

## การศึกษาพฤติกรรมการติดตามข่าวจากสำนักข่าวบนเฟซบุ๊ก

### กับความชอบพรรคการเมือง

## A Study of Following News from News Agencies on Facebook and Political Preferences

ณัฐพงษ์ คงเอี่ยม\* และ เชษฐเนติ ศรีสอ้าน

*Nattapong Kongaium\* and Chetneti Srisa-An*

วิทยาลัยนวัตกรรมดิจิทัลเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยรังสิต

*College of Digital Innovation Technology, Rangsit University*

Received: December 8, 2023; Revised: December 22, 2023; Accepted: December 21, 2023; Published: December 29, 2023

**ABSTRACT** – The objectives of this research are 1) to study the behavior of receiving media from Thailand's news agencies on Facebook medium to be able to use in the news agency's public relations planning. 2) To study a relationship between preferences for political parties and news agencies on Facebook. The results showed that most of the respondents were female, aged between 26-43 years old, educated at a bachelor's degree. Have a career in government service/state enterprise and average monthly income between 15,001 - 30,000 baht, having a single status and having 3-4 family members. The news and the main occupation had a statistically significant relationship. In the aspect of the hypothesis, the relationship between news agencies on Facebook. With political party preference was found to have a statistically significant relationship.

**KEYWORDS:** News Agency on Facebook, Political Party, Statistical Significance

บทคัดย่อ -- การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการรับสื่อจากสำนักข่าวบนเฟซบุ๊ก เพื่อสามารถนำไปใช้ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ของสำนักข่าวได้ 2) ศึกษาว่าการติดตามข่าวจากสำนักข่าวบนเฟซบุ๊กกับความชอบพรรคการเมือง มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนทั่วไปผู้ใช้เฟซบุ๊ก อายุตั้งแต่ 18 ขึ้นไป จำนวน 400 คน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26-43 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 15,001 - 30,000 บาท มีสถานะโสด โดยมีสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้ สถิติไคสแควร์ พบว่า ช่วงเวลาการติดตามข่าวสาร กับ วุฒิการศึกษา และ ช่วงเวลาการติดตามข่าวสาร กับ อาชีพหลัก มีความสัมพันธ์แบบมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้าน สมมติฐาน ความสัมพันธ์ระหว่างสำนักข่าวบนเฟซบุ๊กกับความชอบพรรคการเมือง ก็พบว่า มีความสัมพันธ์แบบมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: สำนักข่าวบนเฟซบุ๊ก, พรรคการเมือง, นัยสำคัญทางสถิติ

\*Corresponding Author: gnopattan001@gmail.com

## 1. บทนำ

จากการสำรวจของ We Are Social [1] คนไทยที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตคือ 69.5% และค่าเฉลี่ยการใช้งานอินเทอร์เน็ตของคนไทย อยู่ที่ 8 ชั่วโมง 44 นาที และจากสถิติเว็บไซต์ที่มีคนไทยเข้ามากที่สุด 3 อันดับแรก คือ กูเกิล(Google), ยูทูป(Youtube) และ เฟซบุ๊ก(Facebook) ตามลำดับ จากงานวิจัยการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของนักศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมศรีสงคราม มหาวิทยาลัยนครพนม [2] พบว่ามีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการเรียนรู้นบนเฟสบุ๊กมากที่สุด รองลงมาคือ ยูทูป และกูเกิล สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างจากงานวิจัยส่วนใหญ่ เลือกที่จะใช้สื่อสังคมออนไลน์บนเฟสบุ๊ก เพื่อสร้างการเรียนรู้และรับข้อมูลข่าวสารมากที่สุด จากงานวิจัยประสิทธิผลของการจัดการสื่อหนังสือพิมพ์ในยุคการแข่งขันกับสื่ออินเทอร์เน็ตในประเทศไทย [3] ก็พบว่าสื่อหลายสำนักที่แสดงจุดยืนทางการเมืองก็เลือกที่จะนำเสนอข่าวแค่บางมุมที่เป็นประโยชน์แก่จุดยึดทางการเมืองตนเอง แต่ไม่แสดงข้อเท็จจริงทั้งหมด ปัจจุบันเมื่อเข้าไปติดตามอ่านข่าวตามสำนักข่าวเฟสบุ๊กหลาย ๆ แห่ง พบว่าเมื่อเจอข่าวการเมือง ความคิดเห็นจากผู้ที่ติดตามข่าว มักเป็นไปในทางเดียวกัน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่ศึกษาพฤติกรรมการติดตามข่าวจากสำนักข่าวบนเฟสบุ๊ก และศึกษาความชอบพรรคการเมือง เพื่อพิสูจน์สมมติฐานว่ามีความสัมพันธ์ต่อกันหรือไม่

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับสื่อจากสำนักข่าวบนเฟสบุ๊ก ในกลุ่มบุคคลเงินเนอเรนชั้นต่าง ๆ ในด้านของเวลา เนื้อหา และความไว้วางใจต่อสื่อ เพื่อสามารถนำไปใช้ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ของสำนักข่าวได้

2.2 เพื่อศึกษาว่าการติดตามข่าวจากสำนักข่าวบนเฟสบุ๊กกับความชอบพรรคการเมืองมีความสัมพันธ์กันหรือไม่

## 3. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมการติดตามข่าวจากสำนักข่าวบนเฟสบุ๊กกับความชอบพรรคการเมือง ครั้งนี้เป็นการศึกษาสำรวจ (Survey Research) ดำเนินการตามกระบวนการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีเก็บข้อมูลด้วยการใช้

