

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก” ซึ่งข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด ผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 7 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 เป็นคำถามทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านปัจจัยการสื่อสารของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก

ตอนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก

ตอนที่ 6 เป็นคำถามเกี่ยวกับการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก

ตอนที่ 7 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ส่วนที่ 1 ศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถามและความคิดเห็นเบื้องต้น

การนำเสนอในส่วนนี้เป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถามและความคิดเห็นเบื้องต้น ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน สถิติที่นำมาใช้ได้แก่สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) โดยผลดังกล่าวปรากฏในตาราง และคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	196	49
หญิง	204	51
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก เป็นเพศหญิง จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51 และ เพศชาย จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-25 ปี	56	14.0
26-30 ปี	42	10.5
31-35 ปี	69	17.3
36-40 ปี	139	34.8
41-45 ปี	65	16.3
46-50 ปี	29	7.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีอายุตั้งแต่ 36-40 ปี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาคืออายุ 31-35 ปี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 และ ลำดับสุดท้ายคือ อายุ 46-50 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	311	77.8
สมรส	88	22
หม้าย/หย่าร้าง	1	0.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีสถานภาพโสด จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 77.8 รองลงมาคือ สมรส จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22 และลำดับสุดท้ายคือ หม้าย/หย่าร้าง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมปลาย/ปวช.	1	0.3
ปวส./อนุปริญญา	34	8.5
ปริญญาตรี	174	43.5
ปริญญาตรีโท	124	31
ปริญญาเอก	67	16.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาคือ ระดับปริญญาโท จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31 และลำดับสุดท้ายคือ ระดับมัธยมปลาย/ปวช. จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	70	17.5
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	153	38.3
พนักงานบริษัทเอกชน	109	27.3
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	66	16.5
อื่นๆ	2	0.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาคือ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 และลำดับสุดท้ายคือ อาชีพอื่นๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	70	17.5
15,001–25,000 บาท	161	40.3
25,001–35,000 บาท	97	24.3
35,001–45,000 บาท	2	0.5
45,001–55,000 บาท	37	9.3
55,001 ขึ้นไป	33	8.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มีรายได้ต่อเดือน 15,001–25,000 บาท จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาคือ รายได้ 25,001–35,000 บาท จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 และลำดับสุดท้ายคือ รายได้ 35,001–45,000 บาท จำนวน 2 คน ซึ่งจะคิดเป็นร้อยละ 0.5

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก

การนำเสนอในส่วนนี้เป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นด้านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก สถิติที่นำมาใช้ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยผลดังกล่าวปรากฏในตารางและคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ในภาพรวม

ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก	(\bar{X})	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านเวลาที่ใช้เฟซบุ๊ก	3.17	0.458	ปานกลาง
ด้านอุปกรณ์ที่ใช้เฟซบุ๊ก	3.66	0.527	มาก
ด้านสาเหตุที่ใช้เฟซบุ๊ก	3.57	0.745	มาก
ด้านความถี่ด้านจำนวนครั้งที่ใช้เฟซบุ๊กต่อ 1 วัน	3.72	0.802	มาก
ด้านความถี่ด้านวันที่ใช้เฟซบุ๊กมากที่สุด	3.78	0.506	มาก
รวม	3.60	0.296	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ระดับความคิดเห็นด้านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความถี่ด้านวันที่ใช้เฟซบุ๊กมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.78$) รองลงมาคือ ด้านความถี่และด้านจำนวนครั้งที่ใช้เฟซบุ๊กต่อ 1 วัน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.72$) และลำดับสุดท้ายคือ ด้านเวลาที่ใช้เฟซบุ๊ก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.17$)

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตาม ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก

ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก	(\bar{X})	S.D.	ระดับความคิดเห็น
เวลาที่ใช้เฟซบุ๊ก			
06.00 น.-12.00 น.	3.13	0.614	ปานกลาง
12.01 น.-18.00 น.	3.44	0.882	ปานกลาง
18.01 น.-24.00 น.	3.81	0.601	มาก
00.01 น.-06.00 น.	2.31	1.219	น้อย
รวม	3.17	0.458	ปานกลาง
อุปกรณ์ที่ใช้เฟซบุ๊ก			
ใช้เฟซบุ๊กผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟน	4.61	0.547	มากที่สุด
ใช้เฟซบุ๊กผ่านแท็บเล็ตหรือไอแพด	3.01	1.325	ปานกลาง
ใช้เฟซบุ๊กผ่านระบบคอมพิวเตอร์	3.36	0.799	ปานกลาง
รวม	3.66	0.527	มาก
สาเหตุที่ใช้เฟซบุ๊ก			
เพื่อความบันเทิง ผ่อนคลาย	4.19	0.841	มาก
เพื่อหาแรงบันดาลใจ	3.73	1.045	มาก
เพื่อต้องการถ่ายทอดเรื่องราวที่ตนเองพบ	2.91	1.240	ปานกลาง
เพื่อต้องการศึกษาวิถีชีวิต	3.40	1.124	ปานกลาง
เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต	3.63	1.278	มาก
รวม	3.57	0.745	มาก
ความถี่ด้านจำนวนครั้งที่ใช้เฟซบุ๊ก			
ต่อ 1 วัน			
เช็คเฟซบุ๊ก 1-10 ครั้ง	3.98	0.868	มาก
เช็คเฟซบุ๊ก 11-20 ครั้ง	3.75	1.028	มาก
เช็คเฟซบุ๊ก มากกว่า 20 ครั้ง	3.45	1.335	ปานกลาง
รวม	3.72	0.802	มาก

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก	(\bar{X})	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความถี่ด้านวันที่ใช้เฟซบุ๊กมากที่สุด			
วันอาทิตย์ความถี่ที่ท่านใช้เฟซบุ๊ก	3.79	0.949	มาก
วันจันทร์ความถี่ที่ท่านใช้เฟซบุ๊ก	3.71	0.622	มาก
วันอังคารความถี่ที่ท่านใช้เฟซบุ๊ก	3.69	0.616	มาก
วันพุธความถี่ที่ท่านใช้เฟซบุ๊ก	3.75	0.609	มาก
วันพฤหัสบดีความถี่ที่ท่านใช้เฟซบุ๊ก	3.65	0.636	มาก
วันศุกร์ความถี่ที่ท่านใช้เฟซบุ๊ก	3.98	0.741	มาก
วันเสาร์ความถี่ที่ท่านใช้เฟซบุ๊ก	3.88	0.941	มาก
รวม	3.78	0.506	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ระดับความคิดเห็นด้านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ด้านเวลาที่ใช้เฟซบุ๊ก มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.17$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เวลา 18.01 น.-24.00 น. จะมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.81$) รองลงมาคือ เวลา 12.01 น.-18.00 น. จะมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.44$) และลำดับสุดท้ายคือ เวลา 00.01 น.-06.00 น. มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 2.31$)

ด้านอุปกรณ์ที่ใช้เฟซบุ๊ก มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ใช้เฟซบุ๊กผ่านโทรศัพท์สมาร์ตโฟน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.61$) รองลงมาคือใช้เฟซบุ๊กผ่านระบบคอมพิวเตอร์ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.36$) และลำดับสุดท้ายคือ การใช้เฟซบุ๊กผ่านแท็บเล็ตหรือไอแพด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.01$) ด้านสาเหตุที่ใช้เฟซบุ๊ก มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เพื่อความบันเทิง ผ่อนคลาย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.19$) รองลงมาคือ เพื่อหาแรงบันดาลใจ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.73$) และลำดับสุดท้ายคือเพื่อต้องการถ่ายทอดเรื่องราวที่ตนเองพบ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 2.91$)

ด้านความถี่ด้านจำนวนครั้งที่ใช้เฟซบุ๊กต่อ 1 วัน มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เช็กเฟซบุ๊ก 1-10 ครั้ง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.98$) รองลงมาคือ เช็กเฟซบุ๊ก 11-20 ครั้ง โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.75$) และลำดับสุดท้ายคือ เช็กเฟซบุ๊กมากกว่า 20 ครั้ง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.45$)

ด้านความถี่ด้านวันที่ใช้เฟซบุ๊กมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมนั้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า วันศุกร์ความถี่ที่ท่านใช้เฟซบุ๊ก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่

($\bar{X} = 3.98$) รองลงมาคือ วันเสาร์ความถี่ที่ท่านใช้เฟซบุ๊ก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.88$) และลำดับสุดท้ายคือ วันพฤหัสบดีความถี่ที่ท่านใช้เฟซบุ๊ก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.65$)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยการสื่อสารของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกรู้สึก

การนำเสนอในส่วนนี้เป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยการสื่อสารของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกรู้สึก สถิติที่นำมาใช้ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผลดังกล่าวปรากฏในตารางและคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามปัจจัยการสื่อสารของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกรู้สึก ในภาพรวม

ปัจจัยการสื่อสารของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกรู้สึก	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านบทความ	4.24	0.419	มาก
ด้านบทกลอน	4.07	0.611	มาก
ด้านรูปภาพที่สื่อสาร	4.16	0.281	มาก
ด้านตัวหนังสือที่เขียน	4.42	0.451	มาก
ด้านคลิปวิดีโอ	3.98	0.510	มาก
รวม	4.18	0.230	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยการสื่อสารของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกรู้สึก ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$) เมื่อแบ่งพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านตัวหนังสือที่เขียน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.42$) รองลงมาคือ ด้านบทความซึ่งมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.24$) และลำดับสุดท้ายคือ ด้านคลิปวิดีโอ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.98$)

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตาม
ปัจจัยการสื่อสารของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก

ปัจจัยการสื่อสารของผู้ติดตามใน เฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก	(\bar{X})	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
ด้านบทความ			
บทความมีเนื้อหาที่กินใจ	4.12	0.493	มาก
บทความมีการใช้ภาษาที่ถูกต้อง	4.31	0.640	มาก
เนื้อหาของบทความสามารถนำไป ปรับใช้ได้ในชีวิตจริง	4.29	0.558	มาก
บทความเป็นประโยชน์ต่อสังคม ควรมีการสร้างสรรค์ต่อ	4.26	0.449	มาก
รวม	4.24	0.419	มาก
ด้านบทกลอน			
บทกลอนมีสัมผัส สวรรค์ วรรณยุกต์ที่ถูกต้อง	3.81	0.498	มาก
บทกลอนมีเนื้อหาที่กินใจ	4.12	0.695	มาก
เนื้อหาของบทกลอนสามารถนำไปปรับ ใช้ได้ในชีวิตจริง	4.29	0.558	มาก
บทกลอนเป็นประโยชน์ต่อสังคมควรมีการ สร้างสรรค์ต่อ	4.26	0.449	มาก
รวม	4.07	0.611	มาก
ด้านรูปภาพที่สื่อสาร			
รูปภาพสามารถสะท้อนอารมณ์และ ความรู้สึก	4.11	0.469	มาก
มีความเข้าใจในรูปภาพที่สื่อสาร	4.29	0.469	มาก
รูปภาพที่สื่อสารสามารถนำไปปรับใช้ได้ ในชีวิตจริง	4.12	0.552	มาก
รูปภาพเป็นประโยชน์ต่อสังคม ควรมีการ สร้างสรรค์ต่อ	4.13	0.813	มาก
รวม	4.16	0.281	มาก

