



ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์พันทิปดอทคอมมีผลต่อ
การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา:เว็บบอร์ดความงาม

Credibility of information on www.pantip.com influencing the decision
purchasing of product : case study webboard beauty

นางสาวกมลพรรณ หอมช่วงทรัพย์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะสถิติประยุกต์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ 2563

ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์พันทิปดอทคอมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา:เว็บไซต์ความงาม

กมลพรรณ หอมช่วงทรัพย์

คณะสถิติประยุกต์

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ ได้พิจารณาแล้วเห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต บริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ ทองงาม)

..... อาจารย์ที่ปรึกษารอง

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนาสัย สุคนธ์พันธุ์)

..... ประธานกรรมการ

()

..... กรรมการ

()

..... กรรมการ

()

บทคัดย่อ

ชื่องานวิจัย	ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์พันทิปดอทคอมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา:เว็บไซต์ความงาม
ชื่อผู้เขียน	กมลพรรณ หอมช่วงทรัพย์
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (บริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ)
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ ทองงาม
ปีการศึกษา	2563

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของข้อมูลไปใช้ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถพิจารณาได้ว่าแหล่งข้อมูลบนสื่อออนไลน์มีความน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใดก่อนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์มาใช้งาน โดยงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่ใช้งานเว็บบอร์ดความงามเว็บไซต์พันทิปดอทคอม จำนวน 400 คน

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในด้านต่าง ๆ กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

ผลการศึกษาพบว่า พบว่า ผู้ใช้งานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ย 10,001 – 20,000 บาท ใช้งาน 1 - 2 วัน ใช้ระยะเวลา น้อยกว่า 1 ชั่วโมง ใช้บริการมานาน น้อยกว่า 1 ปี มีสถานะเป็นขจร วัตถุประสงค์เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล เท่านั้น โดยปัจจัยด้านอายุ การศึกษา อาชีพและรายได้ มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร ส่วนปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้ข้อมูลพบว่าระยะเวลาในการใช้งานและใช้บริการมานานเท่าใด มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร ปัจจัยด้านทัศนคติต่อประสบการณ์และข้อมูลผู้นำเสนอบนเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในทุกด้าน ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง ปัจจัยด้านรูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในทุกด้าน ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง และเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

ABSTRACT

Title	Credibility of information on www.pantip.com influencing the decision purchasing of product : case study webboard beauty
Author	Kamonpan Homchuangsub
Degree	Master of Science (Information Technology Management)
Advisor	Assistant Professor Dr.Suthep Tongngam
Year	2020

The objective of this independent study is to study the factors relating to evaluating credibility of information on www.pantip.com webboard beauty with the criteria used to evaluating credibility of information and study the relationship between credibility of information influencing the decision purchasing of product. To users to determine how credible the online resources are before decision purchasing a product. This research is Quantitative research. Sample is user on www.pantip.com webboard beauty caster 400 people.

Research methodology: Online survey questionnaire was distributed as a tool to collect data. Descriptive statistics and Inferential Statistics, Correlation coefficient were used to the relationship between factors with the criteria used to evaluating credibility of information.

The study finds that most of the users are female, Bachelor's degree, average income 10,001 - 20,000 baht, access to website for 1 - 2 days, takes to website less than 1 hour, used the service for less than 1 year, status is walk-in user and the objective is to follow / read / find information only. That gender education career and salary are statistically correlated with evaluating credibility of information. Meanwhile, use behavior that time of use and lifetime are statistically correlated with evaluating credibility of information. That attitude, experience and presenter's profile on www.pantip.com webboard beauty are statistically correlated with evaluating credibility of information in all aspects and had the relation of the high level. Presentation of Information on www.pantip.com webboard beauty are statistically correlated with evaluating credibility of information in all aspects and had the relation of the high level. The criteria used to evaluating credibility of information are statistically correlated to influencing the decision purchasing of product and had the relation of the moderate level.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ ทองงาม อาจารย์ที่
ปรึกษางานวิจัยได้กรุณาให้ความรู้ คำปรึกษา คำแนะนำ ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่
เป็นอย่างยิ่ง รวมถึงอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนาสัย สุคนธ์พันธุ์ ที่ให้คำแนะนำ ชี้แนะ
สามารถนำไปปรับใช้ ข้าพเจ้าจึงใคร่ขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ทั้งสองไว้เป็นอย่างสูง ณ ที่นี้

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้ให้ข้อมูลต่าง ๆ ทั้งในเว็บบอร์ดความงาม เซ็บไซด์พันทิป
ดอทคอม เพจเฟซบุ๊คห้องโตะเครื่องแป้งพันทิปดอทคอม และห้องความงามกระทู้พันทิปดอทคอม จนทำให้การ
ค้นคว้าอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ข้าพเจ้าจึงขอขอบคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณครอบครัวของข้าพเจ้า ที่ให้การสนับสนุนในด้านการศึกษา ให้คำปรึกษาในเรื่องต่าง ๆ รวมทั้ง
เป็นกำลังใจที่ยิ่งใหญ่ของข้าพเจ้าด้วยดีเสมอมา

ข้าพเจ้าหวังอย่างยิ่งว่า คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าฉบับนี้ ผู้ศึกษาค้นคว้าขอมอบ
ความดีให้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

กมลพรรณ หอมช่วงทรัพย์

กุมภาพันธ์ 2564

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ	ก
ABSTRACT	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
บทที่ 1	1
ที่มาและความสำคัญ	1
ปัญหาวิจัย	2
วัตถุประสงค์	2
ขอบเขตการวิจัย	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2	5
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Social Demographic Approach)	5
แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น	6
แนวคิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Approach)	7
ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking Theory)	8
ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร (Information Exposure Theory)	9
ทฤษฎีความน่าเชื่อถือ (Credibility)	10
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
สมมติฐาน	13
กรอบแนวคิดวิจัย	13
บทที่ 3	15
วิธีดำเนินการวิจัย	15
ประชากรที่ใช้ในการศึกษา	15

กลุ่มตัวอย่าง	15
วิธีการเลือกตัวอย่าง	16
การตรวจสอบเครื่องมือ	16
การวิเคราะห์ข้อมูล	17
บทที่ 4	22
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	22
ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ	23
บทที่ 5	56
สรุปผลการวิจัย	56
อภิปรายผลการวิจัย	57
ข้อเสนอแนะ	58
References	59
ภาคผนวก	60
ตัวอย่างแบบสอบถาม	60
ประวัติผู้เขียน	65

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้	23
ตารางที่ 2 ร้อยละของพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสาร	25
ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายทัศนคติต่อประสบการณ์และข้อมูลผู้นำเสนอในเว็บ บอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม	27
ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมาย รูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม.....	29
ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมาย เกณฑ์ที่ใช้ประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	29
ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมาย เกณฑ์ที่ใช้ประเมินการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์	30
ตารางที่ 7 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	31
ตารางที่ 8 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	32
ตารางที่ 9 เปรียบเทียบความสัมพันธ์รายคู่ระหว่างอายุกับเกณฑ์ด้านความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้, ความทันสมัยของเนื้อหา กระทู้ และ ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตามของกระทู้.....	33
ตารางที่ 10 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร.....	34
ตารางที่ 11 เปรียบเทียบความสัมพันธ์รายคู่ระหว่างการศึกษากับเกณฑ์ด้านความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้และ การมีแหล่ง อ้างอิงทางการ	36
ตารางที่ 12 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	37
ตารางที่ 13 เปรียบเทียบความสัมพันธ์รายคู่ระหว่างอาชีพกับเกณฑ์ด้านความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้, ความมีวุฒิของผู้ตั้ง กระทู้, ความมีทักษะด้านการเขียนและถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้, การมีแหล่งอ้างอิงทางการ, เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ, ลักษณะน่า อ่าน น่าติดตามของกระทู้	38
ตารางที่ 14 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	40
ตารางที่ 15 เปรียบเทียบความสัมพันธ์รายคู่ระหว่างรายได้กับเกณฑ์ด้านการมีแหล่งอ้างอิงทางการ	42
ตารางที่ 16 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้งานกับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล ข่าวสาร	43
ตารางที่ 17 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการใช้งานกับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล ข่าวสาร	44
ตารางที่ 18 เปรียบเทียบความสัมพันธ์รายคู่ระหว่างระยะเวลาในการใช้งานกับเกณฑ์ด้านความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้, ความมีวุฒิของผู้ตั้งกระทู้, ความมีทักษะด้านการเขียนและถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้ และ เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ	45
ตารางที่ 19 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างใช้บริการมานานเท่าใดกับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล ข่าวสาร	47

ตารางที่ 20 เปรียบเทียบความสัมพันธ์รายคู่ระหว่างด้านใช้บริการมานานเท่าใดกับเกณฑ์ด้านความมีทักษะด้านการเขียนและถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้, เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ, การเคารพในความคิดของผู้อื่นหรือผู้ตอบกระทู้, ความทันสมัยของเนื้อหากระทู้ และ ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตามของก	48
ตารางที่ 21 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างสถานะการเข้าใช้งานกับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร ..	50
ตารางที่ 22 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ในการใช้งานกับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	51
ตารางที่ 23 ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Correlation ในด้านทัศนคติต่อประสบการณ์และข้อมูลผู้นำเสนอ, รูปแบบการนำเสนอข้อมูล, เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือ และ การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์.....	53
ตารางที่ 24 ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Correlation ของแต่ละปัจจัยย่อยในด้านทัศนคติต่อประสบการณ์และข้อมูลผู้นำเสนอกับเกณฑ์ในแต่ละข้อที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร.....	54
ตารางที่ 25 ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Correlation ของแต่ละปัจจัยย่อยในด้านรูปแบบการนำเสนอข้อมูลกับเกณฑ์ในแต่ละข้อที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	55

บทที่ 1

ที่มาและความสำคัญ

ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีบทบาทและมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของคนเราเป็นอย่างมาก เพราะทำให้วิถีชีวิตเราทันสมัยและทันเหตุการณ์อยู่เสมอ เนื่องจากอินเทอร์เน็ตจะมีการเสนอข้อมูลข่าวสารปัจจุบัน และสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้ผู้รับทราบเปลี่ยนแปลงไปทุกวัน อีกทั้งยังมีความสำคัญกับวิถีชีวิตของคนเราในปัจจุบันเป็นอย่างมากในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นบุคคลที่อยู่ในการศึกษา หรือวงการธุรกิจต่างก็ได้รับประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตด้วยกันทั้งนั้น ยิ่งวงการธุรกิจในปัจจุบันมีการใช้อินเทอร์เน็ตกับงานธุรกิจพาณิชย์มากขึ้น ช่วยให้สามารถตัดสินใจซื้อขายสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็วและสะดวก นับว่าเป็นตลาดที่กว้างขวางและมีประสิทธิภาพในการติดต่อซื้อสินค้าและบริการ เพราะคนเราสมัยนี้นิยมความสะดวกสบายและรวดเร็วทันใจ ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดบนโลกก็ตามก็สามารถเปิดเว็บไซต์เพื่อเลือกสินค้าหรือหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ หรือแม้กระทั่งปรึกษาก็ได้

Google ประเทศไทย ร่วมกับบริษัทวิจัยการตลาด Kantar TNS (2563: ออนไลน์) สำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคเวลาซื้อสินค้าของใช้ทั่วไป ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตค้นหาข้อมูลสินค้าที่จะซื้อ และกลุ่มครัวเรือนที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตมีศักยภาพช่วยเพิ่มมูลค่าการตลาดของสินค้าอุปโภคบริโภคได้ ในการวิจัยสำรวจ 4,000 ครัวเรือนพบว่า 2,360 ครัวเรือน (ในช่วงปี 2015-2016) มีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต คิดเป็น 59% ในกลุ่มนี้มีการใช้จ่ายซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคในราคาต่อผลิตภัณฑ์สูงกว่ากลุ่มครัวเรือนที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต 1.24 เท่า โดยเฉพาะผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในต่างจังหวัดมีกำลังซื้อสูง ผู้บริโภคส่วนใหญ่ 85% (ในกลุ่มครัวเรือนที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ต) ใช้ออนไลน์ค้นหาข้อมูลและประกอบการตัดสินใจซื้อ โดยพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลของผู้บริโภคก่อนซื้อสินค้า 59% ทำผ่านมือถือ โดยแบ่งเป็น ค้นหาข้อมูล ณ จุดขาย 42% ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม 73% ค้นหาข้อมูลเบื้องต้น 49% Google ระบุเพิ่มเติมว่าคอนเทนต์วิดีโอส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค 95% ของผู้ให้การสำรวจบอกว่า วิดีโอช่วยให้เกิดความคิดบวกต่อแบรนด์ 59% ระบุว่าจะใช้วิดีโอในการเทียบเคียงคุณภาพสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อ

จากการศึกษา พบว่าเว็บไซต์ที่เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมมากที่สุดในประเทศไทยคือเว็บไซต์พันทิปดอทคอม ซึ่งเป็นเว็บไซต์ด้านผู้ให้บริการเว็บบอร์ดสาธารณะบนอินเทอร์เน็ตและมีความแตกต่างจากเว็บไซต์อื่น ๆ ในแง่ของปริมาณการโต้ตอบ จำนวนการแสดงความคิดเห็นต่อกระทู้บนเว็บบอร์ด โดยเว็บบอร์ดของเว็บไซต์พันทิปดอทคอมเป็นแหล่งรวบรวมประเด็นอภิปรายต่าง ๆ ที่ผู้ใช้จะนำมาโพสต์ลงไว้ ด้วยลักษณะของเว็บบอร์ดที่เป็นสาธารณะ จึงเปิดโอกาสให้ทุกคนได้มาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องที่ตนสนใจได้อย่างเสรี และสามารถเข้าไปสื่อสารแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเฉพาะกลุ่มที่ตนเองสนใจได้ และจากการใช้งานของเว็บไซต์พันทิปนั้นผู้ที่ป็นสมาชิก จะต้องทำสำเนาบัตรประชาชนส่งไปยังเจ้าหน้าที่ดูแลเว็บไซต์ เพื่อเป็นการยืนยันตัวตนของผู้ใช้งานที่สามารถตั้งกระทู้หรือตอบกระทู้ได้ (ริโซติกุล, 2544)

จะเห็นได้ว่า ปัญหาด้านความน่าเชื่อถือของข้อมูลเป็นปัญหาที่มีความสำคัญสำหรับผู้ที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต ดังนั้นการศึกษาเรื่องความน่าเชื่อถือจึงเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากเว็บไซต์ในปัจจุบันมีการดำเนินงานตลอด 24 ชั่วโมง

ทำให้มีข้อมูลต่าง ๆ เกิดขึ้นตลอดเวลาและมีจำนวนมาก ซึ่งอาจก่อให้เกิดความผิดพลาดได้ง่าย การที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถพิจารณาได้ว่าแหล่งข้อมูลบนสื่อออนไลน์ใดมีความน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใด ก็จะทำให้ผู้ใช้พิจารณาความน่าเชื่อถือข้อมูลบนเว็บบอร์ดนั้น ๆ ได้ง่ายขึ้น

เมื่อคนส่วนใหญ่เลือกที่จะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ตนเองสนใจจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์หลักของผลิตภัณฑ์นั้น วารสาร รวมถึงเว็บไซต์รีวิวสินค้าต่าง ๆ เป็นต้น โดยแหล่งข้อมูลที่เป็นที่นิยมมักจะเป็นแหล่งข้อมูลที่สามารถโต้ตอบ หรือผู้ใช้สามารถสอบถามในหลาย ๆ ประเด็นได้ ทำให้เว็บไซต์ที่มีเว็บบอร์ดหรือกระดานสนทนาเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญ เนื่องจากสามารถโต้ตอบกับผู้ที่มาให้ข้อมูลหรือผู้ที่มีประสบการณ์จริงได้อีกทั้งยังมีการรีวิวผลิตภัณฑ์และมีบทวิจารณ์มาให้อ่านเพื่อการตัดสินใจก่อนซื้อ และยังสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างบุคคลอื่น ๆ ได้อีก ทำให้เกิดเป็นสังคมออนไลน์ขึ้น นอกจากนี้จะทำหน้าที่ให้ข้อมูลและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นแล้ว ก็ยังเป็นการเตือนภัยเกี่ยวกับข้อเสียของผลิตภัณฑ์จากการใช้งานจริงและปัญหาที่พบอื่น ๆ อีกด้วย ซึ่งถือได้ว่าเว็บบอร์ดเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จากที่กล่าวข้างต้นแล้วว่า ข้อมูลในอินเทอร์เน็ตมีทั้งที่น่าเชื่อถือและไม่น่าเชื่อถือ ข้อมูลบนเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอมก็เช่นกัน จึงเกิดคำถามว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

ปัญหาวิจัย

1. ผู้ใช้งาน ประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลบนเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม โดยให้ความสำคัญกับประเด็นอะไรบ้าง ในลักษณะใด
2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอมมีอะไรบ้าง และแสดงความสัมพันธ์ในลักษณะใด
3. ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ในลักษณะใด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาประเด็นและลักษณะของการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในเว็บบอร์ด ความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอมโดยผู้ใช้
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของข้อมูลไปใช้ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

ขอบเขตการวิจัย

1. การวิจัยนี้ใช้ระเบียบการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์ และสรุปผล โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้งานเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม

2. ทำการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง ช่วงเดือน พฤศจิกายน - ธันวาคม 2563

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบข้อมูลของผู้ใช้เว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม ลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการใช้ข้อมูล ปัจจัยที่ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม
2. ผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางให้หน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกำหนดมาตรฐานหรือนำไปประยุกต์ใช้เพื่อควบคุมปัจจัยที่ลดความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร และเพื่อส่งเสริมหรือพัฒนาปรับปรุงเว็บบอร์ดให้มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น
3. ผลการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์เชิงวิชาการและเป็นแนวทางสำหรับผู้วิจัยหรือผู้ที่สนใจศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในสื่อต่าง ๆ

นิยามศัพท์

การแนะนำผลิตภัณฑ์ หมายถึง ข้อมูลที่ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รายละเอียดผลิตภัณฑ์ การใช้ งานผลิตภัณฑ์ การวิจารณ์ผลิตภัณฑ์ถึงข้อดีข้อเสีย รวมถึงการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ตามการใช้งานจริง

เว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม หมายถึง บริการกระดานสนทนาอิเล็กทรอนิกส์ของเว็บไซต์ พันทิปดอทคอม หรือที่นิยมเรียกกันว่า โต๊ะเครื่องแป้ง จะให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ด้านความงาม มีการวิจารณ์ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ การแสดงความคิดเห็น การแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์จากการใช้ผลิตภัณฑ์ ข้อมูลโฆษณาเชิง ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ บทความแนะนำเกี่ยวกับความงามต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบข้อความ เสียง ภาพนิ่ง และ ภาพเคลื่อนไหว โดยผู้ใช้สามารถเข้าไปอ่าน ตอบ หรือตั้งกระทู้ประเด็นในการสนทนาได้แบบสาธารณะ

ผู้ใช้เว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม หมายถึง ผู้ที่ตั้งกระทู้ ติดตามอ่านข้อมูลข่าวสาร หา ข้อมูล หรือส่งข้อความคำถามขอคำแนะนำ รวมถึงโพสต์แสดงความคิดเห็น วิจารณ์ แนะนำผลิตภัณฑ์บนเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง เพศ ระดับการศึกษา รายได้ของผู้ใช้เว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์ พันทิปดอทคอม

พฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสาร หมายถึง ความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้ รูปแบบในการใช้ สถานะของผู้ใช้ และวัตถุประสงค์ในการใช้เว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม

คุณภาพของข้อมูล หมายถึง คุณภาพของข้อมูล โดยข้อมูลสารสนเทศต้องมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ ครบถ้วน สมบูรณ์ ถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือ โดยข้อมูลสารสนเทศที่น่าเสนอ สื่อความหมายง่ายต่อการเข้าใจ (Tam, 2016) ต่อผู้ใช้เว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม

ปัจจัยที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารผู้ใช้เว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิป ดอทคอม ประกอบด้วย 9 ข้อ ดังนี้

1. ความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้
2. ความมีวุฒิของผู้ตั้งกระทู้
3. ความมีทักษะด้านการเขียนและถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้
4. การมีแหล่งอ้างอิงทางการ
5. เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ
6. การเคารพในความคิดของผู้อื่นหรือผู้ตอบกระทู้
7. ความทันสมัยของเนื้อหากระทู้
8. ลักษณะร่าอ่าน น่าติดตามของกระทู้
9. ความกระตือรือร้นและความรวดเร็วในการตอบกระทู้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากข้อสมมติฐานในการวิจัยเรื่อง “ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์พันทิปดอทคอมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา:เว็บไซต์ความงาม” ผู้วิจัยได้มีการนำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบในการศึกษาวิจัย เป็นการสนับสนุนและสร้างความชัดเจนในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะทางสังคมประชากรศาสตร์ (Social Demographic Approach)
2. แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น (Opinion) และทัศนคติ (Attitude)
3. แนวคิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory)
4. ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking Theory)
- 5.. ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร (Information Exposure Theory)
6. ทฤษฎีความน่าเชื่อถือ (Credibility)
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Social Demographic Approach)

การศึกษาค้นคว้าวิจัยได้รวบรวมข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ เพื่อทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการรับสาร โดยมุ่งศึกษากลุ่มผู้รับสารเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความหลากหลาย และต้องวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร เพื่อดูความสัมพันธ์ต่าง ๆ โดยทางด้านประชากรศาสตร์ที่จะศึกษาผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลาย ๆ ด้าน โดยเฉพาะลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics) ซึ่งผู้รับข่าวสารที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมความสนใจในการรับข่าวสารแตกต่างกัน สอดคล้องกับ (กาญจนทวี, 2542) กล่าวว่าในสังคมทั่ว ๆ ไปมักจะกำหนดให้บุคคลที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. อายุ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรมโดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อยมักจะแสวงหาข่าวสารเบา ๆ เพื่อความบันเทิงทำให้ทัศนคติความรู้สึกนึกคิด และมีพฤติกรรมแตกต่างกันตามไปด้วย คนที่มีอายุมาก มักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง ดังนั้นลักษณะการใช้สื่อมวลชนจึงแตกต่างกันไปด้วย

นอกจากนี้ อายุยังเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจ การวิจัยทางจิตวิทยาพบว่า เมื่อคนมีอายุมากขึ้นโอกาสที่จะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจจะน้อยลง เนื่องจากคนอายุน้อยมักมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ ใจร้อน และมองโลกในแง่ดี ในขณะที่คนอายุมากมักมีความคิดอนุรักษนิยม ยึดถือการปฏิบัติ มีความระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายมากกว่า ดังนั้นจึงไม่อาจคาดหวังให้ข่าวสารที่มุ่งสู่ผู้ใหญ่ที่มีอายุมากบรรลุผลในการเปลี่ยนแปลง ทัศนคติ หรือ พฤติกรรมได้อย่างมากมาย ซึ่งต่างจากคนที่มีอายุน้อยกว่า เช่น วัยรุ่นที่ยังไม่มีการพัฒนาโครงสร้างของทัศนคติให้แข็งแกร่งพอ ข่าวสารใหม่ที่ส่งเข้าไปอาจจะทำให้วงจรรอบในการอ้างอิง

เกิดความสมบูรณ์ขึ้น หรือมีฉะนั้นก็อาจจะสร้างวงกรอบใหม่ในเรื่องที่เขายังไม่คุ้นเคย ทั้งนี้ เป็นที่ยอมรับว่าบุคคลที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ โดยอาจจะไม่ได้ ขึ้นอยู่กับความหนุ่มสาว แต่ขึ้นอยู่กับความแตกต่างของประสบการณ์ที่บุคคลได้รับมา และกลุ่มที่ บุคคลผูกสัมพันธ์ด้วย รวมทั้งสภาพและชนิดของโครงสร้างทัศนคติ และการดำเนินกรรมวิธีเกี่ยวกับข่าวสารที่บุคคลแต่ละคนมีอยู่ (ศุภลักษณ์ หนูนภักดิ์ เลขาทองดี, 2546 : 37-38)

2. เพศ ในหลายงานวิจัยจะพบว่าผู้หญิงและผู้ชายมีความแตกต่างกันมากทั้งทางความคิด ค่านิยม และทัศนคติ รวมถึงพฤติกรรม ตลอดจนการตัดสินใจยอมรับสิ่งต่าง ๆ โดยเพศหญิงมีแนวโน้มและความต้องการที่จะส่งและ รับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียง อย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดจากการรับข่าวสารนั้น ด้วย (กฤติยา จารุศักดิ์เสถียร, 2545 : 17) นอกจากนี้การสนใจผู้หญิงทำได้ง่ายกว่าการสนใจผู้ชาย และผู้ชายยังใช้เหตุผล และจดจำข่าวได้มากกว่าผู้หญิง (สตะเวทิน, 2546)

3. การศึกษา เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความรู้กว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย และมักใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนซึ่งมีการศึกษาน้อยกว่า จะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อประเภทอื่น (สตะเวทิน, 2546)

4. สถานทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม เป้าหมายและพฤติกรรมที่ต่างกัน ผู้ที่มีรายได้สูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากและมักใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหรือเรื่องราวต่าง ๆ เช่น อ่าน ดู หรือฟังเรื่องการเมือง ปัญหาสังคมและเศรษฐกิจ เป็นต้น โดยรายได้เป็นตัวแปรที่นำมาใช้อธิบายพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลได้ใกล้เคียงตัวแปรระดับการศึกษา เพราะเป็นตัวแปรที่มี บทบาทใกล้เคียงกันและมีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงมาก กล่าวคือ ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีรายได้สูง มักจะมีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดีตามไปด้วย คนกลุ่มนี้จึงมักถูกผลักดันให้เรียนรู้หาข้อมูลข่าวสาร ต่าง ๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ การเปิดรับสื่อจึงจำเป็นสำหรับผู้รับสารกลุ่มนี้มากกว่ากลุ่มคนที่ มีระดับการศึกษาน้อยซึ่งมักมีรายได้น้อยถึงปานกลาง (เบญจรงค์กิจ, 2542) และอาชีพเป็นอีกตัวแปรหนึ่งที่กำหนดสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม คนที่มีอาชีพที่แตกต่างกันย่อมมีแนวความคิด อุดมการณ์ การมองโลก และมีค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกัน และอาชีพยังเป็นตัวกำหนดเวลาและสถานที่ที่ใช้สื่อของบุคคล การใช้สื่อของคนที่มีอาชีพแตกต่างกันจึงมีลักษณะที่แตกต่างไป

แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

(ฉัตรศิริมงคล, 2540) กล่าวว่าความคิดเห็น (Opinion) กับทัศนคติ(Attitude) มักจะถูกใช้สลับกันได้เสมอ ทัศนคติจะหมายถึง ความพยายามที่จะทำสิ่งเกี่ยวข้องกับอย่างมากกับอุปนิสัยและพฤติกรรม ส่วนความคิดเห็นเป็นเพียงคำพูดและเครื่องหมาย แต่ทุกคราวที่พูดถึงการทดสอบทัศนคติ มักจะเผยถึงความคิดเห็นด้วย

ความคิดเห็นตามความหมายของพจนานุกรมทางด้านสังคมวิทยาฉบับราชบัณฑิตยสถาน(2524) ได้ให้ความหมายว่า เป็นจริงจากการใช้ปัญญาความคิดประกอบถึงแม้จะไม่ได้อาศัยหลักฐานพิสูจน์ยืนยันได้เสมอไป

จากคำนิยามของนักวิชาการหลายท่าน สามารถสรุปได้ว่า ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกซึ่ง วิจารณ์ทางด้านความเชื่อ และความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเกิดจากการประเมิน โดยอาศัยข้อเท็จจริง พื้นฐานความรู้ ประสบการณ์ และความรู้สึกที่มีต่อสิ่งนั้น

ทัศนคติ เป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญมากทาง จิตวิทยาสังคม และการสื่อสารรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติ จึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่า ชอบหรือไม่ชอบ ถึงลักษณะสำคัญของทัศนคติ 4 ประการ คือ

1. ทัศนคติเป็นสภาวะก่อนที่พฤติกรรมได้ตอบ (Predisposition to Respond) ต่อเหตุการณ์หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะ
2. ทัศนคติจะมีความคงตัวอยู่ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง (Predisposition overtime) แต่ก็มิได้หมายความว่า จะไม่มีการเปลี่ยนแปลง
3. ทัศนคติเป็นตัวแปรแฝง ที่จะนำไปสู่ความสอดคล้องระหว่างพฤติกรรมกับความรู้สึกนึกคิด ไม่ว่าจะ เป็นไปในรูปแบบของการแสดงออกโดยวาจาหรือเป็นการแสดงความรู้สึก ตลอดจนการที่จะต้องเผชิญหรือ หลีกเลี่ยงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
4. ทัศนคติมีคุณสมบัติของแรงจูงใจ ในอันที่จะทำให้บุคคลประเมินผลและเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่ง หมายความว่าไปถึงการกำหนดทิศทางของพฤติกรรมจริงด้วย

โดยการวิจัยครั้งนี้ ในส่วนของการวัดความคิดเห็นที่มีต่อข่าวสารในเว็บบอร์ดความงามของเว็บไซต์พันทิป ดอทคอม ผู้วิจัยได้ทำการวัดความคิดเห็นโดยยึดตามแนวคิดที่ว่า ความคิดเห็นเกิดจากการประเมินหรือความเชื่อ และความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใด สิ่งหนึ่ง โดยกำหนดคำถามในลักษณะสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อความ น่าเชื่อถือของข้อมูล ข่าวสารในเว็บบอร์ดความงาม ของเว็บไซต์พันทิปดอทคอม ทั้งในแง่ผู้ส่งสารหรือคนตั้งกระทู้ และในฐานะผู้รับสารหรือคนที่อ่านกระทู้เท่านั้น

แนวคิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Approach)

เอกลักษณ์เด่นของการวิเคราะห์การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร คือ นักทฤษฎีจะมอง บุคคลเป็นฝ่ายรุก (Active) หรือเป็นผู้กระทำมากกว่าที่จะเป็นฝ่ายรับ (Passive) หรือ ผู้ถูกกระทำ เนื่องจากผู้ฟัง/ ผู้ชมสามารถตรวจสอบและประเมินผลสื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุ เป้าหมายทางการสื่อสารและแนวคิดนี้มักไม่ นิยมเรียกผู้รับสารว่า “Audience/Receiver” แต่มักจะเรียกว่า “Users” อันมีนัยยะว่าผู้รับสารนั้นเป็นฝ่ายกระทำ

กระบวนการสื่อสาร คือ ผู้ใช้จะเป็นผู้เลือกรับสื่อและสาร และมีบทบาทอย่างกระตือรือร้นในการที่จะใช้ ประโยชน์จากเนื้อหาของสื่อมากกว่าที่จะเป็นฝ่ายรองรับหรือตั้งรับจากสื่อเพียงอย่างเดียว (กาญจนาทวี, 2542) เพราะฉะนั้น ความสัมพันธ์ตามแนวคิดนี้จึงไม่ใช่ความสัมพันธ์ที่มีทิศทางจากเนื้อหาข่าวสาร (Message) ไปสู่ผล

(Effect) แต่เป็นความสัมพันธ์ในลักษณะที่ว่า ผู้รับสารนำสารไปใช้ประโยชน์ (Usage) เพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจ หรือผลลัพธ์เฉพาะตน

บาบารา เคย์ และ ธอมัส จอห์นสัน (Johnson, 1998) กล่าวว่า การเติบโตของอินเทอร์เน็ตช่วยฟื้นฟูพฤติกรรมการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีอยู่เดิม เนื่องจากนักวิชาการทั้งหลายก้าวข้ามจากความสนใจศึกษาว่าใครใช้อินเทอร์เน็ตไปสู่ความสนใจว่าคนใช้อินเทอร์เน็ตกันอย่างไร

จอห์น ดิมมิก ยาน เซ็ง และ ชวน ลี มีข้อสังเกตว่า แม้ อินเทอร์เน็ตจะจัดว่าเป็นสื่อที่ค่อนข้างใหม่ แต่ อินเทอร์เน็ตที่มีคุณสมบัติที่เข้าช้อนกับสื่อเก่าถ้าพิจารณาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ประชาชนก็ค้นหาข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตเหมือนกับสื่อดั้งเดิม ซึ่งการศึกษาของ Dimmick และคณะเป็นข้อยืนยันว่า พฤติกรรมการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจยังสามารถใช้ได้กับสื่อใหม่อีกด้วย

ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking Theory)

การแสวงหาข่าวสาร คือ การที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งกระทำในสิ่งหนึ่งเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูล ข่าวสารที่จะสนองตอบความต้องการของตน อันเนื่องมาจากการที่บุคคลนั้นต้องการรู้ ศึกษา และ วิเคราะห์ในประเด็นหนึ่ง และพบว่าความรู้ที่ตนมีอยู่ไม่เพียงพอ จึงทำการศึกษาเพื่อเพิ่มเติม ความรู้ดังกล่าวด้วยการแสวงหา (Krikelas, 1983)

ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking Theory) มีเนื้อหาสำคัญว่า เนื่องจาก สังคมมีข่าวสารที่ผลิตขึ้นมา และเผยแพร่ออกสู่สาธารณชนในรูปแบบต่าง ๆ มากมาย จนกลายเป็น เรื่องที่ยุ่งยากต่อผู้รับสารในการค้นหาข่าวสารให้ตรงกับความต้องการของตนเองในการแสวงหา ข่าวสารของบุคคล สิ่งที่เป็นจำเป็นของการค้นหาข่าวสาร คือ แหล่งของข่าวสาร (Chen & Hemon, 1982) ได้แบ่งประเภทของแหล่งข่าวสารไว้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มบุคคล ได้แก่ เพื่อน ญาติ หรือบุคคลใกล้ชิด เป็นต้น ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่เกิดขึ้นจากความคิด และประสบการณ์ของแต่ละปัจเจกบุคคล
2. กลุ่มสถาบัน ได้แก่ โรงเรียน ห้องสมุด ศาสนา บริษัท ห้างร้านในวงธุรกิจหรือรัฐบาล
3. สื่อ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือ สื่อรูปแบบสื่ออื่น ๆ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การแสวงหาข่าวสารนั้น นอกจากจะเพื่อสนับสนุนทัศนคติ หรือ ความคิด และความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ทางอื่น ๆ อีก เช่น เพื่อให้มีความรู้ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อสนองตอบความ สนใจส่วนบุคคล และเพื่อความบันเทิงใจ

ปัจจุบันในยุคสังคมสารสนเทศ สื่อมวลชนไม่ใช่ทางเลือกเดียวในการแสวงหาข่าวสาร ใน โลกที่มีความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่ทันสมัยนี้ สื่อสมัยใหม่ โดยเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ตได้เข้ามามี บทบาทที่สำคัญในการแสวงหาข่าวสาร นอกเหนือจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนแบบเดิม ในที่นี้รวมถึงการแสวงหาข่าวสารความงามด้วยเช่นกัน ซึ่งการเลือกช่องทางใดเป็นสื่อกลางใน การแสวงหาข่าวสารนั้นขึ้นอยู่กับความยากง่ายในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ข้อจำกัดและอุปสรรค ในการเลือกช่องทางต่าง ๆ ในการสื่อสารนั่นเอง

ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร (Information Exposure Theory)

ข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญต่อมนุษย์ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ซึ่งกันและกัน และใช้ข่าวสารเป็นเครื่องมือในการสนทนาในชีวิตประจำวันเป็นข้อมูลในการวางแผนประกอบการตัดสินใจ เมื่อเกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมปัจจุบันเป็นสังคมข่าวสาร (The Information Society) ในยุคข่าวสาร (The Information Age) การที่ผู้รับสารจะเลือกใช้สื่ออย่างไร นั้น Levy and Windahl (กาญจนทวี, 2542) ได้แบ่งประเภทของผู้รับสาร ตามวัตถุประสงค์ในการเลือกใช้สื่อไว้ 3 ประเภท คือ

1. Preactivity ผู้รับสารกลุ่มนี้เป็นพวกที่เลือกสื่อเพื่อสนองความต้องการด้านข่าวสารข้อมูลและใช้ข่าวสารในการพัฒนาความคิดของตน

2. Duractivity ผู้รับสารกลุ่มนี้เลือกใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการทางด้านอารมณ์

3. Postactivity ผู้รับสารกลุ่มนี้เลือกใช้สื่อเพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางด้านสังคม มีการนำสารที่ได้รับไปใช้เพื่อสร้างค่านิยม และสร้างคุณค่าให้กับตนเองและครอบครัว

Wilbur Schramm (1973) ได้แยกองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับสาร ได้แก่

1. ประสบการณ์ ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกันออกไปตามประสบการณ์ของตน

2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง

3. ภูมิหลัง ผู้รับสารที่มีภูมิหลังแตกต่างกันจะให้ความสนใจต่อเนื้อหาสารต่างกัน

4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสารที่ต่างกัน

5. ความสามารถในการรับสาร เป็นเรื่องเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจของผู้รับสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสารของบุคคลแตกต่างกัน

6. บุคลิกภาพ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร

7. สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร สภาพทางอารมณ์อาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของสาร

8. ทัศนคติ เป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและการตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่เปิดรับ

สำหรับทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับข่าวสารที่นำมาใช้ คือ ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการ ในการเลือกรับสาร (Selectivity Process) ของ โจเซฟ แคลปเปอร์ (Klapper, 1960) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกรับสารของมนุษย์ว่า ในการสื่อสารนั้น การเลือกของเรามี 4 ลักษณะ ซึ่งแต่ละลักษณะ จะมีความเกี่ยวข้องกันเป็นขั้นตอน ดังนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure)

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention)

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation)

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention)

ทั้งนี้ การเปิดรับสารหรืออีกนัยหนึ่ง เป็นพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้รับสารซึ่งในที่นี้ก็คือ พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ความงาม รวมทั้งจุดประสงค์ในการใช้สื่อประเภทนี้ เป็นที่มาของ ประสบการณ์ความเชื่อต่าง ๆ และก็โยนไปสู่ความรู้สึกไว้วางใจในตัวผู้ส่งสารและผู้ให้บริการเว็บไซต์ด้วย โดยการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสารจะได้นำไปพิจารณาในส่วนพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ความงาม และแนวคิดการวัดพฤติกรรม的开รับสื่อมาเป็นดัชนีใน การวัดพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ความงามของเว็บไซต์พันทิปดอทคอม

ทฤษฎีความน่าเชื่อถือ (Credibility)

ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ถือเป็นตัวแปรที่มีการศึกษาในเรื่องของการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ เนื่องจากเชื่อว่า การสื่อสารจะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงไร มาจากความน่าเชื่อถือ ของผู้ส่งสารเป็นสำคัญ

เบอร์โกล เลเมอร์ต และเมทซ์ (Berto, Lement and Mertz, 1996) ได้พัฒนาการวิจัยด้านความ น่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร และวิเคราะห์องค์ประกอบที่ผู้รับสารมักจะใช้ในการตัดสินใจความน่าเชื่อถือ ของผู้ส่งสาร 3 ประการ ได้แก่ 1. ปัจจัยที่สร้างความอบอุ่นใจ (Safety Factor) 2. ปัจจัยที่เป็นคุณสมบัติของผู้ส่งสาร (Qualification Factor) 3. ปัจจัยด้านพลวัตรของผู้ส่งสาร (Dynamism Factor)