แบบสอบถาม (Questionnaires)

### 3.1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

• ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง ประชาชนผู้ใช้งานแอปพลิเคชันเฟสบุ๊กในประเทศไทย จำนวน 51 ล้านบัญชี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ตัวแทนประชาชนผู้ใช้งานแอปพลิเคชันเฟสบุ๊กในประเทศไทย เนื่องจากทราบจำนวนประชากร จึงทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ซึ่งจำนวนตัวอย่างที่เหมาะสม ด้วยวิธีการของ ทาโรยามาเน่ โดยให้ออกาสหน่วยตัวอย่างได้ถูกเลือกเท่า ๆ กัน โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 0.05 หมายความว่า ในการสุ่มตัวอย่าง 100 ครั้ง มีโอกาสผิดพลาด 5 ครั้ง ถูกต้อง 95 ครั้ง ดังนั้นจะได้กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการใช้สำหรับการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง

• ผู้วิจัยเลือกตัวอย่างตามโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) และใช้วิธีการสุ่ม ตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) คือ ทำการแจกแบบสอบถามด้วย google form บนแอปพลิเคชันเฟสบุ๊ก

### 3.2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

• การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อการศึกษาพฤติกรรมการติดตามข่าวจากสำนักข่าวบนเฟสบุ๊ก กับความชอบพรรคการเมือง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นจากกรอบแนวคิดเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นที่มีพฤติกรรมติดตามข่าวจากสำนักข่าวบนเฟสบุ๊ก ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความชอบพรรคการเมือง

• คุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหาของงานวิจัย คุณภาพของเครื่องมือ ความถูกต้องตรงตามเนื้อหาที่ต้องการ ความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์การวิจัย และการใช้เครื่องมือวิจัยสามารถวัดได้ครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมด จากนั้นนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความสอดคล้อง ความครอบคลุมของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย คำนึงถึงศัพท์ ความเหมาะสมทางด้านภาษาของข้อ

คำถาม แล้วนำมาหาค่าโดยใช้เทคนิค IOC (Index of Item – Objective Congruence)

- วิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ผู้วิจัยได้กำหนดให้มีการทดสอบความเชื่อมั่น โดยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขไปทดสอบความเชื่อมั่น (Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 ชุด แล้วนำไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

### 3.3. การรวบรวมข้อมูล

- เก็บรวบรวมข้อมูลแบบปฐมภูมิ ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี นิยามศัพท์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนพิจารณาแบบสอบถามของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาสร้างแบบสอบถาม ให้สอดคล้องและครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด

- ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ตรวจสอบอีกครั้ง เพื่อปรับปรุงแก้ไขครั้งสุดท้ายก่อนนำไปทดลองใช้ (Try Out) โดยการนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์นั้นไปทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน

- ทำแบบสอบถาม (Questionnaire) ผ่าน google form
- ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง
- ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแบบสอบถามที่ได้รับ
- นำข้อมูลทั้งหมดไปทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

### 3.4. การวิเคราะห์ข้อมูล

- สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) [7] คือ การนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาบรรยายถึงลักษณะของข้อมูลที่เก็บมาได้ เก็บข้อมูลชนิดใดมาได้ก็จะอธิบายได้เฉพาะข้อมูลชนิดนั้น ๆ ไม่สามารถนำไปใช้อ้างอิงถึงข้อมูลในส่วนอื่น ๆ ได้ สถิติเชิงพรรณนาถูกใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาพฤติกรรมติดตามข่าวจากสำนักข่าวบนเฟซบุ๊ก กับความชอบพรรคการเมือง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ด้วยค่าร้อยละ (Percentage), การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง (Central Tendency) ด้วยการทดสอบค่าเฉลี่ย (Mean) และการวัดการกระจาย (Measure of

Variation) ด้วยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

- ลักษณะคำตอบแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนมากที่สุด 5 คะแนน น้อยที่สุด ให้ 1 คะแนน ในการวิเคราะห์ข้อมูล จะใช้การวิเคราะห์ค่าทางสถิติ คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำไปแปลงผล 5 ระดับ [6] ดังนี้

1.00 – 1.79 พึงพอใจน้อยที่สุด

1.80 – 2.59 พึงพอใจน้อย

2.60 – 3.39 พึงพอใจปานกลาง

3.40 – 4.19 พึงพอใจมาก

4.20 – 5.00 พึงพอใจมากที่สุด

- สถิติอ้างอิง (Inference Statistics) คือ การนำข้อมูลที่เก็บมาได้จากกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ไปใช้อ้างอิง และอธิบายถึงกลุ่มประชากร (Population) ทั้งหมดผ่านการบรรยายหรือสรุปผลจะใช้หลักความน่าจะเป็น (Probability) มาทดสอบสมมติฐานว่าพฤติกรรมติดตามข่าวจากสำนักข่าวบนเฟซบุ๊ก กับความชอบพรรคการเมือง มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ โดยใช้วิธีการ ไคสแควร์ Chi-Square Test [8]

## 4. ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมความชอบพรรคการเมืองส่งอิทธิพลต่อการติดตามข่าวสารจากสำนักข่าวบนเฟซบุ๊ก” มีผลการวิจัยแบ่งเป็น 5 ส่วน

### 4.1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25 และสุดท้ายเพศทางเลือก จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75

- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มอายุ 26 - 43 ปี จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.25 รองลงมาคือ อายุ 44 – 58 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 ต่อมา อายุ 59 ปีขึ้นไป จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 สุดท้าย อายุ 18 – 25 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25

- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาคือจบการศึกษาปริญญาโทขึ้นไป จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 ต่อมาจบการศึกษา ปวช. / ปวส. จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75

จบการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 จบการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 สุดท้าย จบการศึกษาดำรงมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมาคือ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 ต่อมา อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 อาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 อาชีพแม่บ้าน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 สุดท้าย ว่างาน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือมีรายได้ 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 ต่อมา มีรายได้ น้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 รายได้ 45,001 – 60,000 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 มากกว่า 75,001 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 สุดท้าย 60,001 – 75,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50

- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพครอบครัวโสด จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.25 รองลงมาคือสมรส จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 สุดท้าย หย่าร้าง/หม้าย จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00

- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมาคือมีสมาชิกในครอบครัว 5 - 6 คน จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 สมาชิกในครอบครัว 2 คน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 สมาชิกในครอบครัว 1 คน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 สมาชิกในครอบครัว 7 – 8 คน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 สุดท้าย สมาชิกในครอบครัว 9 คนขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75

- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีงานอดิเรกออกกำลังกาย จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 17.44 รองลงมาคือเล่นเกม จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 14.34 ทำอาหาร จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 10.32 เล่นกีฬา จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 อ่านหนังสือ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 11.66 ดูโทรทัศน์/ฟังวิทยุ จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 27.14

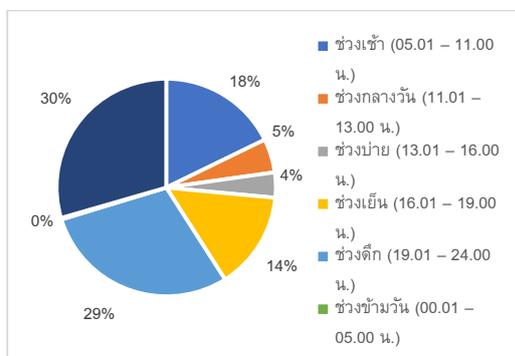
สัตว์ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 9.60 สุดท้าย อื่น ๆ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 2.99

#### 4.2. พฤติกรรมการติดตามข่าวจากสำนักข่าวบนเฟสบุ๊ก

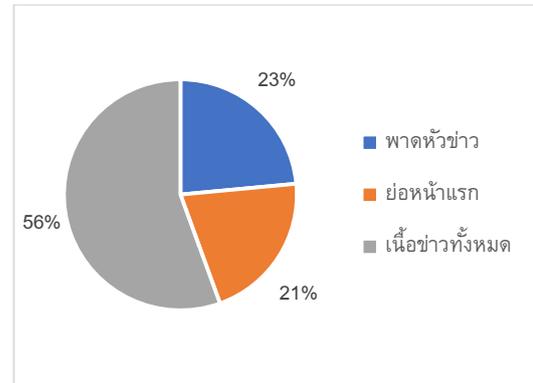
ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละจำแนกการติดตามข่าวสารจากสำนักข่าวบนเฟสบุ๊ก ที่ชอบมากที่สุด

สำนักข่าวบนเฟสบุ๊ก	จำนวน	ร้อยละ
Thairath - ไทยรัฐออนไลน์	156	39
THE STANDARD	82	20.5
Thai PBS	32	8
คมชัดลึก	17	4.25
ไทยโพสต์	12	3
Nation Online	11	2.75
MGROnline Live	10	2.5
Dailynews - เดลินิวส์ออนไลน์	9	2.25
Bangkok Post	8	2
กรุงเทพธุรกิจ	8	2
เรื่องเล่าเช้านี้	7	1.75
เชียงใหม่นิวส์ Chiang Mai News	5	1.25
Live NBT2HD	4	1
PostToday	4	1
สยามรัฐ	4	1
3PlusNews	3	0.75
SiamSport	3	0.75
สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์	3	0.75
daradaily.com	2	0.5
LINE TODAY Thailand	2	0.5

สำนักข่าวบนเฟสบุ๊ก	จำนวน	ร้อยละ
SpringNews	2	0.5
TOP News	2	0.5
ฐานเศรษฐกิจ	2	0.5
บีบีซีไทย - BBC Thai	2	0.5
สรยุทธ สุทัศนะจินดา กรรมกร ข่าว	2	0.5
Khaosod - ข่าวสด	1	0.25
Matichon Online - มติชน ออนไลน์	1	0.25
The MATTER	1	0.25
The Reporters	1	0.25
เจาะลึกทั่วไทย Inside Thailand	1	0.25
ประชาไท Prachatai.com	1	0.25
โลกวันนี้	1	0.25
หมากแข้ง	1	0.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>



