

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยเรื่อง “การติดตามและการใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการเก็บแบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire) จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่างๆ และนำเสนอผลการวิจัยโดยจำแนกออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยพิจารณา ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์การเปิดรับข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยพิจารณาจากค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์การติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยพิจารณาจากค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์การใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยพิจารณาจากค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการติดตาม และการใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter โดยพิจารณาจากค่า F-test และค่า t-test

ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน การเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน มีผลต่อการติดตาม และการใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter โดยพิจารณาจากค่า F-test

ส่วนที่ 7 การทดสอบสมมติฐานการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson' s Correlation Coefficient)

เพื่อความสะดวกในการนำเสนอข้อมูลผลการวิเคราะห์ข้อมูล และแปลความหมาย ผู้วิจัยใช้สัญลักษณ์แทนค่าสถิติในการนำเสนอ ดังนี้

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
df	แทน	Degree of Freedom
SS	แทน	Sum of Squares
MS	แทน	Mean Square
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาความมีนัยสำคัญจากการแจกแจงแบบ F
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาความมีนัยสำคัญจากการแจกแจงแบบ t
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson' s Correlation Coefficient)
P	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาความเป็นนัยสำคัญจากการแจกแจง (P-value)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยพิจารณาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของเพศผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทางประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	176	44.00
หญิง	224	56.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 ผลของการวิเคราะห์ข้อมูล ความถี่และร้อยละของเพศผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 399 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชาย 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44 และเพศหญิง 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของอายุผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทางประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 21 ปี	82	20.50
21 – 30 ปี	161	40.25
31 – 40 ปี	133	33.25
41 – 50 ปี	24	6.00
51 ปี ขึ้นไป	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.2 ผลของการวิเคราะห์ข้อมูล ความถี่ และร้อยละของอายุผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุอยู่ในช่วง 21 – 30 ปี จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25 อายุช่วง 31 – 40 ปี จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 อายุช่วง 41 – 50 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทางประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	195	48.75
จดทะเบียน	133	33.25
ไม่จดทะเบียน	47	11.75
แยกกันอยู่	0	0.00
หย่าร้าง / หม้าย	25	6.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.3 ผลของการวิเคราะห์ข้อมูล ความถี่และร้อยละของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่โสด 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.75

จัดทะเบียน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.75 ไม่จัดทะเบียน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75  
หย่าร้าง / หม้าย 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 และสถานะแยกกันอยู่ไม่มีผู้ตอบ

**ตารางที่ 4.4** แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของระดับการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทางประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.	41	10.25
อนุปริญญา หรือ ปวส.	44	11.00
ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า	189	47.25
ปริญญาโท	126	31.50
ปริญญาเอก	0	0.00
สูงกว่าปริญญาเอก	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.4 ผลของการวิเคราะห์ข้อมูล ความถี่ และร้อยละของระดับการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 ปริญญาโท 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 อนุปริญญา หรือ เทียบเท่า 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11 มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 ทั้งนี้ไม่มีผู้ตอบในระดับปริญญาเอก และ ระดับสูงกว่าปริญญาเอก

**ตารางที่ 4.5** แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของอาชีพผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทางประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับราชการ	52	13.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	24	6.00
พนักงานบริษัทเอกชน	208	52.00
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	48	12.00
รับจ้างทั่วไป	18	4.50
นักเรียน/นักศึกษา	45	11.25
อื่น ๆ	5	1.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.5 ผลของการวิเคราะห์ข้อมูล ความถี่ และร้อยละของอาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52 รับราชการ 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12 นักเรียน/นักศึกษา 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 พนักงานรัฐวิสาหกิจ 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6 และ อื่นๆ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 โดยระบุว่าเป็น ฟรีแลนซ์ และแม่บ้าน

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทางประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	53	13.25
10,001 – 20,000 บาท	111	27.75
20,001 – 30,000 บาท	165	41.25
30,001 – 40,000 บาท	63	15.75
40,001 – 50,000 บาท	8	2.00
50,001 บาท ขึ้นไป	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.6 ผลของการวิเคราะห์ข้อมูล ความถี่ และร้อยละของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รายได้ 20,001 – 30,000 บาท 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25 รายได้ 10,001 – 20,000 บาท 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 รายได้ 30,001 – 40,000 บาท 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 รายได้ 40,001 – 50,000 บาท 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2 และไม่มีผู้มีรายได้ 50,000 บาท ขึ้นไปตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์การเปิดรับข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยพิจารณาจากค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของความถี่ในการอ่านข่าวและบทความของผู้ตอบแบบสอบถาม

