในทิศทางเดียวกันคือ เป็นการติดตามความเคลื่อนไหวสถานการณ์ต่าง ๆ ในสังคม ซึ่งถือว่าเป็นเครื่องมือสำคัญของผู้สื่อข่าวออนไลน์ โดยสามารถนำไปใช้เป็นช่องทางการนำเสนอข่าวสารเพื่อเข้าถึงผู้รับสาร รวมไปถึงการแชร์ลิงค์ (Link) ข่าวที่ตนเองผลิตหรือข่าวในองค์กร เพื่อต้องการกระจายข่าวออกไปให้ได้มากที่สุด ยังสามารถช่วยในการวัดผลของข่าวว่ามีประสพตอบรับมากน้อยแค่ไหน โดยวัดจากจำนวนการคอมเมนต์ (Comment) หรือจำนวนการกดไลค์ (Like)

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ ผู้วิจัยสามารถสรุปตัวแปรในการศึกษาความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

3. แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์นี้เป็นหลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อว่า มนุษย์ดำเนินชีวิตตามแบบฉบับที่สังคมได้วางเป็นแม่บทไว้ให้ พฤติกรรมของคนที่มีอายุในวัยเดียวกันจะเป็นชนเดียวกันเนื่องจากสภาพสังคมได้วางแบบอย่างไว้ให้แล้วสำหรับคนรุ่นนั้น ๆ สังคมทำให้ผู้หญิงมีลักษณะนิสัย พฤติกรรมแตกต่างจากผู้ชาย คนที่มีการศึกษามีพฤติกรรมแตกต่างคนที่ด้อยการศึกษา กล่าวโดยสรุปคือ แนวคิดด้านประชากรศาสตร์เชื่อว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534)

ประชากรศาสตร์ (Demography) หมายถึง วิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากร ทั้งนี้เพราะคำว่า “Demo” หมายถึง “People” ซึ่งแปลว่า “ประชาชน” หรือ “ประชากร” ส่วนคำว่า “Graphy” หมายถึง “Writing Up” หรือ “Description” ซึ่งแปลว่า “ลักษณะ” ดังนั้น เมื่อแยกพิจารณาจากรากศัพท์ คำว่า “Demography” น่าจะมีความหมายตามที่กล่าวข้างต้น คือวิชาที่เกี่ยวกับประชากรนั่นเอง

Pol and Thomas (1977 อ้างถึงใน ธนพร วรศักดิ์, 2552, หน้า 18-19) ได้แบ่งองค์ประกอบทางประชากรออกเป็น 2 ลักษณะทั้งในความหมายแคบที่จำแนกตามกลุ่มอายุ ตามเพศ เป็นต้น และในความหมายกว้างโดยมีการพิจารณาแยกตามสถานภาพการสมรส ความหนาแน่นของประชากร การกระจายตัว รวมทั้งคุณลักษณะที่แตกต่างกันตามเศรษฐกิจสังคมของประชากรบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้น ๆ ดังนี้

1. คุณลักษณะทางชีวสังคม (Biosocial Characteristics) เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องตามคติชีววิทยา (Biological) หรือองค์ประกอบทางกายภาพ (Physical Component) ดังนั้น จึงเป็นคุณลักษณะที่ติดมากับตัวหรือเป็นมาตั้งแต่เกิด คุณลักษณะทางชีวภาพดังกล่าวประกอบด้วย อายุ เพศ เชื้อชาติและจริยธรรมจรรยา เป็นต้น ทั้งนี้คุณลักษณะสามประการแรกเป็นองค์ประกอบทางชีววิทยาในขณะที่จริยธรรมจรรยามีพื้นฐานมาจากมรดกวัฒนธรรม

2. คุณลักษณะทางสังคมวัฒนธรรม (Socio Cultural Characteristics) อาจใช้เป็นตัวบอกลำดับขั้นทางสังคมของแต่ละบุคคล ดังนั้นปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรมนี้จึงแตกต่างจากปัจจัยทางชีวสังคม เนื่องจากเป็นปัจจัยที่เปลี่ยนแปลงได้ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วยสถานภาพการสมรส รูปแบบความเป็นอยู่ โครงสร้างครอบครัว รายได้ การศึกษา ตลอดจนอาชีพและสถานภาพการทำงาน นอกจากนี้การนับถือศาสนา รูปแบบคุณลักษณะบ้านเรือนที่อยู่อาศัย และรูปแบบชุมชนในบางครั้งก็จัดอยู่ในปัจจัยนี้เช่นกัน

แนวความคิดด้านประชากรเป็นทฤษฎีที่ใช้หลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อที่ว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย ซึ่งแนวความคิดนี้ตรงกับทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ของ (DeFleur & Bcll-Rokeach, 1996) ที่อธิบายว่า พฤติกรรมของบุคคลเกี่ยวข้องกับลักษณะต่าง ๆ ของบุคคลหรือลักษณะทางประชากรซึ่งลักษณะเหล่านี้สามารถอธิบายเป็นกลุ่ม ๆ ได้ คือ บุคคลที่มีพฤติกรรมคล้ายคลึงกันมักจะอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ดังนั้นบุคคลที่อยู่ในลำดับขั้นทางสังคมเดียวกันจะเลืกรับและตอบสนองต่อเนื้อหาข่าวสารในแบบเดียวกัน และทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) ซึ่งทฤษฎีนี้ได้รับการพัฒนาจากแนวความคิดเรื่องสิ่งเร้าและการตอบสนอง (Stimulus-Response) หรือทฤษฎี เอส-อาร์ (S-R Theory) ในสมัยก่อน และได้นำมาประยุกต์ใช้อธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารว่า ผู้รับสารที่มีคุณลักษณะที่ต่างกันจะมีความสนใจต่อข่าวสารที่แตกต่าง คุณสมบัติเฉพาะของตนซึ่งแตกต่างกันในแต่ละคน คุณสมบัติเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสารอย่างไรก็ตาม ในการสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ กันนั้นจำนวนของผู้รับสารก็มีปริมาณแตกต่างกันด้วย การวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนน้อยคนนั้นมักไม่ค่อยมีปัญหาหรือมีปัญหาน้อยกว่าการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนมาก เนื่องจากการวิเคราะห์คนที่มีความน้อยเราสามารถวิเคราะห์ผู้รับสารทุกคนได้ แต่ในการวิเคราะห์คนจำนวนมากเราไม่สามารถวิเคราะห์ผู้รับสารแต่ละคนได้เพราะมีผู้รับสารจำนวนมากเกินไป นอกจากนี้ผู้ส่งสารยังไม่รู้จักผู้รับสารแต่ละคนด้วย ดังนั้น วิธีการที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่ประกอบไปด้วยคนจำนวนมากก็คือ การจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่มๆตามลักษณะประชากร (Demographic Characteristics) ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา ศาสนา สถานภาพสมรส เป็นต้น ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการรับรู้ การตีความและการเข้าใจในการสื่อสาร (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2556)

1. เพศ (Sex) หญิงชายมีความแตกต่างกันทั้งในด้านสรีระ ความถนัด สภาวะทางจิตใจ อารมณ์ จากงานวิจัยทางด้านจิตวิทยาทั้งหลายได้แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมได้กำหนดบทบาท และกิจกรรมของคนสองเพศไว้แตกต่างกัน

2. อายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ เนื่องจากอายุจะเป็นตัวกำหนดหรือเป็นสิ่งที่บ่งบอกเกี่ยวกับความมีประสบการณ์ในเรื่องต่าง ๆ ของบุคคล ดังคำกล่าวที่ว่าผู้ใหญ่อาบน้ำร้อนมาก่อนเกิดมาหลายฝนหรือเรียกคนที่มีประสบการณ์น้อยกว่าว่าเด็กเมื่อวานขึ้น เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นเครื่องบ่งชี้หรือแสดงความคิดความเชื่อลักษณะการโต้ตอบต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของบุคคล คนเราโดยทั่วไปเมื่ออายุเพิ่มขึ้นประสบการณ์สูงขึ้นความฉลาดรอบคอบก็เพิ่มมากขึ้น วิธีคิดและสิ่งที่สนใจก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย

3. การศึกษา (Education) การศึกษาหรือความรู้ เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสารการที่คนได้รับการศึกษาที่ต่างกันในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่แตกต่างกัน จึงย่อมมีความรู้สึกรู้คิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันคนทั่ว ๆ ไปมักจะสนใจหรือยึดแนวความคิดในแนวสาขาของตนเป็นสำคัญและบุคคลมักมีลักษณะบางประการที่แสดงหรือบ่งชี้ถึงพื้นฐานการศึกษาหรือสาขาวิชาที่เรียนมา เนื่องจากสถาบันการศึกษาเป็นสถาบันที่อบรมกล่อมเกลาให้บุคคลมีบุคลิกภาพไปในทิศทางที่แตกต่างกัน ทางด้านครูผู้สอนก็มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้เรียน โดยการสอดแทรกความรู้สึกรู้คิดของตัวเองให้แก่ผู้เรียน ดังนั้นการศึกษาจึงเป็นตัวกำหนดในกระบวนการเลือกสรรของผู้รับ

4. สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-Economic Status) อันได้แก่ เชื้อชาติและชาติพันธุ์ ถิ่นฐาน ภูมิฐานะ พื้นฐานของครอบครัว อาชีพ รายได้และฐานะทางการเงิน ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อผู้รับ ซึ่งในการวิจัยทางด้านนิเทศศาสตร์ได้ชี้ให้เห็นว่าสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร สถานะภาพทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีประสบการณ์ที่ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน

5. ศาสนา (Religion) การนับถือศาสนาเป็นลักษณะอีกประการหนึ่งของผู้รับสารที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ทั้งทางด้านทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมโดยศาสนาได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับคนและกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตคนตลอดทั้งชีวิต ได้สรุปถึงอิทธิพลของศาสนาที่มีต่อบุคคลไว้ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านศีลธรรม คุณธรรม ความเชื่อทางจรรยาของบุคคล ด้านการเมือง และด้านเศรษฐกิจ

ปัจจัยทางด้านประชากรนั้นยังมีลักษณะอื่น ๆ อีก ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจกับการสื่อสารได้ โดยอยู่ภายใต้แนวความคิดที่ว่าถ้าบุคคลมีปัจจัยเหล่านั้นแตกต่างกันความคิดและการกระทำก็มีแนวโน้มที่จะแตกต่างกันไปด้วย ซึ่งแนวความคิดนี้สามารถนำไปใช้อธิบายปัจจัยของประชากรด้านอื่น ๆ ได้

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ได้แนวทางในการประยุกต์ใช้เฟซบุ๊กในงานด้านการประชาสัมพันธ์ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
2. ได้แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพของการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์

บทที่ 2

เนื้อเรื่อง

รายละเอียดเกี่ยวกับวิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quatitative research) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา และศึกษาความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ประชากร คือ นิสิตคณะศึกษาศาสตร์ระดับปริญญาตรี ระดับปริญญาโท และระดับปริญญาเอก จำนวน 2,626 คน แบ่งออกเป็น นิสิตระดับปริญญาตรี จำนวน 1,817 คน นิสิตระดับปริญญาโท จำนวน 566 คน และนิสิตระดับปริญญาเอก จำนวน 243 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นิสิตคณะศึกษาศาสตร์โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตารางของ Krejcie and Morgan (1970) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 691 คน แบ่งออกเป็น นิสิตระดับปริญญาตรี จำนวน 317 คน นิสิตระดับปริญญาโท จำนวน 226 คน และนิสิตระดับปริญญาเอก จำนวน 148 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบบสอบถามดังกล่าวประกอบด้วย คำถามแบบปลายปิด คำถามแบบปลายเปิด โดยแบ่งโครงสร้างคำถาม ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของนิสิต มีลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Check list) และข้อคำถามปลายปิด ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และชั้นปี

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊กของนิสิต มีลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Check list) และข้อคำถามปลายปิด ดังนี้

1. สถานที่ที่นิสิตเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊กมากที่สุด
2. นิสิตเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊กผ่านอุปกรณ์ประเภทใด
3. นิสิตเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊กบ่อยครั้งเพียงใด
4. ระยะเวลาที่นิสิตเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊กต่อครั้ง
5. ช่วงเวลาใดที่นิสิตเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊ก
6. ลักษณะของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊กของนิสิต
7. ข้อมูลข่าวสารประเภทใดที่นิสิตเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊กมากที่สุด

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจที่นิสิตมีต่อเฟซบุ๊กของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เป็นการวัดระดับข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Rating Scale) ของ Likert (Method of summated rating : the Likert Scale) มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีข้อคำถามจำนวน 9 ข้อ โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจที่นิสิตมีต่อเฟซบุ๊กของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา อยู่ในระดับมากที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจที่นิสิตมีต่อเฟซบุ๊กของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา อยู่ในระดับมาก
- 3 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจที่นิสิตมีต่อเฟซบุ๊กของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา อยู่ในระดับปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจที่นิสิตมีต่อเฟซบุ๊กของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา อยู่ในระดับน้อย
- 1 คะแนน หมายถึง มีความพึงพอใจที่นิสิตมีต่อเฟซบุ๊กของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เป็นข้อคำถามแบบปลายเปิด

วิธีการดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างเครื่องมือการวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 การตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content validity) ของเครื่องมือ

โดยนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน พิจารณาตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ความครอบคลุมทางเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ในแต่ละข้อคำถาม นำมาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (Index of item objects congruence: IOC) จากนั้นทำการตรวจสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้เก็บข้อมูล (Tryout) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ทั้งหมด

ขั้นตอนที่ 3 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพ มาสร้างแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google form

ขั้นตอนที่ 4 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการประสานงานกับตัวแทนนิสิตแต่ละระดับการศึกษา เพื่อส่งลิงค์แบบสอบถามออนไลน์จาก Google form ในการเก็บรวบรวมข้อมูล หลังจากนั้นทำการตรวจสอบการตอบแบบสอบถามเมื่อครบกำหนดระยะเวลา และแปลข้อมูลจาก Google form เป็น Google sheets เพื่อนำไปประมวลผลข้อมูลต่อไป

ขั้นตอนที่ 5 การวิเคราะห์และการนำเสนอผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลคือสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่ออธิบายลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลจากเฟซบุ๊ก และความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้เกณฑ์และการแปลความหมาย ดังนี้

- 4.51-5.00 หมายถึง ความพึงพอใจที่นิสิตมีต่อเฟซบุ๊กของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา อยู่ในระดับมากที่สุด
- 3.51-4.50 หมายถึง ความพึงพอใจที่นิสิตมีต่อเฟซบุ๊กของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา อยู่ในระดับมาก
- 2.51-3.50 หมายถึง ความพึงพอใจที่นิสิตมีต่อเฟซบุ๊กของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา อยู่ในระดับปานกลาง
- 1.51-2.50 หมายถึง ความพึงพอใจที่นิสิตมีต่อเฟซบุ๊กของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา อยู่ในระดับน้อย
- 1.00-1.50 หมายถึง ความพึงพอใจที่นิสิตมีต่อเฟซบุ๊กของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา อยู่ในระดับน้อยที่สุด

2. สถิติเชิงอนุมานเพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ t-test Independence และ One-Way ANOVA

ผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา และ 2) ศึกษาความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งผู้วิจัยสรุปผลการวิจัย ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของนิสิต

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำนวน 691 คน แบ่งออกเป็นนิสิตระดับปริญญาตรี จำนวน 317 คน นิสิตระดับปริญญาโท จำนวน 226 คน และนิสิตระดับปริญญาเอก จำนวน 148 คน ผู้วิจัยได้รับข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ จำนวนทั้งสิ้น 621 คน คิดเป็นร้อยละ 89.87 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ผลดังตารางที่ 1-4

ตารางที่ 1 ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของนิสิต จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
1. ชาย	225	36.23
2. หญิง	396	63.77
รวม	621	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า นิสิตที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 396 คน คิดเป็นร้อยละ 63.77 และเป็นเพศชาย จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 36.23 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของนิสิต จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่า 25 ปี	407	65.54
2. ระหว่าง 25-36 ปี	158	25.44
3. มากกว่า 36 ปี ขึ้นไป	56	9.02
รวม	621	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า นิสิตที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี จำนวน 407 คน คิดเป็นร้อยละ 65.54 รองลงมาคือ อายุอยู่ระหว่าง 25-36 ปี จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 25.44 และมากกว่า 36 ปี ขึ้นไป จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 9.02 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของนิสิต จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
1.ปริญญาตรี	300	48.31
2. ปริญญาโท	194	31.24
3. ปริญญาเอก	127	20.45
รวม	621	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า นิสิตที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 48.31 รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 31.24 และระดับปริญญาเอก จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 20.45 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของนิสิต จำแนกตามชั้นปี

ชั้นปี	จำนวน	ร้อยละ
1. ชั้นปีที่ 1	234	37.68
2. ชั้นปีที่ 2	157	25.28
3. ชั้นปีที่ 3	92	14.81
4. ชั้นปีที่ 4	87	14.01
5. ชั้นปีที่ 5	51	8.22
รวม	621	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า นิสิตที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 37.68 รองลงมาคือ ชั้นปีที่ 2 จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 25.28

ชั้นปีที่ 3 จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 14.81 ชั้นปีที่ 4 จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 14.01 และชั้นปีที่ 5 จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 8.22 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊กของนิสิต

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊กของนิสิต โดยการหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ ดังตารางที่ 5-11

ตารางที่ 5 สถานที่ที่นิสิตเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก

สถานที่ที่นิสิตเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก	จำนวน	ร้อยละ
1. บ้าน	162	26.09
2. หอพัก	358	57.65
3. มหาวิทยาลัย	81	13.04
4. ร้านอาหาร/ ร้านกาแฟ	15	2.41
5. ร้านอินเทอร์เน็ต	5	0.81
รวม	621	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า สถานที่ที่นิสิตเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก มากที่สุด คือ หอพัก คิดเป็นร้อยละ 57.65 รองลงมาเปิดใช้งานที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 26.09 เปิดใช้งานที่มหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 13.04 เปิดใช้งานที่ร้านอาหาร/ ร้านกาแฟ คิดเป็นร้อยละ 2.41 และเปิดใช้งานที่ร้านอินเทอร์เน็ต น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.81

ตารางที่ 6 อุปกรณ์ที่นิสิตเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊ก

อุปกรณ์ที่นิสิตเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊ก	จำนวน	ร้อยละ
1. คอมพิวเตอร์ (PC)	25	4.03
2. โน้ตบุ๊ก	3	0.48
3. โทรศัพท์มือถือ	593	95.49
รวม	621	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า อุปกรณ์ที่นิสิตเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.49 รองลงมาใช้คอมพิวเตอร์ (PC) คิดเป็นร้อยละ 4.03 และใช้อุปกรณ์โน้ตบุ๊ก น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.48

ตารางที่ 7 ความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊กของนิสิต

ความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊ก	จำนวน	ร้อยละ
1. นาน ๆ ครั้ง	48	7.73
2. 1 วันต่อสัปดาห์	15	2.41
3. 2-3 วันต่อสัปดาห์	102	16.43
4. 4-6 วันต่อสัปดาห์	45	7.25
5. ทุกวัน	411	66.18
รวม	621	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก ของนิสิตส่วนใหญ่ เปิดรับข้อมูลทุกวัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.18 รองลงมาเปิดรับข้อมูล 2-3 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 16.43 เปิดรับข้อมูลนาน ๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.73 เปิดรับข้อมูล 4-6 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 7.25 และเปิดรับข้อมูล 1 วันต่อสัปดาห์ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.41

ตารางที่ 8 ระยะเวลาที่นิสิตเปิดรับสมัครข่าวสารจากเฟซบุ๊กต่อครั้ง

ระยะเวลาที่นิสิตเปิดรับสมัครข่าวสารจากเฟซบุ๊กต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่า 30 นาที	236	38.00
2. 30 นาที-1 ชั่วโมง	252	40.58
3. 1-1.30 ชั่วโมง	36	5.80
4. 1.30-2 ชั่วโมง	29	4.67
5. มากกว่า 2 ชั่วโมง	68	10.95
รวม	621	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า ระยะเวลาที่นิสิตเปิดรับสมัครข่าวสารจากเฟซบุ๊กต่อครั้ง ส่วนใหญ่ ใช้เวลา 30 นาที-1 ชั่วโมง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.58 รองลงมาใช้น้อยกว่า 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 38.00 ใช้เวลามากกว่า 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 10.95 ใช้เวลา 1-1.30 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 5.80 และใช้เวลา 1.30-2 ชั่วโมง น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.67

ตารางที่ 9 ช่วงเวลาที่นิสิตเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก

ช่วงเวลาที่นิสิตเปิดรับสมัครข่าวสารจากเฟซบุ๊ก	จำนวน	ร้อยละ
1. 08:00-12:00 น.	133	21.42
2. 12:01-16:00 น.	117	18.84
3. 16:01-20:00 น.	146	23.51
4. 20:01-24:00 น.	203	32.69
5. 24:01-04:00 น.	15	2.41
6. 04:01-07:59 น.	7	1.13
รวม	621	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่า ช่วงเวลาที่นิสิตเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก ส่วนใหญ่ใช้งานช่วงเวลา 20:01-24:00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.69 รองลงมาใช้งานช่วงเวลา 16:01-20:00 น. คิดเป็นร้อยละ 23.51 ช่วงเวลา 08:00-12:00 น. คิดเป็นร้อยละ 21.42 ช่วงเวลา 12:01-16:00 น. คิดเป็นร้อยละ 18.84 ช่วงเวลา 24:01-04:00 น. คิดเป็นร้อยละ 2.41 และช่วงเวลา 04:01-07:59 น. มีผู้ใช้น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.13

ตารางที่ 10 ลักษณะของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊กของนิสิต

ลักษณะของการเปิดรับสมัครข่าวสารจากเฟซบุ๊กของนิสิต	ไม่เลือก	เลือก
1. โฟสรูป วิดีโอ และข้อความ ของตนเอง	320 (51.53)	301 (48.47)
2. ตอบคอมเม้น	419 (67.47)	202 (32.53)
3. สนทนาและรับส่งข้อมูลผ่าน Inbox Messenger	234 (37.68)	387 (62.32)
4. กดไลค์หรือคอมเม้นรูป วิดีโอและข้อความ	238 (38.33)	383 (61.67)
5. กดไลค์ กดแชร์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ	254 (40.90)	367 (59.10)
6. เล่นเกม	541 (87.12)	80 (12.88)
7. อ่านข้อมูลจากเพจที่กดถูกใจ	220 (35.43)	401 (64.57)
8. แลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเพจที่สนใจ	505 (81.32)	116 (18.68)

ตารางที่ 10

ลักษณะของการเปิดรับสมัครข่าวสารจากเฟซบุ๊กของนิสิต	ไม่เลือก	เลือก
9. ขายสินค้าออนไลน์	595 (95.81)	26 (4.19)
10. ซื้อสินค้าออนไลน์	506 (81.48)	115 (18.52)

จากตารางที่ 10 พบว่า ลักษณะของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊กของนิสิต ส่วนใหญ่ คือ อ่านข้อมูลจากเพจที่กดถูกใจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.57 รองลงมาคือ สนทนาและรับส่งข้อมูลผ่าน Inbox Messenger คิดเป็นร้อยละ 62.32 การกดไลน์หรือคอมเม้นรูป วิดีโอและข้อความ คิดเป็นร้อยละ 61.67 การกดไลน์ กดแชร์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 59.10 การโพสรูป วิดีโอ และข้อความ ของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 48.47 การตอบคอมเม้น คิดเป็นร้อยละ 32.53 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเพจที่สนใจ คิดเป็นร้อยละ 18.67 การซื้อสินค้าออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 18.52 การเล่นเกม คิดเป็นร้อยละ 12.88 และการขายสินค้าออนไลน์ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.19

ตารางที่ 11 ประเภทข้อมูลข่าวสารที่นิสิตเปิดรับจากเฟซบุ๊ก

ประเภทข้อมูลข่าวสารที่นิสิตเปิดรับจากเฟซบุ๊ก	จำนวน	ร้อยละ
1. การศึกษา	136	21.90
2. เศรษฐกิจ	26	4.19
3. การเมือง	38	6.12
4. เหตุการณ์ประจำวัน	208	33.49
5. ท่องเที่ยว	65	10.47
6. สุขภาพ	16	2.58
7. เทคโนโลยี	25	4.03
8. คำคม	12	1.93
9. แฟชั่น	34	5.47
10. เกม/ กีฬา	61	9.82
รวม	621	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่า ประเภทข้อมูลข่าวสารที่นิสิตเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊ก ส่วนใหญ่คือ เหตุการณ์ประจำวัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.49 การศึกษา คิดเป็นร้อยละ 21.90 ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 10.47 เกม/ กีฬา คิดเป็นร้อยละ 9.82 การเมือง คิดเป็นร้อยละ 6.12 แฟชั่น คิดเป็นร้อยละ 5.47 เศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 4.19 เทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 4.03 สุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 2.58 และคำคม น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.93

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาความพึงพอใจที่นิสิตมีต่อเฟซบุ๊กของคณะศึกษาศาสตร์

มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) แล้วนำค่าเฉลี่ยไปเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้และจัดระดับความพึงพอใจที่นิสิตมีต่อเฟซบุ๊กของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจที่นิสิตมีต่อเฟซบุ๊กของคณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา

ความพึงพอใจที่นิสิตมีต่อเฟซบุ๊ก ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ	อันดับ
1. มีช่องทางการเข้าถึงได้สะดวก	3.98	0.74	มาก	1
2. การโพสต์ข้อมูลข่าวสารเป็นระบบค้นหา ได้ง่าย	3.75	0.88	มาก	5
3. ได้รับข้อมูลข่าวสารของคณะ อย่างต่อเนื่องและทันต่อเหตุการณ์	3.68	0.94	มาก	8
4. ได้รับข้อมูลการศึกษาต่ออย่างสม่ำเสมอ ทุกระดับการศึกษา	3.80	0.89	มาก	4
5. การใช้ข้อความมีความสอดคล้อง และเข้าใจง่าย	3.85	0.85	มาก	3
6. การตอบคำถามชัดเจน และรวดเร็ว	3.60	0.92	มาก	9
7. การโพสต์มีรูปแบบดึงดูดความสนใจ น่าติดตาม	3.73	0.86	มาก	6
8. คุณภาพของรูปภาพและวิดีโอ มีความชัดเจน	3.91	0.68	มาก	2
9. มีการแชร์ข้อมูลข่าวสารจาก แหล่งที่น่าสนใจอยู่เสมอ	3.70	0.91	มาก	7
รวม	3.78	0.86	มาก	

จากตารางที่ 12 พบว่า ความพึงพอใจที่นิสิตมีต่อเฟซบุ๊กของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่อยู่ในระดับมาก โดยเรียงอันดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ มีช่องทางการเข้าถึงได้สะดวก ($\bar{X} = 3.98$, $SD = 0.74$) คุณภาพของรูปภาพและวิดีโอมีความชัดเจน ($\bar{X} = 3.91$, $SD = 0.68$) และการใช้ข้อความมีความสอดคล้องและเข้าใจง่าย ($\bar{X} = 3.85$, $SD = 0.85$)

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การศึกษารั้วนี้ได้เสนอสมมติฐานไว้ 2 สมมติฐานเพื่อทดสอบ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนิสิตที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก แตกต่างกัน

ตารางที่ 13 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการเปิดรับ ข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก	เพศ	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
1. สถานที่ที่เปิดรับ	ชาย	225	1.92	0.71	.55	.57
	หญิง	396	1.95	0.76		
2. อุปกรณ์ที่ใช้เปิดรับ	ชาย	225	2.80	0.60	5.75*	.00
	หญิง	396	2.98	0.16		
3. ความถี่ในการเปิดรับ	ชาย	225	4.36	1.15	2.20*	.02
	หญิง	396	4.13	1.30		
4. ระยะเวลาที่เปิดรับต่อครั้ง	ชาย	225	2.21	1.36	1.62	.10
	หญิง	396	2.04	1.20		
5. ช่วงเวลาที่เปิดรับ	ชาย	225	2.70	1.31	1.33	.18
	หญิง	396	2.84	1.18		
6. ประเภทข้อมูลข่าวสาร ที่เปิดรับ	ชาย	225	4.54	3.07	0.78	.43
	หญิง	396	4.35	2.62		

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 13 นิสิตที่มีเพศต่างกันใช้อุปกรณ์ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก และความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 14 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการเปิดรับ ข่าวสารจากเฟซบุ๊ก	แหล่งความ แปรปรวน	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
1. สถานที่ที่เปิดรับ	ระหว่างกลุ่ม	2	21.45	10.72	20.43*	.00
	ภายในกลุ่ม	618	3.24.45	0.52		
	รวม	620	345.91			
2. อุปกรณ์ที่ใช้เปิดรับ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.5	.02	.18	.83
	ภายในกลุ่ม	618	98.41	.15		
	รวม	620	98.47			

ตารางที่ 14 (ต่อ)