แผนภูมิที่ 1. แสดงร้อยละตามช่วงเวลาการติดตามข่าวสารมากที่สุด



แผนภูมิที่ 2. แสดงร้อยละจำแนกตามเนื้อหาข่าวที่อ่าน

ตารางที่ 2 แสดงความพึงพอใจการติดตามข่าวจากสำนักข่าวเฟสบุ๊ก

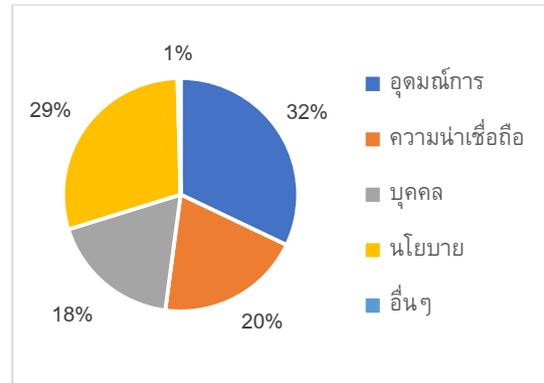
ความพึงพอใจการติดตามข่าวจากสำนักข่าวเฟสบุ๊ก	$\bar{X}$	SD	แปลผล
ความพึงพอใจต่อสำนักข่าวที่ติดตามบนเฟสบุ๊ก	3.49	0.95	พึงพอใจมาก
สำนักข่าวที่ติดตามมีการนำเสนอข่าวทางบวกกับพรรคการเมืองที่ชอบ	3.32	0.96	พึงพอใจปานกลาง
สำนักข่าวที่ติดตามมีการนำเสนอข่าวทางลบกับพรรคการเมืองที่ไม่ชอบ	2.99	1.00	พึงพอใจปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.27</b>	<b>0.99</b>	<b>พึงพอใจปานกลาง</b>

#### 4.3 ความชอบพรรคการเมือง

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละจำแนกพรรคการเมืองที่ชอบ

พรรคการเมือง	จำนวน	ร้อยละ
พรรคก้าวไกล	265	66.25
พรรคเพื่อไทย	41	10.25
พรรครวมไทยสร้างชาติ	31	7.75

พรรคการเมือง	จำนวน	ร้อยละ
พรรคประชาธิปัตย์	17	4.25
พรรคเสรีรวมไทย	15	3.75
พรรคชาติพัฒนาเก่า	6	1.5
พรรคพลังประชารัฐ	6	1.5
พรรคชาติไทยพัฒนา	3	0.75
พรรคกล้า	2	0.5
พรรคไทยภักดี	2	0.5
พรรคเป็นธรรม	2	0.5
พรรคความหวังใหม่	1	0.25
พรรคไทยรวมไทย	1	0.25
พรรคไทยสร้างไทย	1	0.25
พรรคพลังเพื่อไทย	1	0.25
พรรคเพื่อชาติไทย	1	0.25
พรรคภูมิใจไทย	1	0.25
พรรครวมไทยรักษาชาติ	1	0.25
พรรคสามัญชน	1	0.25
พรรคเสมอภาค	1	0.25
พรรคอนาคตไทย	1	0.25
รวม	400	100.00



แผนภูมิที่ 3. แสดงร้อยละจำแนกเหตุผลความชอบต่อพรรคการเมือง(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตารางที่ 4 แสดงความพึงพอใจการติดตามข่าวจากสำนักข่าวเฟสบุ๊ก

ความพึงพอใจด้าน	$\bar{X}$	SD	แปลผล
การเมือง			
การเมืองของประเทศ	3.50	1.07	พึงพอใจมาก
พรรคการเมืองที่ชอบ	3.63	0.98	พึงพอใจมาก
ผลกระทบบจาก			
การเมืองต่อชีวิต	3.75	1.06	พึงพอใจมาก
รวม	3.63	1.04	พึงพอใจมาก

#### 4.4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับ

##### ช่วงเวลาในการติดตามข่าวสาร

- เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ช่วงเวลาการติดตามข่าวสารมากที่สุด กับ เพศ โดยใช้ สถิติไคสแควร์ (Chi-square Test) พบว่า ( $X^2 = 18.26$ ) ค่า  $p - value = 0.11$  ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 แสดงว่า ช่วงเวลาการติดตามข่าวสารบนเฟสบุ๊กไม่มีความสัมพันธ์กับเพศของกลุ่มตัวอย่าง

- เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ช่วงเวลาการติดตามข่าวสารมากที่สุด กับ อายุ โดยใช้ สถิติไคสแควร์ (Chi-square Test) พบว่า ( $\chi^2 = 19.97$ ) ค่า  $p$ -value = 0.33 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 แสดงว่า ช่วงเวลาการติดตามข่าวสารบนเฟสบุ๊กไม่มีความสัมพันธ์กับอายุของกลุ่มตัวอย่าง

- เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ช่วงเวลาการติดตามข่าวสารมากที่สุด กับ วุฒิการศึกษา โดยใช้ สถิติไคสแควร์ (Chi-square Test) พบว่า ( $\chi^2 = 61.17$ ) ค่า  $p$ -value = 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 แสดงว่า ช่วงเวลาการติดตามข่าวสารบนเฟสบุ๊กมีความสัมพันธ์กับวุฒิการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้มีการทดสอบความเป็นอิสระต่อกัน (Test of independence) [5] ของตัวแปร พบว่าตัวแปรทั้งสองความสัมพันธ์กันอย่างน้อยนัยสำคัญทางสถิติ

- โดยผู้ที่มีการศึกษาดำรงมัธยมศึกษาตอนต้น จะมีช่วงเวลาการติดตามข่าวสารบนเฟสบุ๊กส่วนใหญ่ ในเวลาช่วงบ่าย(13.01-16.00 น.) ร้อยละ 100.00 วุฒิการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น จะมีช่วงเวลาการติดตามข่าวสารบนเฟสบุ๊กส่วนใหญ่ไม่แน่นอน ร้อยละ 42.86 วุฒิการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย จะมีช่วงเวลาการติดตามข่าวสารบนเฟสบุ๊กส่วนใหญ่ช่วงเย็น (16.01-19.00 น.) ร้อยละ 31.25 วุฒิการศึกษา ปวช./ปวส. จะมีช่วงเวลาการติดตามข่าวสารบนเฟสบุ๊กส่วนใหญ่ไม่แน่นอน ร้อยละ 34.29 วุฒิการศึกษาปริญญาตรี จะมีช่วงเวลาการติดตามข่าวสารบนเฟสบุ๊กส่วนใหญ่ ช่วงดึก(19.01-24.00 น.) ร้อยละ 30.80 สุดท้าย ปริญญาโทขึ้นไป จะมีช่วงเวลาการติดตามข่าวสารบนเฟสบุ๊กส่วนใหญ่ ช่วงดึก(19.01-24.00 น.) ร้อยละ 34.07

- เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ช่วงเวลาการติดตามข่าวสารมากที่สุด กับ อาชีพหลัก โดยใช้ สถิติไคสแควร์ (Chi-square Test) พบว่า ( $\chi^2 = 59.98$ ) ค่า  $p$ -value = 0.01 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 แสดงว่า ช่วงเวลาการติดตามข่าวสารบนเฟสบุ๊กมีความสัมพันธ์กับอาชีพหลักของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้มีการทดสอบความเป็นอิสระต่อกัน (Test of independence) [5] ของตัวแปร พบว่าตัวแปรทั้งสองความสัมพันธ์กันอย่างน้อยนัยสำคัญทางสถิติ

- โดยนักเรียน/นักศึกษาจะมีช่วงเวลาการติดตามข่าวสารบนเฟสบุ๊กส่วนใหญ่ ในเวลาช่วงเย็น(16.01-19.00 น.) ร้อยละ 32.00 อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จะมีช่วงเวลาการ

ติดตามข่าวสารบนเฟสบุ๊กส่วนใหญ่ ในเวลาช่วงดึก(19.01-24.00 น.) ร้อยละ 32.71 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จะมีช่วงเวลาการติดตามข่าวสารบนเฟสบุ๊กส่วนใหญ่ ไม่แน่นอน ร้อยละ 35.90 พนักงานบริษัทเอกชน จะมีช่วงเวลาการติดตามข่าวสารบนเฟสบุ๊กส่วนใหญ่ไม่แน่นอน ร้อยละ 32.38 แม่บ้าน จะมีช่วงเวลาการติดตามข่าวสารบนเฟสบุ๊กส่วนใหญ่ไม่แน่นอน ร้อยละ 42.86 รับจ้างทั่วไป จะมีช่วงเวลาการติดตามข่าวสารบนเฟสบุ๊กส่วนใหญ่ ช่วงบ่าย(13.01-16.00 น.) และ ไม่แน่นอน ร้อยละ 37.50 อื่น ๆ จะมีช่วงเวลาการติดตามข่าวสารบนเฟสบุ๊กส่วนใหญ่ไม่แน่นอน ร้อยละ 100.00

- เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ช่วงเวลาการติดตามข่าวสารมากที่สุด กับ รายได้ โดยใช้ สถิติไคสแควร์ (Chi-square Test) พบว่า ( $\chi^2 = 21.75$ ) ค่า  $p$ -value = 0.86 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 แสดงว่า ช่วงเวลาการติดตามข่าวสารบนเฟสบุ๊กไม่มีความสัมพันธ์กับรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

- เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ช่วงเวลาการติดตามข่าวสารมากที่สุด กับ สถานภาพครอบครัว โดยใช้ สถิติไคสแควร์ (Chi-square Test) พบว่า ( $\chi^2 = 9.92$ ) ค่า  $p$ -value = 0.62 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 แสดงว่า ช่วงเวลาการติดตามข่าวสารบนเฟสบุ๊กไม่มีความสัมพันธ์กับสถานภาพครอบครัวของกลุ่มตัวอย่าง

- เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ช่วงเวลาการติดตามข่าวสารมากที่สุด กับ จำนวนสมาชิกในครอบครัว โดยใช้ สถิติไคสแควร์ (Chi-square Test) พบว่า ( $\chi^2 = 15.12$ ) ค่า  $p$ -value = 0.99 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 แสดงว่า ช่วงเวลาการติดตามข่าวสารบนเฟสบุ๊กไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนสมาชิกในครอบครัวของกลุ่มตัวอย่าง

#### 4.5. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการติดตามสำนักข่าวบนเฟสบุ๊กและพรรคการเมืองที่ชอบ

- เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง สำนักข่าวบนเฟสบุ๊กที่ชอบติดตามกับความชอบพรรคการเมืองของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ สถิติไคสแควร์ (Chi-square Test) พบว่า ( $\chi^2 = 776.28$ ) ค่า  $p$ -value = 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 แสดงว่า สำนักข่าวบนเฟสบุ๊กที่ชอบติดตามมีความสัมพันธ์กับความชอบพรรคการเมืองของกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้ที่ติดตาม 3PlusNews ส่วนใหญ่ชอบ พรรคก้าวไกล ร้อย