การเปิดรับข่าวสาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อ่านทุกวัน	138	34.50
อ่านบ่อยครั้ง (5 – 6 ครั้ง/สัปดาห์)	113	28.25
อ่านบางครั้ง (3 – 4 ครั้ง/สัปดาห์)	88	22.00
ไม่ค่อยได้อ่าน (1 – 2 ครั้ง/สัปดาห์)	61	15.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.7 ผลของการวิเคราะห์ข้อมูล ความถี่และร้อยละของความถี่ในการอ่านข่าวและบทความจากเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ภายใน 1 สัปดาห์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านเพจ The Matter ทุกวัน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 อ่าน 5 – 6 ครั้ง/สัปดาห์ 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 อ่าน 3 – 4 ครั้ง/สัปดาห์ 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22 อ่าน 1 – 2 ครั้ง/สัปดาห์ 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของช่วงเวลาในการอ่านข่าวและบทความของผู้ตอบแบบสอบถาม

การเปิดรับข่าวสาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เวลา 05.00 น. - 10.00 น.	19	4.75
เวลา 10.01 น. - 15.00 น.	80	20.00
เวลา 15.01 น. - 20.00 น.	90	22.50
เวลา 20.01 น. - 23.59 น.	83	20.75
ติดตามอ่านไม่เป็นช่วงเวลา	128	32.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.8 ผลของการวิเคราะห์ข้อมูล ความถี่ และร้อยละของช่วงเวลาในการอ่านข่าวและบทความจากเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามอ่านไม่เป็นช่วงเวลา ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาที่เหมาะสมหรือว่างจากการทำงาน จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32 ติดตามในช่วงเวลา 15.01 น. – 20.00 น. 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 ช่วงเวลา 20.01 น. – 23.59 น. 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 ช่วงเวลา 10.01 น. – 15.00 น. 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ช่วงเวลา 05.01 น. – 10.00 น. 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75

**ตารางที่ 4.9** แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้ามาอ่านข่าวและบทความของผู้ตอบแบบสอบถาม

การเปิดรับข่าวสาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มากกว่า 10 นาที	152	38.00
น้อยกว่า 10 นาที	56	14.00
ไม่แน่นอน	192	48.00
อื่นๆ	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.9 ผลของการวิเคราะห์ข้อมูล ความถี่ และร้อยละของระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้ามาอ่านข่าวและบทความจากเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการเข้ามาอ่านไม่แน่นอน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48 ใช้ระยะเวลามากกว่า 10 นาที 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38 ใช้ระยะเวลาน้อยกว่า 10 นาที 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14 และไม่มีผู้เลือกระยะเวลาอื่น

**ตารางที่ 4.10** แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของระยะเวลาการติดตามเพจเฟซบุ๊กของผู้ตอบแบบสอบถาม

การเปิดรับข่าวสาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มากกว่า 2 ปี	80	20.00
1 – 2 ปี	96	24.00
น้อยกว่า 1 ปี	124	31.00
ไม่แน่ใจ	100	25.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.10 ผลของการวิเคราะห์ข้อมูล ความถี่ และร้อยละของระยะเวลาการติดตามเพจเฟซบุ๊ก The Matter ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามน้อยกว่า 1 ปี 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31 ไม่นับว่าติดตามมาเป็นระยะเวลาเท่าไร 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ติดตาม 1 – 2 ปี 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24 ติดตามมากกว่า 2 ปี 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของอุปกรณ์ที่ใช้อ่านข่าวและบทความของผู้ตอบแบบสอบถาม

การเปิดรับข่าวสาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สมาร์ทโฟน	257	64.25
แท็บเล็ต	96	24.00
คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก	47	11.75
อื่นๆ	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.11 ผลของการวิเคราะห์ข้อมูล ความถี่ และร้อยละของอุปกรณ์ที่ใช้อ่านข่าวและบทความจากเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สมาร์ทโฟน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.25 ใช้แท็บเล็ต 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24 ใช้คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75 ไม่มีผู้ระบุการใช้อุปกรณ์อื่นๆเพิ่มเติม

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของสาเหตุที่เลือกอ่านข่าวและบทความของผู้ตอบแบบสอบถาม

การเปิดรับข่าวสาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เนื้อหาข่าวหรือบทความ	199	49.75
รูปแบบการนำเสนอ	102	25.50
ตัวผู้เขียน	19	4.75
การนำเสนอภาพ Info Graphic	80	20.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>