พฤติกรรม的开รับข่าวสาร จากเฟซบุ๊ก	แหล่งความ แปรปรวน	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
3. ความถี่ในการเปิดรับ	ระหว่างกลุ่ม	2	11.37	5.69	3.64*	.02
	ภายในกลุ่ม	618	964.27	1.56		
	รวม	620	975.65			
4. ระยะเวลาที่เปิดรับต่อครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	2	2.37	1.19	.74	.47
	ภายในกลุ่ม	618	991.41	1.60		
	รวม	620	993.81			
5. ช่วงเวลาที่เปิดรับ	ระหว่างกลุ่ม	2	1.59	0.79	.52	.59
	ภายในกลุ่ม	618	946.60	1.53		
	รวม	620	948.20			
6. ประเภทข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับ	ระหว่างกลุ่ม	2	72.12	36.06	4.66*	.01
	ภายในกลุ่ม	618	4778.68	7.73		
	รวม	620	4850.81			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 14 นิสิตที่มีอายุที่แตกต่างกันจะเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊กในสถานที่ที่แตกต่างกัน นอกจากนั้น ยังมีความถี่ในการเปิดรับ และประเภทของข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้วย ซึ่งทำการทดสอบรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe's method) ต่อไป ดังแสดงผลในตารางที่ 15

ตารางที่ 15 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม的开รับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก
จำแนกตามอายุ ด้านสถานที่的开รับ

อายุ	อายุ น้อยกว่า 25 ปี ($\bar{X}=2.07$)	อายุ 25-36 ปี ($\bar{X}=1.78$)	อายุ มากกว่า 36 ปี ($\bar{X}=1.50$)
น้อยกว่า 25 ปี ($\bar{X}=2.07$)		.28*	.56*
25-36 ปี ($\bar{X}=1.78$)			.27
มากกว่า 36 ปี ($\bar{X}=1.50$)			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 15 พบว่า นิสิตที่มีอายุ น้อยกว่า 25 ปี เปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก ในสถานที่ แตกต่างกับ กับนิสิตที่มีอายุ 25-36 ปี และอายุมากกว่า 36 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

ตารางที่ 16 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามอายุ ด้านประเภทข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับ

อายุ	อายุ น้อยกว่า 25 ปี ($\bar{X}=2.07$)	อายุ 25-36 ปี ($\bar{X}=1.78$)	อายุ มากกว่า 36 ปี ($\bar{X}=1.50$)
น้อยกว่า 25 ปี ($\bar{X}=2.07$)		.62*	.91*
25-36 ปี ($\bar{X}=1.78$)			.29
มากกว่า 36 ปี ($\bar{X}=1.50$)			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 16 พบว่า นิสิตที่มีอายุ น้อยกว่า 25 ปี มีประเภทการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร จากเฟซบุ๊ก แตกต่างกับ กับนิสิตที่มีอายุ 25-36 ปี และอายุมากกว่า 36 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

ตารางที่ 17 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามอายุ ด้านความถี่ในการเปิดรับ

อายุ	อายุ น้อยกว่า 25 ปี ($\bar{X}=2.07$)	อายุ 25-36 ปี ($\bar{X}=1.78$)	อายุ มากกว่า 36 ปี ($\bar{X}=1.50$)
น้อยกว่า 25 ปี ($\bar{X}=2.07$)		.30*	.22
25-36 ปี ($\bar{X}=1.78$)			.07
มากกว่า 36 ปี ($\bar{X}=1.50$)			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 17 พบว่า นิสิตที่มีอายุ น้อยกว่า 25 ปี มีความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก แตกต่างกับ กับนิสิตที่มีอายุ 25-36 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 18 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมในการเปิดรับ ข่าวสารจากเฟซบุ๊ก	แหล่งความ แปรปรวน	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
1. สถานที่การเปิดรับ	ระหว่างกลุ่ม	2	26.42	13.21	25.56*	.00
	ภายในกลุ่ม	618	319.48	.51		
	รวม	620	345.91			
2. อุปกรณ์ที่ใช้เปิดรับ	ระหว่างกลุ่ม	2	3.25	1.62	10.54*	.00
	ภายในกลุ่ม	618	95.22	.15		
	รวม	620	98.47			
3. ความถี่ในการเปิดรับ	ระหว่างกลุ่ม	2	7.62	3.81	2.43	.08
	ภายในกลุ่ม	618	968.03	1.56		
	รวม	620	975.65			
4. ระยะเวลาที่เปิดรับต่อครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	2	41.83	20.91	13.57*	.00
	ภายในกลุ่ม	618	951.97	1.54		
	รวม	620	993.81			
5. ช่วงเวลาที่เปิดรับ	ระหว่างกลุ่ม	2	11.39	5.69	3.75*	.02
	ภายในกลุ่ม	618	936.80	1.51		
	รวม	620	948.20			
6. ประเภทข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับ	ระหว่างกลุ่ม	2	160.60	80.30	10.58*	.00
	ภายในกลุ่ม	618	4690.20	7.589		
	รวม	620	4850.81			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 18 นิสิตที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก ในสถานที่แตกต่างกัน ใช้อุปกรณ์ในการเปิดรับแตกต่างกัน มีระยะเวลา ช่วงเวลา และประเภทข้อมูล ข่าวสารที่เปิดรับ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งทำการทดสอบรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe's method) ต่อไป ดังแสดงผลในตารางที่ 19

ตารางที่ 19 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก
จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านสถานที่การเปิดรับ

ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี ($\bar{X}=2.14$)	ปริญญาโท ($\bar{X}=1.66$)	ปริญญาเอก ($\bar{X}=1.91$)
ปริญญาตรี ($\bar{X}=2.14$)		.47*	.23*
ปริญญาโท ($\bar{X}=1.66$)			.24*
ปริญญาเอก ($\bar{X}=1.91$)			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 19 พบว่า นิสิตในระดับปริญญาตรีมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก
ในสถานที่ ที่แตกต่างกัน กับนิสิตในระดับปริญญาโท และปริญญาเอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ระดับ .05

ตารางที่ 20 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก
จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านอุปกรณ์ที่ใช้เปิดรับ

ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี ($\bar{X}=2.97$)	ปริญญาโท ($\bar{X}=2.81$)	ปริญญาเอก ($\bar{X}=2.94$)
ปริญญาตรี ($\bar{X}=2.97$)		.16*	.03
ปริญญาโท ($\bar{X}=2.81$)			.12*
ปริญญาเอก ($\bar{X}=2.94$)			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 20 พบว่า นิสิตในระดับปริญญาตรีใช้อุปกรณ์เปิดรับข้อมูลข่าวสาร
จากเฟซบุ๊ก แตกต่างกับ นิสิตในระดับปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ
นิสิตในระดับปริญญาโทใช้อุปกรณ์เปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก แตกต่างกับ นิสิตในระดับ
ปริญญาเอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 21 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก
จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านระยะเวลาที่เปิดรับ

ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี ($\bar{X}=2.23$)	ปริญญาโท ($\bar{X}=1.72$)	ปริญญาเอก ($\bar{X}=2.36$)
ปริญญาตรี ($\bar{X}=2.23$)		.51*	.12
ปริญญาโท ($\bar{X}=1.72$)			.64*
ปริญญาเอก ($\bar{X}=2.36$)			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 21 พบว่า นิสิตในระดับปริญญาตรีมีระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก แตกต่างกับ นิสิตระดับปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ นิสิตระดับปริญญาโทมีระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก แตกต่างกับ นิสิตระดับปริญญาเอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 22 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก
จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านช่วงเวลาที่เปิดรับ

ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี ($\bar{X}=2.87$)	ปริญญาโท ($\bar{X}=2.59$)	ปริญญาเอก ($\bar{X}=2.91$)
ปริญญาตรี ($\bar{X}=2.87$)		.27*	.04
ปริญญาโท ($\bar{X}=2.59$)			.32
ปริญญาเอก ($\bar{X}=2.91$)			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 22 พบว่า นิสิตในระดับปริญญาตรีเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก ในช่วงเวลาที่ แตกต่างกับ นิสิตในระดับปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 23 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก
จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านประเภทข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับ

ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี ($\bar{X}=4.05$)	ปริญญาโท ($\bar{X}=4.35$)	ปริญญาเอก ($\bar{X}=5.39$)
ปริญญาตรี ($\bar{X}=4.05$)		.29	1.33*
ปริญญาโท ($\bar{X}=4.35$)			1.04*
ปริญญาเอก ($\bar{X}=5.39$)			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 23 พบว่า นิสิตในระดับปริญญาตรีและปริญญาโทมีประเภทเปิดรับข้อมูล
ข่าวสารจากเฟซบุ๊ก แตกต่างกัน กับนิสิตในระดับปริญญาเอกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 24 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามชั้นปี

พฤติกรรมการเปิดรับ ข่าวสารจากเฟซบุ๊ก	แหล่งความ แปรปรวน	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
1. สถานที่การเปิดรับ	ระหว่างกลุ่ม	4	1.50	.37	.67	.61
	ภายในกลุ่ม	616	344.40	.55		
	รวม	620	345.91			
2. อุปกรณ์ที่ใช้เปิดรับ	ระหว่างกลุ่ม	4	1.71	.42	2.73*	.02
	ภายในกลุ่ม	616	96.75	.15		
	รวม	620	98.47			
3. ความถี่ในการเปิดรับ	ระหว่างกลุ่ม	4	7.74	1.93	1.23	.29
	ภายในกลุ่ม	616	967.90	1.57		
	รวม	620	975.65			
4. ระยะเวลาที่เปิดรับต่อครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	4	7.15	1.78	1.11	.34
	ภายในกลุ่ม	616	986.65	1.60		
	รวม	620	993.81			
5. ช่วงเวลาที่เปิดรับ	ระหว่างกลุ่ม	4	21.61	5.40	3.59*	.00
	ภายในกลุ่ม	616	926.58	1.50		
	รวม	620	948.20			

ตารางที่ 24 (ต่อ)

พฤติกรรมการเปิดรับ ข่าวสารจากเฟซบุ๊ก	แหล่งความ แปรปรวน	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
6. ประเภทข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับ	ระหว่างกลุ่ม	4	42.99	10.74	1.37	.24
	ภายในกลุ่ม	616	4807.82	7.80		
	รวม	620	4850.81			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 24 พบว่า นิสิตที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก โดยใช้อุปกรณ์ และช่วงเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งทำการทดสอบรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe's method) ต่อไปนี้
 ดังแสดงผลในตารางที่ 25

ตารางที่ 25 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก
 จำแนกตามชั้นปี ด้านอุปกรณ์ที่ใช้เปิดรับ

ชั้นปี	ปี 1 ($\bar{X}=2.95$)	ปี 2 ($\bar{X}=2.85$)	ปี 3 ($\bar{X}=2.85$)	ปี 4 ($\bar{X}=2.98$)	ปี 5 ($\bar{X}=2.96$)
ปี 1 ($\bar{X}=2.95$)		0.9*	.10*	.05	.06
ปี 2 ($\bar{X}=2.85$)			.00	.12*	.10
ปี 3 ($\bar{X}=2.85$)				.12*	.11
ปี 4 ($\bar{X}=2.98$)					.01
ปี 5 ($\bar{X}=2.96$)					

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 25 พบว่า นิสิตชั้นปีที่ 1 ใช้อุปกรณ์เปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก แตกต่างกับ นิสิตชั้นปีที่ 3 และ 4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนนิสิตชั้นปีที่ 2 และ 3 ใช้อุปกรณ์เปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก แตกต่างกับ นิสิตชั้นปีที่ 4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 26 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก
จำแนกตามชั้นปี ด้านช่วงเวลาที่เปิดรับ

ชั้นปี	ปี 1 ($\bar{X}=2.82$)	ปี 2 ($\bar{X}=2.59$)	ปี 3 ($\bar{X}=2.82$)	ปี 4 ($\bar{X}=2.75$)	ปี 5 ($\bar{X}=3.34$)
ปี 1 ($\bar{X}=2.82$)		.22	.00	.00	.52*
ปี 2 ($\bar{X}=2.59$)			.22	.15	.74*
ปี 3 ($\bar{X}=2.82$)				0.6	.52*
ปี 4 ($\bar{X}=2.75$)					.59*
ปี 5 ($\bar{X}=3.34$)					

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 26 พบว่า นิสิตชั้นปีที่ 5 มีช่วงเวลาในการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก
แตกต่างกับนิสิตทุกชั้นปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลของนิสิตที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา แตกต่างกัน

ตารางที่ 27 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา	เพศ	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
1. มีช่องทางการเข้าถึงได้สะดวก	ชาย	225	4.13	.75	3.74*	.00
	หญิง	396	3.90	.72		
2. การโพสต์ข้อมูลข่าวสาร เป็นระบบค้นหาได้ง่าย	ชาย	225	3.52	1.11	4.43*	.00
	หญิง	396	3.88	.698		
3. ได้รับข้อมูลข่าวสารของ คณะอย่างต่อเนื่องและ ทันต่อเหตุการณ์	ชาย	225	3.59	1.17	1.61	.10
	หญิง	396	3.73	.78		

ตารางที่ 27 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา	เพศ	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
4. ได้รับข้อมูลการศึกษาต่อ อย่างสม่ำเสมอทุกระดับ การศึกษา	ชาย	225	3.70	1.04	1.82	.06
	หญิง	396	3.85	.79		
5. การใช้ข้อความมีความสอดคล้อง และเข้าใจง่าย	ชาย	225	3.77	1.05	1.56	.12
	หญิง	396	3.90	.70		
6. การตอบคำถามชัดเจน และ รวดเร็ว	ชาย	225	3.46	1.14	2.59*	.01
	หญิง	396	3.68	.76		
7. การโพสมีรูปแบบดึงดูด ความสนใจ น่าติดตาม	ชาย	225	3.74	.91	.20	.84
	หญิง	396	3.73	.82		
8. คุณภาพของรูปภาพและวิดีโอ มีความชัดเจน	ชาย	225	3.87	.62	1.10	.25
	หญิง	396	3.93	.70		
9. มีการแชร์ข้อมูลข่าวสารจาก แหล่งที่น่าสนใจอยู่เสมอ	ชาย	225	3.52	1.13	3.33*	.00
	หญิง	396	3.81	.73		
รวม	ชาย	225	3.70	.78	1.97*	.04
	หญิง	396	3.82	.62		

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 27 พบว่า นิสิตเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา โดยรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งทำการทดสอบรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe's method) ต่อไป ดังแสดงผลในตารางที่ 28

ตารางที่ 28 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา	แหล่งความ แปรปรวน	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
1. มีช่องทางการเข้าถึงได้สะดวก	ระหว่างกลุ่ม	2	2.31	1.15	2.09	.12
	ภายในกลุ่ม	618	341.45	.55		
	รวม	620	343.76			