งานวิจัยอื่น ๆ ยังพบว่าความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารเกิดจากความไว้วางใจได้ (Trustworthiness) ความสามารถ (Competence) และความเป็นกลาง (Objective) (Lumsden & Lumsden, 2003) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ความสามารถ (Competence) คือการรับรู้ว่าคุณมีความชำนาญ (Expertise) มีคุณวุฒิ (Qualification) มีอำนาจ (Authoritativeness) และมีทักษะ (Skill)
2. ความเป็นกลาง (Objectivity) คือการมีความรู้ความชำนาญอย่างแท้จริงในเรื่องที่พูด (Good Sense) รับรู้ว่าคุณคล่องเหตุการณ์ในทุกแง่มุม ปราศจากอคติ เคารพความคิดเห็นของ ผู้อื่น มีเหตุผลและหลักฐานสนับสนุน รวมทั้งการประเมินอย่างยุติธรรมก่อนตัดสินใจเข้าข้างฝ่าย ใดฝ่ายหนึ่ง
3. ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) เกิดจากการรับรู้ว่าคุณมีความสม่ำเสมอ (Consistent) ซื่อสัตย์ (Honest Behavior) ความตั้งใจจริง (Well Intentioned) ความมีสัจจะ (Truthful) ความไม่ลำเอียง (Unbiased) ความไว้วางใจได้จึงย่อมบ่งบอกถึงความดีงามและมี จรรยาบรรณของผู้ส่งสาร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บงกชรัตน์ พบถาวร (2558) ได้ศึกษา “อิทธิพลของคุณภาพของข้อคิดเห็นและความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อคิดเห็นบนเว็บไซต์ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการนำข้อมูลจากข้อคิดเห็นเหล่านั้นไปใช้เลือกซื้อสินค้าหรือบริการ” พบว่า คุณภาพของข้อคิดเห็นเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ของข้อมูลจากข้อคิดเห็น และยังส่งผลทางอ้อมผ่านทาง การรับรู้ประโยชน์ของข้อมูลจากข้อคิดเห็นไปยังการนำข้อมูลจากข้อคิดเห็นไปใช้พิจารณาเลือกซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งองค์ประกอบที่สะท้อนคุณภาพของข้อคิดเห็นมากที่สุดคือ ความครบถ้วนของข้อคิดเห็น รองลงมาคือ ความทันสมัยของข้อคิดเห็น รูปแบบการนำเสนอและความถูกต้องของข้อคิดเห็น ตามลำดับ นอกจากนี้การรับรู้ประโยชน์ของข้อมูลจากข้อคิดเห็นยังส่งผลทางตรงและทางอ้อมผ่านทางทัศนคติต่อข้อมูลจากข้อคิดเห็นไปยังการนำข้อมูลจากข้อคิดเห็นไปใช้พิจารณาเลือกซื้อสินค้าและบริการ การศึกษาวิจัยนี้นอกจากจะเป็นการต่อยอดทฤษฎีการยอมรับข่าวสาร (Information Adoption Model หรือ IAM) แล้ว ผู้ที่ต้องการโฆษณาผ่านทางเว็บไซต์ยังสามารถนำผลวิจัยไปเป็นแนวทางในการทำโฆษณาผ่านข้อคิดเห็นบนเว็บไซต์ได้ โดยการให้ความสำคัญกับ 1) คุณภาพของข้อคิดเห็นที่ต้องมีเนื้อหาที่ครบถ้วน ทันสมัย ถูกต้อง และนำเสนอด้วยรูปแบบที่เหมาะสม 2) ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อคิดเห็น ทั้งความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์และความน่าเชื่อถือของผู้เขียนข้อคิดเห็น

ปริญดา แก้วทอง (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “การรับรู้ความมีประโยชน์ และการยอมรับข้อมูลจากบทวิจารณ์แบบมีผู้สนับสนุนของธุรกิจโรงแรมในท้องถิ่นพลานเน็ต พันทิปดอทคอม” พบว่าความเป็นเหตุเป็นผลของข้อมูล ในด้านความเกี่ยวข้อง ความง่ายแก่การเข้าใจ ความครอบคลุม และความทันสมัยของข้อมูลมีความสัมพันธ์กับความมีประโยชน์ของข้อมูลจากบทวิจารณ์แบบมีผู้สนับสนุนฯ และความเป็นเหตุเป็นผลของข้อมูลด้านความเกี่ยวข้องของข้อมูลมีอิทธิพลต่อความมีประโยชน์ของข้อมูลมากที่สุด

พิชญพร นวรัตน์ ณ อยุธยา (2557) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาวาทกรรมความงามผ่านเว็บไซต์พันทิปดอทคอมและการใช้ประโยชน์ของผู้ใช้ : กรณีศึกษาห้องโต๊ะเครื่องแป้ง บอร์ดความงาม” โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแต่ละส่วนในด้านความคิด ความคิด ความน่าเชื่อถือของข้อมูล และความเข้าใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์โต๊ะเครื่องแป้ง เป็นการวิเคราะห์วาทกรรมเพื่อค้นหาความหมายเรื่องของความงามในแง่มุมต่าง ๆ ที่สมาชิกบอกเล่าผ่านทางเว็บไซต์นั้น สามารถสรุปได้ว่า เทคโนโลยีด้านการสื่อสารโดยใช้เว็บไซต์จะสามารถทำให้ผู้ใช้สามารถแลกเปลี่ยนทัศนคติได้อย่างรวดเร็ว ตรงไปตรงมา ทันยุคทันสมัย ได้ข้อมูลสาระที่เป็นประโยชน์แก่สมาชิก

วิโรจน์ เทพบุตร (2556) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่ารูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมคือการนำเสนออัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏในเว็บไซต์ เพื่อก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือต่อภัยความน่าเชื่อถือให้กับมหาวิทยาลัยราชภัฏ รวมไปถึงการที่ข้อมูลนั้นตรงต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มีการจัดเรียงหมวดหมู่ของข้อมูลที่เข้าใจง่ายเป็นระเบียบและมีการนำเสนอผลงานวิจัยบทความทางวิชาการเป็นภาษาอังกฤษ เพื่อเพิ่มอัตราการอ้างอิง

ผลงานทางวิชาการซึ่งสามารถช่วยเพิ่มอันดับของเว็บไซต์ในการจัดอันดับเว็บไซต์สถาบันการศึกษา ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกันกับอันดับความน่าเชื่อถือของสถาบันการศึกษาอีกด้วย

รุจิเรข รัชมีจาตุรงค์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง “ความน่าเชื่อถือของการนำเสนอผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางค์ในเว็บไซต์เครื่องสำอางค์” โดยศึกษาผ่านเว็บไซต์จีบันดอทคอมและเว็บไซต์ของผู้ผลิตสินค้าเครื่องสำอางค์ยี่ห้อ Lancome พบว่า 1) ผู้ใช้ข้อมูลข่าวสารประเมินความน่าเชื่อถือของการแนะนำผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางค์ในเว็บไซต์จีบันดอทคอมในระดับมาก โดยประเมินปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือในด้านการใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่ายมากที่สุด 2) ผู้ใช้ข้อมูลข่าวสารประเมินความน่าเชื่อถือของการแนะนำผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางค์ในเว็บไซต์ของผู้ผลิตสินค้าเครื่องสำอางค์ยี่ห้อ Lancome ในระดับปานกลาง โดยประเมินปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือในด้านลักษณะการโต้ตอบมีความเป็นมิตร นำพุดคุยด้วย มากที่สุด

ชาตินพคุณ วิไลวรรณ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในเว็บบอร์ดบลูฟลาเน่ท พันทิปดอทคอม” พบว่าปัจจัยด้านเพศและการศึกษามีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในเว็บบอร์ดห้องบลูฟลาเน่ท พันทิปดอทคอม ส่วนในด้านของพฤติกรรมการใช้งานพบว่าความถี่ในการใช้งาน รูปแบบการใช้ และสถานะของผู้ใช้เว็บบอร์ด ห้องบลูฟลาเน่ท พันทิปดอทคอม มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในเว็บบอร์ดห้องบลูฟลาเน่ท พันทิปดอทคอมด้วยเช่นกัน และในส่วนของการประเมินด้านการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในเว็บบอร์ดห้องบลูฟลาเน่ท พันทิปดอทคอมในด้านของความถี่ในการท่องเที่ยวและประเภทของนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ด้านจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว และการจัดสรรงบประมาณไม่มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในเว็บบอร์ดห้อง บลูฟลาเน่ท พันทิปดอทคอม แต่อย่างใด และสุดท้ายเมื่อพิจารณาในด้านประเภทของเนื้อหาในกระดานที่ปรากฏบนเว็บบอร์ดห้อง บลูฟลาเน่ท พันทิปดอทคอม มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารอย่างมีนัยยะสำคัญ โดยรวม พบว่าเกณฑ์ที่ผู้ใช้เว็บบอร์ดห้องบลูฟลาเน่ท ให้ความสำคัญมากที่สุดในการประเมินความน่าเชื่อถือ คือ ความทันสมัย ความเคารพในความคิดเห็นของผู้อื่น และ ความเป็นกลางปราศจากอคติ

Keith Stamm and Ric Dube (1994) ได้ศึกษาเรื่อง “The Relationship of Attitudinal Components to Trust in Media” มองว่า ทักษะที่มีต่อสารของผู้รับสารที่ต่างกันมีผลต่อความน่าเชื่อถือ ทั้งนี้ ทักษะเป็นการนิยามถึงผลที่อาจเกิดทั้งทางบวกหรือลบก็ได้ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ความแตกต่างในทิศทางของทัศนคติ (attitudinal direction) สามารถทำให้เกิดการรับรู้ในเรื่องความน่าไว้วางใจในสื่อที่ต่างกันได้

อำไพศรี โสประทุม (2538) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร และปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการยอมรับการสื่อสาร คอมพิวเตอร์ระบบอินเทอร์เน็ต ของผู้ใช้คอมพิวเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมมีความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต การศึกษามีความสัมพันธ์กับการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ช่วยในการทำงาน รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต การ

เป็นเจ้าของมีความสัมพันธ์กับความถี่ความบ่อยในการใช้การช่วยพัฒนาในการทำงาน และคุณลักษณะของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ตลอดจนความทันสมัยของบุคคลมีความสัมพันธ์กับการยอมรับเครือข่าย อินเทอร์เน็ต

สมมติฐาน

H₁ ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

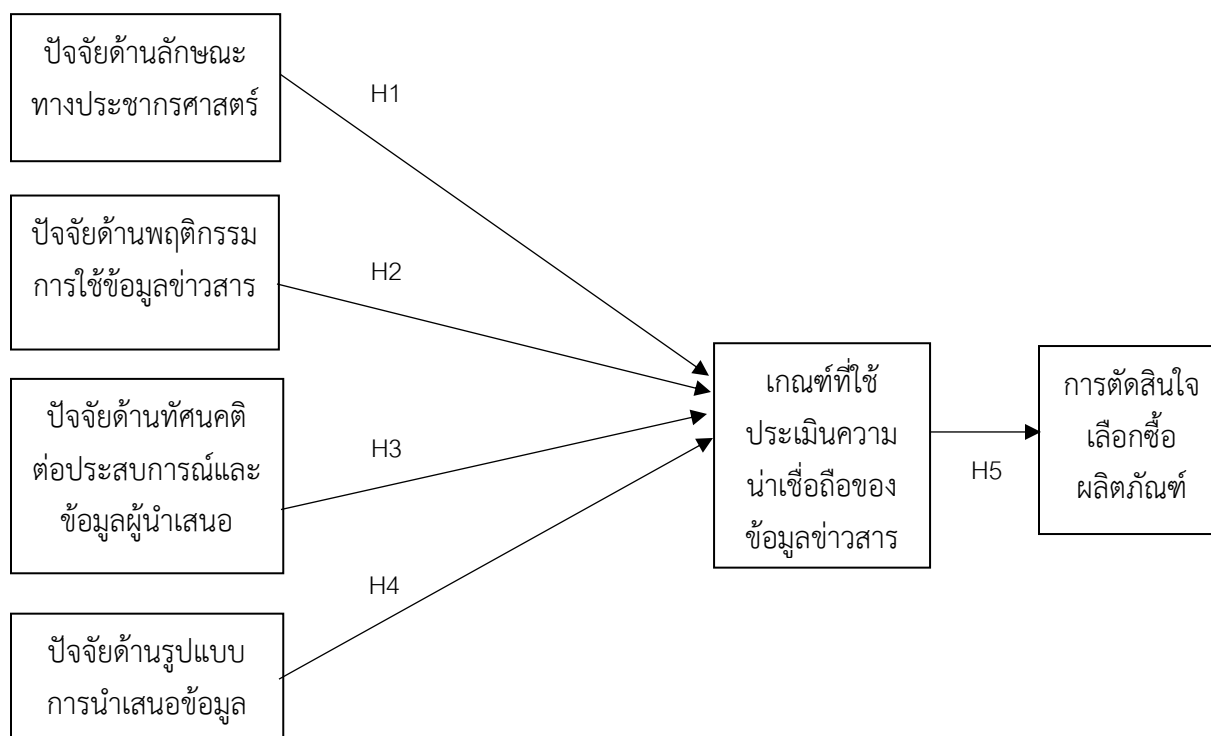
H₂ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารในเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

H₃ ปัจจัยด้านทัศนคติต่อประสบการณ์และข้อมูลผู้นำเสนอบนเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

H₄ ปัจจัยด้านรูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

H₅ เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

กรอบแนวคิดวิจัย



ผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรวิจัย			
		สังคม ประชากร	พฤติกรรม การใช้ ข้อมูล ข่าวสาร	ทัศนคติ ต่อผู้ นำเสนอ ข้อมูล	รูปแบบ การ นำเสนอ
บงกชรัตน์ พบ ถาวร	อิทธิพลของคุณภาพของข้อคิดเห็นและความ น่าเชื่อถือของแหล่งข้อคิดเห็นบนเว็บบอร์ดที่มี ผลต่อผู้บริโภคในการนำข้อมูลจาก ข้อคิดเห็นเหล่านั้นไปใช้เลือกซื้อสินค้าหรือ บริการ			/	/
ปริญดา แก้ว ทอง	การรับรู้ความมีประโยชน์ และการยอมรับ ข้อมูลจากบทวิจารณ์แบบมีผู้สนับสนุนของ ธุรกิจโรงแรมในห้องบลูแพลนเน็ต พันทิป ดอทคอม				/
พิชญพร นวรัตน์ ณ ออยุธยา	การศึกษาพฤติกรรมการความงามผ่านเว็บไซต์ พันทิปดอทคอมและการใช้ประโยชน์ของ ผู้ใช้ : กรณีศึกษาห้องโต๊ะเครื่องแป้ง บอร์ด ความงาม		/		/
วิโรจน์ เทพบุตร	ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับชม รายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ของผู้ชมใน เขตกรุงเทพมหานคร			/	/
รุจิเรข รัศมี จาตุรงค์	ความน่าเชื่อถือของการนำเสนอผลิตภัณฑ์ เครื่องสำอางค์ในเว็บไซต์เครื่องสำอางค์			/	/
ชาตินพคุณ วิไล วรรณ	ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในเว็บ บอร์ดบลูแพลนเน็ต พันทิปดอทคอม	/	/	/	/
Keith Stamm and Ric Dube	The Relationship of Attitudinal Components to Trust in Media			/	
อำไพศรี โสประ ทุม	พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร และ ปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการยอมรับการ สื่อสาร คอมพิวเตอร์ระบบอินเทอร์เน็ต ของ ผู้ใช้คอมพิวเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร	/	/		

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์พันทิปดอทคอมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา:เว็บไซต์ความงาม” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีแนวทางในการศึกษาในลักษณะวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้งานในเว็บไซต์พันทิปดอทคอม เว็บไซต์ความงาม ได้กำหนดวิธีการ เจาะลึก และการดำเนินงานต่าง ๆ โดยมีขั้นตอนและรายละเอียดต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ความงาม บนเว็บไซต์พันทิปดอทคอม โดยพิจารณาจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการมีส่วนร่วมบนเว็บไซต์พันทิปดอทคอม เช่น การตั้งกระทู้ การแสดงความคิดเห็น การติดตามอ่านกระทู้ เนื่องจากไม่ทราบสถิติจำนวนผู้ใช้เว็บไซต์พันทิปดอทคอม จึงได้ประมาณการจากข้อมูลของ The Flight 19 Agency (2563: ออนไลน์) หน่วยงานด้านการตลาดดิจิทัลเต็มรูปแบบ ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถิติและพฤติกรรมผู้ใช้งาน Internet ประเทศไทย ไตรมาส 1 ปี 2020 โดยเว็บไซต์พันทิปมีจำนวนผู้เข้าใช้งาน 123,300,000 คนต่อเดือน หรือ 4,110,000 คนต่อวัน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เลือกศึกษาเฉพาะผู้ใช้ข้อมูลข่าวสารเว็บไซต์ความงาม บนเว็บไซต์พันทิปดอทคอม โดยผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณจากสูตรของยามาเน (Yamane, 1967 อ้างถึงใน สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2546 :141) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์ และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อน +5 เปอร์เซนต์ ดังนี้

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ e คือ ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง = 0.05

N คือ ขนาดของประชากรทั้งหมด

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าได้ดังนี้} \quad n &= \frac{4,110,000}{1 + 4,110,000 (0.05)^2} \\ &= 399.96 \\ &\approx 400 \text{ ตัวอย่าง} \end{aligned}$$

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 400 คน

วิธีการเลือกตัวอย่าง

ใช้ข้อมูลปฐมภูมิ โดยการใช้แบบสอบถาม เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้ข้อมูลข่าวสารจากเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสอบถามโดยเนื้อหาแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้
- ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์
 - ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารในเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม
 - ส่วนที่ 3 ทักษะการตัดสินใจและข้อมูลผู้นำเสนอในเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม
 - ส่วนที่ 4 รูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม
 - ส่วนที่ 5 เกณฑ์ที่ใช้ประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารข่าวสาร
 - ส่วนที่ 6 เกณฑ์ที่ใช้ประเมินการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

การตรวจสอบเครื่องมือ

หลังจากทำการสร้างแบบสอบถามเสร็จแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปตรวจสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยขั้นตอนในการตรวจสอบเครื่องมือ มี 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามไปหาความเที่ยงตรง โดยให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขให้คำถามในแบบสอบถามให้มีความครอบคลุม และสามารถตอบแบบสอบถามได้อย่างเที่ยงตรงมากที่สุด

2. การตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาจริงไปทดสอบ (Pre-test) กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างและเลือกผู้ตอบแบบสอบถามให้ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 30 ชุดของ เพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแต่ละขั้นตอนของแบบสอบถามมีความเหมาะสมหรือไม่ และมีความยากง่ายมากน้อยเพียงใด หลังจากนั้นนำคำตอบที่ได้มาหาค่าความน่าเชื่อถือโดยการคำนวณหาค่าความเชื่อถือของแบบสอบถาม จะคำนวณเฉพาะส่วนที่สามารถวัดได้เป็นคะแนน โดยผู้วิจัยได้ทำการคำนวณหาค่าความเชื่อถือได้ของคำถามในส่วนต่าง ๆ โดยใช้วิธีการหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) ซึ่งมีสูตรการหาค่าความ

เชื่อมั่น ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
	n	แทน	จำนวนข้อในแบบสอบถาม
	$\sum S_i^2$	แทน	ผลรวมของค่าคะแนนความแปรปรวนเป็นรายข้อ
	S_t^2	แทน	คะแนนความแปรปรวนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Reliability Coefficients) ของแบบสอบถามที่เชื่อถือได้ ต้องมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.7 ซึ่งการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ส่วนของทัศนคติที่มีต่อความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์พื้นที่ปดทคอม ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.970 สามารถสรุปได้ว่า เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้สามารถนำมาใช้วัด ทัศนคติได้ เพราะมีค่าความน่าเชื่อถืออยู่ในเกณฑ์ที่สูง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบด้วยตนเอง (Self - Administered Questionnaire) จากนั้นจึงคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วนจำนวน 400 ชุด เพื่อนำมาลงรหัสข้อมูล (Coding) บันทึกข้อมูลเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์ และทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS for Windows Version 23.0 เพื่อนำมาหาคำนวณหาค่าสถิติต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งจะสรุปผลโดยการนำเอาค่าสถิติมาใช้อย่างนี้

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยการแจกแจง ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) รวมทั้งหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อให้ได้ภาพรวมของตัวแปรทุกตัวแปร