จากตารางที่ 4.12 ผลของการวิเคราะห์ข้อมูล ความถี่ และร้อยละของสาเหตุที่เลือกอ่านข่าวและบทความจากเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกอ่านจากเนื้อหาข่าวหรือบทความ น่าสนใจ กระชับ เข้าใจง่าย 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.75 รูปแบบการนำเสนอข่าวและบทความที่มีหลากหลายมุมมอง 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 การนำเสนอภาพ Info Graphic ที่สอดคล้องสวยงาม และน่าติดตาม 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ตัวผู้เขียน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของคอลัมน์ประจำที่ติดตามจากเพจ The Matter ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คอลัมน์ประจำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อันดับ 1 Pulse	198	49.50
อันดับ 2 Rave	102	25.50
อันดับ 3 Brief	100	25.00
อันดับ 4 Byte	91	22.75
อันดับ 5 Big Matter	102	25.50
อันดับ 6 Thinkers	115	28.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.13 ผลของการวิเคราะห์ข้อมูล ความถี่ และร้อยละของคอลัมน์ประจำที่ติดตามจากเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเรียงลำดับ 1 – 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคอลัมน์ Pulse (บทความเกี่ยวกับกระแสความสนใจของผู้คนในปัจจุบัน) เป็นอันดับ 1 จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 อันดับ 2 Rave (บทความเกี่ยวกับ ภาพยนตร์ เพลง ละคร เกมส์ และการ์ตูน) 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 อันดับ 3 Brief (บทความขนาดสั้น ครอบคลุมทุกกระแสสังคม) 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25 อันดับ 4 Byte (บทความเชิงวิทยาศาสตร์) 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 อันดับ 5 BIG MATER (บทความที่รวบรวมเกี่ยวกับเหตุการณ์ใหญ่ที่เกิดขึ้นในรอบปี) 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 อันดับ 6 THINKERS (บทความที่รวบรวมนักเขียน และคอลัมนิสต์จากหลายแขนงวิชาเพื่อนำเสนอบทความที่หลากหลาย) 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์การติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยพิจารณาจากค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

การติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ ประกอบด้วย ด้านเนื้อหา ด้านรูปแบบ ด้านการเผยแพร่ ปรากฏตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ

รายการ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	S.D.	แปลผล
ด้านเนื้อหา	3.59	0.77	มาก
ด้านรูปแบบ	3.40	0.86	ปานกลาง
ด้านการเผยแพร่	3.39	0.82	ปานกลาง
<b>การติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ</b>	<b>3.46</b>	<b>0.75</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.14 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.46 โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้ ด้านเนื้อหา มีการติดตามอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.59 ด้านรูปแบบ มีความเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.40 ด้านการเผยแพร่ มีความเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน ค่าเฉลี่ย 3.39 เมื่อทำการตรวจสอบการกระจายของข้อมูลโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.75 – 0.86

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ ด้านเนื้อหา

รายการ	จำนวนคน (ร้อยละ)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	ระดับความคิดเห็น							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
เนื่องจากเนื้อหาที่น่าสนใจ	17 (4.25)	48 (12.00)	139 (34.75)	152 (38.00)	44 (11.00)	3.40	0.98	ปานกลาง
เนื่องจากเนื้อหาที่หลากหลาย	8 (2.00)	8 (2.00)	164 (41.00)	160 (40.00)	60 (15.00)	3.64	0.83	มาก

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

รายการ	จำนวนคน (ร้อยละ)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	ระดับความคิดเห็น							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
เนื่องจากเนื้อหาที่มีประโยชน์	0 (0.00)	8 (2.00)	161 (40.25)	166 (41.50)	65 (16.25)	3.72	0.75	มาก
<b>ด้านเนื้อหา</b>						<b>3.59</b>	<b>0.77</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.15 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ด้านเนื้อหาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.59 เมื่อจำแนกรายข้อแล้วพบว่า ข้อคำถามเกี่ยวกับเนื้อหาที่น่าสนใจอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.40 ส่วนข้อคำถามเกี่ยวกับเนื้อหาที่หลากหลายและมีประโยชน์อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.64 - 3.72 ตามลำดับ เมื่อทำการตรวจสอบการกระจายของข้อมูลโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.75 – 0.98

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการติดตามเพจ ด้านรูปแบบ

รายการ	จำนวนคน (ร้อยละ)					$\bar{X}$ ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
	ระดับความคิดเห็น							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>ด้านรูปแบบ</b>								
เนื่องจากการนำเสนอแบบบทความ	16 (4.00)	24 (6.00)	152 (38.00)	132 (33.00)	76 (19.00)	3.57	0.99	มาก
เนื่องจากการนำเสนอแบบ Infographic	16 (4.00)	80 (20.00)	136 (34.00)	116 (29.00)	52 (13.00)	3.27	1.05	ปานกลาง
เนื่องจากการนำเสนอแบบวิดีโอ	16 (4.00)	32 (8.00)	188 (47.00)	122 (30.50)	42 (10.50)	3.36	0.92	ปานกลาง
<b>รวม</b>						<b>3.40</b>	<b>0.86</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.16 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ด้านรูปแบบในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.40 เมื่อจำแนกรายข้อแล้วพบว่า ข้อคำถามเกี่ยวกับการนำเสนอแบบบทความ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.57 ส่วนข้อคำถามเกี่ยวกับการนำเสนอแบบ Infographic และ การนำเสนอแบบวิดีโออยู่ในระดับปานกลาง โดยค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.27 – 3.36 ตามลำดับ เมื่อทำการตรวจสอบการกระจายของข้อมูลโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.86 – 1.05