ตารางที่ 28 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา	แหล่งความ แปรปรวน	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
2. การโพสต์ข้อมูลข่าวสาร เป็นระบบค้นหาได้ง่าย	ระหว่างกลุ่ม	2	1.01	.50	.66	.52
	ภายในกลุ่ม	618	486.29	.78		
	รวม	620	487.308			
3. ได้รับข้อมูลข่าวสารของ คณะอย่างต่อเนื่องและ ทันต่อเหตุการณ์	ระหว่างกลุ่ม	2	6.511	3.25	3.69*	.02
	ภายในกลุ่ม	618	544.359	.88		
	รวม	620	550.870			
4. ได้รับข้อมูลการศึกษาต่อ อย่างสม่ำเสมอทุกระดับ การศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	2	1.710	.85	1.06	.34
	ภายในกลุ่ม	618	495.318	.80		
	รวม	620	497.027			
5. การใช้ข้อความมีความสอดคล้อง และเข้าใจง่าย	ระหว่างกลุ่ม	2	.385	1.9	.26	.76
	ภายในกลุ่ม	618	447.985	.72		
	รวม	620	448.370			
6. การตอบคำถามชัดเจนและ รวดเร็ว	ระหว่างกลุ่ม	2	9.440	4.72	5.55*	.00
	ภายในกลุ่ม	618	525.110	.85		
	รวม	620	534.551			
7. การโพสต์มีรูปแบบดึงดูด ความสนใจ น่าติดตาม	ระหว่างกลุ่ม	2	3.357	1.67	2.27	.10
	ภายในกลุ่ม	618	456.269	.73		
	รวม	620	459.626			
8. คุณภาพของรูปภาพและวิดีโอ มีความชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	2	1.266	.63	1.37	.25
	ภายในกลุ่ม	618	285.317	.46		
	รวม	620	286.58			
9. มีการแชร์ข้อมูลข่าวสาร จากแหล่งที่น่าสนใจอยู่เสมอ	ระหว่างกลุ่ม	2	.22	.11	.13	.87
	ภายในกลุ่ม	618	515.25	.83		
	รวม	620	515.48			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	.96	.48	1.00	.36
	ภายในกลุ่ม	618	296.86	.48		
	รวม	620	297.82			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 28 นิสิตที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพา โดยรวม ไม่แตกต่างกัน แต่มีประเด็นความพึงพอใจบางประเด็น คือ การได้รับข้อมูลข่าวสารของคณะอย่างต่อเนื่องและทันต่อเหตุการณ์ และการตอบคำถามชัดเจนและรวดเร็ว

แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งทำการทดสอบรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe's Method) ต่อไป ดังแสดงผลในตารางที่ 29

ตารางที่ 29 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามอายุ ในประเด็นการได้รับข้อมูลข่าวสารของคณะ อย่างต่อเนื่องและทันต่อเหตุการณ์

อายุ	อายุ น้อยกว่า 25 ปี ($\bar{X}=3.64$)	อายุ 25-36 ปี ($\bar{X}=3.68$)	อายุ มากกว่า 36 ปี ($\bar{X}=4.00$)
น้อยกว่า 25 ปี ($\bar{X}=3.64$)		.04	.36*
25-36 ปี ($\bar{X}=3.68$)			.31*
มากกว่า 36 ปี ($\bar{X}=4.00$)			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 29 พบว่า นิสิตที่มีอายุ น้อยกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ในประเด็นการได้รับข้อมูลข่าวสารของคณะอย่างต่อเนื่อง และทันต่อเหตุการณ์ แตกต่างกับ นิสิตที่มีอายุ 25-36 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และนิสิตที่มีอายุ อายุ 25-36 ปี มีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ในประเด็นการได้รับข้อมูลข่าวสารของคณะอย่างต่อเนื่องและทันต่อเหตุการณ์ แตกต่างกับ นิสิตที่มี มากกว่า 36 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 30 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามอายุ ในประเด็นการตอบคำถามชัดเจนและรวดเร็ว

อายุ	อายุ น้อยกว่า 25 ปี ($\bar{X}=3.59$)	อายุ 25-36 ปี ($\bar{X}=3.51$)	อายุ มากกว่า 36 ปี ($\bar{X}=3.98$)
น้อยกว่า 25 ปี ($\bar{X}=3.59$)		.07	.39*
25-36 ปี ($\bar{X}=3.51$)			.46*
มากกว่า 36 ปี ($\bar{X}=3.98$)			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 30 พบว่า นิสิตที่มีอายุ น้อยกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ในประเด็นในประเด็นการตอบคำถามชัดเจนและรวดเร็ว แตกต่างกับ นิสิตที่มีอายุ 25-36 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และนิสิตที่มีอายุ 25-36 ปี มีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ในประเด็นในประเด็นการตอบคำถามชัดเจนและรวดเร็ว แตกต่างกับ กับนิสิตที่มีอายุมากกว่า 36 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 31 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา	แหล่งความ แปรปรวน	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
1. มีช่องทางการเข้าถึงได้ สะดวก	ระหว่างกลุ่ม	2	.74	.37	.67	.51
	ภายในกลุ่ม	618	343.02	.55		
	รวม	620	343.76			
2. การโพสต์ข้อมูลข่าวสาร เป็นระบบค้นหาได้ง่าย	ระหว่างกลุ่ม	2	33.23	16.61	22.61*	.00
	ภายในกลุ่ม	618	454.07	.73		
	รวม	620	487.30			
3. ได้รับข้อมูลข่าวสารของ คณะอย่างต่อเนื่องและ ทันต่อเหตุการณ์	ระหว่างกลุ่ม	2	36.85	18.42	22.15*	.00
	ภายในกลุ่ม	618	514.01	.83		
	รวม	620	550.87			
4. ได้รับข้อมูลการศึกษาต่อ อย่างสม่ำเสมอทุกระดับ การศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	2	10.35	5.18	6.57*	.00
	ภายในกลุ่ม	618	486.66	.78		
	รวม	620	497.02			
5. การใช้ข้อความมี ความสอดคล้องและเข้าใจง่าย	ระหว่างกลุ่ม	2	20.47	10.24	14.78*	.00
	ภายในกลุ่ม	618	427.89	.69		
	รวม	620	448.37			
6. การตอบคำถามชัดเจนและ รวดเร็ว	ระหว่างกลุ่ม	2	43.56	21.78	27.41*	.00
	ภายในกลุ่ม	618	490.98	.79		
	รวม	620	534.55			
7. การโพสต์มีรูปแบบดึงดูด ความสนใจ น่าติดตาม	ระหว่างกลุ่ม	2	1.28	.64	.86	.42
	ภายในกลุ่ม	618	458.34	.74		
	รวม	620	459.62			
8. คุณภาพของรูปภาพและ วิดีโอ มีความชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	2	1.66	.83	1.80	.16
	ภายในกลุ่ม	618	284.92	.46		
	รวม	620	286.58			

ตารางที่ 31 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา	แหล่งความ แปรปรวน	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
9. มีการแชร์ข้อมูลข่าวสาร จากแหล่งที่น่าสนใจอยู่เสมอ	ระหว่างกลุ่ม	2	45.28	22.64	29.75*	.00
	ภายในกลุ่ม	618	470.19	.76		
	รวม	620	515.48			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	14.32	7.16	15.61*	.00
	ภายในกลุ่ม	618	283.49	.45		
	รวม	620	297.82			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 32 นิสิตที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา โดยรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งทำการทดสอบรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe's method) ต่อไป ดังแสดงผลในตารางที่ 32

ตารางที่ 32 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามระดับการศึกษา ในประเด็นการโพสต์ข้อมูลข่าวสาร เป็นระบบค้นหาได้ง่าย

ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี ($\bar{X}=3.88$)	ปริญญาโท ($\bar{X}=3.14$)	ปริญญาเอก ($\bar{X}=3.96$)
ปริญญาตรี ($\bar{X}=3.88$)		.46*	.08
ปริญญาโท ($\bar{X}=3.14$)			.55*
ปริญญาเอก ($\bar{X}=3.96$)			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 32 พบว่า นิสิตในระดับปริญญาตรีมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ในประเด็นการโพสต์ข้อมูลข่าวสารเป็นระบบค้นหาได้ง่าย แตกต่างกัน กับนิสิตในระดับปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และนิสิตในระดับปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ในประเด็นการโพสต์ข้อมูลข่าวสารเป็นระบบค้นหาได้ง่าย แตกต่างกัน กับนิสิตในระดับปริญญาเอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 33 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามระดับการศึกษา ในประเด็นการได้รับข้อมูลข่าวสาร
ของคณะอย่างต่อเนื่องและทันต่อเหตุการณ์

ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี ($\bar{X}=3.78$)	ปริญญาโท ($\bar{X}=3.34$)	ปริญญาเอก ($\bar{X}=3.97$)
ปริญญาตรี ($\bar{X}=3.78$)		.44*	.18
ปริญญาโท ($\bar{X}=3.34$)			.63*
ปริญญาเอก ($\bar{X}=3.97$)			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 33 พบว่า นิสิตในระดับปริญญาตรีมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ในประเด็นการได้รับข้อมูลข่าวสารของคณะอย่างต่อเนื่อง
และทันต่อเหตุการณ์ แตกต่างกับ นิสิตในระดับปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
และนิสิตในระดับปริญญาโทมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
ในประเด็นการได้รับข้อมูลข่าวสารของคณะอย่างต่อเนื่องและทันต่อเหตุการณ์ แตกต่างกับ
นิสิตในระดับปริญญาเอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 34 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามระดับการศึกษา ในประเด็นได้รับข้อมูลการศึกษาต่อ
อย่างสม่ำเสมอทุกระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี ($\bar{X}=3.85$)	ปริญญาโท ($\bar{X}=3.61$)	ปริญญาเอก ($\bar{X}=3.95$)
ปริญญาตรี ($\bar{X}=3.85$)		.23*	.10
ปริญญาโท ($\bar{X}=3.61$)			.33*
ปริญญาเอก ($\bar{X}=3.95$)			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 34 พบว่า นิสิตระดับปริญญาตรีมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ในประเด็นได้รับข้อมูลการศึกษาต่ออย่างสม่ำเสมอทุกระดับการศึกษา แตกต่างกับ นิสิตระดับปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และนิสิตระดับปริญญาโท มีความพึงพอใจ แตกต่างกับ นิสิตระดับปริญญาเอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 35 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามระดับการศึกษา ในประเด็นการใช้ข้อความ มีความสอดคล้องและเข้าใจง่าย

ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี ($\bar{X}=3.98$)	ปริญญาโท ($\bar{X}=3.58$)	ปริญญาเอก ($\bar{X}=3.97$)
ปริญญาตรี ($\bar{X}=3.98$)		.39*	.00
ปริญญาโท ($\bar{X}=3.58$)			.38*
ปริญญาเอก ($\bar{X}=3.97$)			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 35 พบว่า นิสิตระดับปริญญาตรีมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ในประเด็นการใช้ข้อความมีความสอดคล้องและเข้าใจง่าย แตกต่างกับ นิสิตระดับปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และนิสิตระดับปริญญาโทมีความพึงพอใจ แตกต่างกับ นิสิตระดับปริญญาเอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 36 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามระดับการศึกษา ในประเด็นการตอบคำถามชัดเจน และรวดเร็ว

ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี ($\bar{X}=3.72$)	ปริญญาโท ($\bar{X}=3.23$)	ปริญญาเอก ($\bar{X}=3.91$)
ปริญญาตรี ($\bar{X}=3.72$)		.49*	.19*
ปริญญาโท ($\bar{X}=3.23$)			.68*
ปริญญาเอก ($\bar{X}=3.91$)			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 36 พบว่า นิสิตระดับปริญญาตรีมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ในประเด็นการตอบคำถามชัดเจนและรวดเร็ว แตกต่างกับ นิสิตระดับปริญญาโท และปริญญาเอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และนิสิตระดับปริญญาโทมีความพึงพอใจแตกต่างกับนิสิตระดับปริญญาเอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 37 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามระดับการศึกษา ในประเด็นมีการแชร์ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งที่น่าสนใจอยู่เสมอ

ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี ($\bar{X}=3.87$)	ปริญญาโท ($\bar{X}=3.30$)	ปริญญาเอก ($\bar{X}=3.92$)
ปริญญาตรี ($\bar{X}=3.87$)		.56*	.05
ปริญญาโท ($\bar{X}=3.30$)			.61*
ปริญญาเอก ($\bar{X}=3.92$)			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 37 พบว่า นิสิตระดับปริญญาตรีมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ในประเด็นมีการแชร์ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งที่น่าสนใจอยู่เสมอ แตกต่างกับ นิสิตระดับปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และนิสิตระดับปริญญาโทมีความพึงพอใจ แตกต่างกับ นิสิตระดับปริญญาเอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 38 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามชั้นปี

ความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา	แหล่งความ แปรปรวน	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
1. มีช่องทางการเข้าถึงได้สะดวก	ระหว่างกลุ่ม	4	9.76	2.44	4.50*	.00
	ภายในกลุ่ม	616	334.00	5.42		
	รวม	620	343.76			
2. การโพสต์ข้อมูลข่าวสาร เป็นระบบค้นหาได้ง่าย	ระหว่างกลุ่ม	4	22.76	5.69	7.54*	.00
	ภายในกลุ่ม	616	464.54	.754		
	รวม	620	487.30			

ตารางที่ 38 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา	แหล่งความ แปรปรวน	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
3. ได้รับข้อมูลข่าวสารของคณะ อย่างต่อเนื่องและทันต่อ เหตุการณ์	ระหว่างกลุ่ม	4	19.96	4.99	5.79*	.00
	ภายในกลุ่ม	616	530.90	.86		
	รวม	620	550.87			
4. ได้รับข้อมูลการศึกษาต่อ อย่างสม่ำเสมอทุกระดับ การศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	4	21.30	5.32	6.89*	.00
	ภายในกลุ่ม	616	475.72	.77		
	รวม	620	497.02			
5. การใช้ข้อความมีความสอดคล้อง และเข้าใจง่าย	ระหว่างกลุ่ม	4	17.36	4.34	6.20*	.00
	ภายในกลุ่ม	616	431.00	.70		
	รวม	620	448.37			
6. การตอบคำถามชัดเจน และรวดเร็ว	ระหว่างกลุ่ม	4	13.57	3.39	4.01*	.00
	ภายในกลุ่ม	616	520.97	.84		
	รวม	620	534.55			
7. การโพสต์มีรูปแบบดึงดูด ความสนใจ น่าติดตาม	ระหว่างกลุ่ม	4	8.04	4.16	5.79*	.00
	ภายในกลุ่ม	616	278.54	.71		
	รวม	620	286.58			
8. คุณภาพของรูปภาพและวิดีโอ มีความชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	4	16.67	2.01	4.44*	.00
	ภายในกลุ่ม	616	442.95	.45		
	รวม	620	459.62			
9. มีการแชร์ข้อมูลข่าวสาร จากแหล่งที่น่าสนใจอยู่เสมอ	ระหว่างกลุ่ม	4	8.04	6.93	8.75*	.00
	ภายในกลุ่ม	616	278.54	.792		
	รวม	620	286.58			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	14.39	3.59	7.82*	.00
	ภายในกลุ่ม	616	283.43	.46		
	รวม	620	297.82			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 38 นิสิตที่มีชั้นปีแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพา โดยรวม และในทุกประเด็น แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งทำการทดสอบรายคู่ ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe's Method) ต่อไป ดังแสดงผลในตารางที่ 39