ละ 100.00 ผู้ที่ติดตาม Bangkok Post ส่วนใหญ่ชอบ พรรคก้าวไกล ร้อยละ 87.50 ผู้ที่ติดตาม Daliynews – เติลนิวส์ออนไลน์ ส่วนใหญ่ชอบ พรรคก้าวไกล ร้อยละ 100.00 ผู้ที่ติดตาม daradaily.com ส่วนใหญ่ชอบ พรรคก้าวไกล และพรรคประชาธิปัตย์ ร้อยละ 50.00 ผู้ที่ติดตาม Khaosod – ข่าวสด ส่วนใหญ่ชอบ พรรคก้าวไกล ร้อยละ 100.00 ผู้ที่ติดตาม LINE TODAY Thailand ส่วนใหญ่ชอบ พรรคก้าวไกล และพรรคพลังประชารัฐ ร้อยละ 50.00 ผู้ที่ติดตาม Live NBT2HD ส่วนใหญ่ชอบ พรรคก้าวไกล ร้อยละ 50.00 ผู้ที่ติดตาม Matichon Online – มติชนออนไลน์ ส่วนใหญ่ชอบ พรรคเพื่อไทย ร้อยละ 100.00 ผู้ที่ติดตาม MGROnline Live ส่วนใหญ่ชอบ พรรคก้าวไกล, พรรคประชาธิปัตย์ และ พรรคเพื่อไทย ร้อยละ 20.00 ผู้ที่ติดตาม Nation Online ส่วนใหญ่ชอบ พรรคก้าวไกล ร้อยละ 36.36 ผู้ที่ติดตาม PostToday ส่วนใหญ่ชอบ พรรคก้าวไกล ร้อยละ 50.00 ผู้ที่ติดตาม SiamSport ส่วนใหญ่ชอบ พรรคเพื่อไทย ร้อยละ 66.67 ผู้ที่ติดตาม Thai PBS ส่วนใหญ่ชอบ พรรคก้าวไกล ร้อยละ 53.13 ผู้ที่ติดตาม ไทยรัฐออนไลน์ ส่วนใหญ่ชอบ พรรคก้าวไกล ร้อยละ 71.15 ผู้ที่ติดตาม The MATTER ส่วนใหญ่ชอบ พรรคก้าวไกล ร้อยละ 100.00 ผู้ที่ติดตาม The Reporters ส่วนใหญ่ชอบ พรรคก้าวไกล ร้อยละ 100.00 ผู้ที่ติดตาม The Standard ส่วนใหญ่ชอบ พรรคก้าวไกล ร้อยละ 78.05 ผู้ที่ติดตาม Top News ส่วนใหญ่ชอบ พรรคกล้า และ พรรคเพื่อไทย ร้อยละ 50.00 ผู้ที่ติดตาม กรุงเทพธุรกิจ ส่วนใหญ่ชอบ พรรคก้าวไกล ร้อยละ 65.50 ผู้ที่ติดตาม คมชัดลึก ส่วนใหญ่ชอบ พรรคก้าวไกล ร้อยละ 58.82 ผู้ที่ติดตาม คมชัดลึก ส่วนใหญ่ชอบ พรรคก้าวไกล ร้อยละ 58.82 ผู้ที่ติดตาม เจาะลึกทั่วไทย Inside Thailand ส่วนใหญ่ชอบ พรรคก้าวไกล ร้อยละ 100.00 ผู้ที่ติดตาม เชียงใหม่นิวส์ Chiang Mai News ส่วนใหญ่ชอบ พรรคก้าวไกล ร้อยละ 80.00 ผู้ที่ติดตาม ฐานเศรษฐกิจ ส่วนใหญ่ชอบ พรรคชาติพัฒนา ก้าวไกล และ พรรครวมไทยสร้างชาติ ร้อยละ 50.00 ผู้ที่ติดตาม ไทยโพสต์ ส่วนใหญ่ชอบ พรรคก้าวไกล ร้อยละ 50.00 ผู้ที่ติดตาม บีบีซีไทย - BBC Thai ส่วนใหญ่ชอบ พรรคก้าวไกล ร้อยละ 100.00 ผู้ที่ติดตาม ประชาไท Prachatai.com ส่วนใหญ่ชอบ พรรคก้าวไกล ร้อยละ 100.00 ผู้ที่ติดตาม เรื่องเล่าเช้านี้ ส่วนใหญ่ชอบ พรรคก้าวไกล และ พรรคเพื่อไทย ร้อยละ 42.86 ผู้ที่ติดตาม โลกวันนี้ ส่วนใหญ่ชอบ พรรคประชาธิปัตย์ ร้อยละ 100.00 ผู้ที่ติดตาม สยามรัฐ ส่วนใหญ่ชอบ พรรคก้าวไกล, พรรคพลังประชารัฐ, พรรครวมไทย

สร้างชาติ และพรรคเสรีรวมไทย ร้อยละ 25.00 ผู้ที่ติดตาม สรยุทธ สุทัศนะจินดา กรรมกรข่าว ส่วนใหญ่ชอบ พรรคก้าวไกล และพรรคเพื่อไทย ร้อยละ 50.00 ผู้ที่ติดตาม สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่ชอบ พรรคก้าวไกล, พรรคประชาธิปัตย์ และพรรคสามัญชน ร้อยละ 33.33 สุดท้าย ผู้ที่ติดตาม หมากแข้ง ส่วนใหญ่ชอบ พรรคก้าวไกล ร้อยละ 100.00

## 5. สรุปและอภิปรายผล

### 5.1. อภิปรายผลการวิจัย

- ผลการวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการติดตามข่าวจากสำนักข่าวบนเฟซบุ๊ก กับความชอบพรรคการเมือง” พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 26-43 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15001 - 30000 บาท มีสถานะโสด โดยมีสมาชิกในครอบครัว 3 – 4 คน งานอดิเรกส่วนใหญ่ดูโทรทัศน์/ฟังวิทยุ มีสำนักข่าวบนเฟซบุ๊กที่ชอบติดตามมากที่สุดคือ ไทยรัฐออนไลน์ ช่วงเวลาที่ติดตามข่าวสารมากที่สุดคือ ไม่นานนอน ความยาวของเนื้อหาข่าวที่อ่านคือ เนื้อข่าวทั้งหมด โดยมีความพึงพอใจในการติดตามข่าวจากสำนักข่าวเฟซบุ๊กอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง พรรคการเมืองที่ชอบมากที่สุดคือ พรรคก้าวไกล โดยเหตุผลความชอบต่อพรรคการเมืองมากที่สุดคือ อุดมการณ์การของพรรค ด้านความพึงพอใจด้านการเมืองอยู่ในระดับพึงพอใจมาก