2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อค้นหาค่าประกอบที่แท้จริงของตัวแปรความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์พื้นที่ปดทคอม

การวัดตัวแปรและเกณฑ์ในการให้ค่าคะแนนคำตอบ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

1. เพศ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

- ชาย
- หญิง
- LGBTQ+

2. อายุ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม คือ

- ต่ำกว่า 15 ปี
- 15 - 24 ปี
- 25 - 34 ปี
- 35 - 44 ปี
- 45 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา แบ่งออกเป็น 7 กลุ่ม คือ

- ประถมศึกษาตอนต้น
- ประถมศึกษาตอนปลาย
- มัธยมศึกษาตอนต้น
- มัธยมศึกษาตอนปลาย
- อาชีวศึกษา/อนุปริญญา
- ปริญญาตรี
- สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม คือ

- นักเรียน/นักศึกษา
- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- พนักงานบริษัทเอกชน
- ธุรกิจส่วนตัว
- อื่น ๆ

5. รายได้ต่อเดือน แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม คือ

- ไม่เกิน 5,000 บาท
- 5,001 – 10,000 บาท
- 10,001 – 20,000 บาท
- 20,001 – 30,000 บาท
- มากกว่า 30,000 บาท

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารในเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม

1. ท่านใช้เว็บบอร์ดความงาม กี่วันต่อสัปดาห์ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

- 1 - 2 วัน
- 3 - 4 วัน

- 5 - 6 วัน

- ทุกวัน

2. ระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้เว็บบอร์ดความงาม ต่อครั้ง แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม คือ

- น้อยกว่า 1 ชั่วโมง

- 1 - 2 ชั่วโมง

- 2 - 3 ชั่วโมง

- 3 - 4 ชั่วโมง

- มากกว่า 4 ชั่วโมง

3. ท่านใช้บริการเว็บบอร์ดความงาม มานานเท่าใด แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม คือ

- น้อยกว่า 1 ปี

- 1 - 2 ปี

- 2 - 3 ปี

- 3 - 4 ปี

- มากกว่า 4 ปี

4. ท่านมีสถานะเป็นผู้ใช้บริการเว็บบอร์ดของเว็บไซต์พันทิปดอทคอมประเภทใด แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

- เป็นสมาชิก (Member)

- ใช้บัตรผ่าน (Passport System - สมาชิกแบบเก่าลงทะเบียนโดยไม่ใช้บัตรประชาชน)

- ขาจร (เข้ามาใช้เพียงอย่างเดียว โดยไม่เป็นสมาชิกและไม่มีสิทธิตั้งกระทู้หรือตอบกระทู้)

5. วัตถุประสงค์ในการใช้เว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอมของท่านในแต่ละประเด็นดังต่อไปนี้ มีอย่างน้อยเพียงใด แบ่งออกเป็น 9 กลุ่ม คือ

- เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล เท่านั้น

- เพื่อส่งข้อความคำถาม / ขอคำแนะนำ เท่านั้น

- โพสต์แสดงความคิดเห็น / วิจารณ์ / แนะนำ เท่านั้น

- เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล + ส่งข้อความคำถาม / ขอคำแนะนำ

- เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล + โพสต์แสดงความคิดเห็น / วิจารณ์ / แนะนำ

- เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล + ร่วมกิจกรรมเล่นเกมส์

- เพื่อส่งข้อความคำถาม / ขอคำแนะนำ + โพสต์แสดงความคิดเห็น / วิจารณ์ / แนะนำ

- เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล + ส่งข้อความคำถาม / ขอคำแนะนำ + โพสต์แสดงความคิดเห็น /

วิจารณ์ / แนะนำ

- เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล เพื่อส่งข้อความคำถาม / ขอคำแนะนำ + ร่วมกิจกรรมเล่นเกมส์

ส่วนที่ 3 ทักษะติดต่อประสบการณ์และข้อมูลผู้นำเสนอในเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม

- ความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้ เช่น นำเสนอผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามโดยตรง มีกระทู้ติดอันดับ 1 ใน 10 ของเดือน หรือได้รับการยอมรับให้เป็นบล็อกเกอร์

- การมีแหล่งข้อมูลอ้างอิงที่เป็นทางการ น่าเชื่อถือ มีข้อมูลสนับสนุน เช่น มีบล็อกส่วนตัว มีเว็บไซต์ส่วนตัว มีเพจรีวิว

- การมีตัวตนจริงของผู้ตั้งกระทู้ เช่น ติดติดได้ผ่านทางอีเมลล์ หรือ ช่องทางหลัก

- ลักษณะการตอบโต้มีการใช้คำหรือการเขียนที่แสดงความเป็นมิตร น่าพูดคุย

- การให้ข้อมูลที่ตรงไปตรงมา ความเป็นกลาง ปราศจากอคติ

- ความรวดเร็วกระตือรือร้นในการตอบคำถามหรือข้อสงสัย

- ทักษะการนำเสนอข้อมูล การเขียนและถ่ายทอด การใช้ภาพประกอบหรือคลิปวิดีโอที่ทำให้น่าสนใจและเข้าใจเนื้อหาได้ดียิ่งขึ้น

ส่วนที่ 4 รูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม

- การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย

- เนื้อหาข้อมูลมีความน่าสนใจ น่าติดตาม

- เนื้อหาข้อมูลมีความทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์

- เนื้อหาข้อมูลครบถ้วน มีการให้รายละเอียดที่ครอบคลุมในทุกมุมมอง

- เนื้อหาข้อมูลมีการเปรียบเทียบให้เห็นภาพชัดเจน เช่น ข้อดี – ข้อเสีย , ก่อน – หลัง

- เนื้อหาข้อมูลมีภาพประกอบ หรือ วิดีโอประกอบของผลิตภัณฑ์, การใช้จริง

- เนื้อหาข้อมูลมีความถูกต้อง ตรงตามความเป็นจริงของข้อมูลผลิตภัณฑ์

- เนื้อหาข้อมูลมีความเกี่ยวข้อง เชื่อมโยงกันระหว่างผลิตภัณฑ์ การใช้งาน รวมถึงข้อมูลอื่น ๆ

- มีการจัดแบ่งประเภทเนื้อหาได้อย่างเหมาะสม เช่น ข้อมูลส่วนผสม, ข้อมูลการใช้งาน, ผลลัพธ์หลังใช้งานจริง เป็นต้น

ส่วนที่ 5 เกณฑ์ที่ใช้ประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

- ความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้

- ความมีวุฒิของผู้ตั้งกระทู้

- ความมีทักษะด้านการเขียนและถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้

- การมีแหล่งอ้างอิงทางการ

- เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ

- การเคารพในความคิดของผู้อื่นหรือผู้ตอบกระทู้

- ความทันสมัยของเนื้อหากระทู้

- ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตามของกระทู้

- ความกระตือรือร้นและความรวดเร็วในการตอบกระทู้

ส่วนที่ 6 เกณฑ์ที่ใช้ประเมินการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

- ความตั้งใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ตามคำแนะนำจากความน่าเชื่อถือของข้อมูล
- มีความตั้งใจเลือกซื้อสินค้าในทันทีหลังจากประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล
- มีความตั้งใจเลือกซื้อสินค้าในระยะเวลาอันใกล้นี้ หลังจากประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล
- มีการวางแผนการเลือกซื้อสินค้า หลังจากประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล

การประเมินในส่วนที่ 3, 4, 5 และ 6 ผู้วิจัยกำหนดให้กลุ่มตัวอย่างประเมินระดับของการให้ความสำคัญในแต่ละส่วน จากทางเลือก 5 ทางเลือก และทำการวัดค่าตัวแปรด้วยมาตราวัดช่วง (Interval Scale) ซึ่งกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับมากที่สุด	แทนค่าด้วย	5 คะแนน
ระดับมาก	แทนค่าด้วย	4 คะแนน
ระดับปานกลาง	แทนค่าด้วย	3 คะแนน
ระดับน้อย	แทนค่าด้วย	2 คะแนน
ระดับน้อยที่สุด	แทนค่าด้วย	1 คะแนน

จากนั้นได้นำผลรวมของคะแนนทั้งหมด นำมาหาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายค่าเฉลี่ยระดับของการให้ความสำคัญในแต่ละส่วน โดยกำหนดเป็นเกณฑ์ 5 ระดับ ดังนี้

$\frac{\text{จำนวนค่าคะแนนสูงสุด} - \text{จำนวนค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนค่าคะแนนทั้งหมด}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$		
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 5.00	หมายถึง	ให้ความสำคัญกับประเด็นดังกล่าวมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 - 4.20	หมายถึง	ให้ความสำคัญกับประเด็นดังกล่าวมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 - 3.40	หมายถึง	ให้ความสำคัญกับประเด็นดังกล่าวปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 - 2.60	หมายถึง	ให้ความสำคัญกับประเด็นดังกล่าวน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80	หมายถึง	ให้ความสำคัญกับประเด็นดังกล่าวน้อยที่สุด

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิจัยในหัวข้อ ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์พันทิปดอทคอมครั้งนี้ เป็นการศึกษาเอกสารและข้อมูลในระดับทฤษฎี ขั้นตอนในการใช้งาน รูปแบบในการใช้ ควบคู่กับ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีแนวทางการศึกษาในลักษณะวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการนำเสนอผลการวิจัย จะแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 การศึกษาเอกสารและข้อมูลในระดับทฤษฎีของเว็บบอร์ดความงามเว็บไซต์พันทิปดอทคอม แบ่งเป็น

- 1.1 ลักษณะทั่วไปของเว็บไซต์พันทิปดอทคอม
- 1.2 ประเภทและตัวอย่างกระทู้ในเว็บบอร์ดความงาม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์

- 2.1 วิเคราะห์ ลักษณะทางประชากรศาสตร์
- 2.2 วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารในเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม
- 2.3 วิเคราะห์ทัศนคติต่อประสบการณ์และข้อมูลผู้นำเสนอในเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม
- 2.4 วิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม
- 2.5 วิเคราะห์เกณฑ์ที่ใช้ประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารข่าวสาร
- 2.6 วิเคราะห์เกณฑ์ที่ใช้ประเมินการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยหาความสัมพันธ์ของปัจจัยกับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมิน

- สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารในเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร
- สมมติฐานที่ 2. ปัจจัยด้านทัศนคติต่อประสบการณ์และข้อมูลผู้นำเสนอบนเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร
- สมมติฐานที่ 3. ปัจจัยด้านรูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร
- สมมติฐานที่ 4. ความน่าเชื่อถือของข้อมูลมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลในระดับทุติยภูมิของเว็บบอร์ดความงามเว็บไซต์พันทิปดอทคอม

บริการหลักของเว็บพันทิปคือเว็บบอร์ดที่สมาชิกสามารถตั้งกระทู้เพื่อให้สมาชิกคนอื่นเข้ามาตอบกระทู้ได้ โดยในยุคแรกมีเพียงเว็บบอร์ดเดียวคือ Technical Chat สำหรับตั้งกระทู้พูดคุยเรื่องคอมพิวเตอร์เป็นหลัก ต่อมาสมาชิกเริ่มพูดคุยในเรื่องทั่วไปที่ไม่เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ทางพันทิปจึงเปิดเว็บบอร์ดใหม่ชื่อสภากาแฟ โดยมีการแบ่งเป็นห้องสนทนาทั้งหมด 8 ห้องได้แก่ BluePlanet เฉลิมไทย โทรโข่ง รัชดา ราชดำเนิน ไร่สังกัต ศุภลาศัย และสยามสแควร์ พันทิปในยุคต่อมาได้มีการเปลี่ยนชื่อเว็บบอร์ด Technical Chat เป็น Technical Exchange และเปลี่ยนชื่อเว็บบอร์ดสภากาแฟเป็น Pantip Cafe โดยในแต่ละห้องที่อยู่ในเว็บบอร์ดมีการแบ่งเป็นกลุ่มย่อยและคลับ โดยที่กระทู้ในกลุ่มย่อยจะถูกแสดงในหน้ารวมกระทู้ของห้อง แต่กระทู้ในคลับจะไม่ถูกแสดงในหน้ารวม ผู้ใช้จะต้องคลิกเข้าคลับก่อนถึงจะเห็นกระทู้ ในยุคนี้มีการแยกห้องโทรโข่งออกไปเป็นเว็บ Torakhong.org ซึ่งมีลุงเปี้ยกเป็นผู้ดูแล และยุติการให้บริการในวันที่ 31 สิงหาคม 2552 เนื่องจากขาดเงินทุนและบุคลากร พันทิปในยุคปัจจุบันมีการยุบรวมเว็บบอร์ด Technical Exchange และ Pantip Cafe เข้าด้วยกัน โดย Technical Exchange ถูกเปลี่ยนเป็นห้องชิลิคอนวัลเลย์ ในแต่ละห้องประกอบด้วยแท็ก เช่น ห้องเฉลิมไทย มีแท็กภาพยนตร์ โรงภาพยนตร์ ค่ายหนัง เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีแท็กกรองที่ไม่สังกัดในห้องไหน เช่น ชื่อดารา ชื่อละคร ชื่อสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น

เว็บพันทิปมีสมาชิกทั้งหมด 3 ประเภท ดังนี้ 1. สมาชิกที่สมัครด้วยอีเมล 2. สมาชิกที่ยืนยันตัวตนด้วยบัตรประชาชน 3. สมาชิกองค์กร บริษัทและองค์กรต่างๆ สามารถสมัครให้สมาชิกองค์กรได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย มีทั้งหมด 35 ห้อง ได้แก่ กันครีว กรีนโซน กล้อง การ์ตูน แกลเลอรี โกลบ้าน จตุจักร เฉลิมกรุง เฉลิมไทย ชานเรือน ชายคา ชิลิคอนวัลเลย์ โต๊ะเครื่องแป้ง ถนนนักเขียน บลูแพนเนต บางขุนพรหม บางรัก พรหมชาติ พันทิป ภูมิภาค มาบุญครอง รมมิตร รัชดา ราชดำเนิน ไร่สังกัต ศาลาประชาคม ศาสนา ศุภลาศัย สยามสแควร์ สวนลุมพินี สินธร สีลม หว่ากอ ห้องสมุด หอศิลป์

ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา

2.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากร หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ของผู้ใช้เว็บบอร์ดห้องความงามเว็บไซต์พันทิปดอทคอม โดยคำนวณหาอัตราร้อยละ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	71	17.75
หญิง	305	76.25
LGBTQ+	24	6.00
	400	100.00

อายุ		
ต่ำกว่า 15 ปี	3	0.75
15 - 24 ปี	171	42.75
25 - 34 ปี	178	44.50
35 - 44 ปี	43	10.75
45 ปีขึ้นไป	5	1.25
	400	100.00
การศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนต้น	5	1.25
มัธยมศึกษาตอนปลาย	13	3.25
อาชีวศึกษา/อนุปริญญา	11	2.75
ปริญญาตรี	271	67.75
สูงกว่าปริญญาตรี	100	25.00
	400	100.00
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	164	41.00
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	42	10.50
พนักงานบริษัทเอกชน	128	32.00
ธุรกิจส่วนตัว	59	14.75
อื่น ๆ	7	1.75
	400	100.00
รายได้		
ไม่เกิน 5,000 บาท	44	11
5,001 – 10,000 บาท	59	14.75
10,001 – 20,000 บาท	118	29.5
20,001 – 30,000 บาท	92	23
มากกว่า 30,000 บาท	87	21.75
	400	100.00

จากตารางที่ 1 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ พบว่า

1. เพศ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้ เพศหญิงมีสัดส่วนมากที่สุด (ร้อยละ 76.25) รองลงมาคือเพศชาย (ร้อยละ 17.25) และ LGBTQ+ (ร้อยละ 6.00)

2. อายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุ 25 – 34 ปี (ร้อยละ 44.50) รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 15 - 24 ปี (ร้อยละ 42.75) กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 35 - 44 ปี (ร้อยละ 10.75) กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 45 ปี (ร้อยละ 1.25) และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ต่ำกว่า 15 ปี (ร้อยละ 0.75)

3. การศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 67.75) รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 25.00) กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย (ร้อยละ 3.25) กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาอาชีวศึกษา/อนุปริญญา (ร้อยละ 2.75) และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น (ร้อยละ 1.25)

4. อาชีพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 41.00) รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 32.00) กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 14.75) กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 10.50) และกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นๆ (ร้อยละ 1.75)

5. รายได้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท (ร้อยละ 29.50) รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท (ร้อยละ 23.00) กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท (ร้อยละ 21.75) กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท (ร้อยละ 14.75) และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท (ร้อยละ 11.00)

2.2 พฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารในเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม

พฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสาร หมายถึง ความถี่ในการเข้าใช้งาน ระยะเวลาในการใช้ ใช้บริการมานานเท่าใด สถานะการเข้าใช้งาน และวัตถุประสงค์ในการใช้เว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม โดยคำนวณหาอัตราร้อยละ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2 ร้อยละของพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสาร

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ในการเข้าใช้งาน		
1 - 2 วัน	321	80.25
3 - 4 วัน	45	11.25
5 - 6 วัน	14	3.50
ทุกวัน	20	5.00
	400	100.00

ระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าใช้/ครั้ง		
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	229	57.25
1 - 2 ชั่วโมง	138	34.50
2 - 3 ชั่วโมง	24	6.00
3 - 4 ชั่วโมง	6	1.50
มากกว่า 4 ชั่วโมง	3	0.75
	400	100.00
ใช้บริการมานานเท่าใด		
น้อยกว่า 1 ปี	116	29.00
1 - 2 ปี	73	18.25
2 - 3 ปี	64	16.00
3 - 4 ปี	41	10.25
มากกว่า 4 ปี	106	26.50
	400	100.00
สถานะการเข้าใช้งาน		
เป็นสมาชิก	108	27.00
ใช้บัตรผ่าน	23	5.75
ขจร	269	67.25
	400	100.00
วัตถุประสงค์การเข้าใช้งาน		
เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล เท่านั้น	294	73.50
เพื่อส่งข้อความคำถาม / ขอคำแนะนำ เท่านั้น	8	2.00
โพสต์แสดงความคิดเห็น / วิจารณ์ / แนะนำ เท่านั้น	7	1.75
เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล + ส่งข้อความคำถาม / ขอคำแนะนำ	23	5.75
เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล + โพสต์แสดงความคิดเห็น / วิจารณ์ / แนะนำ	13	3.25
เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล + ร่วมกิจกรรมเล่นเกมส์	4	1.00
เพื่อส่งข้อความคำถาม / ขอคำแนะนำ + โพสต์แสดงความคิดเห็น / วิจารณ์ / แนะนำ	9	2.25
เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล + ส่งข้อความคำถาม / ขอคำแนะนำ + โพสต์แสดงความคิดเห็น / วิจารณ์ / แนะนำ	27	6.75

เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล + ส่งข้อความคำถาม / ขอ คำแนะนำ + ร่วมกิจกรรมเล่นเกมส์	15	3.75
	400	100.00

จากตารางที่ 2 จำนวนร้อยละของพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสาร พบว่า