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ปัจจัยการสื่อสารของผู้ติดตามใน เฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก	(\bar{X})	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
ด้านตัวหนังสือที่เขียน			
ตัวหนังสือที่เขียนมีความสวยงาม	4.37	0.524	มาก
ตัวหนังสือที่เขียนมีความเป็นเอกลักษณ์	4.59	0.526	มากที่สุด
ตัวหนังสือที่เขียน ลอกเลียนแบบยาก	4.32	0.630	มาก
ตัวหนังสือที่เขียนควรมีการสอนให้ผู้ที่สนใจ หรืออนุรักษไว้	4.40	0.708	มาก
รวม	4.42	0.451	มาก
ด้านคลิปวิดีโอ			
คลิปวิดีโอมีเนื้อหาที่น่าสนใจ	4.43	0.588	มาก
เนื้อหาคลิปวิดีโอสามารถนำไปปรับใช้ได้	3.87	0.770	มาก
คลิปวิดีโอเป็นประโยชน์ต่อสังคม	3.85	0.811	มาก
ภาพในคลิปวิดีโอมีความคมชัดสวยงามและ สื่อสารได้อย่างเข้าใจ	3.79	0.686	มาก
รวม	3.98	0.510	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยการสื่อสารของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ด้านบทความ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า บทความมีการใช้ภาษาที่ถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.31$) รองลงมาคือ เนื้อหาของบทความสามารถนำไปปรับใช้ได้ในชีวิตจริง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.29$) และลำดับสุดท้ายคือ บทความมีเนื้อหาที่กินใจ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.21$)

ด้านบทกลอน มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า บทกลอนเป็นประโยชน์ต่อสังคมควรมีการสร้างสรรค์ต่อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ ($\bar{X} = 4.21$) รองลงมาคือ เนื้อหาของบทกลอนสามารถนำไปปรับใช้ได้ในชีวิตจริง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.15$) และลำดับสุดท้ายคือ บทกลอนมีเนื้อหาที่กินใจ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.12$)

ด้านรูปภาพที่สื่อสาร มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความเข้าใจในรูปภาพที่สื่อสาร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.29$) รองลงมาคือ รูปภาพ

เป็นประโยชน์ต่อสังคม ควรมีการสร้างสรรค์ต่อ โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.13$) และลำดับสุดท้ายคือ
 รูปภาพสามารถสะท้อนอารมณ์และความรู้สึก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.11$)

ด้านตัวหนังสือที่เขียน มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.42$) ซึ่งเมื่อพิจารณา
 เป็นรายข้อ พบว่า ตัวหนังสือที่เขียนมีความเป็นเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.59$) รองลงมา
 คือ ตัวหนังสือที่เขียนควรมีการสอนให้ผู้ที่สนใจหรืออนุรักษ์ไว้ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.40$) และลำดับ
 สุดท้ายคือ ตัวหนังสือที่เขียนมีความสวยงาม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.37$)

ด้านคลิปวิดีโอ มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) เมื่อพิจารณาเป็น
 รายข้อ พบว่า คลิปวิดีโอมีเนื้อหาที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.43$) รองลงมาคือ เนื้อหาคลิปวิดีโอ
 สามารถนำไปปรับใช้ได้ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.87$) และลำดับสุดท้ายคือ ภาพในคลิปวิดีโอมีความ
 คมชัดสวยงามและสื่อสารได้อย่างเข้าใจ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.79$)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยการมีส่วนร่วม ร่วมของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก

การนำเสนอในส่วนนี้เป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยการมีส่วนร่วม
 ร่วมของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกสถิติที่นำมาใช้ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา
 (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผลดังกล่าว
 ปรากฏในตารางและคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตาม
 การมีส่วนร่วมของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ในภาพรวม

ปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามในเฟซบุ๊ก แฟนเพจเขียนความรู้สึก	(\bar{X})	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
ด้านการแสดงความรู้สึก	3.15	.929	ปานกลาง
ด้านการส่งต่อ (แชร์)	3.07	.980	ปานกลาง
ด้านการแสดงความคิดเห็น (คอมเมนต์)	3.32	.780	ปานกลาง
ด้านการติดตาม	3.62	.686	มาก
รวม	4.22	.267	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ระดับความคิดเห็นการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามในเฟซบุ๊ก
 แฟนเพจเขียนความรู้สึก พบว่าค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$) เมื่อพิจารณาเป็น

รายด้าน พบว่าด้านการติดตาม มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ ($\bar{X} = 3.62$) รองลงมาคือ ด้านการแสดงความความคิดเห็น (คอมเมนต์) มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.32$) และลำดับสุดท้ายคือ ด้านการส่งต่อ (แชร์) มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.07$)

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก

ปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก	(\bar{X})	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการแสดงความรู้สึก			
มีการกดไลค์แสดงความรู้สึก “ถูกใจ” อยู่สม่ำเสมอ	3.91	0.606	มาก
มีการกดไลค์แสดงความรู้สึก “เศร้า” อยู่สม่ำเสมอ	3.10	1.524	ปานกลาง
มีการกดไลค์แสดงความรู้สึก “ขำขัน” อยู่สม่ำเสมอ	3.13	1.222	ปานกลาง
มีการกดไลค์แสดงความรู้สึก “ตกใจ” อยู่สม่ำเสมอ	2.77	1.274	ปานกลาง
มีการกดไลค์แสดงความรู้สึก “โมโห” อยู่สม่ำเสมอ	2.58	1.430	ปานกลาง
มีการกดไลค์แสดงความรู้สึก “รัก” อยู่สม่ำเสมอ	3.42	1.123	ปานกลาง
รวม	3.15	0.929	ปานกลาง
ด้านการส่งต่อ(แชร์)			
มีการส่งต่อ (แชร์) ไปยังหน้าเฟซบุ๊กของตนเอง	3.58	0.843	มาก
มีการส่งต่อ (แชร์) ไปยังหน้าเฟซบุ๊กของเพื่อน	2.91	1.262	ปานกลาง
มีการส่งต่อ (แชร์) ไปยังหน้ากลุ่มต่าง ๆ	2.86	1.211	ปานกลาง
มีการส่งต่อ (แชร์) ไปยังหน้าเฟซบุ๊กแฟนเพจของตนเอง	2.94	1.184	ปานกลาง
รวม	3.07	0.980	ปานกลาง

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามในเฟซบุ๊ก แฟนเพจเขียนความรู้สึก	(\bar{X})	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการแสดงความคิดเห็น(คอมเมนต์)			
มีการแสดงความคิดเห็นอยู่เป็นประจำ	3.30	1.174	ปานกลาง
ชอบแสดงความคิดเห็นในทางเดียวกัน	3.25	0.947	ปานกลาง
ชอบแสดงความคิดเห็นในทางตรงกันข้าม	2.93	1.501	ปานกลาง
ไม่ชอบแสดงความคิดเห็นแต่ชอบอ่านคอมเมนต์	3.82	1.162	มาก
รวม	3.32	0.780	ปานกลาง
ด้านการติดตาม			
มีการติดตามอยู่เสมอ	3.73	0.738	มาก
มีการบอกหรือแนะนำให้เพื่อนดู	3.52	0.846	มาก
รวม	3.62	0.686	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ระดับความคิดเห็นการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ด้านการแสดงความรู้สึก ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.15$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการกดไลค์คอนแสดงความรู้สึก “ถูกใจ” อยู่สม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ ($\bar{X} = 3.91$) รองลงมาคือ มีการกดไลค์คอนแสดงความรู้สึก “รัก” อยู่สม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.42$) และลำดับสุดท้ายคือ มีการกดไลค์คอนแสดงความรู้สึก “ตกใจ” อยู่สม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X} = 2.77$)

ด้านการส่งต่อ(แชร์) มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง คือ ($\bar{X} = 3.07$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการส่งต่อ (แชร์) ไปยังหน้าเฟซบุ๊กของตนเอง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ ($\bar{X} = 3.58$) รองลงมาคือ มีการส่งต่อ (แชร์) ไปยังหน้าเฟซบุ๊ก แฟนเพจของตนเอง มีค่าเฉลี่ย คือ ($\bar{X} = 2.94$) และลำดับสุดท้ายคือ มีการกดไลค์คอนแสดงความรู้สึก “ตกใจ” อยู่สม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 2.86$)

ด้านการแสดงความคิดเห็น (คอมเมนต์) มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง คือ ($\bar{X} = 3.32$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ไม่ชอบแสดงความคิดเห็นแต่ชอบอ่านคอมเมนต์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.82$) รองลงมาคือ มีการแสดงความคิดเห็นอยู่เป็นประจำ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X} = 3.30$) และลำดับสุดท้ายคือ ชอบแสดงความคิดเห็นในทางตรงกันข้าม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 2.93$)

ด้านการติดตาม มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$) เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการติดตามอยู่สม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.73$) รองลงมาคือ มีการบอกหรือแนะนำให้เพื่อนดู มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.52$)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก

การนำเสนอในส่วนนี้เป็นผลการศึกษเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นด้านความพึงพอใจของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกสถิติที่นำมาใช้ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผลดังกล่าวปรากฏในตารางและคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามความพึงพอใจของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก

ด้านความพึงพอใจของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก	(\bar{X})	S.D.	ระดับความคิดเห็น
มีความพึงพอใจในบทความ	4.07	0.584	มาก
มีความพึงพอใจในบทกลอน	4.13	0.680	มาก
มีความพึงพอใจในรูปภาพที่สื่อสาร	4.13	0.528	มาก
มีความพึงพอใจในตัวหนังสือที่เขียน	4.21	0.582	มาก
มีความพึงพอใจในคลิปวิดีโอ	3.84	0.740	มาก
มีความพึงพอใจในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก	3.86	0.616	มาก
รวม	4.04	0.491	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ระดับความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$) เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจในตัวหนังสือที่เขียน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.21$) รองลงมาคือมีความพึงพอใจในบทกลอน และ มีความพึงพอใจในรูปภาพที่สื่อสาร มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.13$) และลำดับสุดท้ายคือ มีความพึงพอใจในคลิปวิดีโอ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.84$)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก

การนำเสนอในส่วนนี้ เป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก สถิติที่นำมาใช้ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผลดังกล่าวปรากฏในตารางและคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็น จำแนกตามการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก

การนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก	(\bar{X})	S.D.	ระดับความคิดเห็น
บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสารตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่านสามารถนำไปปรับใช้ได้ในชีวิตจริง	4.11	0.653	มาก
บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสารตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่านสามารถนำไปเป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.06	0.707	มาก
บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสารตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่านสามารถส่งต่อสิ่งดีๆ แก่ผู้อื่น	4.07	0.666	มาก
บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสารตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรอนุรักษ์ไว้แก่คนรุ่นหลัง	3.91	0.591	มาก

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

การนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตาม ในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก	(\bar{X})	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏใน เฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรทำเป็น หนังสือเพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชน	4.11	0.560	มาก
บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏใน เฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรจะมี เฟซบุ๊กแฟนเพจในลักษณะเช่นนี้ต่อไป	4.14	0.761	มาก
รวม	4.07	0.527	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ระดับความคิดเห็นการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏอยู่ในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียน มีความเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.14$) รองลงมาคือ บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่านสามารถนำไปปรับใช้ได้ในชีวิตจริง และ บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่านสามารถนำไปปรับใช้ได้ในชีวิตจริง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.11$) และลำดับสุดท้ายคือ บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรอนุรักษ์ไว้แก่คนรุ่นหลัง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.91$)

ส่วนที่ 7 การทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

นำเสนอข้อมูลผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก” ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ กำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1

H_0 : เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจ เขียนความรู้สึกไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจ เขียนความรู้สึกแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตามเพศ

การนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก	ชาย		หญิง		Sig.	t
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสารตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกท่านสามารถนำไปปรับใช้ได้ในชีวิตจริง	4.24	0.607	3.98	0.673	0.220	4.045
บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสารตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกท่านสามารถนำไปเป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	4.21	0.688	3.91	0.696	0.277	4.294
บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสารตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่านสามารถส่งต่อสิ่งดีๆ แก่ผู้อื่น	4.06	0.613	4.07	0.715	0.004*	-0.185
บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสารตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกควรอนุรักษ์ไว้แก่คนรุ่นหลัง	3.96	0.490	3.85	0.672	0.000*	1.900

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

การนำไปใช้ประโยชน์ของ ผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียน ความรู้สึก	ชาย		หญิง		Sig.	t
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียน ความรู้สึกควรทำเป็นหนังสือเพื่อ เผยแพร่ต่อสาธารณะชน	4.20	0.452	4.02	0.635	0.108	3.335
บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียน ความรู้สึกควรมีเฟซบุ๊กแฟนเพจใน ลักษณะเช่นนี้ต่อไป	4.35	0.710	3.95	0.757	0.327	5.455

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.15 พบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติทดสอบด้วยค่า T-test พบว่า ในภาพรวมการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก มีค่า sig. มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 สรุปได้ว่า เพศชายและเพศหญิงไม่ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก

เมื่อพิจารณาการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกในแต่ละข้อ พบว่า บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่านสามารถส่งต่อสิ่งดี ๆ แก่ผู้อื่น และ บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรอนุรักษ์ไว้แก่คนรุ่นหลัง มีค่า sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ดังนั้นจึงส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก

สมมติฐานที่ 1.2

H_0 : อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตามอายุ

การนำไปใช้ประโยชน์ของ ผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจ เขียนความรู้สึก	อายุ												F	Sig.
	ต่ำกว่า 15 ปี		15 - 20 ปี		21 - 25 ปี		26 - 30 ปี		31 - 35 ปี		36 ปีขึ้นไป			
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
บทความ บทกลอน รูปภาพที่ สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิป วิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟน เพจเขียนความรู้สึก ท่านสามารถ นำไปปรับใช้ได้ในชีวิตจริง	4.20	.644	4.14	.718	3.99	.120	4.40	.535	3.60	.898	3.90	.310	18.000	0.000*
บทความ บทกลอน รูปภาพที่ สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิป วิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟน เพจเขียนความรู้สึก ท่านสามารถ นำไปเป็นแรงบันดาลใจในการใช้ ชีวิต	4.05	.724	4.05	.764	3.80	.440	4.27	.748	3.92	.816	4.00	.267	5.042	0.000*

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

การนำไปใช้ประโยชน์ของ ผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจ เขียนความรู้สึก	อายุ												F	Sig.
	ต่ำกว่า 15 ปี		15 - 20 ปี		21 - 25 ปี		26 - 30 ปี		31 - 35 ปี		36 ปีขึ้นไป			
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
บทความ บทกลอน รูปภาพที่ สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิป วิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟน เพจเขียนความรู้สึก ท่าน สามารถส่งต่อสิ่งดี ๆ แก่ผู้อื่น	4.13	.689	3.95	.697	4.16	.474	4.25	.743	3.68	.562	3.90	.310	8.260	0.000*
บทความ บทกลอน รูปภาพที่ สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิป วิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟน เพจเขียนความรู้สึก ควรอนุรักษ์ ไว้แก่คนรุ่นหลัง	3.93	.568	3.83	.621	3.45	.530	4.24	.444	3.69	.584	3.97	.421	24.380	0.000*
บทความ บทกลอน รูปภาพที่ สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิป วิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟน เพจเขียนความรู้สึก ควรทำเป็น หนังสือ เพื่อเผยแพร่ต่อ สาธารณชน	4.16	.532	4.05	.623	3.97	.169	4.42	.509	3.69	.584	3.90	.489	22.112	0.000*

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

การนำไปใช้ประโยชน์ของ ผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจ เขียนความรู้สึก	อายุ												F	Sig.
	ต่ำกว่า 15 ปี		15 - 20 ปี		21 - 25 ปี		26 - 30 ปี		31 - 35 ปี		36 ปีขึ้นไป			
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
บทความ บทกลอน รูปภาพที่ สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิป วิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟน เพจเขียนความรู้สึก ควรจะมีเฟ ซบุ๊กแฟนเพจในลักษณะเช่นนี้ ต่อไป	4.18	.765	4.12	.832	3.42	.497	4.62	.502	3.95	.837	3.97	.325	34.872	0.000*

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.16 พบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติทดสอบด้วยค่า f (f-test) พบว่า ในภาพรวมการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก มีค่า sig. มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1 สรุปได้ว่า อายุส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก

เพื่อให้ทราบว่ากลุ่มตัวอย่าง ที่มีอายุแตกต่างกันในรายคูใดบ้าง ที่มีการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจ เขียนความรู้สึกที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคูโดยใช้วิธี Least Significant Difference : LSD ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.17 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตาม บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่านสามารถนำไปปรับใช้ได้ในชีวิตจริง โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่า 15 ปี	15-20 ปี	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า15 ปี	4.20	-	0.054 (0.658)	.211* (0.049)	-.206* (0.028)	.596* (0.000)	.300* (0.028)
15-20 ปี	4.14	-	-	0.157 (0.176)	-.260* (0.013)	.543* (0.000)	0.246 (0.086)
21-25 ปี	3.99	-	-	-	-.417* (0.000)	.386* (0.000)	0.089 (0.498)
26-30 ปี	4.40	-	-	-	-	.803* (0.000)	.506* (0.000)
31-35 ปี	3.60	-	-	-	-	-	-.297* (0.026)
36 ปีขึ้นไป	3.90	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับอายุแตกต่างกันกับบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่านสามารถนำไปปรับใช้ได้ในชีวิตจริง โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี (LSD) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ ต่ำกว่า 15 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-25 ปี มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.049 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 21-25 ปี

กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ ต่ำกว่า 15 ปี กับ กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 26-30 ปี มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.028 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี มีการนำบทความ

รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก สามารถส่งต่อสิ่งดีๆ แก่ผู้อื่น มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 31-35 ปี

กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 26-30 ปี กับ กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 31-35 ปี มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 36 ปีขึ้นไป มีการนำบทความ บทความ รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก สามารถส่งต่อสิ่งดีๆ แก่ผู้อื่น น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 36 ปีขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 31-35 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 36 ปีขึ้นไป มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.026 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 36 ปีขึ้นไป มีการนำบทความ บทความ รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก สามารถส่งต่อสิ่งดีๆ แก่ผู้อื่น น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป ส่วนคนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.18 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตาม บทความ บทความ รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่านสามารถนำไปเป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่า 15 ปี	15-20 ปี	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 15 ปี	4.05	-	.006 (.966)	.256* (.039)	-.231 (.052)	.130 (.300)	.054 (.735)
15-20 ปี	4.05	-	-	.251 (.064)	-.219 (.073)	.125 (.363)	.048 (.775)
21-25 ปี	3.80	-	-	-	-.469* (.000)	-.126 (.292)	-.203 (.185)
26-30 ปี	4.27	-	-	-	-	.343* (.001)	.266 (.060)

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่า 15 ปี	15-20 ปี	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36 ปีขึ้นไป
31-35 ปี	3.92	-	-	-	-	-	-0.077 (.618)
36 ปีขึ้นไป	4.00	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับอายุแตกต่างกัน กับการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตาม บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่านสามารถนำไปเป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี (LSD) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุต่ำกว่า 15 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 21-25 ปี มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.039 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก สามารถนำไปเป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-25 ปี

กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุต่ำกว่า 15 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 21-25 ปี มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.039 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก สามารถนำไปเป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 26-30 ปี

กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 15-20 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 36 ปีขึ้นไป มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.048 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 15-20 ปี มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก สามารถนำไปเป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 36 ปีขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 21-25 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 26-30 ปี มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 21-25 ปี มีการนำบทความ บทกลอน

รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก สามารถนำไปเป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 26-30 ปี

กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 26-30ปี กับ กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 31-35 ปี มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.001 ซึ่งหมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 26-30 ปี มีการนำบทความ บทความ รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก สามารถนำไปเป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 31-35 ปี ส่วนคนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.19 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตาม บทความ บทความ รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่านสามารถส่งต่อสิ่งดี ๆ แก่ผู้อื่น โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	\bar{x}	ต่ำกว่า 15 ปี	15-20 ปี	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 15 ปี	4.13	-	.173 (.186)	-.034 (.764)	-.127 (.210)	.448* (.000)	.228 (.118)
15-20 ปี	3.95	-	-	-.207 (.098)	-.299* (.008)	.275* (.030)	.056 (.717)
21-25 ปี	4.16	-	-	-	-.092 (.326)	.482* (.000)	.263 (.063)
26-30 ปี	4.25	-	-	-	-	.575* (.000)	.355* (.007)
31-35 ปี	3.68	-	-	-	-	-	-.220 (.124)
36 ปีขึ้นไป	3.90	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับอายุแตกต่างกันกับบทความ บทความ รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก สามารถส่งต่อสิ่งดี ๆ แก่ผู้อื่น โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วย

วิธี (LSD) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ ต่ำกว่า 15 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 31-55ปี มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียน ความรู้สึก สามารถส่งต่อสิ่งดีๆ แก่ผู้อื่น มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 31-35 ปี

กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 15-20 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 26-30 ปี มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.008 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 15-20 ปี มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก สามารถ ส่งต่อสิ่งดีๆ แก่ผู้อื่น น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 26-30 ปี

กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 15-20 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 31-35 ปี มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.030 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ อายุ 31-35 ปี มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก สามารถ ส่งต่อสิ่งดีๆ แก่ผู้อื่น มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 31-35 ปี

กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 26-30 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 31-35 ปี มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 26-30 ปี มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก สามารถ ส่งต่อสิ่งดีๆ แก่ผู้อื่น มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 31-35 ปี

กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 26-30 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 36 ปีขึ้นไป มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.007 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 26-30 ปี มีการนำบทความหรือ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียน ความรู้สึก สามารถส่งต่อสิ่งดีๆ แก่ผู้อื่น มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 36 ปีขึ้นไป ส่วนคนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.20 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการนำไปใช้ ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตาม บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรอนุรักษ์ไว้แก่คนรุ่นหลัง โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	\bar{x}	ต่ำกว่า 15 ปี	15-20 ปี	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 15 ปี	3.93	-	.095 (.370)	.479* (.000)	-.309* (.000)	.236* (.013)	-.037 (.756)

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่า 15 ปี	15-20 ปี	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36 ปีขึ้นไป
21-25 ปี	3.45	-	-	-	-.788* (.000)	-.243* (.007)	-.516* (.000)
26-30 ปี	4.24	-	-	-	-	.545* (.000)	.272* (.011)
31-35 ปี	3.69	-	-	-	-	-	-.273* (.019)
36 ปีขึ้นไป	3.97	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับอายุแตกต่างกัน กับบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรอนุรักษ์ไว้แก่คนรุ่นหลัง โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี (LSD) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ ต่ำกว่า 15ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 21-25 ปี มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 15ปี มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรอนุรักษ์ไว้แก่คนรุ่นหลัง มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 21-25 ปี

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 26-30 ปี มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี มีการนำบทความ หรือ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏอยู่ในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรอนุรักษ์ไว้แก่คนรุ่นหลัง น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26-30 ปี

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ต่ำกว่า 15 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 31-35 ปี มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.013 หมายความว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี มีการนำบทความ หรือ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏอยู่ในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรอนุรักษ์ไว้แก่คนรุ่นหลัง มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 31-35 ปี

กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 15-20 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 21-25 ปี มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 15-20 ปี การนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกควรอนุรักษ์ไว้แก่คนรุ่นหลัง มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 21-25 ปี

ตารางที่ 4.21 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตาม บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรทำเป็นหนังสือเพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชน โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	\bar{x}	ต่ำกว่า 15 ปี	15-20 ปี	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 15 ปี	4.16	-	.113 (.267)	.190* (.035)	-.257* (.001)	.468* (.000)	.264* (.021)
15-20 ปี	4.05	-	-	.077 (.432)	-.370* (.000)	.355* (.000)	.151 (.210)
21-25 ปี	3.97	-	-	-	-.446* (.000)	.279* (.001)	.074 (.500)
26-30 ปี	4.42	-	-	-	-	.725* (.000)	.521* (.000)
31-35 ปี	3.69	-	-	-	-	-	-.204 (.067)
36 ปีขึ้นไป	3.90	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับอายุแตกต่างกันกับบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรทำเป็นหนังสือเพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชน โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี (LSD) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ ต่ำกว่า 15ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-25 ปี มีค่า Sig. ซึ่งน้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.035 ซึ่งหมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรทำเป็นหนังสือเพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชน มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 21-25 ปี

กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 26-30 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 31-35 ปี มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 26-30 ปี มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรทำเป็นหนังสือเพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชน มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 31-35 ปี

กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 26-30 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 36 ปีขึ้นไป มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 26-30 ปี มีการนำบทความ หรือ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรทำเป็นหนังสือเพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชน มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 36 ปีขึ้นไป ส่วนคนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.22 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตาม บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรจะมีเฟซบุ๊กแฟนเพจในลักษณะเช่นนี้ต่อไปโดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อายุ	\bar{x}	ต่ำกว่า 15 ปี	15-20 ปี	21-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 15 ปี	4.18	-	.060 (.648)	.758* (.000)	-.440* (.000)	.225 (.054)	.213 (.145)
15-20 ปี	4.12	-	-	.699* (.000)	-.500* (.000)	.165 (.191)	.154 (.319)
21-25 ปี	3.42	-	-	-	-1.198* (.000)	-.534* (.000)	-.545* (.000)
26-30 ปี	4.62	-	-	-	-	.665* (.000)	.653* (.000)
31-35 ปี	3.95	-	-	-	-	-	-.012 (.935)
36 ปีขึ้นไป	3.97	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 21-25 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 36 ปีขึ้นไป มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 21-25 ปี ในส่วนของบทความ หรือ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรจะมีเฟซบุ๊กแฟนเพจในลักษณะเช่นนี้ต่อไป น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 36 ปี ขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 26-30 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 31-35 ปี มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 26-30 ในส่วนของบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรจะมีเฟซบุ๊กแฟนเพจในลักษณะเช่นนี้ต่อไป มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 31-35 ปี

กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 26-30 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 36 ปีขึ้นไป มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ 26-30 ปี ในส่วนของบทความ หรือ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรจะมีเฟซบุ๊กแฟนเพจในลักษณะเช่นนี้ต่อไป มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 1.3

H_0 : สถานภาพที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตามสถานภาพ

การนำไปใช้ประโยชน์ ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊ก แฟนเพจเขียน ความรู้สึก	สถานภาพ						F	Sig.
	โสด		สมรส		หม้าย/หย่าร้าง			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
บทความ บทความ รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิป วิดีโอที่ปรากฏในเฟซบุ๊ก แฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่านสามารถนำไปปรับ ใช้ได้ในชีวิตจริง	4.04	.541	4.38	.901	3.00	0.000	11.254	.000
บทความ บทความ รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิป วิดีโอที่ปรากฏในเฟซบุ๊ก แฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่านสามารถนำไปเป็น แรงบันดาลใจในการใช้ ชีวิต	3.88	.659	4.69	.464	3.00	0.000	60.028	.000

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

การนำไปใช้ประโยชน์ ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊ก แฟนเพจเขียน ความรู้สึก	สถานภาพ						F	Sig.
	โสด		สมรส		หม้าย/หย่าร้าง			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
บทความ บทความ รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิป วิดีโอที่ปรากฏในเฟซบุ๊ก แฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่านสามารถส่งต่อสิ่งดีๆ แก่ผู้อื่น	3.99	.677	4.36	.529	3.00	0.000	12.968	.000
บทความ บทความ รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิป วิดีโอที่ปรากฏในเฟซบุ๊ก แฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรอนุรักษ์ไว้แก่คนรุ่น หลัง	3.77	.529	4.40	.537	3.00	0.000	49.162	.000
บทความ บทความ รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิป วิดีโอที่ปรากฏในเฟซบุ๊ก แฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรทำเป็นหนังสือเพื่อ เผยแพร่ต่อสาธารณชน	4.04	.531	4.38	.574	3.00	0.000	15.376	.000

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

การนำไปใช้ประโยชน์ ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊ก แฟนเพจเขียน ความรู้สึก	สถานภาพ						F	Sig.
	โสด		สมรส		หม้าย/หย่าร้าง			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
บทความ บทความ รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิป วิดีโอที่ปรากฏในเฟซบุ๊ก แฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรจะมีเฟซบุ๊กแฟนเพจ ในลักษณะเช่นนี้ต่อไป	3.99	.749	4.70	.483	3.00	0.000	37.409	.000

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตามสถานภาพ โดยใช้สถิติทดสอบด้วยค่า f (f-test) พบว่าโดยภาพรวมการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก มีค่า sig. มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1 สรุปได้ว่า สถานภาพส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตามระดับการศึกษา

การนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตาม ในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก	ระดับการศึกษา										F	Sig.
	ต่ำกว่ามัธยม		มัธยมปลาย/ ปวช.		อนุปริญญา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท			
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏ ในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่าน สามารถนำไปปรับใช้ได้ในชีวิตจริง	3.00	0.00	5.00	0.000	4.07	.672	4.04	.516	3.88	.640	23.282	.000

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

การนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตาม ในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก	ระดับการศึกษา										F	Sig.
	ต่ำกว่ามัธยม ปลาย		มัธยมปลาย/ ปวช.		อนุปริญญา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท			
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏ ในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่าน สามารถนำไปเป็นแรงบันดาลใจในการใช้ ชีวิต	4.00	0.00	5.00	0.000	3.98	.705	3.92	.632	4.04	.684	20.057	.000
บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏ ในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่าน สามารถส่งต่อสิ่งดี ๆ แก่ผู้อื่น	5.00	0.00	4.35	.485	3.98	.701	4.14	.629	4.00	.674	3.339	.010
บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏ ในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควร อนุรักษ์ไว้แก่คนรุ่นหลัง	4.00	0.00	4.35	.485	3.90	.559	3.85	.607	3.81	.609	5.853	.000

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

การนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตาม ในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก	ระดับการศึกษา										F	Sig.
	ต่ำกว่ามัธยม		มัธยมปลาย/ ปวช.		อนุปริญญา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท			
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏ ในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรทำ เป็นหนังสือเพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชน	4.00	0.00	4.35	.485	4.11	.584	4.07	.497	4.06	.625	1.899	.110
บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏ ในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรจะ มีเฟซบุ๊กแฟนเพจในลักษณะเช่นนี้ต่อไป	3.00	0.00	5.00	0.000	4.16	.748	3.94	.695	4.07	.804	15.864	.000

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.24 พบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติทดสอบด้วยค่า f (f-test) พบว่าโดยภาพรวมการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก มีค่า sig. มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1 สรุปได้ว่า ระดับการศึกษาส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5

H_0 : อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตามอาชีพ

การนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตาม ในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก	ระดับการศึกษา										F	Sig.
	ต่ำกว่ามัธยม		มัธยมปลาย/ ปวช.		อนุปริญญา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท			
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏ ในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่าน สามารถนำไปปรับใช้ได้ในชีวิตจริง	4.69	.526	3.98	.885	3.99	.166	4.00	0.000	3.50	.707	20.138	.000*