ตารางที่ 39 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก
จำแนกตามชั้นปี ในประเด็นการได้รับความสะดวกในการเข้าถึง

ชั้นปี	ปี 1 ($\bar{X}=4.13$)	ปี 2 ($\bar{X}=3.84$)	ปี 3 ($\bar{X}=3.92$)	ปี 4 ($\bar{X}=3.88$)	ปี 5 ($\bar{X}=4.00$)
ปี 1 ($\bar{X}=4.13$)		.29*	.20*	.25*	.13
ปี 2 ($\bar{X}=3.84$)			.08	.03	.15
ปี 3 ($\bar{X}=3.92$)				.04	.07
ปี 4 ($\bar{X}=3.88$)					.12
ปี 5 ($\bar{X}=4.00$)					

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 39 พบว่า นิสิตชั้นปีที่ 1 มีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ในประเด็นการได้รับความสะดวกในการเข้าถึง แตกต่างกับ กับนิสิตชั้นปีที่ 2 , 3 และ 4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 40 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก
จำแนกตามชั้นปี ในประเด็นการโพสต์ข้อมูลข่าวสารเป็นระบบค้นหาได้ง่าย

ชั้นปี	ปี 1 ($\bar{X}=3.88$)	ปี 2 ($\bar{X}=3.75$)	ปี 3 ($\bar{X}=3.32$)	ปี 4 ($\bar{X}=3.74$)	ปี 5 ($\bar{X}=3.90$)
ปี 1 ($\bar{X}=3.88$)		.133	.569*	.146	.015
ปี 2 ($\bar{X}=3.75$)			.436*	.013	.148
ปี 3 ($\bar{X}=3.32$)				.423*	.585*
ปี 4 ($\bar{X}=3.74$)					.161
ปี 5 ($\bar{X}=3.90$)					

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 40 พบว่า นิสิตชั้นปีที่ 3 มีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ในประเด็นการโพสต์ข้อมูลข่าวสารเป็นระบบค้นหาได้ง่าย แตกต่างกับ นิสิตชั้นปีที่ 1 , 2 , 4 และ 5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 41 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก จำแนกตามชั้นปี ในประเด็นการได้รับข้อมูลข่าวสารของคณะอย่างต่อเนื่อง และทันต่อเหตุการณ์

ชั้นปี	ปี 1 ($\bar{X}=3.79$)	ปี 2 ($\bar{X}=3.65$)	ปี 3 ($\bar{X}=3.28$)	ปี 4 ($\bar{X}=3.75$)	ปี 5 ($\bar{X}=3.88$)
ปี 1 ($\bar{X}=3.79$)		.14	.50*	.04	.08
ปี 2 ($\bar{X}=3.65$)			.36*	.10	.23
ปี 3 ($\bar{X}=3.28$)				.46*	.59*
ปี 4 ($\bar{X}=3.74$)					.13
ปี 5 ($\bar{X}=3.88$)					

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 41 พบว่า นิสิตชั้นปีที่ 3 มีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ในประเด็นการได้รับข้อมูลข่าวสารของคณะอย่างต่อเนื่องและทันต่อเหตุการณ์ แตกต่างกับ นิสิตชั้นปีที่ 1 , 2 , 4 และ 5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 42 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก
จำแนกตามชั้นปี ในประเด็นการได้รับข้อมูลการศึกษาต่ออย่างสม่ำเสมอ

ชั้นปี	ปี 1 ($\bar{X}=3.96$)	ปี 2 ($\bar{X}=3.80$)	ปี 3 ($\bar{X}=3.42$)	ปี 4 ($\bar{X}=3.67$)	ปี 5 ($\bar{X}=3.92$)
ปี 1 ($\bar{X}=3.96$)		.16	.53*	.29	.04
ปี 2 ($\bar{X}=3.80$)			.37*	.12	.12
ปี 3 ($\bar{X}=3.42$)				.24	.49*
ปี 4 ($\bar{X}=3.67$)					.25
ปี 5 ($\bar{X}=3.92$)					

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 42 พบว่า นิสิตชั้นปีที่ 3 มีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ในประเด็นการได้รับข้อมูลการศึกษาต่ออย่างสม่ำเสมอ แตกต่างกับ นิสิตชั้นปีที่ 1 , 2 และ 5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 43 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก
จำแนกตามชั้นปี ในประเด็นการใช้ข้อความมีความสอดคล้องและเข้าใจง่าย

ชั้นปี	ปี 1 ($\bar{X}=3.96$)	ปี 2 ($\bar{X}=3.87$)	ปี 3 ($\bar{X}=3.47$)	ปี 4 ($\bar{X}=3.85$)	ปี 5 ($\bar{X}=4.00$)
ปี 1 ($\bar{X}=3.96$)		.08	.49*	.10	.04
ปี 2 ($\bar{X}=3.87$)			.40*	.02	.12
ปี 3 ($\bar{X}=3.47$)				.38*	.53*
ปี 4 ($\bar{X}=3.85$)					.14
ปี 5 ($\bar{X}=4.00$)					

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 43 พบว่า นิสิตชั้นปีที่ 3 มีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ในประเด็นการใช้ข้อความมีความสอดคล้องและเข้าใจง่าย แตกต่างกับ นิสิตชั้นปีที่ 1 , 2 ,4 และ 5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 44 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก
จำแนกตามชั้นปี ในประเด็นการตอบคำถามชัดเจนและรวดเร็ว

ชั้นปี	ปี 1 ($\bar{X}=3.71$)	ปี 2 ($\bar{X}=3.62$)	ปี 3 ($\bar{X}=3.28$)	ปี 4 ($\bar{X}=3.55$)	ปี 5 ($\bar{X}=3.74$)
ปี 1 ($\bar{X}=3.71$)		.09	.43*	.16	.02
ปี 2 ($\bar{X}=3.62$)			.33*	.07	.12
ปี 3 ($\bar{X}=3.28$)				.26	.45*
ปี 4 ($\bar{X}=3.55$)					.19
ปี 5 ($\bar{X}=3.74$)					

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 44 พบว่า พบว่า นิสิตชั้นปีที่ 3 มีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ในประเด็นการตอบคำถามชัดเจนและรวดเร็ว แตกต่างกับ นิสิตชั้นปีที่ 1 , 2 และ 5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 45 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก
จำแนกตามชั้นปี ในประเด็นการโพสมีรูปแบบดึงดูดความสนใจ น่าติดตาม

ชั้นปี	ปี 1 ($\bar{X}=3.92$)	ปี 2 ($\bar{X}=3.61$)	ปี 3 ($\bar{X}=3.55$)	ปี 4 ($\bar{X}=3.57$)	ปี 5 ($\bar{X}=3.84$)
ปี 1 ($\bar{X}=3.92$)		.31*	.36*	.35*	.08
ปี 2 ($\bar{X}=3.61$)			.05	.04	.22
ปี 3 ($\bar{X}=3.55$)				.01	.28
ปี 4 ($\bar{X}=3.57$)					.27
ปี 5 ($\bar{X}=3.84$)					

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 45 พบว่า นิสิตชั้นปีที่ 3 มีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ในประเด็นการได้รับข้อมูลการศึกษาต่ออย่างสม่ำเสมอ แตกต่างกับ นิสิตชั้นปีที่ 1 , 2 และ 5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 46 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก
จำแนกตามชั้นปี ในประเด็นคุณภาพของรูปภาพและวิดีโอมีความชัดเจน

ชั้นปี	ปี 1 ($\bar{X}=4.04$)	ปี 2 ($\bar{X}=3.86$)	ปี 3 ($\bar{X}=3.78$)	ปี 4 ($\bar{X}=3.75$)	ปี 5 ($\bar{X}=3.94$)
ปี 1 ($\bar{X}=4.04$)		.17*	.25*	.28*	.09
ปี 2 ($\bar{X}=3.86$)			.07	.11	.08
ปี 3 ($\bar{X}=3.78$)				.03	.15
ปี 4 ($\bar{X}=3.75$)					.19
ปี 5 ($\bar{X}=3.94$)					

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 46 พบว่า นิสิตชั้นปีที่ 1 มีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ในประเด็นคุณภาพของรูปภาพและวิดีโอมีความชัดเจน แตกต่างกับ กับนิสิตชั้นปีที่ 2 , 3 และ 4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 47 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก
จำแนกตามชั้นปี ในประเด็นมีการแชร์ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งที่น่าสนใจ

ชั้นปี	ปี 1 ($\bar{X}=3.88$)	ปี 2 ($\bar{X}=3.68$)	ปี 3 ($\bar{X}=3.30$)	ปี 4 ($\bar{X}=3.55$)	ปี 5 ($\bar{X}=3.98$)
ปี 1 ($\bar{X}=3.88$)		.19*	.57*	.33*	.10
ปี 2 ($\bar{X}=3.68$)			.37*	.13	.29*
ปี 3 ($\bar{X}=3.30$)				.24	.67*
ปี 4 ($\bar{X}=3.55$)					.43*
ปี 5 ($\bar{X}=3.98$)					

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 47 พบว่า นิสิตชั้นปีที่ 1 มีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ในประเด็นมีการแชร์ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งที่น่าสนใจ แตกต่างกับ กับนิสิตชั้นปีที่ 2 และ 3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นิสิตชั้นปีที่ 2 มีความพึงพอใจ แตกต่างกับ กับนิสิตชั้นปีที่ 3 และ 5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นิสิตชั้นปีที่ 3 มีความพึงพอใจ แตกต่างกับ กับนิสิตชั้นปีที่ 5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ นิสิตชั้นปีที่ 4 มีความพึงพอใจ แตกต่างกับ กับนิสิตชั้นปีที่ 5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อเสนอแนะจากการตอบแบบสอบถาม พบว่า นิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา มีข้อเสนอแนะต่อเพชบุ๊คคณะศึกษาศาสตร์ในประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ โดยนำเสนอในรูปแบบของค่าความถี่

ตารางที่ 48 ค่าความถี่ของข้อเสนอแนะของนิสิตที่มีต่อเพชบุ๊คคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ลำดับที่	รายการ	ค่าความถี่
1	ควรอัปเดตข้อมูลข่าวสารเป็นประจำ สม่ำเสมอ และทันต่อเหตุการณ์ ฉับไว ภายใน 24 ชม.	53
2	ใช้ภาษาในการสื่อสารให้เข้าใจง่าย ชัดเจน มีรายละเอียดครบถ้วน	37
3	ควรมีการโปรโมทเพจ เพื่อกระจายข้อมูลข่าวสารให้ทั่วถึง	30
4	เพิ่มความรวดเร็วในการตอบซักถาม และครอบคลุม	25
5	ข้อมูลควรเป็นข้อเท็จจริง ที่มีความถูกต้องมากที่สุด	22
6	นำเสนอข้อมูลข่าวสารให้หลากหลาย ๆ รูปแบบ เช่น วีดีโอ	18
7	ต้องการช่องทางการสื่อสารในรูปแบบอื่น ๆ เช่น ไลน์ และอินสตาแกรม	15
8	นำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อนิสิต เช่น ข่าวการศึกษา ปฏิทิน กำหนดการของนิสิตทั้งปี ทุนการศึกษา การรับสมัครงาน และกิจกรรม ต่าง ๆ	9
9	นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาต่อของคณะให้ชัดเจนยิ่งขึ้น	6
10	นำเสนอเหตุการณ์กับข่าวเทคโนโลยีที่ทันสมัยเป็นปัจจุบัน	5
11	รูปภาพกราฟิกควรมีความชัดเจน น่าสนใจ มีสีสันที่ข้อความสำคัญ	4
12	รูปภาพที่อัปโหลดควรมีความละเอียดสูงเพื่อให้ได้ภาพที่มีความชัดเจน มีคุณภาพ	3

จากตารางที่ 48 พบว่า ข้อเสนอแนะของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่มีต่อเพชบุ๊คคณะศึกษาศาสตร์ ที่มีประเด็นความถี่มากที่สุด คือ ควรอัปเดตข้อมูลข่าวสารเป็นประจำ สม่ำเสมอ และทันต่อเหตุการณ์ ฉับไว ภายใน 24 ชม. รองลงมาคือ ใช้ภาษาในการสื่อสารให้เข้าใจง่าย ชัดเจน มีรายละเอียดครบถ้วน และควรมีการโปรโมทเพจ เพื่อกระจายข้อมูลข่าวสารให้ทั่วถึงตามลำดับ

บทที่ 3

อภิปราย/ วิจารณ์ ผลการทดลอง/ ผลการวิจัยที่ได้ทั้งหมด

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรม的开รับข้อมูลข่าวสาร และความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก คณะศึกษาศาสตร์ของมหาวิทยาลัยบูรพา สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของนิสิต

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 621 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 396 คน คิดเป็นร้อยละ 63.77 และเพศชาย จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 36.23 ส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี จำนวน 407 คน คิดเป็นร้อยละ 65.54 รองลงมาคือ อายุอยู่ระหว่าง 25-36 ปีจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 25.44 และมากกว่า 36 ปี ขึ้นไป จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 9.02 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 48.31 รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 31.24 และระดับปริญญาเอก จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 20.45 กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 37.68 รองลงมาคือ ชั้นปีที่ 2 จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 25.28 ชั้นปีที่ 3 จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 14.81 ชั้นปีที่ 4 จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 14.01 และ ชั้นปีที่ 5 จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 8.22

2. พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊กของนิสิต

พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊กของนิสิต ส่วนใหญ่นิสิตเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊กที่หอพัก คิดเป็นร้อยละ 57.65 โดยใช้โทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.49 มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊กทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 66.18 ใช้ระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊กต่อครั้ง ส่วนใหญ่ 30 นาที-1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 40.58 ในช่วงเวลา 20:01-24:00 น. คิดเป็นร้อยละ 32.69 ซึ่งลักษณะของการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร คือ อ่านข้อมูลจากเพจที่กดถูกใจ คิดเป็นร้อยละ 64.57 และประเภทข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับจะเป็นเหตุการณ์ประจำวัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.49