- ปัจจัยข้อมูลทั่วไปด้านประชากรมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการติดตามข่าวบนเฟซบุ๊ก พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกัน ตัวแปร วุฒิการศึกษา อาชีพหลัก มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการติดตามข่าวบนเฟซบุ๊ก

ตารางที่ 5 แสดงความสัมพันธ์ตัวแปร วุฒิการศึกษา และช่วงเวลาการติดตามข่าวสารบนเฟซบุ๊ก ส่วนใหญ่

วุฒิการศึกษา	ช่วงเวลาการติดตามข่าวสารบนเฟซบุ๊ก
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น (100.00%)	ช่วงบ่าย (13.01 – 16.00 น.)
มัธยมศึกษาตอนต้น (42.86%)	ไม่นานนอน
มัธยมศึกษาตอนปลาย (31.25%)	ช่วงเย็น (16.01 – 19.00 น.)

ปวช./ปวส. (34.29%)	ไม่แน่นอน
ปริญญาตรี (30.80%)	ช่วงคึก (19.01 – 24.00 น.)
ปริญญาโทขึ้นไป (34.07%)	ช่วงคึก (19.01 – 24.00 น.)

ตารางที่ 6 แสดงความสัมพันธ์ตัวแปร อาชีพหลัก และช่วงเวลาการติดตามข่าวสารบนเฟสบุ๊ก ส่วนใหญ่

วุฒิการศึกษา	ช่วงเวลาการติดตามข่าวสารบนเฟสบุ๊ก
นักเรียน/นักศึกษา (32.00%)	ช่วงเย็น (16.01 – 19.00 น.)
วุฒิการศึกษา	ช่วงเวลาการติดตามข่าวสารบนเฟสบุ๊ก
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ (32.71%)	ช่วงคึก (19.01 – 24.00 น.)
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย (35.90%)	ไม่แน่นอน
พนักงานบริษัทเอกชน (32.38%)	ไม่แน่นอน
แม่บ้าน (42.86%)	ไม่แน่นอน
รับจ้างทั่วไป (37.50%)	ช่วงบ่าย (13.01 – 16.00 น.)
อื่น ๆ (100.00%)	ไม่แน่นอน

ซึ่งสามารถนำข้อมูลดังกล่าว ไปใช้ในการวางแผนประชาสัมพันธ์ ข่าวสารต่าง ๆ ในการเลือกช่วงเวลาของการปล่อยข่าวสารบนเฟสบุ๊กตามช่วงเวลาส่วนใหญ่ ที่กลุ่มเป้าหมายวุฒิการศึกษาต่าง ๆ ใช้เวลาในการติดตามข่าวสาร ซึ่งจะส่งผลให้การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่ต้องการตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

- ในขณะที่ตัวแปรด้านเพศ อายุ รายได้ต่อเดือน สถานภาพครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว กับช่วงเวลาในการติดตามข่าวสารบนเฟสบุ๊กนั้นพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยความชอบพรรคการเมืองกับการติดตามข่าวสารจากสำนักข่าวบนเฟสบุ๊กนั้นพบว่า ตัวแปรการติดตามข่าวจากสำนักข่าวบนเฟสบุ๊กที่ชอบ กับความชอบพรรคการเมืองนั้น มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่าความชอบพรรคการเมือง กับสำนักข่าวนั้น

ตารางที่ 7 แสดงความสัมพันธ์ตัวแปร ความชอบพรรคการเมือง และการติดตามข่าวจากสำนักข่าวบนเฟสบุ๊กที่ชอบ ส่วนใหญ่

พรรคการเมืองที่ผู้ติดตามสำนักข่าวบนเฟสบุ๊กส่วนใหญ่ชอบ	จำนวนสำนักข่าว
พรรคก้าวไกล	21 สำนักข่าว
พรรคการเมืองที่ผู้ติดตามสำนักข่าวบนเฟสบุ๊กส่วนใหญ่ชอบ	จำนวนสำนักข่าว
พรรคเพื่อไทย	2 สำนักข่าว
พรรคประชาธิปัตย์	1 สำนักข่าว
ชอบพรรคการเมืองแบบผสม	9 สำนักข่าว

ซึ่งทำให้เห็นว่า การติดตามข่าวจากสำนักข่าว กับความชอบพรรคการเมือง มีความสอดคล้องกัน จากข้อมูลจะเห็นได้ว่า มีสำนักข่าวถึง 24 สำนักข่าว จาก 33 สำนักข่าว ที่ผู้ติดตาม มีความชอบทางพรรคการเมือง เอนเอียงไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นข้อควรระวังในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารบนเฟสบุ๊กได้ ว่าหากนำเสนอข่าวในด้านของการเมือง อาจส่งผลต่อการเลือกติดตามข่าวสารทางเฟสบุ๊กของสื่ออื่นได้ ตรงกับงานวิจัยการใช้เฟสบุ๊กเพื่อการรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อความสนใจทางการเมืองและการเข้าร่วมทางการเมือง [4] ที่พบว่าการใช้ Facebook ที่มีต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทางการเมืองเป็นเรื่องสำคัญ ที่ช่วยมุ่งต่อการกระตุ้นความสนใจทางการเมือง การสร้างองค์ความรู้ทางการเมืองได้อย่างเป็นอิสระ ตามความเห็นของประชาชนแต่ละคน