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

การนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตาม ในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก	ระดับการศึกษา										F	Sig.
	ต่ำกว่ามัธยม		มัธยมปลาย/ ปวช.		อนุปริญญา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท			
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏ ในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่านสามารถนำไปเป็นแรงบันดาลใจ ในการใช้ชีวิต	3.46	.829	4.14	.764	4.35	.498	4.02	.123	4.00	0.000	21.523	.000*
บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏ ในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่านสามารถส่งต่อสิ่งดี ๆ แก่ผู้อื่น	3.94	1.006	4.20	.798	3.99	.215	4.02	.123	4.00	0.000	2.698	.030*
บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏ ในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควร อนุรักษ์ไว้แก่คนรุ่นหลัง	3.97	.701	3.97	.668	3.69	.504	4.02	.123	5.00	0.000	7.098	.000*

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

การนำไปใช้ประโยชน์ของ ผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียน ความรู้สึก	ระดับการศึกษา										F	Sig.
	ต่ำกว่ามัธยม ปลาย		มัธยมปลาย/ ปวช.		อนุปริญญา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท			
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียน ความรู้สึก ควรทำเป็นหนังสือเพื่อ เผยแพร่ต่อสาธารณชน	4.20	.437	4.19	.801	3.98	.272	4.02	.123	5.00	0.000	4.546	.001*
บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียน ความรู้สึก ควรจะมีเฟซบุ๊กแฟนเพจ ในลักษณะเช่นนี้ต่อไป	3.94	.700	4.37	.842	4.01	.822	4.02	.123	5.00	0.000	7.041	.000*

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติทดสอบด้วยค่า f (f-test) พบว่าโดยภาพรวมการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก มีค่า sig. มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1 สรุปได้ว่า ระดับการศึกษาส่งผลกระทบต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ที่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่ากลุ่มตัวอย่าง ที่มีอาชีพแตกต่างกันในรายคูใดบ้าง ที่มีการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคูโดยใช้วิธี Least Significant Difference : LSD ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.26 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตาม บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่านสามารถนำไปปรับใช้ได้ในชีวิตจริง โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	เจ้าของ กิจการ/ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่น ๆ
		4.69	3.98	3.99	4.00	3.50
นักเรียน/ นักศึกษา	4.69	-	.705* (.000)	.695* (.000)	.686* (.000)	1.186 (.108)
ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.98	-	-	-.010 (1.000)	-.020 (1.000)	.480 (.866)
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.99	-	-	-	-.009 (1.000)	.491 (.858)
เจ้าของ กิจการ/ธุรกิจ ส่วนตัว	4.00	-	-	-	-	.500 (.852)
อื่นๆ	3.50	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับอาชีพแตกต่างกัน กับ บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก สามารถนำไปปรับใช้ได้ในชีวิตจริงโดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี (LSD) พบว่า กลุ่มตัวอย่างอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับกลุ่มตัวอย่างอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่ากลุ่มตัวอย่าง นักเรียน/นักศึกษา มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกไปใช้ประโยชน์ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

กลุ่มตัวอย่างอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับกลุ่มตัวอย่างอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่าง นักเรียน/นักศึกษา มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกไปใช้ประโยชน์ น้อยกว่า กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

กลุ่มตัวอย่างอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับ กลุ่มตัวอย่างอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่ง 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่าง นักเรียน/นักศึกษา มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกไปใช้ประโยชน์ น้อยกว่า กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.27 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตาม บทความ บทกลอน บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่านสามารถนำไปเป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	เจ้าของ กิจการ/ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่น ๆ
		3.46	4.14	4.35	4.02	4.00
นักเรียน / นักศึกษา	3.46	-	-.687* (.000)	-.891* (.000)	-.558* (.000)	-.543 (.241)

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

อาชีพ	\bar{x}	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	เจ้าของ กิจการ/ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่น ๆ
ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	4.14	-	-	-.205* (.012)	.129 (.176)	.144 (.754)
พนักงาน บริษัทเอกชน	4.35	-	-	-	.333* (.001)	.349 (.449)
เจ้าของ กิจการ/ธุรกิจ ส่วนตัว	4.02	-	-	-	-	.015 (.974)
อื่น ๆ	4.00	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับอาชีพแตกต่างกัน กับ บทความ บทความ บทความ รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก สามารถนำไปเป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี (LSD) พบว่า กลุ่มตัวอย่างอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับกลุ่มตัวอย่างอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่าง นักเรียน/นักศึกษา มีการนำบทความ บทความ รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ไปใช้เป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต มากกว่ากลุ่มตัวอย่าง ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

กลุ่มตัวอย่างอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับกลุ่มตัวอย่างอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างนักเรียน/นักศึกษา มีการนำบทความ บทความ รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ไปใช้เป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต น้อยกว่า กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

กลุ่มตัวอย่างอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับกลุ่มตัวอย่างอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างนักเรียน/นักศึกษา มีการนำบทความ บทความ รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจ

เขียนความรู้สึก ไปใช้เป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต น้อยกว่า กลุ่มอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว

กลุ่มตัวอย่างอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มตัวอย่างอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.012 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่าง อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ไปใช้เป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต มากกว่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

กลุ่มตัวอย่างอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับกลุ่มตัวอย่างอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.001 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่าง อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ไปใช้เป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต มากกว่าอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว ส่วนคนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.28 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตาม บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่านสามารถส่งต่อสิ่งดี ๆ แก่ผู้อื่น โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	เจ้าของกิจการ/ ธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ
		3.94	4.20	3.99	4.02	4.00
นักเรียน/ นักศึกษา	3.94	-	-.260* (.007)	-.048 (.636)	-.072 (.524)	-.057 (.904)
ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	4.20	-	-	.212* (.011)	.187 (.055)	.203 (.667)
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.99	-	-	-	-.024 (.814)	-.009 (.984)

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	เจ้าของกิจการ/ ธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ
	3.94	4.20	3.99	4.02	4.00	3.94
เจ้าของ กิจการ/ธุรกิจ ส่วนตัว	4.02	-	-	-	-	.015 (.975)
อื่นๆ	4.00	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับอาชีพแตกต่างกัน กับบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก สามารถส่งต่อสิ่งดี ๆ แก่ผู้อื่น โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี (LSD) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.007 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก สามารถส่งต่อสิ่งดี ๆ แก่ผู้อื่น น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.011 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก สามารถส่งต่อสิ่งดี ๆ แก่ผู้อื่น มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.29 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตาม บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรอนุรักษ์ไว้แก่คนรุ่นหลัง โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	เจ้าของกิจการ/ ธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ
		3.97	3.97	3.69	4.02	5.00
นักเรียน/ นักศึกษา	3.97	-	-0.002 (.977)	.283* (.001)	-.044 (.657)	-1.029* (.013)
ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.97	-	-	.286* (.000)	-.041 (.626)	-1.026* (.012)
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.69	-	-	-	-.327* (.000)	-1.312* (.001)
เจ้าของ กิจการ/ธุรกิจ ส่วนตัว	4.02	-	-	-	-	-.985* (.017)
อื่น ๆ	5.00	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับอายุแตกต่างกัน กับบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน และคลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรอนุรักษ์ไว้แก่คนรุ่นหลัง โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี (LSD) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับกลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.001 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน และคลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรอนุรักษ์ไว้แก่คนรุ่นหลัง มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับกลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่า Sig. น้อย.05 ซึ่งเท่ากับ 0.013 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏอยู่ในเฟซบุ๊ก แพนเพจเขียนความรู้สึก ควรอนุรักษ์ไว้แก่คนรุ่นหลัง น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นๆ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแพนเพจเขียนความรู้สึก ควรอนุรักษ์ไว้แก่คนรุ่นหลัง มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพอื่นๆ มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.012 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแพนเพจเขียนความรู้สึก ควรอนุรักษ์ไว้แก่คนรุ่นหลัง น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นๆ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับ กลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแพนเพจเขียนความรู้สึก ควรอนุรักษ์ไว้แก่คนรุ่นหลัง น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับกลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพอื่นๆ มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.001หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแพนเพจเขียนความรู้สึก ควรอนุรักษ์ไว้แก่คนรุ่นหลัง น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นๆ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว กับ กลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพอื่นๆ มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.017 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏอยู่ในเฟซบุ๊กแพนเพจเขียนความรู้สึก ควรอนุรักษ์ไว้แก่คนรุ่นหลัง น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นๆ ส่วนคนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.30 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตาม บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรทำเป็นหนังสือเพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชน โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	เจ้าของ กิจการ/ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่น ๆ
		4.20	4.19	3.98	4.02	5.00
นักเรียน/ นักศึกษา	4.20	-	.010 (.895)	.218* (.010)	.185 (.051)	-.800* (.043)
ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	4.19	-	-	.208* (.033)	.174* (.032)	-.810* (.039)
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.98	-	-	-	-.034 (.697)	-1.018* (.010)
เจ้าของ กิจการ/ธุรกิจ ส่วนตัว	4.02	-	-	-	-	-.985* (.013)
อื่น ๆ	5.00	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับอายุแตกต่างกัน กับ บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน และคลิปวิดีโอที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรทำเป็นหนังสือเพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชน โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี (LSD) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.010 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือ

ส่วนตัว มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏอยู่ในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรทำเป็นหนังสือเพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชน น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นๆ ส่วนคนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.31 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตาม บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรจะมีเฟซบุ๊กแฟนเพจในลักษณะเช่นนี้ต่อไป โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

อาชีพ	\bar{X}	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	เจ้าของ กิจการ/ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่น ๆ
		3.94	4.37	4.01	4.02	5.00
นักเรียน/ นักศึกษา	3.94	-	-0.430* (.000)	-0.066 (.558)	-0.072 (.569)	-1.057* (.047)
ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	4.37	-	-	.363* (.000)	.357* (.001)	-.627 (.233)
พนักงาน บริษัทเอกชน	4.01	-	-	-	-.006 (.959)	-.991 (.061)
เจ้าของ กิจการ/ธุรกิจ ส่วนตัว	4.02	-	-	-	-	-.985 (.064)
อื่น ๆ	5.00	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับอายุแตกต่างกัน กับ บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรจะมีเฟซบุ๊กแฟนเพจในลักษณะเช่นนี้ต่อไป โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี (LSD) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับกลุ่มตัวอย่าง

ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ในส่วนของบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรจะมีเฟซบุ๊กแฟนเพจ ในลักษณะเช่นนี้ต่อไป น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นๆ ค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.047 ซึ่งหมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา โดยในส่วนของบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรจะมีเฟซบุ๊กแฟนเพจในลักษณะเช่นนี้ต่อไป น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นๆ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ในส่วนของบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรจะมีเฟซบุ๊กแฟนเพจในลักษณะเช่นนี้ต่อไป มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.001 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ในส่วนของบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรจะมีเฟซบุ๊กแฟนเพจในลักษณะเช่นนี้ต่อไป มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 1.6