3. ความพึงพอใจที่นิสิตมีต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

นิสิตมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.78$, $SD = 0.86$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีช่องทางการเข้าถึงได้สะดวก มากที่สุด ($\bar{X}= 3.98$, $SD = 0.74$) รองลงมาคือ คุณภาพของรูปภาพและวิดีโอมีความชัดเจน ($\bar{X}= 3.91$, $SD = 0.68$) การใช้ข้อความมีความสอดคล้องและเข้าใจง่าย ($\bar{X}= 3.85$, $SD = 0.85$) ได้รับข้อมูลการศึกษาต่ออย่างสม่ำเสมอทุกระดับการศึกษา ($\bar{X}=3.80$, $SD = 0.89$) การโพสต์ข้อมูลข่าวสารเป็นระบบค้นหาได้ง่าย ($\bar{X}=3.75$, $SD = 0.88$) การโพสต์มีรูปแบบดึงดูดความสนใจ น่าติดตาม ($\bar{X}=3.73$, $SD = 0.86$) มีการแชร์ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งที่น่าสนใจอยู่เสมอ ($\bar{X}=3.70$, $SD = 0.91$) ได้รับข้อมูลข่าวสารของคณะอย่างต่อเนื่องและทันต่อเหตุการณ์ ($\bar{X}=3.68$, $SD = 0.94$) และการตอบคำถามชัดเจน และรวดเร็ว ($\bar{X}=3.60$, $SD = 0.92$) ตามลำดับ

4. สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนิสิตที่แตกต่างกัน ทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊กแตกต่างกัน

4.2 ปัจจัยส่วนบุคคลของนิสิตที่แตกต่างกัน ทำให้มีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา แตกต่างกัน

ตารางที่ 49 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 1

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร จากเฟซบุ๊ก	ปัจจัยส่วนบุคคล			
	เพศ	อายุ	ระดับ การศึกษา	ชั้นปี
1. สถานที่การเปิดรับ	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
2. อุปกรณ์ที่ใช้เปิดรับ	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
3. ความถี่ในการเปิดรับ	แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
4. ระยะเวลาที่เปิดรับต่อครั้ง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
5. ช่วงเวลาที่เปิดรับ	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
6. ประเภทข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับ	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง

จากตารางที่ 49 สรุปการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊กของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จำแนกตามลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ได้ดังนี้

นิสิตชายและนิสิตหญิงมีอุปกรณ์ที่ใช้เปิดรับข้อมูลข่าวสาร และความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก แตกต่างกัน

นิสิตที่มีอายุที่แตกต่างกันจะเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊กในสถานที่ที่แตกต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับแตกต่างกัน และเปิดรับข้อมูลข่าวสารแต่ละประเภท แตกต่างกัน

นิสิตที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีสถานที่ในการเปิดรับ อุปกรณ์ที่ใช้ในการเปิดรับ ระยะเวลาที่เปิดรับต่อครั้ง ช่วงเวลาที่เปิดรับ และประเภทข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับ แตกต่างกัน

นิสิตที่มีชั้นปีแตกต่างกันจะเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊กใช้อุปกรณ์ และเปิดรับข้อมูลข่าวสารในช่วงเวลาที่ แตกต่างกัน

ตารางที่ 50 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 2

ความพึงพอใจต่อ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา	เพศ	อายุ	ระดับ การศึกษา	ชั้นปี
ความพึงพอใจเฟซบุ๊ก	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง

จากตารางที่ 50 พบว่า นิสิตที่มีเพศ ระดับการศึกษา และชั้นปี ต่างกัน จะมีความพึงพอใจของนิสิตที่มีต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา แตกต่างกัน ส่วนนิสิตที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจของนิสิตที่มีต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ผู้วิจัยได้แยกอภิปรายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊กของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพา

ผลการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊กของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่า ส่วนใหญ่นิสิตจะเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊กที่หอพัก คิดเป็นร้อยละ 57.65 โดยใช้โทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.49 มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊กทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 66.18 ซึ่งสอดคล้องกับ กัตติกา แก้วมณี (2561) ที่ศึกษาความแตกต่างของผู้ใช้สื่อสังคมที่มีลักษณะประชากร กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมที่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมคือเฟซบุ๊กและอินสตาแกรม มักจะใช้ที่พักอาศัย (ที่บ้าน/คอนโด/อะพาร์ตเมนต์/หอพัก) มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.38 และส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการเปิดรับสื่อสังคมมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.53 และวิภาวี จันทร์แก้ว (2559) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ กรณีสึกษาเฟซบุ๊กแฟนเพจดังตฤณแฟนคลับ ผลการศึกษารายงานพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์ในการเปิดรับสื่อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.80

ระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊กของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ต่อครั้ง 30 นาที-1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 40.58 ในช่วงเวลา 20:01-24:00 น. คิดเป็นร้อยละ 32.69 ซึ่งลักษณะของการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร คือ อ่านข้อมูลจากเพจที่กดถูกใจ คิดเป็นร้อยละ 64.57 และประเภทข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับจะเป็นเหตุการณ์ประจำวัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.49 ซึ่งสอดคล้องกับ ฉัตรมณฑน์ ตั้งกิจถาวร (2558) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ถูกแชร์ผ่านเฟซบุ๊ก พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ถูกแชร์ทุกวัน ร้อยละ 73.00 โดยเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ถูกแชร์เป็นระยะเวลา 30 นาที-1 ชั่วโมง ร้อยละ 40.50 ในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. ร้อยละ 50.50

2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

นิสิตมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.78$, $SD=0.86$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์เป็นช่องทางการเข้าถึงได้สะดวก มากที่สุด ($\bar{X}=3.98$, $SD=0.74$) รองลงมาคือ คุณภาพของรูปภาพและวิดีโอมีความชัดเจน ($\bar{X}=3.91$, $SD=0.68$) การใช้ข้อความมีความสอดคล้องและเข้าใจง่าย ($\bar{X}=3.85$, $SD=0.85$) ได้รับข้อมูลการศึกษาต่ออย่างสม่ำเสมอทุกระดับการศึกษา ($\bar{X}=3.80$, $SD=0.89$) การโพสต์ข้อมูลข่าวสารเป็นระบบค้นหาได้ง่าย ($\bar{X}=3.75$, $SD=0.88$) การโพสต์มีรูปแบบ

ดึงดูดความสนใจ น่าติดตาม ($\bar{X}=3.73$, $SD=0.86$) มีการแชร์ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งที่น่าสนใจ อยู่เสมอ ($\bar{X}=3.70$, $SD=0.91$) ได้รับข้อมูลข่าวสารของคณะอย่างต่อเนื่องและทันต่อเหตุการณ์ ($\bar{X}=3.68$, $SD=0.94$) และการตอบคำถามชัดเจน และรวดเร็ว ($\bar{X}=3.60$, $SD=0.92$) ซึ่งสอดคล้องกับ ฉันทมนชนม์ ตั้งกิจถาวร (2558) ที่ศึกษาความพึงพอใจในการเปิดรับข้อมูลที่ถูกแชร์ผ่านเฟสบุ๊ก พบว่า ผู้ใช้เฟสบุ๊กมีความพึงพอใจที่รับข้อมูลรวดเร็ว ทันสมัยทันต่อเหตุการณ์ และมีภาพประกอบ (Infographic) ทำให้เข้าใจง่ายขึ้น

3. ปัจจัยส่วนบุคคลของนิสิตที่แตกต่างกัน ทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเฟสบุ๊กแตกต่างกัน โดยพบว่า

นิสิตชายและนิสิตหญิงมีอุปกรณ์ที่ใช้เปิดรับข้อมูลข่าวสาร และความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟสบุ๊ก แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นิสิตที่มีอายุที่แตกต่างกันจะเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟสบุ๊กในสถานที่ที่แตกต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับแตกต่างกัน และเปิดรับข้อมูลข่าวสารแต่ละประเภท แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นิสิตที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีสถานที่ในการเปิดรับ อุปกรณ์ที่ใช้ในการเปิดรับ ระยะเวลาที่เปิดรับต่อครั้ง ช่วงเวลาที่เปิดรับ และประเภทข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นิสิตที่มีชั้นปีแตกต่างกันจะเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟสบุ๊กใช้อุปกรณ์ และเปิดรับข้อมูลข่าวสารในช่วงเวลาที่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ปัจจัยส่วนบุคคลของนิสิตที่แตกต่างกัน ทำให้มีความพึงพอใจต่อเฟสบุ๊ก คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา แตกต่างกัน โดยพบว่า นิสิตที่มีเพศ ระดับการศึกษา และชั้นปี ต่างกัน มีความพึงพอใจของนิสิตที่มีต่อเฟสบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนนิสิตที่มีอายุต่างกัน จะมีความพึงพอใจของนิสิตที่มีต่อเฟสบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ไม่แตกต่างกัน

บทที่ 4

สรุปและเสนอแนะเกี่ยวกับการวิจัยในขั้นตอนต่อไป ตลอดจนประโยชน์ในทางประยุกต์ของผลการวิจัยที่ได้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. นำผลการวิจัยมาประยุกต์ใช้ในงานด้านการประชาสัมพันธ์ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
2. นำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางพัฒนาประสิทธิภาพของการดำเนินงาน ด้านประชาสัมพันธ์ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี สื่อสังคมออนไลน์

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษารูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการสนทนาแบบกลุ่ม เพื่อศึกษาความรู้ ทักษะ พฤติกรรม และประโยชน์ที่ได้รับที่ได้จากเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อดูแนวโน้มความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเชิงลึกและชัดเจนมากยิ่งขึ้น
2. ในการศึกษาครั้งนี้ศึกษาเฉพาะเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ควรมีการศึกษาสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

บทที่ 5

ผลผลิต

ผลงานตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ

ผู้วิจัยจะนำผลงานวิจัย เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ที่แล้วเสร็จสมบูรณ์ไปตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการที่มีผู้ทรงคุณวุฒิร่วมกลั่นกรอง (Peer Review) ในระดับชาติ ภายในกำหนดเวลาไม่เกิน 180 วัน นับแต่ผู้วิจัยส่งรายงานฉบับสมบูรณ์

บรรณานุกรม

- กัตติกา แก้วมณี. (2561). *การเปิดรับสื่อสังคม การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในกรุงเทพมหานคร*. ปรินญาปริทัศน์สาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ขจรจิต บุณนา. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อประโยชน์ที่ได้รับจากสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. *นิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 18(1), 170 -184.
- จุฑามณี คายนันท์. (2554). *พฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊กดอทคอม (www.facebook.com)*. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลวารสารสาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฉัฐมณีน ตั้งกิจถาวร. (2558). *การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับข้อมูลที่ถูกแชร์ (Shared) ผ่านเฟซบุ๊ก*. นิเทศสาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ดวงกมล สุขุม. (2556). *การเปิดรับข่าวสารการเมืองผ่านเฟซบุ๊กของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร*. วารสารสาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการสื่อสารองค์กร, วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พีระ จิโรสภณ. (2556). *กระบวนการทศน์เกี่ยวกับทฤษฎีผลจากการสื่อสารมวลชน เอกสารประกอบการสอนวิชา นศ651 ทฤษฎีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: ผู้พิมพ์.
- ธีติมา ปิยะศิริศิลป์. (2544). *ศึกษาพฤติกรรมการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการสายตรงไอทีวี*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุพรรณษา บุบผาพันธ์. (2561). *การเปิดรับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2556). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- DeFleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. J. (1996). *Theories of mass communication*.
- Hunt, T., & Ruben, B. D. (1993). *Mass Communication: Producer and Consumers*. New York: Harper College Publishers.
- Klapper, J. T. (1902). *The Effects of Mass Communication*. New York: The Free Press.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- McCombs, M. E., & Becker, L. B. (1979). *Using mass communication Thery*. Englewood Clifffs, NJ: Prentice-Hall.

- McLeod, J. M., & O'Keefe, G. T. (1972). *Socialization perspective: Current perspectives in mass communication research*. London: Sage.
- Merrill, J. C., & Lowenstein, R. L. (1971). *Media message and men*. New York: Longman.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

สัญญาขอรับทุนอุดหนุนการวิจัย ประเภทงบประมาณเงินรายได้มหาวิทยาลัย เงินรายได้ส่วนงาน
กองทุนวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

ข้อ ๒ มหาวิทยาลัยตกลงการเบิกจ่ายเงินอุดหนุนการวิจัยให้แก่ผู้รับทุนเป็นรายงวด แบ่งออกเป็น ๓ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ ร้อยละ ๕๐ ของเงินอุดหนุนการวิจัยทั้งโครงการที่ได้รับการจัดสรรภายหลังจากการทำสัญญาแล้ว

งวดที่ ๒ ร้อยละ ๔๐ ของเงินอุดหนุนการวิจัยทั้งโครงการที่ได้รับการจัดสรรภายหลังจากที่ผู้รับทุนส่งรายงานความก้าวหน้าการวิจัยที่ได้ดำเนินการไปแล้วของเนื้องานงวดที่ ๑ ให้มหาวิทยาลัยได้รับทราบและอนุมัติ

งวดที่ ๓ ร้อยละ ๑๐ ของเงินอุดหนุนการวิจัยทั้งโครงการที่ได้รับการจัดสรรภายหลังจากที่ผู้รับทุนส่งรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ให้มหาวิทยาลัย จำนวน ๒ เล่ม พร้อมแผ่น CD บันทึกไฟล์นามสกุล .pdf และ .doc จำนวน ๒ แผ่น ได้รับทราบและอนุมัติ

ข้อ ๓ ให้ผู้รับทุนมีหน้าที่และความรับผิดชอบดำเนินการให้เป็นไปตามข้อเสนอแผนงานวิจัยหรือข้อเสนอโครงการวิจัยให้แล้วเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนดโดยถูกต้องครบถ้วน

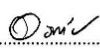
การขยายระยะเวลาของสัญญาขอรับทุน กรณีที่ผู้รับทุนไม่สามารถดำเนินการให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนด ให้ยื่นต่อกองบริหารการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อขอขยายระยะเวลาดำเนินการวิจัยก่อนสิ้นสุดสัญญา และให้ปฏิบัติตามประกาศมหาวิทยาลัยบูรพาที่ ๑๖๘๐/๒๕๖๑ เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีปฏิบัติ และแนวทางการบริหารการวิจัยและนวัตกรรม พ.ศ.๒๕๖๑ และประกาศเพิ่มเติม

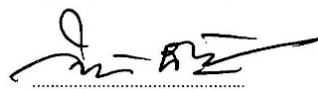
ข้อ ๔ ให้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เกิดขึ้นจากการทำวิจัยตามสัญญานี้ ตกเป็นของมหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยสามารถนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ หรืออนุญาตให้บุคคลอื่นนำไปใช้ประโยชน์ได้ ผู้รับทุนมีสิทธิได้รับการจัดสรรผลประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา