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการติดตามเพจ ด้านการเผยแพร่

รายการ	จำนวนคน (ร้อยละ)					$\bar{X}$ ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
	ระดับความคิดเห็น							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>ด้านการเผยแพร่</b>								
เนื่องจากการทำเพจที่ต่อเนื่อง	16 (4.00)	48 (12.00)	185 (46.25)	105 (26.25)	46 (11.50)	3.29	0.96	ปานกลาง
เนื่องจากการเข้าถึงได้หลากหลายช่องทาง	16 (4.00)	16 (4.00)	136 (34.00)	196 (49.00)	36 (9.00)	3.55	0.87	มาก
เนื่องจากการโฆษณาที่น่าสนใจ (Facebook ad)	16 (4.00)	60 (15.00)	132 (33.00)	160 (40.00)	32 (8.00)	3.33	0.96	ปานกลาง
<b>รวม</b>						<b>3.39</b>	<b>0.82</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.17 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ด้านการเผยแพร่ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.39 เมื่อจำแนกรายข้อแล้วพบว่า ข้อคำถามเกี่ยวกับการเข้าถึงได้หลากหลายช่องทาง อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.55 ส่วนข้อคำถามเกี่ยวกับการทำเพจที่ต่อเนื่อง และการโฆษณาที่น่าสนใจ (Facebook Ad) อยู่ในระดับปานกลาง โดยค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.29 – 3.33 ตามลำดับ เมื่อทำการตรวจสอบการกระจายของข้อมูลโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.82 – 0.96

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์การใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเฟชบุ๊กแฟนเพจ The Matter ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยพิจารณาจากค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

การใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเฟชบุ๊กแฟนเพจ The Matter ประกอบด้วย การใช้ประโยชน์ของข่าวสารเพื่อเป็นข้อมูล การใช้ประโยชน์ของข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม การใช้ประโยชน์ของข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล การใช้ประโยชน์ของข่าวสารเพื่อลดความตึงเครียดทางอารมณ์ ปรากฏตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเฟชบุ๊ก

รายการ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	S.D.	แปลผล
เพื่อเป็นข้อมูล	3.63	0.87	มาก
เพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม	3.50	0.94	มาก
เพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล	3.55	0.88	มาก
เพื่อลดความตึงเครียดทางอารมณ์	3.55	0.83	มาก
<b>การใช้ประโยชน์</b>	<b>3.56</b>	<b>0.80</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.18 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อการใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเฟชบุ๊กแฟนเพจ The Matter ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.56 โดยแบ่งออกเป็น 4 ประโยชน์ ดังนี้ ประโยชน์เพื่อเป็นข้อมูล ประโยชน์เพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ประโยชน์เพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล ประโยชน์เพื่อลดความตึงเครียดทางอารมณ์ โดยทุกประโยชน์อยู่ในระดับมากเช่นกัน ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.63, 3.50, 3.55 และ 3.55 ตามลำดับ เมื่อทำการตรวจสอบการกระจายของข้อมูลโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.80 – 0.94

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการใช้ประโยชน์ของข่าวสารเพื่อเป็นข้อมูล

รายการ	จำนวนคน (ร้อยละ)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	ระดับความคิดเห็น							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>การใช้ประโยชน์ของข่าวสารเพื่อเป็นข้อมูล</b>								
ได้นำข้อมูลที่น่าเชื่อถือไปใช้ประโยชน์	16 (4.00)	32 (8.00)	113 (28.25)	175 (43.75)	64 (16.00)	3.60	0.98	มาก
ได้นำข้อมูลที่ได้ไปปรับใช้ในชีวิตรประจำวัน	0 (0.00)	48 (12.00)	174 (43.50)	94 (23.50)	84 (21.00)	3.54	0.95	มาก
เป็นคลังข้อมูล	8 (2.00)	40 (10.00)	76 (19.00)	192 (48.00)	84 (21.00)	3.76	0.96	มาก
<b>รวม</b>						<b>3.63</b>	<b>0.87</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.19 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อการใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter เพื่อเป็นข้อมูลในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.63 เมื่อจำแนกรายข้อแล้วพบว่า ทุกข้อคำถามอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.54 – 3.76 เมื่อทำการตรวจสอบการกระจายของข้อมูลโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.87 – 0.98

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของด้านการใช้ประโยชน์ของข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม

รายการ	จำนวนคน (ร้อยละ)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	ระดับความคิดเห็น							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>การใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม</b>								
ได้นำข่าวสารไปพูดคุยกับกลุ่มเพื่อน	0 (0.00)	32 (8.00)	168 (42.00)	144 (36.00)	56 (14.00)	3.56	0.83	มาก