## 5.2. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

- จากการวิจัยจะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 26-43 มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ รายได้ต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท มีสถานภาพครอบครัว โสด โดยมีช่วงเวลาในการติดตามข่าวสารบนเฟสบุ๊ก มากที่สุด ในเวลาไม่แน่นอน ซึ่งสะท้อนความเป็นวัยทำงานที่ต้องการการรับรู้ข่าวสารที่รวดเร็วกระชับ ฉับไว และมีวิจรณ์ญาณในการรับรู้ข่าวสารของตัวเอง มีการติดตามสำนักข่าวบนเฟสบุ๊ก เพื่อใช้ในการ

ตัดสินใจในเรื่องชีวิตประจำวันมากขึ้น ซึ่งผลวิจัยยังพบว่า ตัวแปรด้านวุฒิการศึกษา และอาชีพหลัก มีนัยสำคัญทางสถิติ กับตัวแปรช่วงเวลาในการติดตามข่าวสารบนเฟซบุ๊ก ซึ่งสามารถนำผลวิจัยนี้ไปกำหนดช่วงเวลาในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่ต้องการบนสื่อเฟซบุ๊ก ซึ่งจะช่วยให้ตรงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการมากขึ้น

- ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความชอบพรรคการเมือง กับสำนักข่าวบนเฟซบุ๊กที่ชอบติดตามมากที่สุด พบว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับนัยสำคัญทางสถิติ เพราะฉะนั้น หากต้องการทำสื่อข่าวสาร หรือสื่อประชาสัมพันธ์บนเฟซบุ๊ก ควรระมัดระวังในเรื่องของการเกี่ยวข้องกับการเมือง เพราะอาจส่งผลกับการเลือกติดตามข่าวสารบนเฟซบุ๊กของสื่อสำนักข่าวนั้นได้

### 5.3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้ มีขึ้นเพื่อทำการทดสอบสมมติฐานการวิจัยความชอบพรรคการเมืองกับการติดตามข่าวสารจากสำนักข่าวบนเฟซบุ๊ก ซึ่งผลที่ได้เป็นไปตามสมมติฐาน และหากต้องได้ผลการวิจัยที่ชัดเจนขึ้น ควรทำการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปเพิ่มเติม

- ทำการวิจัยเชิงปริมาณโดยเฉพาะเจาะจงไปที่สำนักข่าว 1 สำนักโดยตรง และอาจเปลี่ยนวิธีการกำหนดจำนวนตัวอย่างที่เหมาะสม จากวิธีการของทาโรยามาเน่ เป็นรูปแบบอื่น

- ทำการวิจัยเชิงคุณภาพกับกลุ่มผู้ชมรายการ นักข่าว ผู้ผลิตรายการข่าว และผู้บริหารสื่อ เพื่อให้ทราบถึงความต้องการ หลักการในการนำเสนอข่าว เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกของสำนักข่าวมากยิ่งขึ้น

### เอกสารอ้างอิง

[1] ณัฐพล ม่วงท่า. (2564). สรุป 52 Insight สำคัญจาก Thailand Digital Stat 2022 ของ We Are Social. สืบค้นเมื่อ 17 มกราคม 2566, <https://www.everydaymarketing.co/trend-insight/insight-thailand-digital-stat-2022-we-are-social/>

[2] อรรถพล ทองวิทยาพรหม, จันทน์ วงษ์ชาวม และ สุทิสรา ซองเหล็กนอก, “การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของนักศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมศรี

สงคราม มหาวิทยาลัยนครพนม”. วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม มหาวิทยาลัยนครพนม, 8(3), 81-89, 2561

[3] วีระพงษ์ จิตรงามปลั่ง, และ พันเอก บุญเอื้อ บุญฤทธิ์, “ประสิทธิผลของการจัดการสื่อหนังสือพิมพ์ในยุคการแข่งขันกับสื่ออินเทอร์เน็ตในประเทศไทย”, วารสารเกษมบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต, 20(10), 26-42, 2562.

[4] วีระศักดิ์ จินารัตน์, “การใช้เฟซบุ๊กเพื่อการรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อความสนใจทางการเมืองและการเข้าร่วมทางการเมือง”, วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ มหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น, 6(12), 412-423, 2564

[5] สุชาดา บวรกิตติวงศ์ และ ดิวิยะ โชติ ศรีสุทธียากร, “ความแรงของสถิติทดสอบไคสแควร์”, วารสารครุศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 44(3), 212-220, 2559

[6] ทรงฤทธิ์ ทองมีขวัญ, สกุลตลา แซ่เตียว, วรินทร์ลดา จันทวีเมือง, ทิพย์สุคนธ์ กิจรุ่งโรจน์ และจินตวีร์พร แป้นแก้ว, “พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาพยาบาลวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สงขลา”, วารสารพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม, 2141, 67-77, 2563

[7] Perez-Vicente S, Exposito Ruitz M., “Descriptive Statistics”, Allergol Immunopathol (Madr), 37(6): 314-320, 2009

[8] Verma, J. P., “Chi-square test and its application”, In J. P. Verma (Eds.), Data Analysis in Management with SPSS Software, pp. 69-101, Delhi, New Delhi: Springer, 2009