1. ความถี่ในการเข้าใช้งาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าใช้งาน 1 - 2 วัน (ร้อยละ 80.25) รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างเข้าใช้งาน 3 - 4 วัน (ร้อยละ 11.25) กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้งานทุกวัน (ร้อยละ 5.00) และ กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้งาน 5 - 6 วัน (ร้อยละ 3.50)
2. ระยะเวลาเฉลี่ยในการเข้าใช้/ครั้ง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลา น้อยกว่า 1 ชั่วโมง (ร้อยละ 57.25) รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างใช้ระยะเวลา 1 - 2 ชั่วโมง (ร้อยละ 34.50) กลุ่มตัวอย่างใช้ระยะเวลา 2 - 3 ชั่วโมง (ร้อยละ 6.00) กลุ่มตัวอย่างใช้ระยะเวลา 3 - 4 ชั่วโมง (ร้อยละ 1.50) และกลุ่มตัวอย่างใช้ระยะเวลา มากกว่า 4 ชั่วโมง (ร้อยละ 0.75)
3. ใช้บริการมานานเท่าใด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการ น้อยกว่า 1 ปี (ร้อยละ 29.00) รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างใช้บริการ มากกว่า 4 ปี (ร้อยละ 26.50) กลุ่มตัวอย่างใช้บริการ 1 - 2 ปี (ร้อยละ 18.25) กลุ่มตัวอย่างใช้บริการ 2 - 3 ปี (ร้อยละ 16.00) และกลุ่มตัวอย่างใช้บริการ 3 - 4 ปี (ร้อยละ 10.25)
4. สถานะการเข้าใช้งาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานะเป็นข้าราชการ (ร้อยละ 67.25) รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างสถานะเป็นสมาชิก (ร้อยละ 27.00) และกลุ่มตัวอย่างสถานะใช้บัตรผ่าน (ร้อยละ 5.75)
5. วัตถุประสงค์การเข้าใช้งาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล เท่านั้น (ร้อยละ 73.50) รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล + ส่งข้อความคำถาม / ขอคำแนะนำ + โพสต์แสดงความคิดเห็น / วิจารณ์ / แนะนำ (ร้อยละ 6.75) กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล + ส่งข้อความคำถาม / ขอคำแนะนำ (ร้อยละ 5.75) กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล + ส่งข้อความคำถาม / ขอคำแนะนำ + ร่วมกิจกรรมเล่นเกมส์ (ร้อยละ 3.75) กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล + โพสต์แสดงความคิดเห็น / วิจารณ์ / แนะนำ (ร้อยละ 3.25) กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งข้อความคำถาม / ขอคำแนะนำ + โพสต์แสดงความคิดเห็น / วิจารณ์ / แนะนำ (ร้อยละ 2.25) กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งข้อความคำถาม / ขอคำแนะนำ เท่านั้น (ร้อยละ 2.00) กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์โพสต์แสดงความคิดเห็น / วิจารณ์ / แนะนำ เท่านั้น (ร้อยละ 1.75) และกลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล + ร่วมกิจกรรมเล่นเกมส์ (ร้อยละ 1.00)

2.3 วิเคราะห์ทัศนคติต่อประสบการณ์และข้อมูลผู้นำเสนอในเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายทัศนคติต่อประสบการณ์และข้อมูลผู้นำเสนอในเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม

ทัศนคติต่อประสบการณ์และข้อมูลผู้นำเสนอ	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับความน่าเชื่อถือ
1.ความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้	3.63	0.89	มาก
2.การมีแหล่งข้อมูลอ้างอิงที่เป็นทางการ น่าเชื่อถือ มีข้อมูลสนับสนุน	3.81	0.93	มาก
3.การมีตัวตนจริงของผู้ตั้งกระทู้	3.70	0.99	มาก
4.ลักษณะการตอบโต้มีการใช้คำหรือการเขียนที่แสดงความเป็นมิตร น่าพูดคุย	3.95	0.84	มาก
5.การให้ข้อมูลที่ตรงไปตรงมา ความเป็นกลาง ปราศจากอคติ	4.00	0.91	มาก
6.ความรวดเร็วกระตือรือร้นในการตอบคำถามหรือข้อสงสัย	3.73	0.89	มาก
7.ทักษะการนำเสนอข้อมูล การเขียนและถ่ายทอด การใช้ภาพประกอบหรือคลิปวิดีโอที่ทำให้น่าสนใจและเข้าใจเนื้อหาได้ดียิ่งขึ้น	4.00	0.88	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อประสบการณ์และข้อมูลผู้นำเสนอ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 2 ด้าน คือ การให้ข้อมูลที่ตรงไปตรงมา ความเป็นกลาง ปราศจากอคติ และทักษะการนำเสนอข้อมูลการเขียนและถ่ายทอด การใช้ภาพประกอบหรือคลิปวิดีโอที่ทำให้น่าสนใจและเข้าใจเนื้อหาได้ดียิ่งขึ้น (ค่าเฉลี่ย = 4.00) รองลงมาคือ ลักษณะการตอบโต้มีการใช้คำหรือการเขียนที่แสดงความเป็นมิตร น่าพูดคุย (ค่าเฉลี่ย = 3.95) และการมีแหล่งข้อมูลอ้างอิงที่เป็นทางการ น่าเชื่อถือ มีข้อมูลสนับสนุน (ค่าเฉลี่ย = 3.81)

2.4 วิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมาย รูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม

รูปแบบการนำเสนอข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับความน่าเชื่อถือ
1. การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	4.21	0.76	มากที่สุด
2. เนื้อหาข้อมูลมีความน่าสนใจ น่าติดตาม	4.14	0.80	มาก
3. เนื้อหาข้อมูลมีความทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์	4.10	0.82	มาก
4. เนื้อหาข้อมูลครบถ้วน มีการให้รายละเอียดที่ครอบคลุมในทุกมุมมอง	4.03	0.88	มาก
5. เนื้อหาข้อมูลมีการเปรียบเทียบให้เห็นภาพชัดเจน	4.13	0.89	มาก
6. เนื้อหาข้อมูลมีภาพประกอบ หรือ วิดีโอประกอบของผลิตภัณฑ์, การใช้จริง	4.01	0.85	มาก
7. เนื้อหาข้อมูลมีความถูกต้อง ตรงตามความเป็นจริงของข้อมูลผลิตภัณฑ์	4.04	0.87	มาก
8. เนื้อหาข้อมูลมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันระหว่างผลิตภัณฑ์ การใช้งาน รวมถึงข้อมูลอื่น ๆ	3.93	0.80	มาก
9. มีการจัดแบ่งประเภทเนื้อหาได้อย่างเหมาะสม	4.00	0.84	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า การประเมินคุณภาพรูปแบบการนำเสนอข้อมูล กลุ่มตัวอย่างเลือกการใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.21) รองลงมาคือ เนื้อหาข้อมูลมีความน่าสนใจ น่าติดตาม (ค่าเฉลี่ย = 4.14) ส่วนการประเมินคุณภาพที่กลุ่มตัวอย่างใช้ประเมินคุณภาพรูปแบบการนำเสนอที่น้อยที่สุด คือ เนื้อหาข้อมูลมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันระหว่างผลิตภัณฑ์ การใช้งาน รวมถึงข้อมูลอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย = 3.93)

2.5 วิเคราะห์เกณฑ์ที่ใช้ประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมาย เกณฑ์ที่ใช้ประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

เกณฑ์ที่ใช้ประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับความน่าเชื่อถือ
1. ความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้	3.79	0.84	มาก
2. ความมีวุฒิของผู้ตั้งกระทู้	3.61	0.90	มาก
3. ความมีทักษะด้านการเขียนและถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้	3.93	0.78	มาก

4. การมีแหล่งอ้างอิงทางการ	3.83	0.89	มาก
5. เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ	4.01	0.9	มาก
6. การเคารพในความคิดของผู้อื่นหรือผู้ตอบกระทู้	4.06	0.85	มาก
7 ความทันสมัยของเนื้อหากระทู้	3.99	0.82	มาก
8. ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตามของกระทู้	4.09	0.77	มาก
9. ความกระตือรือร้นและความรวดเร็วในการตอบกระทู้	3.85	0.86	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า การประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างเลือกลักษณะน่าอ่าน น่าติดตาม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.09) รองลงมาคือ การเคารพในความคิดของผู้อื่นหรือผู้ตอบกระทู้ (ค่าเฉลี่ย = 4.06) และ เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ (ค่าเฉลี่ย = 4.01) ส่วนความมีวุฒิของผู้ตั้งกระทู้มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 3.61)

2.6 วิเคราะห์เกณฑ์ที่ใช้ประเมินการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมาย เกณฑ์ที่ใช้ประเมินการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

เกณฑ์ที่ใช้ประเมินการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับความน่าเชื่อถือ
1. ความตั้งใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ตามคำแนะนำจากความน่าเชื่อถือของข้อมูล	3.79	0.81	มาก
2. มีความตั้งใจเลือกซื้อสินค้าในทันทีหลังจากประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล	3.58	0.83	มาก
3. มีความตั้งใจเลือกซื้อสินค้าในระยะเวลาอันใกล้นี้ หลังจากประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล	3.77	0.81	มาก
4. มีการวางแผนการเลือกซื้อสินค้า หลังจากประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล	3.90	0.79	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่า เกณฑ์ที่ใช้ประเมินการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างเลือกมีการวางแผนการเลือกซื้อสินค้า หลังจากประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล ซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 3.90) รองลงมาคือ ความตั้งใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ตามคำแนะนำจากความน่าเชื่อถือของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย = 3.79) ความตั้งใจเลือกซื้อสินค้าในระยะเวลาอันใกล้นี้ หลังจากประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย = 3.77) และความตั้งใจเลือกซื้อสินค้าในทันทีหลังจากประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 3.58)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

3.1 วิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่มีผลต่อเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร มีรายละเอียดดังนี้

3.1.1 เพศ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ชาย หญิง LGBTQ+

ตารางที่ 7 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	แหล่งของความผันแปร	SS	df	MS	F	Sig
1. ความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	0.679	2	0.339	0.476	0.621
	ภายในกลุ่ม	282.831	397	0.712		
	รวม	283.51	399			
2. ความมีวุฒิของผู้ตั้งกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	3.741	2	1.871	2.309	0.101
	ภายในกลุ่ม	321.636	397	0.81		
	รวม	325.378	399			
3. ความมีทักษะด้านการเขียนและถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	0.619	2	0.309	0.511	0.601
	ภายในกลุ่ม	240.559	397	0.606		
	รวม	241.178	399			
4. การมีแหล่งอ้างอิงทางการ	ระหว่างกลุ่ม	2.062	2	1.031	1.288	0.277
	ภายในกลุ่ม	317.716	397	0.8		
	รวม	319.778	399			
5. เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ	ระหว่างกลุ่ม	2.99	2	1.495	1.867	0.156
	ภายในกลุ่ม	317.947	397	0.801		
	รวม	320.937	399			
6. การเคารพในความคิดของผู้อื่นหรือผู้ตอบกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	0.307	2	0.154	0.214	0.808
	ภายในกลุ่ม	285.37	397	0.719		
	รวม	285.678	399			
7 ความทันสมัยของเนื้อหากระทู้	ระหว่างกลุ่ม	0.335	2	0.167	0.245	0.782
	ภายในกลุ่ม	270.603	397	0.682		
	รวม	270.938	399			
8. ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตามของกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	2.294	2	1.147	1.926	0.147
	ภายในกลุ่ม	236.466	397	0.596		
	รวม	238.76	399			

เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความ น่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	แหล่งของความ ผันแปร	SS	df	MS	F	Sig
9. ความกระตือรือร้นและความรวม เร็วในการตอบกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	1.813	2	0.907	1.23	0.293
	ภายในกลุ่ม	292.577	397	0.737		
	รวม	294.39	399			

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร โดยใช้ F-test ANOVA พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

3.1.2 อายุ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม คือ ต่ำกว่า 15 ปี, 15 - 24 ปี, 25 - 34 ปี, 35 - 44 ปี และ 45 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 8 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความ น่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	แหล่งของความ ผันแปร	SS	df	MS	F	Sig
1. ความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้ง กระทู้	ระหว่างกลุ่ม	7.362	4	1.84	2.633	0.034*
	ภายในกลุ่ม	276.148	395	0.699		
	รวม	283.51	399			
2. ความมีวุฒิของผู้ตั้งกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	6.911	4	1.728	2.143	0.075
	ภายในกลุ่ม	318.466	395	0.806		
	รวม	325.378	399			
3. ความมีทักษะด้านการเขียนและ ถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	4.127	4	1.032	1.719	0.145
	ภายในกลุ่ม	237.05	395	0.6		
	รวม	241.177	399			
4. การมีแหล่งอ้างอิงทางการ	ระหว่างกลุ่ม	4.491	4	1.123	1.407	0.231
	ภายในกลุ่ม	315.287	395	0.798		
	รวม	319.777	399			
5. เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ	ระหว่างกลุ่ม	6.265	4	1.566	1.966	0.099
	ภายในกลุ่ม	314.673	395	0.797		
	รวม	320.937	399			

6. การเคารพในความคิดของผู้อื่น หรือผู้ตอบกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	4.827	4	1.207	1.697	0.15
	ภายในกลุ่ม	280.851	395	0.711		
	รวม	285.678	399			
7 ความทันสมัยของเนื้อหากระทู้	ระหว่างกลุ่ม	9.067	4	2.267	3.419	0.009*
	ภายในกลุ่ม	261.871	395	0.663		
	รวม	270.937	399			
8. ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตามของ กระทู้	ระหว่างกลุ่ม	8.377	4	2.094	3.591	0.007*
	ภายในกลุ่ม	230.383	395	0.583		
	รวม	238.76	399			
9. ความกระตือรือร้นและความรวม เร็วในการตอบกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	3.936	4	0.984	1.338	0.255
	ภายในกลุ่ม	290.454	395	0.735		
	รวม	294.39	399			

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร โดยใช้ F-test ANOVA พบว่า ความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้, ความทันสมัยของเนื้อหากระทู้ และ ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตามของกระทู้ มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงต้องทำการวิเคราะห์เป็นรายคู่

ตารางที่ 9 เปรียบเทียบความสัมพันธ์รายคู่ระหว่างอายุกับเกณฑ์ด้านความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้, ความทันสมัยของเนื้อหากระทู้ และ ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตามของกระทู้

อายุ	อายุ	ความเป็นผู้เชี่ยวชาญของ ผู้ตั้งกระทู้	ความทันสมัยของเนื้อหา กระทู้	ลักษณะน่าอ่าน น่า ติดตามของกระทู้
		Sig		
ต่ำกว่า 15	15 - 24	0.089	0.003*	0.007*
	25 - 34	0.091	0.007*	0.021*
	35 - 44	0.245	0.017*	0.042*
	45 ปีขึ้นไป	1.000	0.117	0.152
15 - 24	ต่ำกว่า 15	0.089	0.003*	0.007*
	25 - 34	0.959	0.113	0.026*
	35 - 44	0.082	0.066	0.029*
	45 ปีขึ้นไป	0.029*	0.182	0.230

อายุ	อายุ	ความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้	ความทันสมัยของเนื้อหากระทู้	ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตามของกระทู้
25 - 34	ต่ำกว่า 15	0.091	0.007*	0.021*
	15 - 24	0.959	0.113	0.026*
	35 - 44	0.086	0.395	0.426
	45 ปีขึ้นไป	0.030*	0.337	0.500
35 - 44	ต่ำกว่า 15	0.245	0.017*	0.042*
	15 - 24	0.082	0.066	0.029*
	25 - 34	0.086	0.395	0.426
	45 ปีขึ้นไป	0.142	0.538	0.718
45 ปีขึ้นไป	ต่ำกว่า 15	1.000	0.117	0.152
	15 - 24	0.029*	0.182	0.230
	25 - 34	0.03*	0.337	0.500
	35 - 44	0.142	0.538	0.718

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสัมพันธ์รายคู่ระหว่างอายุกับเกณฑ์ด้านความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้, ความทันสมัยของเนื้อหากระทู้ และ ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตามของกระทู้ พบว่า ด้านความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้ กลุ่มอายุ 15 - 24 ปี มีความแตกต่างกับกลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไป และกลุ่ม 25 - 34 ปี มีความแตกต่างกับกลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านความทันสมัยของเนื้อหากระทู้ กลุ่มอายุต่ำกว่า 15 ปี มีความแตกต่างกับกลุ่มอายุ 15 - 24 ปี, 25 - 34 ปี และ 35 - 44 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านลักษณะน่าอ่าน น่าติดตามของกระทู้ กลุ่มอายุต่ำกว่า 15 ปี มีความแตกต่างกับกลุ่มอายุ 15 - 24 ปี, 25 - 34 ปี, 35 - 44 ปี ส่วนกลุ่มอายุ 15 - 24 ปี มีความแตกต่างกับกลุ่มอายุ 25 - 34 ปี และ 35 - 44 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.1.3 การศึกษา แบ่งออกเป็น 7 กลุ่ม คือ ประถมศึกษาตอนต้น, ประถมศึกษาตอนปลาย, มัธยมศึกษาตอนต้น, มัธยมศึกษาตอนปลาย, อาชีวศึกษา/อนุปริญญา, ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 10 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความ น่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	แหล่งของความ ผันแปร	SS	df	MS	F	Sig
1. ความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้ง กระทู้	ระหว่างกลุ่ม	7.613	4	1.903	2.725	0.029*
	ภายในกลุ่ม	275.897	395	0.698		
	รวม	283.51	399			
2. ความมีวุฒิของผู้ตั้งกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	6.979	4	1.745	2.165	0.072
	ภายในกลุ่ม	318.398	395	0.806		
	รวม	325.377	399			
3. ความมีทักษะด้านการเขียน และถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	3.578	4	0.895	1.487	0.205
	ภายในกลุ่ม	237.599	395	0.602		
	รวม	241.178	399			
4. การมีแหล่งอ้างอิงทางการ	ระหว่างกลุ่ม	7.807	4	1.952	2.471	0.044*
	ภายในกลุ่ม	311.97	395	0.79		
	รวม	319.777	399			
5. เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ	ระหว่างกลุ่ม	5.848	4	1.462	1.833	0.122
	ภายในกลุ่ม	315.09	395	0.798		
	รวม	320.938	399			
6. การเคารพในความคิดของ ผู้อื่นหรือผู้ตอบกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	5.32	4	1.33	1.874	0.114
	ภายในกลุ่ม	280.357	395	0.71		
	รวม	285.678	399			
7 ความทันสมัยของเนื้อหา กระทู้	ระหว่างกลุ่ม	3.958	4	0.989	1.464	0.212
	ภายในกลุ่ม	266.98	395	0.676		
	รวม	270.937	399			
8. ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตาม ของกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	2.678	4	0.669	1.12	0.347
	ภายในกลุ่ม	236.082	395	0.598		
	รวม	238.76	399			
9. ความกระตือรือร้นและความ รวมเร็วในการตอบกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	6.188	4	1.547	2.12	0.078
	ภายในกลุ่ม	288.202	395	0.73		
	รวม	294.39	399			

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร โดยใช้ F-test ANOVA พบว่า ความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้ และ การมีแหล่งอ้างอิงทางการ มีความสัมพันธ์ต่อบัณฑิตด้านการศึกษามากแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงต้องทำการวิเคราะห์เป็นรายคู่

ตารางที่ 11 เปรียบเทียบความสัมพันธ์รายคู่ระหว่างการศึกษากับเกณฑ์ด้านความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้ และ การมีแหล่งอ้างอิงทางการ

การศึกษา	การศึกษา	ความเป็น ผู้เชี่ยวชาญของผู้ ตั้งกระทู้	การมีแหล่ง อ้างอิงทางการ
Sig			
3 มัธยมศึกษาตอนต้น	4 มัธยมศึกษาตอนปลาย	0.463	0.844
	5 อาชีวศึกษา/อนุปริญญา	0.354	0.762
	6 ปริญญาตรี	0.498	0.417
	7 สูงกว่าปริญญาตรี	0.896	0.902
4 มัธยมศึกษาตอนปลาย	3 มัธยมศึกษาตอนต้น	0.463	0.844
	5 อาชีวศึกษา/อนุปริญญา	0.031*	0.514
	6 ปริญญาตรี	0.778	0.355
	7 สูงกว่าปริญญาตรี	0.268	0.872
5 อาชีวศึกษา/อนุปริญญา	3 มัธยมศึกษาตอนต้น	0.354	0.762
	4 มัธยมศึกษาตอนปลาย	0.031*	0.514
	6 ปริญญาตรี	0.009*	0.085
	7 สูงกว่าปริญญาตรี	0.079	0.489
6 ปริญญาตรี	3 มัธยมศึกษาตอนต้น	0.498	0.417
	4 มัธยมศึกษาตอนปลาย	0.778	0.355
	5 อาชีวศึกษา/อนุปริญญา	0.009*	0.085
	7 สูงกว่าปริญญาตรี	0.036*	0.008*
7 สูงกว่าปริญญาตรี	3 มัธยมศึกษาตอนต้น	0.896	0.902
	4 มัธยมศึกษาตอนปลาย	0.268	0.872
	5 อาชีวศึกษา/อนุปริญญา	0.079	0.489
	6 ปริญญาตรี	0.036*	0.008*