ข้อ ๕ การเบิกจ่ายเงินอุดหนุนโครงการวิจัย ให้เป็นไปตามประกาศมหาวิทยาลัยบูรพา ที่ ๐๙๔๔/๒๕๕๙ เรื่อง หลักเกณฑ์ อัตราและแนวปฏิบัติการเบิกจ่ายเงินอุดหนุนโครงการวิจัย มหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๙

ข้อ ๖ การรายงานความก้าวหน้าโครงการวิจัยให้ดำเนินการตามเอกสารแบบรายงานความก้าวหน้าแผนงานวิจัย / โครงการวิจัย ของมหาวิทยาลัยบูรพา และรายงานโครงการวิจัยฉบับสมบูรณ์ให้ดำเนินการตามเอกสารแนวทางในการจัดทำรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการวิจัยประเภทงบประมาณเงินรายได้มหาวิทยาลัย เงินรายได้ส่วนงาน เงินกองทุนวิจัยและพัฒนา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑ มหาวิทยาลัยบูรพา โดยให้ดำเนินการตามกรอบเวลาในการติดตามความก้าวหน้าโครงการวิจัย (Time Frame)

ข้อ ๗ ภายในกำหนดเวลาไม่เกิน ๑๘๐ วัน นับแต่ผู้รับทุนส่งรายงานฉบับสมบูรณ์ ผู้รับทุนต้องนำผลงานวิจัยที่ได้รับเงินอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยที่แล้วเสร็จ ในบางส่วน หรือที่แล้วเสร็จสมบูรณ์ไปตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารวิชาการที่มีผู้ทรงคุณวุฒิร่วมกลั่นกรอง (Peer Review) ในระดับชาติหรือนานาชาติ หรือการยื่นจดสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร โดยมีเอกสารแสดงหมายเลขคำขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร และให้ผู้รับทุนประกาศกิตติคุณแก่มหาวิทยาลัยในทุกกรณี


ลายมือชื่อผู้รับทุน


ลายมือชื่อมหาวิทยาลัย

ในกรณีที่มีความจำเป็นอย่างยิ่ง ผู้รับทุนไม่อาจดำเนินการตามระยะเวลาที่กำหนดในวรรคหนึ่งได้ ให้ผู้รับทุนแจ้งกำหนดระยะเวลาดำเนินการให้มหาวิทยาลัยทราบและอนุมัติ โดยผู้รับทุนสามารถขยายระยะเวลาได้ไม่เกินสามปีนับแต่วันที่ครบกำหนดระยะเวลาส่งรายงานฉบับสมบูรณ์

ข้อ ๘ กรณีที่ผู้รับทุนผิดสัญญารับทุน หรือทำงานวิจัยไม่แล้วเสร็จตามสัญญา หรือการวิจัยนั้นจะส่งผลต่อความเสียหายของมหาวิทยาลัยบูรพา ผู้รับทุนยินยอมให้ผู้ให้มหาวิทยาลัยบอกเลิกสัญญากับผู้รับทุนอุดหนุน การวิจัยนี้ โดยผู้รับทุนจะดำเนินการฟ้องร้องมหาวิทยาลัยตามกฎหมายใด ๆ ก็ได้ และผู้รับทุนยินยอมชดเชยเงินทุนทั้งหมดคืนให้แก่ผู้ให้ทุนภายใน ๖๐ วัน นับตั้งแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้งบอกเลิกสัญญา หากผู้รับทุนไม่ชำระภายในกำหนดเวลา ผู้รับทุนต้องชดเชยดอกเบี้ยผิดนัดในอัตราร้อยละ ๗.๕ ต่อปี

ข้อ ๙ ผู้รับทุนที่ผิดสัญญารับทุน หรือทำงานวิจัยไม่แล้วเสร็จตามสัญญา นอกจากต้องชดเชยเงินทุนทั้งหมดตามข้อ ๘ ให้ส่วนงานต้นสังกัดนำไปประกอบการประเมินผลการปฏิบัติงานและการพิจารณาเลื่อนเงินเดือน ประจำปีหรือการบริหารงานบุคคลอื่นของผู้รับทุนด้วย

ข้อ ๑๐ ในกรณีที่ผู้รับทุนได้รับอนุมัติให้โอนย้ายไปสังกัดหน่วยงานอื่น หรือลาออกจากมหาวิทยาลัยผู้รับทุน จะต้องดำเนินการ ดังนี้

(๑) ผู้รับทุนหรือผู้รับงานวิจัยจะต้องคืนเงินอุดหนุนการวิจัยหรือเงินสนับสนุนการวิจัย ที่ได้ดำเนินการเบิกจ่ายไปบางส่วนหรือทั้งหมดให้แก่มหาวิทยาลัยและ/หรือผู้ว่าจ้าง ก่อนวันที่มหาวิทยาลัยอนุมัติให้โอนย้าย หรือ ลาออก แล้วแต่กรณี หรือ

(๒) ผู้รับทุนหรือผู้รับงานวิจัยจะต้องจัดหาหัวหน้าแผนงานวิจัยหรือโครงการวิจัยแทน ทั้งนี้ ต้องได้รับความเห็นชอบจากมหาวิทยาลัยหรือส่วนงานต้นสังกัด แล้วแต่กรณี เพื่อดำเนินการตามแผนงานวิจัยหรือโครงการวิจัย ให้แล้วเสร็จ และส่งรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ให้ผู้ให้ทุนหรือผู้ว่าจ้างได้

ข้อ ๑๑ ผู้รับทุนต้องปฏิบัติตามจรรยาบรรณนักวิจัยและจริยธรรมการวิจัย กฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่ง ประกาศ และมติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยโดยเคร่งครัด

ข้อ ๑๒ เอกสารแนบท้ายสัญญาดังต่อไปนี้ ถือเป็นส่วนหนึ่งของสัญญานี้

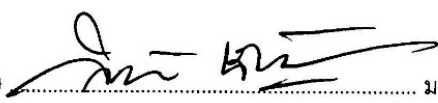
๑๒.๑ เอกสารหมายเลข ๑ข้อเสนอแผนงานวิจัย/โครงการวิจัย..... จำนวน ๑๘ หน้า

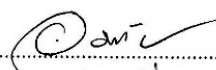
๑๒.๒ เอกสารหมายเลข ๒ จำนวน หน้า

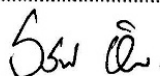
ข้อความใด ๆ ในเอกสารแนบท้ายสัญญาที่ขัดแย้งกับข้อความในสัญญานี้ ให้ใช้ข้อความในสัญญานี้บังคับ สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับมีข้อความตรงกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยตลอดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยานของแต่ละฝ่ายและต่างเก็บไว้คนละฉบับ

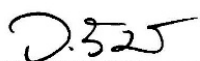

ลายมือชื่อผู้รับทุน


ลายมือชื่อมหาวิทยาลัย

(ลงชื่อ)  มหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.จิตติมา เจริญพานิช)
ตำแหน่ง รองอธิการบดีฝ่ายวิจัย

(ลงชื่อ)  ผู้รับทุน
(นางสาวก้อง ใจดวงสอาด)
ตำแหน่ง นักวิชาการโสตทัศนศึกษา

(ลงชื่อ)  พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รชนิมข... หนีบุญสังจาเลิศ)
ตำแหน่ง ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายวิจัย

(ลงชื่อ)  พยาน
(ศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ด้วงพวงจักร)
ตำแหน่ง รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร

ภาคผนวก ข

ประกาศมหาวิทยาลัยบูรพา เรื่อง รายชื่อข้อเสนอโครงการวิจัยที่ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย
เพื่อสนับสนุนการพัฒนางาน ในส่วนต่าง ๆ (R2R, Routine to Research)
ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ จากกองทุนวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

-สำเนา-

ประกาศมหาวิทยาลัยบูรพา

ที่ ๐๔๓๙/๒๕๖๒

เรื่อง รายชื่อข้อเสนอโครงการวิจัยที่ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย เพื่อสนับสนุนการพัฒนางาน ในส่วนต่างๆ (R2R, Routine to Research) ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ จากกองทุนวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒

ตามประกาศมหาวิทยาลัยบูรพา ที่ ๒๖๗๘/๒๕๖๑ ลงวันที่ ๔ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๑ เรื่อง ประกาศรับข้อเสนอโครงการวิจัย ทุนอุดหนุนการวิจัย เพื่อสนับสนุนการพัฒนางาน ในส่วนต่างๆ (R2R, Routine to Research) ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ จากกองทุนวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒ ในการประชุมครั้งที่ ๑/๒๕๖๒ เมื่อวันที่ ๑๖ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๒ ซึ่งคณะกรรมการฯ ได้พิจารณาให้ความเห็นชอบโครงการวิจัยที่สมควรได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยบูรพา Routine to Research (R2R) เรียบร้อยแล้วนั้น เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๖ และ ๓๒ (๓) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๐ จึงประกาศรายชื่อข้อเสนอโครงการวิจัยที่ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย เพื่อสนับสนุนการพัฒนางาน ในส่วนต่างๆ (R2R, Routine to Research) ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ จากกองทุนวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒ จำนวน ๑๘ โครงการ ตามรายชื่อดังนี้

ลำดับ ที่	หัวหน้าโครงการ/ส่วนงาน	ชื่อโครงการ	งบประมาณ ที่ได้รับจัดสรร
๑	นางจารุวรรณ รักเริ่มวงษ์ คณะศึกษาศาสตร์	ปัจจัยส่งผลการมีส่วนร่วมต่อการประกันคุณภาพ การศึกษายภายใน ระดับหลักสูตรของอาจารย์ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา	๕๐,๐๐๐
๒.	นายสมชาย พัทธเสน คณะศึกษาศาสตร์	การศึกษาสภาพ ปัญหา และอุปสรรคในการผลิต ผลงานทางวิชาการ ของคณาจารย์ สังกัดคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา	๕๐,๐๐๐
๓.	นางสาวพลินภรณ์ รุจินนารี คณะมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์	ปัจจัยที่ส่งผลการมีส่วนร่วมของบุคลากรที่มีต่อการ ดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาของ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา	๕๐,๐๐๐

ลำดับ ที่	หัวหน้าโครงการ/ส่วนงาน	ชื่อโครงการ	งบประมาณ ที่ได้รับจัดสรร
๔.	นางสาวทัญญู วุฒิวรรณ คณะศึกษาศาสตร์	แนวทางการส่งเสริมการวิจัยของอาจารย์ใน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา	๕๐,๐๐๐
๕.	นายวิชัย แยมหลังทรัพย์ คณะมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์	การประเมินหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต หลักสูตร ปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๕๙ มหาวิทยาลัยบูรพา	๕๐,๐๐๐
๖.	นายวิศรุต คงสกุล คณะวิศวกรรมศาสตร์	การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อค่าความไม่แน่นอน ในการวัดสำหรับวิธีการสอบเทียบเกจบล็อดด้วย เครื่องเกจบล็อดคอมพิวเตอร์	๕๐,๐๐๐
๗.	นางสาวสิตากาจน์ วงษ์สุวรรณ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์	ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพของกระบวนการจัดซื้อ จัดจ้าง โดยวิธีเฉพาะเจาะจงของมหาวิทยาลัยบูรพา	๕๐,๐๐๐
๘	นางสาวอมรรักษ์ ทศพิมพ์ คณะศึกษาศาสตร์	การศึกษาความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีต่อ การกำหนดผลการเรียนรู้ที่คาดหวังของนิสิตระดับ ปริญญาตรีและนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา	๕๐,๐๐๐
๙	นางสาวอริสพา เตหลิม กองทะเบียนและ ประมวลผลการศึกษา สำนักงานอธิการบดี	การวิเคราะห์ความอยู่รอดจากการออกกลางคัน ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยบูรพา	๕๐,๐๐๐
๑๐	นางสาวทิววรรณ ศรีสวัสดิ์ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์	ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยภายในและสภาวะ การหมดไฟที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของบุคลากร มหาวิทยาลัยบูรพา	๕๐,๐๐๐
๑๑	นายจำนง หอมเจริญ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์	การประเมินความเสี่ยงในการจัดซื้อจัดจ้างตาม พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหาร พัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ วิธีการประกวดราคา อิเล็กทรอนิกส์ ของนักวิชาการพัสดุ ในมหาวิทยาลัยบูรพา	๕๐,๐๐๐

-๓-

ลำดับ ที่	ชื่อโครงการ	หัวหน้าโครงการ/ส่วนงาน	งบประมาณ ที่ได้รับจัดสรร
๑๒	นางสาววิภาดา เชื้อหมอ วิทยาลัยการแพทย์แผนไทยอภัยภูเบศร	การสำรวจความคิดเห็นของบุคลากร การปฏิบัติการด้านการเงินของส่วน งานด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยบูรพา	๕๐,๐๐๐
๑๓	นางสาววิรัช เจริญดี สถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล	อัตราการเจริญเติบโตของปะการัง ในกลุ่มกึ่งก้อน, เคลือบ, แผ่น และเห็ด ในระบบเลี้ยง	๕๐,๐๐๐
๑๔	นางสาวศิริวรรณ ชูศรี สถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล	พัฒนาการและการอนุบาลลูกกุ้ง มดแดงเบื้องต้น	๕๐,๐๐๐
๑๕	นางสาวอรทัย เอี่ยมสอาด คณะศึกษาศาสตร์	การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร และความพึงพอใจต่อ เพชบุคคณะศึกษาศาสตร์ของ มหาวิทยาลัยบูรพา	๕๐,๐๐๐
๑๖	นางจุฬาลักษณ์ เทียนรุ่งรัมย์ วิทยาลัยการแพทย์แผนไทยอภัยภูเบศร	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการ เรียนของนิสิตคณะการแพทย์แผนไทย อภัยภูเบศร มหาวิทยาลัยบูรพา	๔๐,๐๐๐
๑๗	นายอโนทัย อีระธิป คณะศึกษาศาสตร์	ความต้องการแรงจูงใจในการ ปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา	๕๐,๐๐๐
๑๘	ว่าที่ ร.ต.กิตติศักดิ์ เกตุแก้ว คณะวิทยาศาสตร์	การศึกษาคุณภาพการให้บริการ ห้องเรียนรวมของคณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา	๕๐,๐๐๐

ให้หัวหน้าโครงการที่ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยนี้ ปรับแก้งบประมาณโครงการวิจัยเพื่อเตรียมการใน
การทำสัญญาขอรับทุนอุดหนุนการวิจัย มหาวิทยาลัยบูรพา ต่อไป

ประกาศ ณ วันที่ ๒๒ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๒

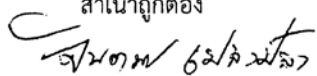
(ลงชื่อ)

สมนึก อีระกุลพิศุทธิ์

(รองศาสตราจารย์สมนึก อีระกุลพิศุทธิ์)

ผู้ปฏิบัติหน้าที่อธิการบดีมหาวิทยาลัยบูรพา

สำเนาถูกต้อง



(นางจินตนา เปล่งปลั่ง)