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

รายการ	จำนวนคน (ร้อยละ)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	ระดับความคิดเห็น							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ได้นำข่าวสารไปส่งต่อ (Share)	0 (0.00)	64 (16.00)	148 (37.00)	80 (20.00)	108 (27.00)	3.58	1.05	มาก
ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น (Comment) กับคนในวงกว้าง	24 (6.00)	72 (18.00)	112 (28.00)	116 (29.00)	76 (19.00)	3.37	1.16	ปานกลาง
	<b>รวม</b>					<b>3.50</b>	<b>0.94</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.20 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อการใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter เพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.50 เมื่อจำแนกรายข้อแล้วพบว่า ข้อคำถามเกี่ยวกับการได้นำข่าวสารไปพูดคุยกับกลุ่มเพื่อน และการได้นำข่าวสารไปส่งต่อ (Share) อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.56 และ 3.58 ตามลำดับ การได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น (Comment) กับคนในวงกว้าง ค่าเฉลี่ย 3.37 เมื่อทำการตรวจสอบการกระจายของข้อมูลโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.83 – 1.16

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการใช้ประโยชน์ของข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล

รายการ	จำนวนคน (ร้อยละ)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	ระดับความคิดเห็น							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
<b>การใช้ประโยชน์ของข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล</b>								
ได้แสดงความคิดเห็น (Comment) ของตนเองต่อข่าวสารที่ได้อ่าน	0 (0.00)	92 (23.00)	140 (35.00)	128 (32.00)	40 (10.00)	3.29	0.93	ปานกลาง
ได้รับข่าวสารที่เหมาะสมกับไลฟ์สไตล์ของตนเอง	0 (0.00)	40 (10.00)	164 (41.00)	96 (24.00)	100 (25.00)	3.64	0.97	มาก

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

รายการ	จำนวนคน (ร้อยละ)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	ระดับความคิดเห็น							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
การติดตามเพจเป็นการบ่งบอกถึงความชื่นชอบข่าวสารของตนเอง	0 (0.00)	40 (10.00)	128 (32.00)	136 (34.00)	96 (24.00)	3.72	0.94	มาก
<b>รวม</b>						<b>3.55</b>	<b>0.88</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.21 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อการใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter เพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคลในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.55 เมื่อจำแนกรายชื่อแล้วพบว่า ชื่อคำถามเกี่ยวกับการได้แสดงความคิดเห็น (Comment) ของตนเองต่อข่าวสารที่ได้อ่าน อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.29 ในขณะที่การได้รับข่าวสารที่เหมาะสมกับไลฟ์สไตล์ของตนเอง และการติดตามเพจเป็นการบ่งบอกถึงความชื่นชอบข่าวสารของตนเอง อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.64 และ 3.72 ตามลำดับ เมื่อทำการตรวจสอบการกระจายของข้อมูลโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.88 – 0.97

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการใช้ประโยชน์ของข่าวสารเพื่อลดความตึงเครียดทางอารมณ์

รายการ	จำนวนคน (ร้อยละ)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	ระดับความคิดเห็น							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ได้ความรู้สึกมีความสุขเมื่อได้อ่านเพจ	0 (0.00)	32 (8.00)	204 (51.00)	105 (26.25)	59 (14.75)	3.48	0.84	มาก
ได้ความรู้สึกสนุกสนานเมื่อได้อ่านเพจ	0 (0.00)	40 (10.00)	156 (39.00)	148 (37.00)	56 (14.00)	3.55	0.85	มาก
ได้ลดความตึงเครียดของตนเอง	0 (0.00)	48 (12.00)	144 (36.00)	120 (30.00)	88 (22.00)	3.62	0.96	มาก
<b>รวม</b>						<b>3.55</b>	<b>0.83</b>	<b>มาก</b>



จากตารางที่ 4.22 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อการใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter เพื่อลดความตึงเครียดทางอารมณ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.55 เมื่อจำแนกรายข้อแล้วพบว่า ทุกข้อคำถามอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.48 – 3.62 เมื่อทำการตรวจสอบการกระจายของข้อมูลโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.83 – 0.96

#### ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน การติดตาม และการใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter โดยพิจารณาจากค่า F-test และค่า t-test

**สมมติฐานที่ 1** ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันส่งผลต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่ต่างกันส่งผลต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.23** แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมติดตามเฟซบุ๊ก กับเพศที่ต่างกัน

เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	P
ชาย	176	3.4476	0.67104	-0.253	0.801
หญิง	224	3.4663	0.80493		

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบพฤติกรรมติดตามเฟซบุ๊กกับเพศที่ต่างกัน พบว่า เพศที่ต่างกันมีผลต่อระดับพฤติกรรมติดตามเฟซบุ๊กไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ช่วงอายุที่ต่างกันส่งผลต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.24** แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมติดตามเฟซบุ๊กกับช่วงอายุที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	3	13.057	4.352	8.197	0.000**
ภายในกลุ่ม	397	210.264	0.531		
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>223.321</b>			