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสัมพันธ์รายคู่ระหว่างการศึกษากับเกณฑ์ด้านความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้ และ การมีแหล่งอ้างอิงทางการ พบว่า ด้านความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้ กลุ่มการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีความแตกต่างกับกลุ่มการศึกษาระดับอาชีวศึกษา/อนุปริญญา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มการศึกษาระดับอาชีวศึกษา/อนุปริญญา มีความแตกต่างกับกลุ่มการศึกษาระดับปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ กลุ่มการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความแตกต่างกับกลุ่มการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.1.4 อาชีพ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม คือ นักเรียน/นักศึกษา, ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ, พนักงานบริษัทเอกชน, ธุรกิจส่วนตัว และอื่น ๆ

ตารางที่ 12 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	แหล่งของความผันแปร	SS	df	MS	F	Sig
1. ความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	12.933	4	3.233	4.72	0.001*
	ภายในกลุ่ม	270.577	395	0.685		
	รวม	283.51	399			
2. ความมีวุฒิของผู้ตั้งกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	11.259	4	2.815	3.539	0.007*
	ภายในกลุ่ม	314.119	395	0.795		
	รวม	325.377	399			
3. ความมีทักษะด้านการเขียนและถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	16.923	4	4.231	7.452	0.000*
	ภายในกลุ่ม	224.254	395	0.568		
	รวม	241.177	399			
4. การมีแหล่งอ้างอิงทางการ	ระหว่างกลุ่ม	8.981	4	2.245	2.854	0.024*
	ภายในกลุ่ม	310.796	395	0.787		
	รวม	319.778	399			
5. เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ	ระหว่างกลุ่ม	11.097	4	2.774	3.537	0.008*
	ภายในกลุ่ม	309.84	395	0.784		
	รวม	320.938	399			
6. การเคารพในความคิดของผู้อื่นหรือผู้ตอบกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	3.579	4	0.895	1.253	0.288
	ภายในกลุ่ม	282.099	395	0.714		
	รวม	285.678	399			

เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความ น่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	แหล่งของความ ผันแปร	SS	df	MS	F	Sig
7 ความทันสมัยของเนื้อหากระทู้	ระหว่างกลุ่ม	4.118	4	1.03	1.524	0.194
	ภายในกลุ่ม	266.819	395	0.675		
	รวม	270.938	399			
8. ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตามของ กระทู้	ระหว่างกลุ่ม	7.278	4	1.82	3.105	0.016*
	ภายในกลุ่ม	231.482	395	0.586		
	รวม	238.76	399			
9. ความกระตือรือร้นและความ รวมเร็วในการตอบกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	8.724	4	2.181	3.016	0.018*
	ภายในกลุ่ม	285.666	395	0.723		
	รวม	294.39	399			

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร โดยใช้ F-test ANOVA พบว่า ความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้, ความมีวุฒิของผู้ตั้งกระทู้, ความมีทักษะด้านการเขียนและถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้, การมีแหล่งอ้างอิงทางการ, เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ, ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตามของกระทู้ และความกระตือรือร้นและความรวมเร็วในการตอบกระทู้ มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยด้านอาชีพที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงต้องทำการวิเคราะห์เป็นรายคู่

ตารางที่ 13 เปรียบเทียบความสัมพันธ์รายคู่ระหว่างอาชีพกับเกณฑ์ด้านความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้, ความมีวุฒิของผู้ตั้งกระทู้, ความมีทักษะด้านการเขียนและถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้, การมีแหล่งอ้างอิงทางการ, เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ, ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตามของกระทู้

อาชีพ	อาชีพ	ความเป็น ผู้เชี่ยวชาญ ของผู้ตั้ง กระทู้	ความมี วุฒิของ ผู้ตั้ง กระทู้	มีทักษะ ด้านการ เขียนและ ถ่ายทอด	การมี แหล่ง อ้างอิง ทางการ	เนื้อหา ข้อมูล ปราศจาก อคติ	ลักษณะ น่าอ่าน น่า ติดตาม	ความ กระตือรือร้น และความ รวมเร็วใน การตอบ
Sig								
1 นักเรียน/ นักศึกษา	2 ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.325	0.089	0.003*	0.007*	0.023*	0.029*	0.553
	3 พนักงาน บริษัทเอกชน	0.041*	0.016*	0.045*	0.069	0.013*	0.010*	0.143
	4 ธุรกิจส่วนตัว	0.025*	0.005*	0.075	0.041*	0.083	0.471	0.966
	5 อื่นๆ	0.000*	0.023*	0.000*	0.103	0.009*	0.029*	0.001*
2 ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	1 นักเรียน/นักศึกษา	0.325	0.089	0.003*	0.007*	0.023*	0.029*	0.553
	3 พนักงาน บริษัทเอกชน	0.688	0.963	0.108	0.154	0.574	0.682	0.692
	4 ธุรกิจส่วนตัว	0.397	0.516	0.210	0.433	0.518	0.181	0.634
	5 อื่นๆ	0.002*	0.151	0.002*	0.693	0.131	0.254	0.005*
3 พนักงาน บริษัทเอกชน	1 นักเรียน/นักศึกษา	0.041*	0.016*	0.045*	0.069	0.013*	0.010*	0.143
	2 ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.688	0.963	0.108	0.154	0.574	0.682	0.692
	4 ธุรกิจส่วนตัว	0.527	0.376	0.834	0.543	0.845	0.210	0.290
	5 อื่นๆ	0.002*	0.126	0.000*	0.285	0.065	0.165	0.006*
4 ธุรกิจ ส่วนตัว	1 นักเรียน/นักศึกษา	0.025*	0.005*	0.075	0.041*	0.083	0.471	0.966
	2 ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.397	0.516	0.210	0.433	0.518	0.181	0.634
	3 พนักงาน บริษัทเอกชน	0.527	0.376	0.834	0.543	0.845	0.210	0.290
	5 อื่นๆ	0.005*	0.255	0.000*	0.425	0.062	0.066	0.002*
5 อื่นๆ	1 นักเรียน/นักศึกษา	0.000*	0.023*	0.000*	0.103	0.009*	0.029*	0.001*
	2 ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.002*	0.151	0.002*	0.693	0.131	0.254	0.005*
	3 พนักงาน บริษัทเอกชน	0.002*	0.126	0.000*	0.285	0.065	0.165	0.006*
	4 ธุรกิจส่วนตัว	0.005*	0.255	0.000*	0.425	0.062	0.066	0.002*

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสัมพันธ์รายคู่ระหว่างการอาชีพกับเกณฑ์ด้านความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้, ความมีวุฒิของผู้ตั้งกระทู้, ความมีทักษะด้านการเขียนและถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้, การมีแหล่งอ้างอิงทางการ, เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ, ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตามของกระทู้ และความกระตือรือร้นและความรวดเร็วในการตอบกระทู้ พบว่า

ด้านความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้ กลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความแตกต่างกับทุกกลุ่มอาชีพ ยกเว้นกลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และกลุ่มอาชีพอื่นๆ มีความแตกต่างกับทุกกลุ่มอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านความมีวุฒิของผู้ตั้งกระทู้ กลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความแตกต่างกับทุกกลุ่มอาชีพ ยกเว้นกลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านความมีทักษะด้านการเขียนและถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้ กลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความแตกต่างกับทุกกลุ่มอาชีพ ยกเว้นกลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว และกลุ่มอาชีพอื่นๆ มีความแตกต่างกับทุกกลุ่มอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการมีแหล่งอ้างอิงทางการ กลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความแตกต่างกับกลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและกลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านเนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ กลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความแตกต่างกับทุกกลุ่มอาชีพ ยกเว้นกลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านลักษณะน่าอ่าน น่าติดตามของกระทู้ กลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความแตกต่างกับทุกกลุ่มอาชีพ ยกเว้นกลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านกระตือรือร้นและความรวดเร็วในการตอบกระทู้ กลุ่มอาชีพอื่นๆ มีความแตกต่างกับทุกกลุ่มอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.1.5 รายได้ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม คือ - ไม่เกิน 5,000 บาท, 5,001 – 10,000 บาท, 10,001 – 20,000 บาท, 20,001 – 30,000 บาท, มากกว่า 30,000 บาท

ตารางที่ 14 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	แหล่งของความผันแปร	SS	df	MS	F	Sig
1. ความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	1.564	4	0.391	0.548	0.701
	ภายในกลุ่ม	281.946	395	0.714		
	รวม	283.51	399			

เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความ น่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	แหล่งของความ ผันแปร	SS	df	MS	F	Sig
2. ความมีวุฒิของผู้ตั้งกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	5.573	4	1.393	1.721	0.145
	ภายในกลุ่ม	319.805	395	0.81		
	รวม	325.377	399			
3. ความมีทักษะด้านการเขียน และถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	1.153	4	0.288	0.475	0.754
	ภายในกลุ่ม	240.024	395	0.608		
	รวม	241.178	399			
4. การมีแหล่งอ้างอิงทางการ	ระหว่างกลุ่ม	8.587	4	2.147	2.725	0.029*
	ภายในกลุ่ม	311.191	395	0.788		
	รวม	319.778	399			
5. เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ	ระหว่างกลุ่ม	1.46	4	0.365	0.451	0.772
	ภายในกลุ่ม	319.478	395	0.809		
	รวม	320.938	399			
6. การเคารพในความคิดของ ผู้อื่นหรือผู้ตอบกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	0.99	4	0.248	0.344	0.848
	ภายในกลุ่ม	284.687	395	0.721		
	รวม	285.677	399			
7 ความทันสมัยของเนื้อหา กระทู้	ระหว่างกลุ่ม	1.477	4	0.369	0.541	0.706
	ภายในกลุ่ม	269.461	395	0.682		
	รวม	270.938	399			
8. ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตาม ของกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	0.189	4	0.047	0.078	0.989
	ภายในกลุ่ม	238.571	395	0.604		
	รวม	238.76	399			
9. ความกระตือรือร้นและความ รวดเร็วในการตอบกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	1.596	4	0.399	0.538	0.708
	ภายในกลุ่ม	292.794	395	0.741		
	รวม	294.39	399			

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร โดยใช้ F-test ANOVA พบว่า การมีแหล่งอ้างอิงทางการ มี

ความสัมพันธ์ต่อปัจจัยด้านรายได้ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงต้องทำการวิเคราะห์เป็นรายคู่

ตารางที่ 15 เปรียบเทียบความสัมพันธ์รายคู่ระหว่างรายได้กับเกณฑ์ด้านการมีแหล่งอ้างอิงทางการ

รายได้	รายได้	การมีแหล่งอ้างอิง ทางการ
		Sig
1 ไม่เกิน 5,000 บาท	2 5,001 – 10,000 บาท	0.541
	3 10,001 – 20,000 บาท	0.839
	4 20,001 – 30,000 บาท	0.104
	5 มากกว่า 30,000 บาท	0.448
2 5,001 – 10,000 บาท	1 ไม่เกิน 5,000 บาท	0.541
	3 10,001 – 20,000 บาท	0.590
	4 20,001 – 30,000 บาท	0.012*
	5 มากกว่า 30,000 บาท	0.913
3 10,001 – 20,000 บาท	1 ไม่เกิน 5,000 บาท	0.839
	2 5,001 – 10,000 บาท	0.590
	4 20,001 – 30,000 บาท	0.017*
	5 มากกว่า 30,000 บาท	0.461
4 20,001 – 30,000 บาท	1 ไม่เกิน 5,000 บาท	0.104
	2 5,001 – 10,000 บาท	0.012*
	3 10,001 – 20,000 บาท	0.017*
	5 มากกว่า 30,000 บาท	0.004*
5 มากกว่า 30,000 บาท	1 ไม่เกิน 5,000 บาท	0.448
	2 5,001 – 10,000 บาท	0.913
	3 10,001 – 20,000 บาท	0.461
	4 20,001 – 30,000 บาท	0.004*

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสัมพันธ์รายคู่ระหว่างการรายได้กับเกณฑ์ด้านการมีแหล่งอ้างอิงทางการ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความแตกต่างกับกลุ่มรายได้ 5,001 – 10,000 บาท กลุ่มรายได้ 10,001 – 20,000 บาท กลุ่มรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และ กลุ่มรายได้มากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2.วิเคราะห์ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารในเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ ความถี่ในการเข้าใช้งาน ระยะเวลาในการใช้ ใช้บริการมานานเท่าใด สถานะการเข้าใช้งาน และวัตถุประสงค์ในการใช้เว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม มีรายละเอียดดังนี้

3.2.1 ความถี่ในการเข้าใช้งาน แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ 1 - 2 วัน, 3 - 4 วัน, 5 - 6 วัน และ ทุกวัน

ตารางที่ 16 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเข้าใช้งานกับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	แหล่งของความผันแปร	SS	df	MS	F	Sig
1. ความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	2.81	3	0.937	1.322	0.267
	ภายในกลุ่ม	280.7	396	0.709		
	รวม	283.51	399			
2. ความมีวุฒิของผู้ตั้งกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	3.066	3	1.022	1.256	0.289
	ภายในกลุ่ม	322.311	396	0.814		
	รวม	325.378	399			
3. ความมีทักษะด้านการเขียนและถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	2.484	3	0.828	1.374	0.25
	ภายในกลุ่ม	238.694	396	0.603		
	รวม	241.178	399			
4. การมีแหล่งอ้างอิงทางการ	ระหว่างกลุ่ม	1.63	3	0.543	0.676	0.567
	ภายในกลุ่ม	318.147	396	0.803		
	รวม	319.778	399			
5. เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ	ระหว่างกลุ่ม	1.102	3	0.367	0.455	0.714
	ภายในกลุ่ม	319.835	396	0.808		
	รวม	320.938	399			
6. การเคารพในความคิดของผู้อื่นหรือผู้ตอบกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	0.552	3	0.184	0.256	0.857
	ภายในกลุ่ม	285.126	396	0.72		
	รวม	285.678	399			

เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความ น่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	แหล่งของความ ผันแปร	SS	df	MS	F	Sig
7 ความทันสมัยของเนื้อหา กระู้	ระหว่างกลุ่ม	0.667	3	0.222	0.326	0.807
	ภายในกลุ่ม	270.271	396	0.683		
	รวม	270.938	399			
8. ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตาม ของกระู้	ระหว่างกลุ่ม	0.208	3	0.069	0.115	0.951
	ภายในกลุ่ม	238.552	396	0.602		
	รวม	238.76	399			
9. ความกระตือรือร้นและความ รวมเร็วในการตอบกระู้	ระหว่างกลุ่ม	1.208	3	0.403	0.544	0.653
	ภายในกลุ่ม	293.182	396	0.74		
	รวม	294.39	399			

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเข้าใช้งานกับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร โดยใช้ F-test ANOVA พบว่าความถี่ในการเข้าใช้งานไม่มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

3.2.2 ระยะเวลาในการใช้ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม คือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง, 1 - 2 ชั่วโมง, 2 - 3 ชั่วโมง, 3 - 4 ชั่วโมงและ มากกว่า 4 ชั่วโมง ตารางที่ 17 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการใช้งานกับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความ น่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	แหล่งของความ ผันแปร	SS	df	MS	F	Sig
1. ความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้ง กระู้	ระหว่างกลุ่ม	10.929	4	2.732	3.959	0.004*
	ภายในกลุ่ม	272.581	395	0.690		
	รวม	283.51	399			
2. ความมีวุฒิของผู้ตั้งกระู้	ระหว่างกลุ่ม	16.16	4	4.04	5.161	0.000*
	ภายในกลุ่ม	309.218	395	0.783		
	รวม	325.378	399			
3. ความมีทักษะด้านการเขียน และถ่ายทอดของผู้ตั้งกระู้	ระหว่างกลุ่ม	8.234	4	2.058	3.49	0.008*
	ภายในกลุ่ม	232.944	395	0.590		
	รวม	241.178	399			

เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความ น่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	แหล่งของความ ผันแปร	SS	df	MS	F	Sig
4. การมีแหล่งอ้างอิงทางการ	ระหว่างกลุ่ม	6.353	4	1.588	2.002	0.094
	ภายในกลุ่ม	313.424	395	0.793		
	รวม	319.777	399			
5. เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ	ระหว่างกลุ่ม	8.445	4	2.111	2.669	0.032*
	ภายในกลุ่ม	312.492	395	0.791		
	รวม	320.938	399			
6. การเคารพในความคิดของ ผู้อื่นหรือผู้ตอบกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	2.516	4	0.629	0.878	0.477
	ภายในกลุ่ม	283.161	395	0.717		
	รวม	285.678	399			
7 ความทันสมัยของเนื้อหา กระทู้	ระหว่างกลุ่ม	3.595	4	0.899	1.328	0.259
	ภายในกลุ่ม	267.342	395	0.677		
	รวม	270.937	399			
8. ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตาม ของกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	3.373	4	0.843	1.415	0.228
	ภายในกลุ่ม	235.387	395	0.596		
	รวม	238.76	399			
9. ความกระตือรือร้นและความ รวมเร็วในการตอบกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	5.642	4	1.410	1.930	0.105
	ภายในกลุ่ม	288.748	395	0.731		
	รวม	294.39	399			

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการใช้งานกับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร โดยใช้ F-test ANOVA พบว่า ความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้, ความมีวุฒิของผู้ตั้งกระทู้, ความมีทักษะด้านการเขียนและถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้ และ เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ มีความสัมพันธ์ต่อบัจจัยด้านระยะเวลาในการใช้งานที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงต้องทำการวิเคราะห์เป็นรายคู่

ตารางที่ 18 เปรียบเทียบความสัมพันธ์รายคู่ระหว่างระยะเวลาในการใช้งานกับเกณฑ์ด้านความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้, ความมีวุฒิของผู้ตั้งกระทู้, ความมีทักษะด้านการเขียนและถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้ และ เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ

ระยะเวลาในการ เข้าใช้งาน	ระยะเวลาในการ เข้าใช้งาน	ความเป็น ผู้เชี่ยวชาญของผู้ ตั้งกระทู้	ความมีวุฒิ ของผู้ตั้ง กระทู้	ความมีทักษะด้านการ เขียนและถ่ายทอด ของผู้ตั้งกระทู้	เนื้อหาข้อมูล ปราศจาก อคติ
Sig					
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	1 - 2 ชั่วโมง	0.035*	0.016*	0.012*	0.029*
	2 - 3 ชั่วโมง	0.030*	0.000*	0.027*	0.028*
	3 - 4 ชั่วโมง	0.064	0.019*	0.621	0.253
	มากกว่า 4 ชั่วโมง	0.034*	0.705	0.060	0.263
1 - 2 ชั่วโมง	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	0.035*	0.016*	0.012*	0.029*
	2 - 3 ชั่วโมง	0.279	0.018*	0.354	0.286*
	3 - 4 ชั่วโมง	0.195	0.088	0.874	0.571
	มากกว่า 4 ชั่วโมง	0.012*	0.944	0.020*	0.129
2 - 3 ชั่วโมง	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	0.030*	0.000*	0.027*	0.028*
	1 - 2 ชั่วโมง	0.279	0.018*	0.354	0.286*
	3 - 4 ชั่วโมง	0.510	0.680	0.553	1.000
	มากกว่า 4 ชั่วโมง	0.006*	0.357	0.011*	0.067
3 - 4 ชั่วโมง	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	0.064	0.019*	0.621	0.253
	1 - 2 ชั่วโมง	0.195	0.088	0.874	0.571
	2 - 3 ชั่วโมง	0.510	0.680	0.553	1.000
	มากกว่า 4 ชั่วโมง	0.005*	0.287	0.066	0.113
มากกว่า 4 ชั่วโมง	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	0.034*	0.705	0.060	0.263
	1 - 2 ชั่วโมง	0.012*	0.944	0.020*	0.129
	2 - 3 ชั่วโมง	0.006*	0.357	0.011*	0.067
	3 - 4 ชั่วโมง	0.005*	0.287	0.066	0.113

