

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	IX
สารบัญภาพ.....	XII
<b>บทที่</b>	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
สมมติฐานการวิจัย.....	6
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับประชากรศาสตร์.....	8
แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร.....	13
แนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ.....	19
แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media).....	29
แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่.....	32
ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory).....	36
ข้อมูลพื้นฐานของเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter.....	38
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	51

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3	ระเบียบวิธีวิจัย..... 55
	รูปแบบการวิจัย..... 55
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง..... 55
	ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย..... 57
	เครื่องมือการวิจัย..... 57
	การรวบรวมข้อมูล..... 59
	การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ..... 59
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 63
	ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยพิจารณาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)..... 64
	ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์การเปิดรับข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยพิจารณาจากค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)..... 68
	ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์การติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยพิจารณาจากค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)..... 72
	ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์การใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยพิจารณาจากค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)..... 75
	ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการติดตาม และการใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ The Matter โดยพิจารณาจากค่า F-test และค่า t-test..... 79

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน การเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน มีผลต่อการติดตามและการใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเฟชบุ๊กแฟนเพจ The Matter โดยพิจารณาจากค่า F-test.....	85
ส่วนที่ 7 การทดสอบสมมติฐานการติดตามเฟชบุ๊กแฟนเพจ The Matter มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเฟชบุ๊กแฟนเพจ The Matter โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient).....	91
5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... 95
	สรุปผลการวิจัย..... 95
	อภิปรายผลการวิจัย..... 97
	ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัยครั้งนี้..... 100
	บรรณานุกรม..... 102
	ภาคผนวก..... 107
	ภาคผนวก ก แบบสอบถาม..... 108
	ประวัติผู้วิจัย..... 114

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของเพศผู้ตอบแบบสอบถาม..... 64
4.2	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของอายุผู้ตอบแบบสอบถาม..... 65
4.3	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม..... 65
4.4	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของระดับการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม..... 66
4.5	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของอาชีพผู้ตอบแบบสอบถาม..... 66
4.6	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม... 67
4.7	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของความถี่ในการอ่านข่าวและบทความ ของผู้ตอบแบบสอบถาม..... 68
4.8	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของช่วงเวลาในการอ่านข่าวและบทความ ของผู้ตอบแบบสอบถาม..... 68
4.9	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้ามาอ่านข่าว และบทความของผู้ตอบแบบสอบถาม..... 69
4.10	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของระยะเวลาการติดตามเพจเฟซบุ๊ก ของผู้ตอบแบบสอบถาม..... 69
4.11	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของอุปกรณ์ที่ใช้อ่านข่าวและบทความ ของผู้ตอบแบบสอบถาม..... 70
4.12	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของสาเหตุที่เลือกอ่านข่าวและบทความ ของผู้ตอบแบบสอบถาม..... 70
4.13	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของคอลัมน์ประจำที่ติดตามจากเพจ The Matter ของผู้ตอบแบบสอบถาม..... 71
4.14	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ..... 72
4.15	แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการติดตามเพจ ด้านเนื้อหา..... 72
4.16	แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการติดตามเพจ ด้านรูปแบบ..... 73

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.17 แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการติดตามเพจ ด้านการเผยแพร่.....	74
4.18 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเฟซบุ๊ก...	75
4.19 แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการใช้ประโยชน์ของข่าวสารเพื่อเป็นข้อมูล.....	76
4.20 แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของด้านการใช้ ประโยชน์ของข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม.....	76
4.21 แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการใช้ ประโยชน์ของข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล.....	77
4.22 แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการใช้ ประโยชน์ของข่าวสารเพื่อลดความตึงเครียดทางอารมณ์.....	78
4.23 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมติดตามเฟซบุ๊ก กับเพศที่ต่างกัน.....	79
4.24 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมติดตามเฟซบุ๊กกับช่วงอายุที่ต่างกัน.....	79
4.25 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมติดตามเฟซบุ๊กกับสถานภาพที่ต่างกัน.....	80
4.26 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมติดตามเฟซบุ๊กกับวุฒิการศึกษาที่ต่างกัน...	80
4.27 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมติดตามเฟซบุ๊กกับอาชีพที่ต่างกัน.....	81
4.28 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมติดตามเฟซบุ๊กกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน.....	81
4.29 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์กับเพศที่ต่างกัน.....	82
4.30 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับช่วงอายุที่ต่างกัน.....	82
4.31 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับสถานภาพที่ต่างกัน.....	83
4.32 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับวุฒิการศึกษาที่ต่างกัน.....	83
4.33 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับอาชีพที่ต่างกัน.....	84
4.34 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน.....	84