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบพฤติกรรมการติดตามเฟซบุ๊กกับช่วงอายุที่ต่างกัน พบว่า ช่วงอายุที่ต่างกันมีผลต่อระดับพฤติกรรมการติดตามเฟซบุ๊กแตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมติฐานที่ 1.3 สถานภาพที่ต่างกัน ส่งผลต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมการติดตามเฟซบุ๊กกับสถานภาพที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	3	4.471	1.490	2.697	0.046*
ภายในกลุ่ม	397	218.850	0.553		
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>223.321</b>			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบพฤติกรรมการติดตามเฟซบุ๊กกับสถานภาพที่ต่างกัน พบว่า สถานภาพที่ต่างกันมีผลต่อระดับพฤติกรรมการติดตามเฟซบุ๊กแตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.4 วุฒิการศึกษาที่ต่างกัน ส่งผลต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมการติดตามเฟซบุ๊กกับวุฒิการศึกษาที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	3	4.530	1.510	2.733	0.043*
ภายในกลุ่ม	397	218.791	0.553		
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>223.321</b>			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบพฤติกรรมการติดตามเฟซบุ๊กกับวุฒิการศึกษาที่ต่างกัน พบว่า วุฒิการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อระดับพฤติกรรมการติดตามเฟซบุ๊กแตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพที่ต่างกัน ส่งผลต่อการติดตามเฟชบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมติดตามเฟชบุ๊กกับอาชีพที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	6	17.471	2.912	5.559	0.000**
ภายในกลุ่ม	394	205.850	0.524		
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>223.321</b>			

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบพฤติกรรมติดตามเฟชบุ๊กกับอาชีพที่ต่างกัน พบว่า อาชีพที่ต่างกันมีผลต่อระดับพฤติกรรมติดตามเฟชบุ๊กแตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมติฐานที่ 1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันส่งผลต่อการติดตามเฟชบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมติดตามเฟชบุ๊กกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	4	13.260	3.315	6.234	0.000**
ภายในกลุ่ม	396	210.061	0.532		
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>223.321</b>			

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบพฤติกรรมติดตามเฟชบุ๊กกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีผลต่อระดับพฤติกรรมติดตามเฟชบุ๊กแตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

**สมมติฐานที่ 2** ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 เพศที่ต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.29** แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์กับเพศที่ต่างกัน

เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	P
ชาย	176	3.5630	0.74670	0.104	0.917
หญิง	224	3.5547	0.84474		

จากตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กกับเพศที่ต่างกัน พบว่า เพศที่ต่างกันมีผลต่อระดับการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 ช่วงอายุที่ต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.30** แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับช่วงอายุที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	3	16.921	5.640	9.315	0.000**
ภายในกลุ่ม	397	239.787	0.606		
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>256.708</b>			

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับช่วงอายุที่ต่างกัน พบว่า ช่วงอายุที่ต่างกัน มีผลต่อระดับการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมติฐานที่ 2.3 สถานภาพที่ต่างกัน ส่งผลต่อการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับสถานภาพที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	3	4.982	1.661	2.613	0.051
ภายในกลุ่ม	397	251.726	0.636		
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>256.708</b>			

จากตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับสถานภาพที่ต่างกัน พบว่า สถานภาพที่ต่างกันมีผลต่อระดับการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 วุฒิการศึกษาที่ต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับวุฒิการศึกษาที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	3	3.171	1.057	1.651	0.177
ภายในกลุ่ม	397	253.537	0.640		
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>256.708</b>			

จากตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับวุฒิการศึกษาที่ต่างกัน พบว่า วุฒิการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อระดับการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5 อาชีพที่ต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.33 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับอาชีพที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	6	16.152	2.692	4.398	0.000**
ภายในกลุ่ม	394	240.556	0.612		
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>256.708</b>			

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับอาชีพที่ต่างกัน พบว่า อาชีพที่ต่างกันมีผลต่อระดับการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมติฐานที่ 2.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	4	11.222	2.805	4.514	0.001**
ภายในกลุ่ม	396	245.486	0.621		
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>256.708</b>			

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊ก กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีผลต่อระดับการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน การเปิดรับข่าวสารผ่านเฟซ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการติดตาม และ การใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter โดยพิจารณาจากค่า F-test และค่า t-test

**สมมติฐานที่ 3** การเปิดรับข่าวสารผ่านเฟซที่ต่างกันส่งผลต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.1 ความถี่ในการอ่านที่ต่างกันส่งผลต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.35** แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมติดตามเฟซบุ๊กกับความถี่ในการอ่านที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	3	5.407	1.802	3.275	0.021*
ภายในกลุ่ม	397	217.914	0.550		
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>223.321</b>			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการติดตามเฟซบุ๊กกับความถี่ในการอ่านที่ต่างกัน พบว่า ความถี่ในการอ่านที่ต่างกัน มีผลต่อระดับการติดตามเฟซบุ๊กแตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**สมมติฐานที่ 3.2** ช่วงเวลาในการอ่านที่ต่างกัน ส่งผลต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.36** แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการติดตามเฟซบุ๊กกับช่วงเวลาในการอ่านที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	4	3.072	0.768	1.377	0.241
ภายในกลุ่ม	396	220.249	0.558		
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>223.321</b>			