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสัมพันธ์รายคู่ระหว่างระยะเวลาในการใช้งานกับเกณฑ์ด้านความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้ พบว่า กลุ่มที่เข้าใช้งานระยะเวลามากกว่า 4 ชั่วโมง มีความแตกต่างกับกลุ่มอื่นๆ และกลุ่มที่เข้าใช้งานระยะเวลาน้อยกว่า 1 ชั่วโมง มีความแตกต่างกับกลุ่มที่เข้าใช้งานระยะเวลา 1 - 2 ชั่วโมง และ 2 - 3 ชั่วโมง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านความมีวุฒิของผู้ตั้งกระทู้ กลุ่มที่เข้าใช้งานระยะเวลาน้อยกว่า 1 ชั่วโมง มีความแตกต่างกับกลุ่มที่เข้าใช้งานระยะเวลา 1 - 2 ชั่วโมง, 2 - 3 ชั่วโมง, 3 - 4 ชั่วโมง และกลุ่มที่เข้าใช้งานระยะเวลา 1 - 2 ชั่วโมง มีความแตกต่างกับกลุ่มที่เข้าใช้งานระยะเวลา 2 - 3 ชั่วโมง

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านความมีทักษะด้านการเขียนและถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้ กลุ่มที่เข้าใช้งานระยะเวลา น้อยกว่า 1 ชั่วโมง มีความแตกต่างกับกลุ่มที่เข้าใช้งานระยะเวลา 1 - 2 ชั่วโมง, 2 - 3 ชั่วโมง และกลุ่มที่เข้าใช้งานระยะเวลา มากกว่า 4 ชั่วโมง มีความแตกต่างกับมีความแตกต่างกับกลุ่มที่เข้าใช้งานระยะเวลา 1 - 2 ชั่วโมง, 2 - 3 ชั่วโมง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ ด้านเนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ กลุ่มที่เข้าใช้งานระยะเวลา น้อยกว่า 1 ชั่วโมง มีความแตกต่างกับกลุ่มที่เข้าใช้งานระยะเวลา 1 - 2 ชั่วโมง, 2 - 3 ชั่วโมง และกลุ่มที่เข้าใช้งานระยะเวลา 1 - 2 ชั่วโมง มีความแตกต่างกับมีความแตกต่างกับกลุ่มที่เข้าใช้งานระยะเวลา 2 - 3 ชั่วโมง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2.3 ใช้บริการมานานเท่าใด แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม คือ น้อยกว่า 1 ปี, 1 - 2 ปี, 2 - 3 ปี, 3 - 4 ปี และมากกว่า 4 ปี ตารางที่ 19 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างใช้บริการมานานเท่าใดกับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความ น่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	แหล่งของความ ผันแปร	SS	df	MS	F	Sig
1. ความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้ง กระทู้	ระหว่างกลุ่ม	1.417	4	0.354	0.496	0.739
	ภายในกลุ่ม	282.093	395	0.714		
	รวม	283.51	399			
2. ความมีวุฒิของผู้ตั้งกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	5.055	4	1.264	1.558	0.185
	ภายในกลุ่ม	320.323	395	0.811		
	รวม	325.377	399			
3. ความมีทักษะด้านการเขียน และถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	7.147	4	1.787	3.015	0.018*
	ภายในกลุ่ม	234.031	395	0.592		
	รวม	241.178	399			
4. การมีแหล่งอ้างอิงทางการ	ระหว่างกลุ่ม	3.955	4	0.989	1.237	0.295
	ภายในกลุ่ม	315.823	395	0.800		
	รวม	319.777	399			
5. เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ	ระหว่างกลุ่ม	15.31	4	3.828	4.947	0.001*
	ภายในกลุ่ม	305.627	395	0.774		
	รวม	320.938	399			
6. การเคารพในความคิดของ ผู้อื่นหรือผู้ตอบกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	9.186	4	2.296	3.281	0.012*
	ภายในกลุ่ม	276.492	395	0.700		
	รวม	285.677	399			

เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	แหล่งของความผันแปร	SS	df	MS	F	Sig
7 ความทันสมัยของเนื้อหา กระทั่ง	ระหว่างกลุ่ม	9.128	4	2.282	3.443	0.009*
	ภายในกลุ่ม	261.809	395	0.663		
	รวม	270.938	399			
8. ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตามของกระทั่ง	ระหว่างกลุ่ม	9.289	4	2.322	3.998	0.003*
	ภายในกลุ่ม	229.471	395	0.581		
	รวม	238.76	399			
9. ความกระตือรือร้นและความรวดเร็วในการตอบกระทั่ง	ระหว่างกลุ่ม	2.741	4	0.685	0.928	0.447
	ภายในกลุ่ม	291.649	395	0.738		
	รวม	294.39	399			

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างใช้บริการมานานเท่าใดกับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร โดยใช้ F-test ANOVA ความมีทักษะด้านการเขียนและถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทั่ง, เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ, การเคารพในความคิดของผู้อื่นหรือผู้ตอบกระทั่ง, ความทันสมัยของเนื้อหากระทั่ง และ ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตามของกระทั่ง มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยด้านใช้บริการมานานเท่าใดที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงต้องทำการวิเคราะห์เป็นรายคู่

ตารางที่ 20 เปรียบเทียบความสัมพันธ์รายคู่ระหว่างด้านใช้บริการมานานเท่าใดกับเกณฑ์ด้านความมีทักษะด้านการเขียนและถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทั่ง, เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ, การเคารพในความคิดของผู้อื่นหรือผู้ตอบกระทั่ง, ความทันสมัยของเนื้อหากระทั่ง และ ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตามของ

ใช้บริการมานานเท่าใด	ใช้บริการมานานเท่าใด	ความมีทักษะด้านการเขียนและถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทั่ง	เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ	การเคารพในความคิดของผู้ตอบกระทั่ง	ความทันสมัยของเนื้อหากระทั่ง	ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตามของกระทั่ง
Sig						
น้อยกว่า 1 ปี	1 - 2 ปี	0.267	0.09	0.125	0.105	0.006*
	2 - 3 ปี	0.028*	0.19	0.085	0.206	0.003*
	3 - 4 ปี	0.020*	0.001*	0.002*	0.001*	0.024*
	มากกว่า 4 ปี	0.678	0.386	0.846	0.883	0.625

ใช้บริการมานานเท่าใด	ใช้บริการมานานเท่าใด	ความมีทักษะด้านการเขียนและถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้	เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ	การเคารพในความคิดของผู้ตอบกระทู้	ความทันสมัยของเนื้อหากระทู้	ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตามของกระทู้
1 - 2 ปี	น้อยกว่า 1 ปี	0.267	0.09	0.125	0.105	0.006*
	2 - 3 ปี	0.3	0.774	0.818	0.789	0.791
	3 - 4 ปี	0.188	0.058	0.075	0.062	0.986
	มากกว่า 4 ปี	0.146	0.015*	0.181	0.143	0.023*
2 - 3 ปี	น้อยกว่า 1 ปี	0.028*	0.19	0.085	0.206	0.003*
	1 - 2 ปี	0.3	0.774	0.818	0.789	0.791
	3 - 4 ปี	0.69	0.036*	0.123	0.041*	0.807
	มากกว่า 4 ปี	0.012*	0.043*	0.125	0.263	0.013*
3 - 4 ปี	น้อยกว่า 1 ปี	0.020*	0.001*	0.002*	0.001*	0.024*
	1 - 2 ปี	0.188	0.058	0.075	0.062	0.986
	2 - 3 ปี	0.69	0.036*	0.123	0.041*	0.807
	มากกว่า 4 ปี	0.010*	0.000*	0.003*	0.001*	0.062
มากกว่า 4 ปี	น้อยกว่า 1 ปี	0.678	0.386	0.846	0.883	0.625
	1 - 2 ปี	0.146	0.015*	0.181	0.143	0.023*
	2 - 3 ปี	0.012*	0.043*	0.125	0.263	0.013*
	3 - 4 ปี	0.010*	0.000*	0.003*	0.001*	0.062

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสัมพันธ์รายคู่ระหว่างใช้บริการมานานเท่าใดกับเกณฑ์ด้านความมีทักษะด้านการเขียนและถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้ พบว่า กลุ่มที่ใช้บริการมานานน้อยกว่า 1 ปี มีความแตกต่างกับกลุ่มใช้บริการมานาน 2 - 3 ปี, 3 - 4 ปี และ กลุ่มใช้บริการมานานมากกว่า 4 ปี มีความแตกต่างกับกลุ่มใช้บริการมานาน 2 - 3 ปี และ 3 - 4 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านเนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ กลุ่มใช้บริการมานานมากกว่า 4 ปี มีความแตกต่างกับกลุ่มใช้บริการมานาน 1 - 2 ปี, 2 - 3 ปี และ 3 - 4 ปี และ กลุ่มใช้บริการมานาน 3 - 4 ปี มีความแตกต่างกับกลุ่มใช้บริการมานานน้อยกว่า 1 ปี และ 2 - 3 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านการเคารพในความคิดของผู้อื่นหรือผู้ตอบกระทู้ กลุ่มใช้บริการมานาน 3 - 4 ปี มีความแตกต่างกับกลุ่มใช้บริการมานานน้อยกว่า 1 ปี และ มากกว่า 4 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านความทันสมัยของเนื้อหากระทู้ กลุ่มใช้บริการมานาน 3 - 4 ปี มีความแตกต่างกับกลุ่มใช้บริการมานานน้อยกว่า 1 ปี, 2 - 3 ปี และ มากกว่า 4 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ ด้านลักษณะน่าอ่าน น่าติดตาม

ของกระทู้ กลุ่มที่ใช้บริการมานานน้อยกว่า 1 ปี มีความแตกต่างกับกลุ่มที่ใช้บริการมานาน 1 - 2 ปี, 2 - 3 ปี, 3 - 4 ปี และ กลุ่มที่ใช้บริการมานานมากกว่า 4 ปี มีความแตกต่างกับกลุ่มที่ใช้บริการมานาน 1 - 2 ปี, 2 - 3 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2.4 สถานะการเข้าใช้งาน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ เป็นสมาชิก, ใช้บัตรผ่าน และ ขาจร

ตารางที่ 21 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างสถานะการเข้าใช้งานกับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความ น่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	แหล่งของความ ผันแปร	SS	df	MS	F	Sig
1. ความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้ง กระทู้	ระหว่างกลุ่ม	1.351	2	0.676	0.951	0.387
	ภายในกลุ่ม	282.159	397	0.711		
	รวม	283.51	399			
2. ความมีวุฒิของผู้ตั้งกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	1.588	2	0.794	0.974	0.379
	ภายในกลุ่ม	323.789	397	0.816		
	รวม	325.378	399			
3. ความมีทักษะด้านการเขียนและ ถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	2.929	2	1.464	2.44	0.088
	ภายในกลุ่ม	238.249	397	0.6		
	รวม	241.178	399			
4. การมีแหล่งอ้างอิงทางการ	ระหว่างกลุ่ม	0.232	2	0.116	0.144	0.866
	ภายในกลุ่ม	319.546	397	0.805		
	รวม	319.778	399			
5. เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ	ระหว่างกลุ่ม	0.722	2	0.361	0.447	0.64
	ภายในกลุ่ม	320.216	397	0.807		
	รวม	320.938	399			
6. การเคารพในความคิดของผู้อื่น หรือผู้ตอบกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	0.461	2	0.23	0.321	0.726
	ภายในกลุ่ม	285.217	397	0.718		
	รวม	285.678	399			
7 ความทันสมัยของเนื้อหากระทู้	ระหว่างกลุ่ม	0.294	2	0.147	0.215	0.806
	ภายในกลุ่ม	270.644	397	0.682		
	รวม	270.938	399			

8. ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตามของ กระทู้	ระหว่างกลุ่ม	2.605	2	1.302	2.189	0.113
	ภายในกลุ่ม	236.155	397	0.595		
	รวม	238.76	399			
9. ความกระตือรือร้นและความ รวมเร็วในการตอบกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	3.414	2	1.707	2.329	0.099
	ภายในกลุ่ม	290.976	397	0.733		
	รวม	294.39	399			

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างสถานะการเข้าใช้งานกับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร โดยใช้ F-test ANOVA พบว่าสถานะการเข้าใช้งานไม่มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

3.2.5 วัตถุประสงค์ในการใช้งาน แบ่งออกเป็น 9 กลุ่ม คือ เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล เท่านั้น, เพื่อส่งข้อความคำถาม / ขอคำแนะนำ เท่านั้น, โพสต์แสดงความคิดเห็น / วิจารณ์ / แนะนำ เท่านั้น, เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล + ส่งข้อความคำถาม / ขอคำแนะนำ, เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล + โพสต์แสดงความคิดเห็น / วิจารณ์ / แนะนำ, เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล + ร่วมกิจกรรมเล่นเกมส์, เพื่อส่งข้อความคำถาม / ขอคำแนะนำ + โพสต์แสดงความคิดเห็น / วิจารณ์ / แนะนำ, เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล + ส่งข้อความคำถาม / ขอคำแนะนำ + โพสต์แสดงความคิดเห็น / วิจารณ์ / แนะนำ และ เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล เพื่อส่งข้อความคำถาม / ขอคำแนะนำ + ร่วมกิจกรรมเล่นเกมส์

ตารางที่ 22 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ในการใช้งานกับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความ น่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	แหล่งของความ ผันแปร	SS	df	MS	F	Sig
1. ความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้ง กระทู้	ระหว่างกลุ่ม	3.073	8	0.384	0.536	0.83
	ภายในกลุ่ม	280.437	391	0.717		
	รวม	283.51	399			
2. ความมีวุฒิของผู้ตั้งกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	8.009	8	1.001	1.233	0.278
	ภายในกลุ่ม	317.369	391	0.812		
	รวม	325.377	399			
3. ความมีทักษะด้านการเขียน และถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	7.824	8	0.978	1.639	0.112
	ภายในกลุ่ม	233.353	391	0.597		
	รวม	241.178	399			

เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความ น่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	แหล่งของความ ผันแปร	SS	df	MS	F	Sig
4. การมีแหล่งอ้างอิงทางการ	ระหว่างกลุ่ม	2.899	8	0.362	0.447	0.892
	ภายในกลุ่ม	316.878	391	0.81		
	รวม	319.778	399			
5. เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ	ระหว่างกลุ่ม	4.585	8	0.573	0.708	0.684
	ภายในกลุ่ม	316.353	391	0.809		
	รวม	320.938	399			
6. การเคารพในความคิดของผู้อื่น หรือผู้ตอบกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	4.485	8	0.561	0.779	0.621
	ภายในกลุ่ม	281.193	391	0.719		
	รวม	285.677	399			
7 ความทันสมัยของเนื้อหากระทู้	ระหว่างกลุ่ม	6.183	8	0.773	1.141	0.334
	ภายในกลุ่ม	264.754	391	0.677		
	รวม	270.938	399			
8. ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตามของ กระทู้	ระหว่างกลุ่ม	6.163	8	0.77	1.295	0.244
	ภายในกลุ่ม	232.597	391	0.595		
	รวม	238.76	399			
9. ความกระตือรือร้นและความ รวมเร็วในการตอบกระทู้	ระหว่างกลุ่ม	10.465	8	1.308	1.801	0.075
	ภายในกลุ่ม	283.925	391	0.726		
	รวม	294.39	399			

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ในการใช้งานกับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร โดยใช้ F-test ANOVA พบว่าวัตถุประสงค์ในการใช้งานไม่มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

3.3. วิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Correlation

ตารางที่ 23 ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Correlation ในด้านทัศนคติต่อประสบการณ์และข้อมูลผู้นำเสนอ, รูปแบบการนำเสนอข้อมูล, เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือ และการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์		ทัศนคติต่อผู้ นำเสนอ	รูปแบบการ นำเสนอ	เกณฑ์ที่ใช้ ประเมิน	การเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์
ทัศนคติต่อผู้นำเสนอ	Pearson Correlation				
รูปแบบการนำเสนอ	Pearson Correlation	.724**			
เกณฑ์ที่ใช้ประเมิน	Pearson Correlation	.700**	.795**		
การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์	Pearson Correlation	.586**	.604**	.672**	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากตารางที่ 23 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปร โดยพิจารณาจากค่า Pearson Correlation (Hinkle D. E. 1998, p.118) แบ่งได้ดังนี้ 1. $r = 0.00 - 0.30$ มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก 2. $r = 0.30 - 0.50$ มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ 3. $r = 0.50 - 0.70$ มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง 4. $r = 0.70 - 0.90$ มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง 4. $r = 0.09 - 1.00$ มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก พบว่า 1. ด้านทัศนคติต่อประสบการณ์และข้อมูลผู้นำเสนอ มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือในระดับสูง ($r = 0.700$) 2. ด้านรูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือในระดับสูง ($r = 0.795$) 3. เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลาง ($r = 0.672$)

ตารางที่ 24 ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Correlation ของแต่ละปัจจัยย่อยในด้านทัศนคติต่อประสบการณ์และข้อมูลผู้นำเสนอกับเกณฑ์ในแต่ละข้อที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	ทัศนคติต่อประสบการณ์และข้อมูลผู้นำเสนอ						
	S3.1	S3.2	S3.3	S3.4	S3.5	S3.6	S3.7
1. ความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้	0.524	0.514	0.405	0.421	0.414	0.457	0.416
2. ความมีวุฒิของผู้ตั้งกระทู้	0.387	0.363	0.424	0.265	0.233	0.348	0.213
3. ความมีทักษะด้านการเขียนและถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้	0.420	0.469	0.325	0.487	0.534	0.466	0.506
4. การมีแหล่งอ้างอิงทางการ	0.336	0.513	0.380	0.409	0.421	0.399	0.398
5. เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ	0.282	0.407	0.278	0.424	0.589	0.431	0.479
6. การเคารพในความคิดของผู้อื่นหรือผู้ตอบกระทู้	0.302	0.417	0.349	0.537	0.582	0.466	0.518
7 ความทันสมัยของเนื้อหากระทู้	0.271	0.348	0.311	0.383	0.474	0.422	0.411
8. ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตามของกระทู้	0.271	0.364	0.264	0.401	0.473	0.460	0.445
9. ความกระตือรือร้นและความรวดเร็วในการตอบกระทู้	0.291	0.321	0.313	0.403	0.397	0.595	0.382

* Correlation is significant at the 0.01

** S3.1 ความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้ S3.2. การมีแหล่งข้อมูลอ้างอิงที่เป็นทางการ น่าเชื่อถือ มีข้อมูลสนับสนุน S3.3 การมีตัวตนจริงของผู้ตั้งกระทู้ S3.4 ลักษณะการตอบโต้มีการใช้คำหรือการเขียนที่แสดงความเป็นมิตร น่าพูดคุย S3.5 การให้ข้อมูลที่ตรงไปตรงมา มีความเป็นกลาง ปราศจากอคติ S3.6 ความรวดเร็วกระตือรือร้นในการตอบคำถามหรือข้อสงสัย S3.7 ทักษะการนำเสนอข้อมูล การเขียนและถ่ายทอด การใช้ภาพประกอบหรือคลิปวิดีโอที่ทำให้น่าสนใจและเข้าใจเนื้อหาได้ดียิ่งขึ้น

จากตารางที่ 24 พบว่า ปัจจัยย่อยในด้านทัศนคติต่อประสบการณ์และข้อมูลผู้นำเสนอ มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ในแต่ละข้อที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในทุก ๆ ด้าน โดยระดับความสัมพันธ์ที่น้อยที่สุด คือ ปัจจัยย่อยด้านทักษะการนำเสนอข้อมูล การเขียนและถ่ายทอด การใช้ภาพประกอบหรือคลิปวิดีโอที่ทำให้น่าสนใจและเข้าใจเนื้อหาได้ดียิ่งขึ้นกับเกณฑ์ความมีวุฒิของผู้ตั้งกระทู้ ($r = 0.213$) มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก ส่วนระดับความสัมพันธ์ที่มากที่สุด คือ ปัจจัยย่อยด้านการให้ข้อมูลที่ตรงไปตรงมา มีความเป็นกลาง ปราศจากอคติกับเกณฑ์เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ ($r = 0.589$) มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ที่ระดับนัยสำคัญ .001