นักวิชาการศึกษา

ภาคผนวก ค

เอกสารรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา



ที่ ๘๕/๒๕๖๒

**เอกสารรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
มหาวิทยาลัยบูรพา**

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้พิจารณาโครงการวิจัย

รหัสโครงการวิจัย	Hu 065/2562
โครงการวิจัยเรื่อง	การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก คณะศึกษาศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยบูรพา
หัวหน้าโครงการวิจัย	นางสาวอรทัย เอี่ยมสอาด
หน่วยงานที่สังกัด	คณะศึกษาศาสตร์

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า
โครงการวิจัยดังกล่าวเป็นไปตามหลักการของจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยที่ผู้วิจัยเคารพสิทธิและศักดิ์ศรีในความเป็น
มนุษย์ ไม่มีการล่วงละเมิดสิทธิ สวัสดิภาพ และไม่ก่อให้เกิดภัยอันตรายแก่ตัวผู้วิจัยและผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย

จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยในขอบข่ายของโครงการวิจัยที่เสนอได้ (ดูตามเอกสารตรวจสอบ)

- | | |
|---|---|
| ๑. เอกสารโครงการวิจัยฉบับภาษาไทย | ฉบับที่ ๑ วันที่ ๒๒ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๒ |
| ๒. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย | ฉบับที่ ๑ วันที่ ๒๒ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๒ |
| ๓. เอกสารแบบแสดงความยินยอมของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย | ฉบับที่ ๑ วันที่ ๒๒ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๒ |
| ๔. เอกสารแสดงรายละเอียดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยซึ่งผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว หรือชุดที่ใช้เก็บข้อมูลจริง
จากผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย | ฉบับที่ ๑ วันที่ ๒๒ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๒ |

การรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ฉบับนี้ มีผลถึงวันที่ ๒๑ เดือน พฤษภาคม
พ.ศ. ๒๕๖๓

ออกให้ ณ วันที่ ๒๒ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๖๒

ลงนาม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิทวัส แจงเอียด)

ประธานคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
มหาวิทยาลัยบูรพา

ภาคผนวก ง

เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย (Participant Information Sheet)



คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
มหาวิทยาลัยบูรพา

AF 06-02

ฉบับที่ 22 พ.ศ. 2562

เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย (Participant Information Sheet)

เอกสารการให้ข้อมูลแก่ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย (Participant Information Sheet) ครมมี
รายละเอียดดังต่อไปนี้

๑. รหัสโครงการวิจัย : HU065 1254

(สำนักงานคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา เป็นผู้ออกรหัส
โครงการวิจัย)

๒. ชื่อโครงการวิจัย : การศึกษาพฤติกรรม的开รับข้อมูลข่าวสาร และความพึงพอใจ
ต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ของมหาวิทยาลัยบูรพา

เรียน ผู้ร่วมโครงการวิจัย

ข้าพเจ้า นางสาวอรทัย เอี่ยมสมอาด ตำแหน่ง นักวิชาการโสตทัศนศึกษา สังกัดสำนักงานคณบดี
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมโครงการวิจัย เรื่อง การศึกษาพฤติกรรม
การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ก่อนที่ท่าน
จะตกลงเข้าร่วมโครงการวิจัย ขอเรียนให้ท่านทราบรายละเอียดของโครงการวิจัย ดังนี้

ท่านเป็นบุคคลหนึ่งในจำนวน 691 คน ที่ได้รับเชิญเข้าเป็นผู้ร่วมโครงการวิจัยนี้ซึ่งมีวัตถุประสงค์
1) เพื่อศึกษาพฤติกรรม的开รับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ของนิสิต
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา และ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพาของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

หากท่านตกลงที่จะเข้าร่วมโครงการวิจัยในครั้งนี้ข้าพเจ้าขอความร่วมมือให้ท่านตอบแบบสอบถาม
ทางอิเล็กทรอนิกส์ (Google form) ซึ่งท่านมีสิทธิ์จะปฏิเสธในการเข้าตอบแบบสอบถาม หรือเข้าร่วมในการ
ตอบแบบสอบถามตามอิสระโดยไม่มีการบีบบังคับให้ท่านตอบ การวิจัยครั้งนี้ผู้เข้าร่วมวิจัยไม่มีความเสี่ยงด้าน
ร่างกาย จิตใจ สังคม กฎหมาย และความเสี่ยงด้านอื่น ๆ ตลอดจนไม่ก่อให้เกิดการบาดเจ็บหรือเป็นอันตราย
ต่อผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยใด ๆ ทั้งสิ้น

ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยจะได้รับประโยชน์ทางอ้อมเมื่อการวิจัยเสร็จสิ้น โดยนำผลการวิจัยมาเป็นแนวทาง
ในการประยุกต์ใช้เฟซบุ๊กในงานด้านการประชาสัมพันธ์ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ให้ตรงกับ
ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและเป็นการพัฒนาประสิทธิภาพของการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ของ
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาต่อไป

ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ ทั้งสิ้น ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยมีสิทธิ์จะถอนตัวหรือบอกเลิก
การเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้เมื่อใดก็ได้ และการบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนี้จะไม่มีผลกระทบใด ๆ กับผู้เข้าร่วม
โครงการวิจัย

ผลการวิจัยนี้จะใช้สำหรับวัตถุประสงค์ทางวิชาการเท่านั้น โดยข้อมูลจะถูกเก็บรักษาไว้ในรูปแบบไฟล์
อิเล็กทรอนิกส์ในคอมพิวเตอร์โดยมีการเข้ารหัสไฟล์และเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ผู้วิจัยใช้งาน จะไม่มีชื่อหลักฐาน
แสดงลักษณะเฉพาะของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย และจะไม่มีผลกระทบต่อการปฏิบัติงานของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยและ
ข้อมูลจะถูกทำลายภายหลังงานวิจัยเสร็จสมบูรณ์แล้ว 1 ปี

ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่าง ๆ ที่ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยสงสัยด้วยความเต็มใจ ไม่ปิดบัง ซ่อนเร้น
จนผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยพอใจ ข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวผู้เข้าร่วมวิจัยจะถูกเก็บเป็นความลับและจะเปิดเผย
ในภาพรวมที่เป็นการสรุปผลการวิจัย

หากท่านมีคำถามหรือข้อสงสัยประการใดสามารถติดต่อข้าพเจ้า นางสาวอรัญญา เอี่ยมสอาด
สำนักงานคณบดี คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา โทร. ๐๓๘-๑๐๒๐๒๐ โทรศัพท์มือถือหมายเลข
๐๘-๑๕๘๙-๘๕๑๗ หรืออีเมล orathai@buu.ac.th ข้าพเจ้ายินดีตอบคำถาม และข้อสงสัยของท่านทุก

หากผู้วิจัยไม่ปฏิบัติตามที่ได้ชี้แจงไว้ในเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย สามารถแจ้งมายัง
คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา กองบริหารการวิจัยและนวัตกรรม
หมายเลขโทรศัพท์ ๐๓๘-๑๐๒๕๖๑-๖๒

เมื่อท่านพิจารณาแล้วเห็นสมควรเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ ขอความกรุณาลงนามในใบยินยอมร่วม
โครงการที่แนบ มาด้วย และขอขอบพระคุณในความร่วมมือของท่านมา ณ ที่นี้



คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
มหาวิทยาลัยบูรพา
วันที่รับทราบ 22 พ.ค. 2562

ภาคผนวก จ

เอกสารแสดงความยินยอมของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย (Consent Form)



เอกสารแสดงความยินยอม
ของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย (Consent Form)

รหัสโครงการวิจัย :

(สำนักงานคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา เป็นผู้ออกรหัสโครงการวิจัย)

โครงการวิจัยเรื่อง : การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก

คณะศึกษาศาสตร์ของมหาวิทยาลัยบูรพา

ให้คำยินยอม วันที่..... เดือน..... พ.ศ.

ก่อนที่จะลงนามในเอกสารแสดงความยินยอมของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบายถึงวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย วิธีการวิจัย และรายละเอียดต่าง ๆ ตามที่ระบุในเอกสารข้อมูลสำหรับผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ให้ไว้แก่ข้าพเจ้า และข้าพเจ้าเข้าใจคำอธิบายดังกล่าวครบถ้วนเป็นอย่างดีแล้ว และผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่าง ๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยเกี่ยวกับการวิจัยนี้ด้วยความเต็มใจ และไม่ปิดบังซ่อนเร้นจนข้าพเจ้าพอใจ

ข้าพเจ้าเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้ด้วยความสมัครใจ และมีสิทธิที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้เมื่อใดก็ได้ การบอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัยนั้นไม่มีผลกระทบต่อ ผลการเรียน ที่ข้าพเจ้าจะพึงได้รับต่อไป

ผู้วิจัยรับรองว่าจะเก็บข้อมูลเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ จะเปิดเผยได้เฉพาะในส่วนที่เป็นสรุปผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลของข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องได้รับอนุญาตจากข้าพเจ้า

ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้วมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในเอกสารแสดงความยินยอมนี้ด้วยความเต็มใจ

กรณีที่ข้าพเจ้าไม่สามารถอ่านหรือเขียนหนังสือได้ ผู้วิจัยได้อ่านข้อความในเอกสารแสดงความยินยอมให้แก่ข้าพเจ้าฟังจนเข้าใจดีแล้ว ข้าพเจ้าจึงลงนามหรือประทับลายนิ้วหัวแม่มือของข้าพเจ้าในเอกสารแสดงความยินยอมนี้ด้วยความเต็มใจ

ลงนามผู้ยินยอม

(.....)

ลงนามพยาน

(.....)

หมายเหตุ กรณีที่ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยให้ความยินยอมด้วยการประทับลายนิ้วหัวแม่มือ ขอให้พยานลงลายมือชื่อรับรองด้วย



คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

มหาวิทยาลัยบูรพา

ภาคผนวก ฉ

แบบสอบถาม

โครงการวิจัย เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา



มหาวิทยาลัยบูรพา
มหาวิทยาลัยบูรพา

ปี ๒๒ พ.ศ. ๒๕๖๒

แบบสอบถาม

โครงการวิจัย เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก
คณะศึกษาศาสตร์ของมหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้วิจัย นางสาวอรรทัย เอี่ยมสอาด

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก
ของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา และ 2) ศึกษาความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กคณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพาของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จึงขอความอนุเคราะห์จากนิสิตตอบ
แบบสอบถามทุกข้อให้ตรงตามความเป็นจริงและตามความคิดเห็นที่แท้จริง เพื่อเป็นประโยชน์ในการวิจัย
ในครั้งนี้ ขอขอบคุณในความร่วมมืออย่างดีมา ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อมูลของนิสิต

ตอนที่ 1 ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของนิสิต

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ
3. ระดับการศึกษา ☐ ปริญญาตรี ☐ ปริญญาโท ☐ ปริญญาเอก
4. ชั้นปี

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนิสิต

5. สถานที่ที่นิสิตเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊ก (Facebook) มากที่สุด

☐ บ้าน	☐ หอพัก	☐ มหาวิทยาลัย
☐ ร้านอาหาร/ร้านกาแฟ	☐ ร้านอินเทอร์เน็ต	☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....
6. นิสิตเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊ก (Facebook) ผ่านอุปกรณ์ประเภทใด

☐ คอมพิวเตอร์ (PC)	☐ โน้ตบุ๊ก	☐ โทรศัพท์มือถือ
☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....		
7. นิสิตเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊ก (Facebook) บ่อยครั้งเพียงใด

☐ นาน ๆ ครั้ง	☐ 1 วันต่อสัปดาห์	☐ 2-3 วันต่อสัปดาห์
☐ 4-6 วันต่อสัปดาห์	☐ ทุกวัน	
8. ระยะเวลาที่นิสิตเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊ก (Facebook) ต่อครั้ง

☐ น้อยกว่า 30 นาที	☐ 30 นาที - 1 ชั่วโมง	☐ 1-1.30 ชั่วโมง
☐ 1.30 - 2 ชั่วโมง	☐ มากกว่า 2 ชั่วโมง	



คณะกรรมการพิจารณาวิจัยการวิจัยในชั้นเรียน
มหาวิทยาลัยบูรพา
วันที่รับเรื่อง 22 พ.ค. 2562

9. ช่วงเวลาในทีมนิสิตเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊ก (Facebook)
- ☐ 08:00 – 12:00 น. ☐ 12:01 – 16:00 น. ☐ 16:01 – 20:00 น.
☐ 20:01 – 24:00 น. ☐ 24:01 – 04:00 น. ☐ 04:01 – 07:59 น.
10. ลักษณะของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนิสิต (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ☐ โฟสรูป วิดีโอ และข้อความ ของตนเอง
☐ ตอบคอมเม้น
☐ สนทนาและรับส่งข้อมูลผ่าน Inbox Messenger
☐ กดไลค์หรือคอมเม้นรูป วิดีโอและข้อความ
☐ กดไลค์ กดแชร์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ
☐ เล่นเกม
☐ อ่านข้อมูลจากเพจที่กดถูกใจ
☐ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเพจที่สนใจ
☐ ขายสินค้าออนไลน์
☐ ซื้อสินค้าออนไลน์
☐ อื่น ๆ
11. ข้อมูลข่าวสารประเภทใดที่นิสิตเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊ก (Facebook) มากที่สุด
- ☐ การศึกษา ☐ เศรษฐกิจ ☐ การเมือง ☐ เหตุการณ์ประจำวัน
☐ ท่องเที่ยว ☐ สุขภาพ ☐ เทคโนโลยี ☐ คำคม
☐ แฟชั่น ☐ เกม/กีฬา ☐ อื่น ๆ

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจที่นิสิตมีต่อเฟซบุ๊กของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ความพึงพอใจที่นิสิตมีต่อเฟซบุ๊กของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
12. มีช่องทางการเข้าถึงได้สะดวก					
13. การโพสต์ข้อมูลข่าวสารเป็นระบบค้นหาได้ง่าย					
14. ได้รับข้อมูลข่าวสารของคณะอย่างต่อเนื่องและทันต่อเหตุการณ์					
15. ได้รับข้อมูลการศึกษาต่ออย่างสม่ำเสมอทุกระดับการศึกษา					
16. การใช้ข้อความมีความสอดคล้องและเข้าใจง่าย					
17. การตอบคำถามชัดเจน และรวดเร็ว					
18. การโพสต์มีรูปแบบดึงดูดความสนใจ น่าติดตาม					

19. คุณภาพของรูปภาพและวิดีโอมีความชัดเจน					
20. มีการแชร์ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งที่น่าสนใจอยู่เสมอ					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....



คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
มหาวิทยาลัยบูรพา

วันที่รับรอง 22 พ.ค. 2562