จากตารางที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการติดตามเฟซบุ๊กกับช่วงเวลาในการอ่านที่ต่างกัน พบว่าช่วงเวลาในการอ่านที่ต่างกัน มีผลต่อระดับการติดตามเฟซบุ๊กไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.3 ระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้ามาอ่านที่ต่างกัน ส่งผลต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.37** แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการติดตามเฟซบุ๊กกับระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้ามาอ่านที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	2	2.638	1.319	2.373	0.095
ภายในกลุ่ม	398	220.683	0.556		
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>223.321</b>			

จากตารางที่ 4.37 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการติดตามเฟซบุ๊กกับระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้ามาอ่านที่ต่างกัน พบว่า ระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้ามาอ่านที่ต่างกันมีผลต่อระดับการติดตามเฟซบุ๊กไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.4 ระยะเวลาการติดตามเพจที่ต่างกัน ส่งผลต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.38** แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการติดตามเฟซบุ๊กกับระยะเวลาการติดตามเพจที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	3	3.006	1.002	1.801	0.146
ภายในกลุ่ม	397	220.315	0.556		
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>223.321</b>			

จากตารางที่ 4.38 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการติดตามเฟซบุ๊กกับระยะเวลาการติดตามเพจที่ต่างกัน พบว่า ระยะเวลาการติดตามเพจที่ต่างกัน มีผลต่อระดับการติดตามเฟซบุ๊กไม่แตกต่างกัน



สมมติฐานที่ 3.5 อุปกรณ์ที่ใช้อ่านที่ต่างกันส่งผลต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.39** แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการติดตามเฟซบุ๊กกับอุปกรณ์ที่ใช้อ่านที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	2	3.455	1.728	3.120	0.045*
ภายในกลุ่ม	398	219.866	0.554		
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>223.321</b>			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการติดตามเฟซบุ๊กกับอุปกรณ์ที่ใช้อ่านที่ต่างกัน พบว่าอุปกรณ์ที่ใช้อ่านที่ต่างกัน มีผลต่อระดับการติดตามเฟซบุ๊กแตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 3.6 สาเหตุที่เลือกอ่านที่ต่างกันส่งผลต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.40** แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการติดตามเฟซบุ๊กกับสาเหตุที่เลือกอ่านที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	3	5.648	1.883	3.425	0.017*
ภายในกลุ่ม	397	217.673	0.550		
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>223.321</b>			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.40 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการติดตามเฟซบุ๊กกับสาเหตุที่เลือกอ่านที่ต่างกัน พบว่า สาเหตุที่เลือกอ่านที่ต่างกัน มีผลต่อระดับการติดตามเฟซบุ๊กแตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**สมมติฐานที่ 4 การเปิดรับข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กที่ต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน**

สมมติฐานที่ 4.1 ความถี่ในการอ่านที่ต่างกัน ส่งผลต่อการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.41 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับความถี่ในการอ่านที่ต่างกัน**

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	3	1.193	0.398	0.616	0.605
ภายในกลุ่ม	397	255.515	0.645		
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>256.708</b>			

จากตารางที่ 4.41 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับความถี่ในการอ่านที่ต่างกัน พบว่า ความถี่ในการอ่านที่ต่างกัน มีผลต่อระดับการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4.2 ช่วงเวลาในการอ่านที่ต่างกัน ส่งผลต่อการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.42 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับช่วงเวลาในการอ่านที่ต่างกัน**

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	4	3.847	0.962	1.502	0.201
ภายในกลุ่ม	396	252.862	0.640		
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>256.708</b>			

จากตารางที่ 4.42 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับช่วงเวลาในการอ่านที่ต่างกัน พบว่า ช่วงเวลาในการอ่านที่ต่างกัน มีผลต่อระดับการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4.3 ระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้ามาอ่านที่ต่างกัน ส่งผลต่อการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.43** แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้ามาอ่านที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	2	4.916	2.458	3.876	0.022*
ภายในกลุ่ม	398	251.792	0.634		
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>256.708</b>			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.43 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้ามาอ่านที่ต่างกัน พบว่า ระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้ามาอ่านที่ต่างกัน มีผลต่อระดับการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 4.4 ระยะเวลาการติดตามเพจที่ต่างกัน ส่งผลต่อการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.44** แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับระยะเวลาการติดตามเพจที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	3	5.281	1.760	2.772	0.041*
ภายในกลุ่ม	397	251.428	0.635		
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>256.708</b>			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.44 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับระยะเวลาการติดตามเพจที่ต่างกัน พบว่า ระยะเวลาการติดตามเพจที่ต่างกัน มีผลต่อระดับการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 4.5 อุปกรณ์ที่ใช้อ่านที่ต่างกัน ส่งผลต่อการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.45 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับอุปกรณ์ที่ใช้อ่านที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	2	7.454	3.727	5.936	0.003**
ภายในกลุ่ม	398	249.255	0.628		
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>256.708</b>			