H_0 : รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

การนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก	รายได้ต่อเดือน												F	Sig.
	น้อยกว่า		15,001 –		25,001 –		35,001 –		45,001 –		55,001 ขึ้นไป			
	หรือเท่ากับ	15,000 บาท	25,000 บาท	35,000 บาท	45,000 บาท	55,000 บาท	ขึ้นไป	ขึ้นไป	ขึ้นไป	ขึ้นไป	ขึ้นไป	ขึ้นไป		
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสารตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่านสามารถนำไปปรับใช้ได้ในชีวิตจริง	4.17	.481	4.35	.480	3.75	.979	3.50	.707	3.97	.164	4.00	0.000	12.970	.000*
บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสารตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่านสามารถนำไปเป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต	3.99	.691	4.57	.510	3.30	.503	4.00	1.414	4.03	.164	4.00	0.000	75.682	.000*

ตารางที่ 4.32 (ต่อ)

การนำไปใช้ประโยชน์ของ ผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจ เขียนความรู้สึก	รายได้ต่อเดือน												F	Sig.
	น้อยกว่า หรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท		25,001 – 35,000 บาท		35,001 – 45,000 บาท		45,001 – 55,000 บาท		55,001 ขึ้นไป				
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}		
บทความ บทกลอน รูปภาพที่ สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิป วิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจ เขียนความรู้สึก ท่านสามารถส่ง ต่อสิ่งดี ๆ แก่ผู้อื่น	4.47	.531	4.40	.505	3.28	.495	3.00	0.000	4.03	.164	4.00	0.000	86.117	.000*
บทความ บทกลอน รูปภาพที่ สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิป วิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจ เขียนความรู้สึก ควรอนุรักษ์ไว้แก่ คนรุ่นหลัง	3.53	.880	4.20	.400	3.65	.521	3.00	0.000	4.00	.236	4.00	0.000	23.833	.000*

ตารางที่ 4.32 (ต่อ)

การนำไปใช้ประโยชน์ของ ผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจ เขียนความรู้สึก	รายได้ต่อเดือน												F	Sig.
	น้อยกว่า หรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท		25,001 – 35,000 บาท		35,001 – 45,000 บาท		45,001 – 55,000 บาท		55,001 ขึ้นไป				
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}		
บทความ บทกลอน รูปภาพที่ สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน ศิลป วิธีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจ เขียนความรู้สึก ควรทำเป็น หนังสือเพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณะ ชน	4.26	.440	4.40	.505	3.62	.509	3.50	.707	3.97	.372	4.00	0.000	37.933	.000*
บทความ บทกลอน รูปภาพที่ สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน ศิลป วิธีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจ เขียนความรู้สึก ควรจะมีเฟซบุ๊ก แฟนเพจในลักษณะเช่นนี้ต่อไป	3.53	.880	4.79	.424	3.63	.507	3.50	.707	4.00	.236	4.00	0.000	87.496	.000*

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.32 พบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ใช้สถิติทดสอบด้วยค่า f (f-test) พบว่าโดยภาพรวมการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก มีค่า sig. มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย H_1 สรุปได้ว่า รายได้ต่อเดือนส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ที่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่ากลุ่มตัวอย่าง ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันในรายคูใดบ้าง ที่มีการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคูโดยใช้วิธี Least Significant Difference : LSD ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.33 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตามบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่านสามารถนำไปปรับใช้ได้ในชีวิตจริง โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	น้อยกว่า	15,001–	25,001–	35,001–	45,001–	55,001
		หรือเท่ากับ	25,000	35,000	45,000	55,000	ขึ้นไป
		15,000 บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	
		4.17	4.35	3.75	3.50	3.97	4.00
น้อยกว่า							
หรือ							
เท่ากับ	4.17	-	-.183*	.419*	.671	.198	.171
15,000 บาท			(.037)	(.000)	(.125)	(.110)	(.184)
15,001–							.354*
25,000 บาท	4.35	-	-	.601*	.854*	.381*	(.003)
				(.000)	(.050)	(.001)	

ตารางที่ 4.33 (ต่อ)

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001–25,000 บาท	25,001–35,000 บาท	35,001–45,000 บาท	45,001–55,000 บาท	55,001 ขึ้นไป
25,001–35,000 บาท	3.75	-	-	-	.253 (.562)	-.220 (.062)	-.247* (.045)
35,001–45,000 บาท	3.50	-	-	-	-	-.437 (.286)	-.500 (.261)
45,001–55,000 บาท	3.97	-	-	-	-	-	-.027 (.853)
55,001 ขึ้นไป	4.00	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน กับบทความ หรือบทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน และคลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก สามารถนำไปปรับใช้ได้ในชีวิตจริงโดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี (LSD) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท กับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001–25,000 บาท มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.037 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีการนำบทความ หรือบทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกไปใช้ประโยชน์ น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001–25,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างที่มีน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท กับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001–35,000 บาท มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกไปใช้ประโยชน์ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001–35,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001–25,000 บาท กับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001–35,000 บาท มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001–25,000 บาท มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกไปใช้ประโยชน์ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001–35,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001–25,000 บาท กับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 35,001–45,000 บาท มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.050 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001–25,000 บาท มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกไปใช้ประโยชน์ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 35,001–45,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001–25,000 บาท กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 45,001–55,000 บาท มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.001 หมายความว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001–25,000 บาท มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกไปใช้ประโยชน์ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 45,001–55,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001–25,000 บาท กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 55,001 ขึ้นไป มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.003 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001–25,000 บาท มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกไปใช้ประโยชน์ มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 55,001 ขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001–35,000 บาท กับ กลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้ 55,001 ขึ้นไป มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.045 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001–35,000 บาท มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกไปใช้ประโยชน์ น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 55,001 ขึ้นไป ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.34 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตามบทความ บทความ รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่านสามารถนำไปเป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	น้อยกว่าหรือเท่ากับ	15,001–25,000 บาท	25,001–35,000 บาท	35,001–45,000 บาท	45,001–55,000 บาท	55,001 ขึ้นไป
		15,000 บาท					
		3.99	4.57	3.30	4.00	4.03	4.00
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	3.99	-	-.580* (.000)	.687* (.000)	-.014 (.969)	-.041 (.690)	-.014 (.894)
15,001–25,000 บาท	4.57	-	-	1.266* (.000)	.565 (.119)	.538* (.000)	.565* (.000)
25,001–35,000 บาท	3.30	-	-	-	-.701 (.054)	-.728* (.000)	-.701* (.000)
35,001–45,000 บาท	4.00	-	-	-	-	-.027 (.942)	0.000 (1.000)
45,001–55,000 บาท	4.03	-	-	-	-	-	.027 (.824)
55,001 ขึ้นไป	4.00	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน กับ บทความ บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก สามารถนำไปเป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี (LSD) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท กับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001–25,000 บาท มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ไปใช้เป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001–25,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท กับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001–35,000 บาท มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ไปใช้เป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001–35,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001–25,000 บาท กับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001–35,000 บาท มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001–25,000 บาท มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ไปใช้เป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001–35,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001–25,000 บาท กับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 45,001–55,000 บาท มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001–25,000 บาท มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ไปใช้เป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 45,001–55,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001–25,000 บาท กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 55,001 บาท ขึ้นไป มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001–25,000 บาท มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ไปใช้เป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 55,001 บาท ขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001–35,000 บาท กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 45,001–55,000 บาท มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001–35,000 บาท มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ไปใช้เป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 45,001–55,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001–35,000 บาท กับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 55,001 บาทขึ้นไป มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001–35,000 บาท มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ไปใช้เป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 55,001 บาทขึ้นไป ส่วนคุณอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.35 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตามบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ท่านสามารถส่งต่อสิ่งดีๆ แก่ผู้อื่น โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	น้อยกว่า	15,001–	25,001–	35,001–	45,001–	55,001
		หรือเท่ากับ	25,000	35,000	45,000	55,000	ขึ้นไป
		15,000 บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	
		4.47	4.40	3.28	3.00	4.03	4.00
น้อยกว่า							
หรือ							
เท่ากับ	4.47	-	.068	1.193*	1.471*	.444*	.471*
15,000			(.308)	(.000)	(.000)	(.000)	(.000)
บาท							
15,001–							
25,000	4.40	-	-	1.125*	1.404*	.377*	.404*
บาท				(.000)	(.000)	(.000)	(.000)

ตารางที่ 4.35 (ต่อ)

รายได้ ต่อเดือน	\bar{X}	น้อยกว่า หรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001– 25,000 บาท	25,001– 35,000 บาท	35,001– 45,000 บาท	45,001– 55,000 บาท	55,001 ขึ้นไป
		4.47	4.40	3.28	3.00	4.03	4.00
25,001– 35,000 บาท	3.28	-	-	-	.278 (.401)	-.749* (.000)	-.722* (.000)
35,001– 45,000 บาท	3.00	-	-	-	-	-1.027* (.002)	-1.000* (.003)
45,001– 55,000 บาท	4.03	-	-	-	-	-	.027 (.808)
55,001 ขึ้นไป	4.00	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน กับ บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก สามารถส่งต่อสิ่งดีๆ แก่ผู้อื่น โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี (LSD) พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001–35,000 บาท มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีการนำบทความ และ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียน ความรู้สึก สามารถส่งต่อสิ่งดีๆ แก่ผู้อื่น มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001–35,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท กับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 35,001–45,000 บาท มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือ

25,000 บาท มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก สามารถส่งต่อสิ่งดี ๆ แก่ผู้อื่น มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 55,001 บาทขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,00-35,000 บาท กับกลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้ 45,001-55,000 บาท มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้ 25,00-35,000 บาท มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก สามารถส่งต่อสิ่งดี ๆ แก่ผู้อื่น น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 45,001-55,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,00-35,000 บาท กับ กลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้ 55,001 บาทขึ้นไป มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0,000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้ 25,000-35,000 บาท มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก สามารถส่งต่อสิ่งดี ๆ แก่ผู้อื่น น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 55,001 บาทขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 35,001-45,000 บาท กับ กลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้ 45,001-55,000 บาท มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้ 35,001-45,000 บาท มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก สามารถส่งต่อสิ่งดี ๆ แก่ผู้อื่น น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 45,001-55,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 35,001-45,000 บาท กับ กลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้ 55,001 บาทขึ้นไป มีค่า Sig. น้อยกว่า .05เท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้ 35,001-45,000 บาท มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน และคลิปวิดีโอ ที่ปรากฏอยู่ในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก สามารถส่งต่อสิ่งดี ๆ แก่ผู้อื่น น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 55,001 บาทขึ้นไป ส่วนผู้อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.36 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตามบทความ บทความ รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ครอบงำรักษ์ไว้แก่คนรุ่นหลัง โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	น้อยกว่า	15,001–	25,001–	35,001–	45,001–	55,001
		หรือเท่ากับ	25,000	35,000	45,000	55,000	ขึ้นไป
		15,000	บาท	บาท	บาท	บาท	
		บาท					
		3.53	4.20	3.65	3.00	4.00	4.00
น้อยกว่า							
หรือ							
เท่ากับ	3.53	-	-0.670*	-0.121	0.529	-0.471*	-0.471*
15,000			(.000)	(.140)	(.158)	(.000)	(.000)
บาท							
15,001–							
25,000	4.20	-	-	0.549*	1.199*	0.199*	0.199*
บาท				(.000)	(.001)	(.037)	(.047)
25,001–							
35,000	3.65	-	-	-	0.649	-0.351*	-0.351*
บาท					(.082)	(.001)	(.001)
35,001–							
45,000	3.00	-	-	-	-	-1.000*	-1.000*
บาท						(.009)	(.009)
45,001–							
55,000	4.00	-	-	-	-	-	0.000
บาท							(1.000)
55,001							
ขึ้นไป	4.00	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรอนุรักษ์ไว้แก่คนรุ่นหลัง น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 55,001 บาทขึ้นไป ส่วนคนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.37 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตามบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรทำเป็นหนังสือเพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชน โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้ต่อเดือน	\bar{X}	น้อยกว่า หรือเท่ากับ					55,001 ขึ้นไป
		15,000 บาท	15,001– 25,000 บาท	25,001– 35,000 บาท	35,001– 45,000 บาท	45,001– 55,000 บาท	
		4.26	4.40	3.62	3.50	3.97	4.00
น้อยกว่า หรือเท่ากับ 15,000 บาท	4.26	-	-.147* (.028)	.639* (.000)	.757* (.023)	.284* (.003)	.257* (.009)
15,001– 25,000 บาท	4.40	-	-	.785* (.000)	.904* (.006)	.431* (.000)	.404* (.000)
25,001– 35,000 บาท	3.62	-	-	-	.119 (.720)	-.354* (.000)	-.381* (.000)
35,001– 45,000 บาท	3.50	-	-	-	-	-.473 (.160)	-.500 (.139)
45,001– 55,000 บาท	3.97	-	-	-	-	-	-.027 (.808)

ตารางที่ 4.37 (ต่อ)

รายได้ ต่อ เดือน	\bar{X}	น้อยกว่า หรือเท่ากับ	15,001– 25,000	25,001– 35,000	35,001– 45,000	45,001– 55,000	55,001 ขึ้นไป
		บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	
		4.26	4.40	3.62	3.50	3.97	4.00
55,001 ขึ้นไป	4.00	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันกับบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรทำเป็นหนังสือเพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชน โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี (LSD) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท กับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001-25,000 บาท มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.028 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรทำเป็นหนังสือเพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชน น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001-25,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท กับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001-35,000 บาท มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรทำเป็นหนังสือเพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชน มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001-35,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท กับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 35,001-45,000 บาท มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.023 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรทำเป็นหนังสือเพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชน มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 35,001-45,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท กับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 45,001-55,000 บาท มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.003 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน

35,000 บาท มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรทำเป็นหนังสือเพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชน น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 45,001-50,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001-35,000 บาท กับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 55,001 บาทขึ้นไป มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001-35,000 บาท มีการนำบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรทำเป็นหนังสือเพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชน น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 55,001 บาทขึ้นไป ส่วนคนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.38 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก จำแนกตาม บทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรจะมีเฟซบุ๊กแฟนเพจในลักษณะเช่นนี้ต่อไป โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่

รายได้ ต่อเดือน	\bar{X}	น้อยกว่าหรือเท่ากับ					55,001 ขึ้นไป
		15,000 บาท	15,001– 25,000 บาท	25,001– 35,000 บาท	35,001– 45,000 บาท	45,001– 55,000 บาท	
		3.53	4.79	3.63	3.50	4.00	4.00
น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 15,000 บาท	3.53	-	-1.260*	-.100	.029	-.471*	-.471*
			(.000)	(.226)	(.940)	(.000)	(.000)
15,001– 25,000 บาท	4.79	-	-	1.160*	1.289*	.789*	.789*
				(.000)	(.001)	(.000)	(.000)
25,001– 35,000 บาท	3.63	-	-	-	.129	-.371*	-.371*
					(.732)	(.000)	(.001)

ตารางที่ 4.38 (ต่อ)

รายได้ ต่อเดือน	\bar{X}	น้อยกว่าหรือ	15,001–	25,001–	35,001–	45,001–	55,001
		เท่ากับ	25,000	35,000	45,000	55,000	ขึ้นไป
		15,000 บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	
		3.53	4.79	3.63	3.50	4.00	4.00
35,001–							
45,000	3.50	-	-	-	-	-500	-500
บาท						(.192)	(.193)
45,001–							
55,000	4.00	-	-	-	-	-	0.000
บาท							(1.000)
55,001							
ขึ้นไป	4.00	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันกับบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรจะมีเฟซบุ๊กแฟนเพจในลักษณะเช่นนี้ต่อไป โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี (LSD) พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท กับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001-25,000 บาท มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ในส่วนของบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรจะมีเฟซบุ๊กแฟนเพจในลักษณะเช่นนี้ต่อไป น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 15,001-25,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท กับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 45,001–55,000 บาท มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ในส่วนของบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอ ที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรจะมีเฟซบุ๊กแฟนเพจในลักษณะเช่นนี้ต่อไป น้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้ 45,001–55,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท กับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 55,001 บาทขึ้นไป มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.000 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001-35,000 บาท กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 55,001 บาท ขึ้นไป มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 ซึ่งเท่ากับ 0.001 หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001-35,000 บาท ในส่วนของบทความ บทกลอน รูปภาพที่สื่อสาร ตัวหนังสือที่เขียน คลิปวิดีโอที่ปรากฏในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ควรจะมีเฟซบุ๊กแฟนเพจในลักษณะเช่นนี้ต่อไป น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้ 55,001 บาทขึ้นไปส่วนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน

H_0 : พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน

H_1 : พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.39 แสดงผลวิเคราะห์ Multiple Linear Regression ของการทดสอบสมมติฐาน พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจที่ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก

ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก	B	Beta	SE	T	Sig
ค่าคงที่	3.152	.231		13.667	.000*
เวลาที่ท่านใช้เฟซบุ๊ก	-.078	.043	-.068	-1.805	.072
อุปกรณ์ที่ท่านใช้เฟซบุ๊ก	.025	.038	.025	.651	.516
สาเหตุที่ท่านใช้เฟซบุ๊ก	.043	.027	.061	1.566	.118
ความถี่ด้านจำนวนครั้งที่ท่านใช้เฟซบุ๊กต่อ 1 วัน	-.479	.028	-.729	-16.925	.000*
ความถี่ด้านวันที่ท่านใช้เฟซบุ๊กมากที่สุด	.715	.045	.686	15.838	.000*

Adjusted R2 = 0.509, R = .718, F = 83.753, *p < .05

จากตารางที่ 4.39 แสดงผลการวิเคราะห์ผลการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression Analysis) โดยวิธี Stepwise ระหว่างปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก และการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก พบว่าความถี่ด้านจำนวนครั้งที่ใช้เฟซบุ๊กต่อ 1 วัน และความถี่ด้านวันที่ใช้เฟซบุ๊กมากที่สุด มีความสัมพันธ์แบบพหุคูณกับการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเป็น 0.718 และสามารถพยากรณ์ถึงการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ได้ร้อยละ 50.9

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ พบว่าปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ในส่วนของด้านความถี่ด้านวันที่ใช้เฟซบุ๊กมากที่สุด สามารถพยากรณ์การนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกได้สูงสุด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.000 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนดิบ เท่ากับ 0.715 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน .045 รองลงมาคือ ด้านความถี่ด้านจำนวนครั้งที่ใช้เฟซบุ๊กต่อ 1 วัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.000 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนดิบ เท่ากับ -.497 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน .028

สรุปได้ว่าตัวแปรปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กโดยรวม อันประกอบด้วย เวลาที่ทานใช้เฟซบุ๊ก อุปกรณ์ที่ทานใช้เฟซบุ๊ก สาเหตุที่ทานใช้เฟซบุ๊ก ความถี่ด้านจำนวนครั้งที่ใช้เฟซบุ๊กต่อ 1 วัน และ ความถี่ด้านวันที่ใช้เฟซบุ๊กมากที่สุด ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก คือ สามารถยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ที่ไม่มีระดับนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยการสื่อสารของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกที่แตกต่างกันส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน

H_0 : ปัจจัยการสื่อสารของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกที่แตกต่างกัน จะไม่ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยการสื่อสารของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.40 แสดงผลวิเคราะห์ Multiple Linear Regression ของการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัย การสื่อสารของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกที่ส่งผลต่อการนำไปใช้ ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก

ปัจจัยการสื่อสารของผู้ติดตามในเฟซบุ๊ก	B	Beta	SE	t	Sig
ค่าคงที่	-.420	.451		-.931	.353
ด้านบทความ	.074	.072	.059	1.033	.302
ด้านบทกลอน	.186	.060	.216	3.090	.002*
ด้านรูปภาพที่สื่อสาร	.509	.131	.271	3.888	.000*
ด้านตัวหนังสือที่เขียน	.285	.065	.244	4.397	.000*
ด้านคลิปวิดีโอ	.009	.066	.009	.143	.886

Adjusted R2 = 0.23, R = 0.490, F = 24.875, *p < .05

จากตารางที่ 4.40 แสดงผลการวิเคราะห์ผลการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression Analysis) โดยวิธี Stepwise ระหว่างปัจจัยการสื่อสารของผู้ติดตามในเฟซบุ๊ก และการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก โดยพบว่าด้านบทกลอน ด้านรูปภาพที่สื่อสาร และด้านตัวหนังสือที่เขียน มีความสัมพันธ์แบบพหุคูณกับการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเป็น 0.490 และสามารถพยากรณ์ถึงการการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ได้ร้อยละ 23

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ พบว่าปัจจัยการสื่อสารของผู้ติดตามในเฟซบุ๊ก ในส่วนของด้านรูปภาพที่สื่อสาร สามารถพยากรณ์การนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกได้สูงสุด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.000 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนดิบเท่ากับ 0.509 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน .131 รองลงมาคือ ด้านตัวหนังสือที่เขียน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.000 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนดิบ เท่ากับ 0.285 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน 0.065 และลำดับสุดท้าย ด้านบทกลอน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.000 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนดิบ เท่ากับ 0.186 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน 0.060

สรุปได้ว่า ตัวแปรปัจจัยการสื่อสารของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กโดยรวมอันประกอบด้วย และด้านบทความ ด้านบทกลอน ด้านรูปภาพที่สื่อสาร ด้านตัวหนังสือที่เขียน และด้านคลิปวิดีโอ ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก คือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีระดับนัยสำคัญ .05

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน

H_0 : ปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.41 แสดงผลวิเคราะห์ Multiple Linear Regression ของการทดสอบสมมติฐานปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกที่ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก

ปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามในเฟซบุ๊ก	B	Beta	SE	t	Sig
ค่าคงที่	3.047	.140		21.799	.000
ด้านการแสดงความรู้สึก	.305	.033	.538	9.205	.000*
ด้านการส่งต่อ (แชร์)	.098	.044	.182	2.204	.028*
ด้านการแสดงความคิดเห็น (คอมเมนต์)	-.406	.062	-.600	-6.510	.000*
ด้านการติดตาม	.305	.037	.396	8.261	.000*

Adjusted R2 = 0.279, R = 0.535, F = 39.637, *p < .05

จากตารางที่ 4.41 แสดงผลการวิเคราะห์ผลการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression Analysis) โดยวิธี Stepwise ระหว่างปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามในเฟซบุ๊ก และ การนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก พบว่า ด้านการแสดงความรู้สึก ด้านการส่งต่อ (แชร์) ด้านการแสดงความคิดเห็น (คอมเมนต์) และด้านการติดตาม มีความสัมพันธ์แบบพหุคูณกับการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก อย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ .000 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเป็น 0.535 และสามารถพยากรณ์ถึง การการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ได้ร้อยละ 27.9

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ พบว่าปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กในส่วนของด้านการติดตามสามารถพยากรณ์การนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกได้สูงสุด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.000 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนดิบเท่ากับ 0.305 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน .037 รองลงมาคือ ด้านการแสดงความรู้สึก ด้านตัวหนังสือที่เขียน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.000 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนดิบ เท่ากับ 0.305 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน 0.033 ด้านการส่งต่อ (แชร์) และด้านการแสดงความคิดเห็น (คอมเมนต์) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.000 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนดิบ เท่ากับ 0.098 และ -0.406 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน 0.044 และ 0.062 ตามลำดับ

สรุปได้ว่าตัวแปรปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กโดยรวม อันประกอบด้วย ด้านการแสดงความรู้สึก ด้านการส่งต่อ (แชร์) ด้านการแสดงความคิดเห็น (คอมเมนต์) และด้านการติดตามส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก คือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีระดับนัยสำคัญ .05

สมมติฐานที่ 5 ความพึงพอใจของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน

H_0 : ความพึงพอใจของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน

H_1 : ความพึงพอใจของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.42 แสดงผลวิเคราะห์ Multiple Linear Regression ของการทดสอบสมมติฐานด้านความพึงพอใจของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กที่ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก

ด้านความพึงพอใจของผู้ติดตาม ในเฟซบุ๊ก	B	Beta	SE	t	Sig
ค่าคงที่	2.252	0.199		11.338	0.000*
ด้านความพึงพอใจ	0.449	0.049	0.419	9.199	0.000*

Adjusted R2 = 0.173, R = 0.419, F = 84.626, *p < 0.05

จากตารางที่ 4.42 แสดงผลการวิเคราะห์ผลการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression Analysis) โดยวิธี Stepwise ระหว่างด้านความพึงพอใจของผู้ติดตามในเฟซบุ๊ก และการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก พบว่า ด้านความพึงพอใจมีความสัมพันธ์แบบพหุคูณกับการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเป็น 0.419 และสามารถพยากรณ์ถึงการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกได้ โดยคิดเป็น ร้อยละ 17.3

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ พบว่าปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามในเฟซบุ๊ก ในส่วนของด้านความพึงพอใจ สามารถพยากรณ์การนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.000 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนดิบ เท่ากับ 0.449 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน .049

สรุปได้ว่าตัวแปรปัจจัยการด้านความพึงพอใจของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กโดยรวม อันประกอบด้วย มีความพึงพอใจในบทความ มีความพึงพอใจในบทกลอน มีความพึงพอใจในรูปภาพที่สื่อสาร มีความพึงพอใจในตัวหนังสือที่เขียน มีความพึงพอใจในคลิปวิดีโอ และมีความพึงพอใจในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก คือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีระดับนัยสำคัญ .05

สมมติฐานที่ 6 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ปัจจัยการสื่อสาร ปัจจัยการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจมีความสัมพันธ์ต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก

H_0 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ปัจจัยการสื่อสาร ปัจจัยการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน

H_1 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ปัจจัยการสื่อสาร ปัจจัยการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.43 แสดงผลวิเคราะห์ Multiple Linear Regression ของการทดสอบสมมติฐานด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กที่ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก

ด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์	B	Beta	SE	t	Sig
ค่าคงที่	4.331	.167		25.855	.000*
เพศ	-.182	.047	-.173	-3.891	.000*
อายุ	-.035	.017	-.096	-2.026	.043*
สถานภาพ	.445	.058	.358	7.715	.000*
ระดับการศึกษา	-.117	.027	-.195	-4.304	.000*
อาชีพ	.070	.026	.130	2.683	.008*
รายได้ต่อเดือน	-.062	.018	-.172	-3.457	.001*

Adjusted R2 = 0.239, R = 0.501, F = 21.929, *p < .05

จากตารางที่ 4.43 แสดงผลการวิเคราะห์ผลการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression Analysis) โดยวิธี Stepwise ระหว่างด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ และการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก พบว่าเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์แบบพหุคูณกับการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 โดยมีค่า

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเป็น 0.501 และสามารถพยากรณ์ถึงการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกได้ ร้อยละ 23.9

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ พบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊ก ในส่วนของสถานภาพของผู้ติดตามเฟซบุ๊กพยากรณ์การนำไปใช้ประโยชน์ในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกได้สูงสุด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.000 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนดิบเท่ากับ 0.445 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน .058 รองลงมาคือ อาชีพ มีระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.008 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนดิบ เท่ากับ 0.070 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน 0.0026 อายุมีระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.043 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนดิบ เท่ากับ -0.035 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน 0.017 รายได้ต่อเดือน มีระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.001 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนดิบเท่ากับ -0.062 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน 0.018 และเพศ มีระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.000 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนดิบ เท่ากับ -0.182 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน 0.047

สรุปได้ว่าตัวแปรปัจจัยการด้านความพึงพอใจของผู้ติดตามในเฟซบุ๊ก โดยรวมอันประกอบด้วย มีความพึงพอใจในบทความ มีความพึงพอใจในบทกลอน มีความพึงพอใจในรูปภาพที่สื่อสาร มีความพึงพอใจในตัวหนังสือที่เขียน มีความพึงพอใจในคลิปวิดีโอ และมีความพึงพอใจในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก คือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีระดับนัยสำคัญ .05

ตารางที่ 4.44 แสดงผลวิเคราะห์ Multiple Linear Regression ของการทดสอบสมมติฐานด้านพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ปัจจัยการสื่อสาร ปัจจัยการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กที่ส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊ก แพนเพจเขียนความรู้สึกรัก

พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ปัจจัยการสื่อสาร ปัจจัยการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจ	B	Beta	SE	t	Sig
ค่าคงที่	-2.095	.397		-5.271	.000
พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก					
เวลาที่ท่านใช้เฟซบุ๊ก	-.293	.047	-.255	-6.224	.000
อุปกรณ์ที่ท่านใช้เฟซบุ๊ก	.367	.043	.367	8.551	.000
สาเหตุที่ท่านใช้เฟซบุ๊ก	-.088	.045	-.125	-1.973	.049
ความถี่ด้านจำนวนครั้งที่ท่านใช้เฟซบุ๊กต่อ 1 วัน	-.167	.033	-.254	-5.076	.000
ความถี่ด้านวันที่ท่านใช้เฟซบุ๊กมากที่สุด	.383	.058	.367	6.657	.000
การสื่อสารของผู้ติดตาม					
ด้านบทความ	-.433	.040	-.344	-10.850	.000
ด้านบทกลอน	.726	.058	.841	12.404	.000
ด้านรูปภาพที่สื่อสาร	-.381	.087	-.203	-4.389	.000
ด้านตัวหนังสือที่เขียน	.210	.047	.180	4.459	.000
ด้านคลิปวิดีโอ	.350	.039	.339	8.860	.000
การมีส่วนร่วมของผู้ติดตาม					
ด้านการแสดงความรู้สึก	.243	.041	.429	5.914	.000
ด้านการส่งต่อ(แชร์)	-.031	.035	-.058	-.905	.366
ด้านการแสดงความคิดเห็น(คอมเมนต์)	-.185	.027	-.274	-6.731	.000
ด้านการติดตาม	.225	.024	.293	9.356	.000
ด้านความพึงพอใจ	.624	.042	.581	14.802	.000

Adjusted R2 = 0.924, R = 0.963, F = 324.334, *p < .05

จากตารางที่ 4.44 แสดงผลการวิเคราะห์ผลการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression Analysis) โดยวิธี Stepwise ระหว่างด้านพฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊ก ปัจจัยการสื่อสาร ปัจจัยการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจและการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟชบุ๊กแฟนเพจ เขียนความรู้สึก พบว่าพฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊ก การสื่อสารของผู้ติดตาม การมีส่วนร่วมของผู้ติดตามและด้านความพึงพอใจมีความสัมพันธ์แบบพหุคูณกับการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟชบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเป็น 0.963 และสามารถพยากรณ์ถึงการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟชบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกได้ ร้อยละ 92.4

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ พบว่าการสื่อสารของผู้ติดตาม ด้านบทกลอนของผู้ติดตามในเฟชบุ๊กในภาพรวมพยากรณ์การนำไปใช้ประโยชน์ในเฟชบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกได้สูงสุด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.000 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนดิบเท่ากับ 0.726 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน .058 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้ติดตามในเฟชบุ๊กในภาพรวม มีระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.000 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนดิบเท่ากับ 0.624 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน .042 และลำดับสุดท้าย คือการสื่อสารของผู้ติดตามด้านบทความ มีระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.000 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนดิบเท่ากับ -0.433 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน .040

สรุปได้ว่าตัวแปรปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้เฟชบุ๊ก ปัจจัยการสื่อสาร ปัจจัยการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจในเฟชบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟชบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก คือ สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีระดับนัยสำคัญ .05

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.45 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟชบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน

ตารางที่ 4.45 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกที่แตกต่างกันส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยการสื่อสารของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกที่แตกต่างกันส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกที่แตกต่างกันส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 5 ความพึงพอใจของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกที่แตกต่างกันส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึกแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 6 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก ปัจจัยการสื่อสาร ปัจจัยการมีส่วนร่วมและความพึงพอใจมีความสัมพันธ์ต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ติดตามในเฟซบุ๊กแฟนเพจเขียนความรู้สึก	ยอมรับสมมติฐาน