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.35 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบพฤติกรรมการติดตามเฟซบุ๊กกับความถี่ในการอ่าน ที่ต่างกัน.....	85
4.36 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการติดตามเฟซบุ๊กกับช่วงเวลาในการอ่านที่ต่างกัน.....	85
4.37 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการติดตามเฟซบุ๊กกับระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้ามาอ่าน ที่ต่างกัน.....	86
4.38 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการติดตามเฟซบุ๊กกับระยะเวลาการติดตามเพจ ที่ต่างกัน.....	86
4.39 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการติดตามเฟซบุ๊กกับอุปกรณ์ที่ใช้อ่านที่ต่างกัน.....	87
4.40 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการติดตามเฟซบุ๊กกับสาเหตุที่เลือกอ่านที่ต่างกัน.....	87
4.41 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับความถี่ในการอ่านที่ต่างกัน.....	88
4.42 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับช่วงเวลาในการอ่าน ที่ต่างกัน.....	88
4.43 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับระยะเวลาเฉลี่ย ในการเข้ามาอ่านที่ต่างกัน.....	89
4.44 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับระยะเวลาการติดตามเพจ ที่ต่างกัน.....	89
4.45 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับอุปกรณ์ที่ใช้อ่านที่ต่างกัน.....	90
4.46 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์เฟซบุ๊กกับสาเหตุที่เลือกอ่านที่ต่างกัน.....	90
4.47 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างการติดตามกับการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก แฟนเพจ The Matter.....	91
4.48 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน.....	91

## สารบัญญภาพ

ภาพประกอบเลขที่	หน้า
1.1 พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์.....	3
1.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
2.1 แบบจำลองทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ.....	37
2.2 แบบจำลองความคาดหวังและความพึงพอใจที่ได้รับ.....	38
2.3 หน้าแฟนเพจของ สำนัข่าวออนไลน์ The Matter .....	39
2.4 หมวดหมู่ BYTE.....	40
2.5 บทความจากหมวดหมู่ BYTE .....	40
2.6 หมวดหมู่ PULSE .....	41
2.7 บทความจากหมวดหมู่ PULSE .....	41
2.8 หมวดหมู่ RAVE .....	42
2.9 บทความจากหมวดหมู่ RAVE.....	42
2.10 หมวดหมู่ BRIEF .....	43
2.11 บทความจากหมวดหมู่ BRIEF .....	43
2.12 หมวดหมู่ BIG MATTER .....	44
2.13 บทความจากหมวดหมู่ BIG MATTER .....	44
2.14 บทความจากคอลัมน์ SEX-RAY.....	45
2.15 บทความจากคอลัมน์ ไทยๆ ในโลกถ้วนอนิจจัง.....	45
2.16 บทความจากคอลัมน์ เจแปนนิค.....	46
2.17 บทความจากคอลัมน์ อ่านไม่จบ.....	46
2.18 บทความจากคอลัมน์ บันเทิงเชิงร้าย.....	47
2.19 บทความจากคอลัมน์ Game Theory.....	47
2.20 บทความจากคอลัมน์ Art is Not Art.....	48
2.21 บทความจากคอลัมน์ Sport Light (1) .....	48
2.22 บทความจากคอลัมน์ Sport Light (2) .....	49