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.45 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับอุปกรณ์ที่ใช้อ่านที่ต่างกัน พบว่า อุปกรณ์ที่ใช้อ่านที่ต่างกัน มีผลต่อระดับการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมติฐานที่ 4.6 สาเหตุที่เลือกอ่านที่ต่างกัน ส่งผลต่อการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.46 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับสาเหตุที่เลือกอ่านที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	3	2.073	0.691	1.075	0.360
ภายในกลุ่ม	397	254.635	0.643		
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>256.708</b>			

จากตารางที่ 4.46 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับสาเหตุที่เลือกอ่านที่ต่างกัน พบว่า สาเหตุที่เลือกอ่านที่ต่างกัน มีผลต่อระดับการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กไม่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 7 การทดสอบสมมติฐาน การติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient)

สมมติฐานที่ 5 การติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter

ตารางที่ 4.47 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างการติดตามกับการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter

การใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กแฟนเพจ	พฤติกรรมติดตาม	
	r	Sig.
เพื่อเป็นข้อมูล	.838**	0.000
เพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม	.772**	0.000
เพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล	.751**	0.000
เพื่อลดความตึงเครียดทางอารมณ์	.721**	0.000
<b>รวม</b>	<b>.846**</b>	<b>0.000</b>

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.47 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างการติดตามกับการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter พบว่า การติดตาม มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทุกด้านของการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กแฟนเพจมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 4.48 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ	
	สมมติฐานแตกต่าง	ไม่แตกต่าง
<b>สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันส่งผลต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน</b>		
เพศที่ต่างกันส่งผลต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter		✓
ช่วงอายุที่ต่างกันส่งผลต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter	✓	
สถานภาพที่ต่างกันส่งผลต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter	✓	

## ตารางที่ 4.48 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ	
	สมมติฐาน แตกต่าง	ไม่ แตกต่าง
วุฒิการศึกษาที่ต่างกันส่งผลต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter	✓	
อาชีพที่ต่างกันส่งผลต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter	✓	
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันส่งผลต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter	✓	
<b>สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน</b>		
เพศที่ต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter		✓
ช่วงอายุที่ต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter	✓	
สถานภาพที่ต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter		✓
วุฒิการศึกษาที่ต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter		✓
อาชีพที่ต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter	✓	
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter	✓	
<b>สมมติฐานที่ 3 การเปิดรับข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กที่ต่างกัน ส่งผลต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน</b>		
ความถี่ในการอ่านที่ต่างกันส่งผลต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter	✓	
ช่วงเวลาในการอ่านที่ต่างกันส่งผลต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter		✓

## ตารางที่ 4.48 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ	
	สมมติฐาน แตกต่าง	ไม่ แตกต่าง
ระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้ามาอ่านที่ต่างกันส่งผลต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter		✓
ระยะเวลาการติดตามเพจที่ต่างกันส่งผลต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter		✓
อุปกรณ์ที่ใช้อ่านที่ต่างกันส่งผลต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter	✓	
สาเหตุที่เลือกอ่านที่ต่างกันส่งผลต่อการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter	✓	
<b>สมมติฐานที่ 4 การเปิดรับข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กที่ต่างกัน ส่งผลต่อการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ที่แตกต่างกัน</b>		
ความถี่ในการอ่านที่ต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter		✓
ช่วงเวลาในการอ่านที่ต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter	✓	
ระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้ามาอ่านที่ต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter	✓	
ระยะเวลาการติดตามเพจที่ต่างกัน ส่งผลต่อการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter	✓	
อุปกรณ์ที่ใช้อ่านที่ต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter	✓	
สาเหตุที่เลือกอ่านที่ต่างกันส่งผลต่อการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter		✓
<b>สมมติฐานที่ 5 พฤติกรรมการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter</b>		
พฤติกรรมการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter เพื่อเป็นข้อมูล	✓	

ตารางที่ 4.48 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ	
	สมมติฐาน แตกต่าง	ไม่ แตกต่าง
พฤติกรรมการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter เพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม	✓	
พฤติกรรมการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter เพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล	✓	
พฤติกรรมการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter เพื่อลดความตึงเครียดทางอารมณ์	✓	