ตารางที่ 25 ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Correlation ของแต่ละปัจจัยย่อยในด้านรูปแบบการนำเสนอข้อมูลกับเกณฑ์ในแต่ละข้อที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	รูปแบบการนำเสนอข้อมูล								
	S4.1	S4.2	S4.3	S4.4	S4.5	S4.6	S4.7	S4.8	S4.9
1. ความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้	0.468	0.481	0.448	0.547	0.496	0.526	0.498	0.527	0.476
2. ความมีวุฒิของผู้ตั้งกระทู้	0.186	0.313	0.361	0.356	0.299	0.343	0.319	0.440	0.388
3. ความมีทักษะด้านการเขียนและถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้	0.515	0.545	0.525	0.591	0.578	0.614	0.588	0.553	0.577
4. การมีแหล่งอ้างอิงทางการ	0.378	0.436	0.460	0.555	0.512	0.544	0.499	0.515	0.521
5. เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ	0.481	0.499	0.461	0.596	0.604	0.617	0.577	0.533	0.576
6. การเคารพในความคิดของผู้อื่นหรือผู้ตอบกระทู้	0.503	0.497	0.504	0.579	0.599	0.608	0.554	0.473	0.548
7 ความทันสมัยของเนื้อหากระทู้	0.475	0.483	0.577	0.542	0.563	0.547	0.517	0.470	0.516
8. ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตามของกระทู้	0.500	0.533	0.494	0.499	0.541	0.585	0.504	0.505	0.568
9. ความกระตือรือร้นและความรวดเร็วในการตอบกระทู้	0.409	0.412	0.413	0.472	0.434	0.533	0.442	0.480	0.540

* Correlation is significant at the 0.01

** S4.1. การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย S4.2. เนื้อหาข้อมูลมีความน่าสนใจ น่าติดตาม S4.3. เนื้อหาข้อมูลมีความทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ S4.4. เนื้อหาข้อมูลครบถ้วน มีการให้รายละเอียดที่ครอบคลุมในทุกมุมมอง S4.5. เนื้อหาข้อมูลมีการเปรียบเทียบให้เห็นภาพชัดเจน S4.6. เนื้อหาข้อมูลมีภาพประกอบ หรือ วิดีโอประกอบของผลิตภัณฑ์, การใช้จริง S4.7. เนื้อหาข้อมูลมีความถูกต้อง ตรงตามความเป็นจริงของข้อมูลผลิตภัณฑ์ S4.8. เนื้อหาข้อมูลมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันระหว่างผลิตภัณฑ์ การใช้งาน รวมถึงข้อมูลอื่น ๆ S4.9. มีการจัดแบ่งประเภทเนื้อหาได้อย่างเหมาะสม

จากตารางที่ 25 พบว่า ปัจจัยย่อยในด้านรูปแบบการนำเสนอข้อมูล มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ในแต่ละข้อที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในทุก ๆ ด้าน โดยระดับความสัมพันธ์ที่น้อยที่สุด คือ ปัจจัยย่อยด้านการใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายกับเกณฑ์ความมีวุฒิของผู้ตั้งกระทู้ ($r = 0.186$) มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก ส่วนระดับความสัมพันธ์ที่มากที่สุด คือ ปัจจัยย่อยด้านเนื้อหาข้อมูลมีภาพประกอบหรือวิดีโอประกอบของผลิตภัณฑ์ การใช้จริงกับเกณฑ์เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ ($r = 0.617$) มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ที่ระดับนัยสำคัญ .001

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์พื้นที่ปศอทคอมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา:เว็บไซต์ความงาม” สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

พบว่า ผู้ใช้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 76.25) มีอายุ 25 – 34 ปี (ร้อยละ 44.50) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 67.75) มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 41.00) มีรายได้เฉลี่ย 10,001 – 20,000 บาท (ร้อยละ 29.50)

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารในเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พื้นที่ปศอทคอม

พบว่า ผู้ใช้งานส่วนใหญ่ เข้าใช้งาน 1 - 2 วัน (ร้อยละ 80.25) ใช้ระยะเวลา น้อยกว่า 1 ชั่วโมง ใช้บริการมานาน น้อยกว่า 1 ปี (ร้อยละ 29.00) ใกล้เคียงกับกลุ่มใช้งานมานาน มากกว่า 4 ปี (ร้อยละ 26.50) มีสถานะเป็นข้าราชการ (ร้อยละ 67.25) มีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล เท่านั้น (ร้อยละ 73.50)

ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในด้านต่างๆ กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

พบว่า ด้านเพศไม่มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร ด้านอายุมีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร โดยความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้, ความทันสมัยของเนื้อหากระทู้ และ ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตามของกระทู้ มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกัน ด้านการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร โดยความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้ และ การมีแหล่งอ้างอิงทางการ มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยด้านการศึกษาที่แตกต่างกัน ด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร โดยความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้, ความมีวุฒิของผู้ตั้งกระทู้, ความมีทักษะด้านการเขียนและถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้, การมีแหล่งอ้างอิงทางการ, เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ, ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตามของกระทู้ และความกระตือรือร้นและความรวดเร็วในการตอบกระทู้ มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยด้านอาชีพที่แตกต่างกัน ด้านรายได้มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร โดยการมีแหล่งอ้างอิงทางการ มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยด้านรายได้ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารในเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พื้นที่ปศอทคอม มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

พบว่า ด้านความถี่ในการเข้าใช้งานไม่มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล ด้านระยะเวลาในการใช้งานมีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร โดยความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้, ความมีวุฒิของผู้ตั้งกระทู้, ความมีทักษะด้านการเขียนและถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้ และ เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยด้านระยะเวลาในการใช้งานที่แตกต่างกัน ด้านการใช้บริการมานานเท่าใดมีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร โดยความมีทักษะด้านการเขียนและถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้, เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ, การเคารพในความคิดของผู้อื่น หรือผู้ตอบกระทู้, ความทันสมัยของเนื้อหากระทู้ และ ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตามของกระทู้ มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยด้านใช้บริการมานานเท่าใดที่แตกต่างกัน ด้านสถานะการเข้าใช้งานไม่มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้งานไม่มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านทัศนคติต่อประสบการณ์และข้อมูลผู้นำเสนอบนเว็บไซต์ความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

พบว่า ปัจจัยแต่ละปัจจัยด้านทัศนคติต่อประสบการณ์และข้อมูลผู้นำเสนอบนเว็บไซต์ความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในทุกด้าน ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านรูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

พบว่า ปัจจัยแต่ละปัจจัยด้านรูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์ความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในทุกด้าน ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง

สมมติฐานที่ 5 เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

พบว่า เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์พันทิปดอทคอมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา:เว็บไซต์ความงาม โดยวิเคราะห์หาปัจจัยในด้านต่างๆที่มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือ และการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน คือ 1. ด้านประชากรศาสตร์ 2. ด้านพฤติกรรมการใช้ข้อมูล 3. ด้านทัศนคติต่อประสบการณ์และข้อมูลผู้นำเสนอ 4. ด้านรูปแบบการนำเสนอข้อมูล และ 5. ด้านความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ในด้านปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่าเพศเป็นปัจจัยเดียวที่ไม่มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงทำให้ความสนใจหรือความคิดเห็นเป็นไปในทิศทางเดียวกัน หรือปัจจัยด้านอาชีพ อายุ และรายได้เฉลี่ย ที่ทั้ง 3 ปัจจัยนี้มีความสอดคล้องกัน คือผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาและพนักงานเอกชน ที่มีรายได้ระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท และมีอายุไม่เกิน 34 ปี

ในด้านปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้ข้อมูล พบว่ามี 3 ปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล คือ ความถี่ในการเข้าใช้งาน สถานะเข้าใช้งาน และ วัตถุประสงค์การเข้าใช้งาน เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามมีการตอบคำถามที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างสูง เช่น สถานะของการเข้าใช้งานเป็นข้าราชการ มากกว่าร้อยละ 60 เช่นเดียวกับการเข้าใช้งานมากกว่า 1 – 2 วันต่อสัปดาห์ และเข้าใช้งานเพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล เท่านั้น ที่มากกว่าร้อยละ 80 ส่วนปัจจัยด้านการใช้บริการมานานเท่าใดและระยะเวลาในการใช้งาน มีเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินที่เหมือนกันคือ ความมีทักษะด้านการเขียนและถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้

ในด้านปัจจัยด้านทัศนคติต่อประสบการณ์และข้อมูลของผู้นำเสนอและรูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในระดับสูง พบว่า เกณฑ์ที่ผู้ให้ค่าความสำคัญมากที่สุด และ พบในเกือบทุกปัจจัยทั้ง 2 ด้าน 3 อันดับแรก คือ เกณฑ์ในด้านความมีทักษะด้านการเขียนและถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้, การเคารพในความคิดของผู้อื่นหรือผู้ตอบกระทู้ และ เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ ซึ่งจากการศึกษางานวิจัยอื่นๆ ที่มีความใกล้เคียงกัน พบว่า เกณฑ์ทั้ง 3 เกณฑ์นี้ ล้วนเป็นเกณฑ์ที่ผู้ใช้งานต่างให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกๆ เนื่องจากผู้ที่ใช้งานเว็บไซต์พันทิปดอทคอม ต้องการเข้ามาใช้งานและหาข้อมูลจากผู้ที่มีประสบการณ์จริง ไม่มีอคติ โดยอ่านเพื่อการตัดสินใจและยังต้องการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับบุคคลอื่น เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือและส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. การศึกษาครั้งนี้ เน้นการศึกษาเฉพาะเว็บบอร์ดความงาม (ห้องโถงเครื่องสำอาง) ที่เป็นความสนใจส่วนตัวเฉพาะด้านของผู้ทำวิจัย ในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรทำการศึกษาในเว็บบอร์ดอื่น ๆ หรือเว็บไซต์อื่น ๆ ที่มีความใกล้เคียงกัน เพื่อที่จะได้ทำการเปรียบเทียบหาความแตกต่างของแต่ละการใช้งานได้เห็นภาพมากยิ่งขึ้น
2. การศึกษาครั้งนี้ ใช้การเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามอย่างเดียว ไม่ได้มีการสัมภาษณ์เชิงลึก อาจทำให้ข้อมูลที่ได้อาจมีความละเอียดไม่มากพอ ในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาแบบสัมภาษณ์เชิงลึกด้วย เพื่อจะได้ข้อมูลครบทุกด้านและมีคุณภาพมากขึ้น

References

- Chen, C., & Hemon, P. (1982). Information Seeking: Assessing and Anticipating Uses' Needs. *New York: Neal-Schuman*, 52-53.
- Johnson, T. J. (1998). Using Is Believing?: Comparing Internet and Traditional Sources on Media Credibility Measures. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 325-340.
- Klapper, J. T. (1960). The effects of mass communication. *New York:Free Press*, 19-26.
- Krikelas, J. (1983). *Information seeking behaviour: Patterns and concepts*. Drexel Library Quarterly.
- Lumsden, G., & Lumsden, D. (2003). Communicating with Credibility and Confidence Diverse People. Belmont, California: Thomson/Wodsworth.
- Tam, C. &. (2016). *Performance impact of mobile banking: using the task-technology fit (TTF) approach*. <http://www.emeraldinsight.com>. .
- เบ็ญจรงค์กิจ, ย. (2542). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร: : ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เพ็ญพรรณ วัชรดิกุล. (2544). “การวิเคราะห์วาทกรรมบนอินเทอร์เน็ต Bulletin Board ของเว็บไซต์พันทิพย์. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา กาญจนทวี. (2542). แรงจูงใจ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉัตรศิริมงคล, ไ. (2540). *ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการใช้บริการของธนาคารไทยทุนจำกัด(มหาชน): ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาพันธุ์ทิพย์พลาซ่า*. ภาคนิพนธ์ พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาพัฒนาสังคม: คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พบถาวร, บ. (2558). อิทธิพลของคุณภาพของข้อคิดเห็นและความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อคิดเห็นบนเว็บไซต์ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการนำข้อมูลจากข้อคิดเห็นเหล่านั้นไปใช้เลือกซื้อสินค้าหรือบริการ. *วารสารระบบสารสนเทศด้านธุรกิจ*, 102-119.
- พานทอง, ด. (2542). ทฤษฎีการจูงใจ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สตะเวทิน, ป. (2546). หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพมหานคร: : ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาคผนวก

ตัวอย่างแบบสอบถาม

**ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์พันทิปดอทคอมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา:
เว็บไซต์บอร์ดความงาม**

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา ระเบียบวิธีการวิจัยและสถิติ การศึกษาระดับปริญญาโท คณะสถิติประยุกต์สาขาวิชาบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์บอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ ตามความเป็นจริง และตามความคิดเห็นของท่าน เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาต่อไป โดยข้อมูลที่ท่านตอบแบบสอบถามทั้งหมดจะถือเป็นความลับ ซึ่งจะนำเสนอผลการวิจัยในลักษณะภาพรวมเท่านั้น

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่าง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

1.1 เพศ

() ชาย () หญิง

1.2 อายุ

() ต่ำกว่า 15 ปี () 15 - 24 ปี () 25 - 34 ปี
() 35 - 44 ปี () 50 ปีขึ้นไป

1.3 ระดับการศึกษา

() ประถมศึกษาตอนต้น () ประถมศึกษาตอนปลาย () มัธยมศึกษาตอนต้น
() มัธยมศึกษาตอนปลาย () อาชีวศึกษา/อนุปริญญา () ปริญญาตรี
() สูงกว่าปริญญาตรี

1.4 อาชีพ

() นักเรียน/นักศึกษา () ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ () พนักงานบริษัทเอกชน
() ธุรกิจส่วนตัว () อื่น ๆ โปรดระบุ

1.5 รายได้ต่อเดือน

- () ไม่เกิน 5,000 บาท () 5,001 – 10,000 บาท () 10,001 – 20,000 บาท
() 20,001 – 30,000 บาท () มากกว่า 30,000 บาท

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารในเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม

2.1 ท่านใช้เว็บบอร์ดความงาม กี่วันต่อสัปดาห์

- () 1 - 2 วัน () 3-4 วัน
() 5 -6 วัน () ทุกวัน

2.2 ระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้เว็บบอร์ดความงาม ต่อครั้ง

- () น้อยกว่า 1 ชั่วโมง () 1 - 2 ชั่วโมง () มากกว่า 2 - 3 ชั่วโมง
() มากกว่า 3 - 4 ชั่วโมง () มากกว่า 4 ชั่วโมง

2.3 ท่านใช้บริการเว็บบอร์ดความงาม มานานเท่าใด

- () น้อยกว่า 1 ปี () 1 - 2 ปี () มากกว่า 2 - 3 ปี
() มากกว่า 3 - 4 ปี () มากกว่า 4 ปี

2.4 ท่านมีสถานะเป็นผู้ใช้บริการเว็บบอร์ดของเว็บไซต์พันทิปดอทคอมประเภทใด

- () เป็นสมาชิก (Member) () ใช้บัตรผ่าน (Passport System)
() ขาจร (เข้ามาใช้เพียงอย่างเดียว โดยไม่เป็นสมาชิกและไม่มีสิทธิตั้งกระทู้หรือตอบกระทู้)

2.5 วัตถุประสงค์ในการใช้เว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอมของท่านในแต่ละประเด็นดังต่อไปนี้ มีอย่างน้อยเพียงใด

- () เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล เท่านั้น
() เพื่อส่งข้อความคำถาม / ขอคำแนะนำ เท่านั้น
() โพสต์แสดงความคิดเห็น / วิจารณ์ / แนะนำ เท่านั้น
() เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล + ส่งข้อความคำถาม / ขอคำแนะนำ
() เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล + โพสต์แสดงความคิดเห็น / วิจารณ์ / แนะนำ
() เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล + ร่วมกิจกรรมเล่นเกมส์

() เพื่อส่งข้อความคำถาม / ขอคำแนะนำ + โพสต์แสดงความคิดเห็น / วิจารณ์ / แนะนำ

() เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล + ส่งข้อความคำถาม / ขอคำแนะนำ + โพสต์แสดงความคิดเห็น / วิจารณ์ / แนะนำ

() เพื่อติดตามอ่านข้อมูล / หาข้อมูล เพื่อส่งข้อความคำถาม / ขอคำแนะนำ + ร่วมกิจกรรมเล่นเกมส์

ส่วนที่ 3 ทศนคติต่อประสบการณ์และข้อมูลผู้นำเสนอในเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม

ประเมินทศนคติที่มีต่อผู้นำเสนอข้อมูล	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3.1 ความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้ เช่น นำเสนอผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงามโดยตรง มีกระทู้ติดอันดับ 1 ใน 10 ของเดือน หรือได้รับการยอมรับให้เป็นบล็อกเกอร์					
3.2 การมีแหล่งข้อมูลอ้างอิงที่เป็นทางการ น่าเชื่อถือ มีข้อมูลสนับสนุน เช่น มีบล็อกส่วนตัว มีเว็บไซต์ส่วนตัว มีเพจรีวิว					
3.3 การมีตัวตนจริงของผู้ตั้งกระทู้ เช่น ติดติดได้ผ่านทางอีเมลล์ หรือ ช่องทางหลัก					
3.4 ลักษณะการตอบโต้มีการใช้คำหรือการเขียนที่แสดงความเป็นมิตร น่าพูดคุย					
3.5 การให้ข้อมูลที่ตรงไปตรงมา ความเป็นกลาง ปราศจากอคติ					
3.6 ความรวดเร็วกระทู้หรือร้านในการตอบคำถามหรือข้อสงสัย					
3.7 ทักษะการนำเสนอข้อมูล การเขียนและถ่ายทอด การใช้ภาพประกอบหรือคลิปวิดีโอที่ทำให้น่าสนใจและเข้าใจเนื้อหาได้ดียิ่งขึ้น					

ส่วนที่ 4 รูปแบบการนำเสนอข้อมูลบนเว็บบอร์ดความงาม เว็บไซต์พันทิปดอทคอม

ประเมินคุณภาพของรูปแบบการนำเสนอข้อมูล	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4.1 การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย					
4.2 เนื้อหาข้อมูลมีความน่าสนใจ น่าติดตาม					
4.3 เนื้อหาข้อมูลมีความทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์					
4.4 เนื้อหาข้อมูลครบถ้วน มีการให้รายละเอียดที่ครอบคลุมในทุกมุมมอง					
4.5 เนื้อหาข้อมูลมีการเปรียบเทียบให้เห็นภาพชัดเจน เช่น ข้อดี - ข้อเสีย , ก่อน - หลัง					
4.6 เนื้อหาข้อมูลมีภาพประกอบ หรือ วิดีโอประกอบของผลิตภัณฑ์, การใช้จริง					
4.7 เนื้อหาข้อมูลมีความถูกต้อง ตรงตามความเป็นจริงของข้อมูล ผลิตภัณฑ์					
4.8 เนื้อหาข้อมูลมีความเกี่ยวข้อง เชื่อมโยงกันระหว่างผลิตภัณฑ์ การใช้งาน รวมถึงข้อมูลอื่น ๆ					
4.9 มีการจัดแบ่งประเภทเนื้อหาได้อย่างเหมาะสม เช่น ข้อมูลส่วนผสม , ข้อมูลการใช้งาน, ผลลัพธ์หลังใช้งานจริง เป็นต้น					

ส่วนที่ 5 เกณฑ์ที่ใช้ประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารข่าวสาร

ประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5.1 ความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้ตั้งกระทู้					
5.2 ความมีวุฒิของผู้ตั้งกระทู้					
5.3 ความมีทักษะด้านการเขียนและถ่ายทอดของผู้ตั้งกระทู้					
5.4 การมีแหล่งอ้างอิงทางการ					
5.5 เนื้อหาข้อมูลปราศจากอคติ					
5.6 การเคารพในความคิดของผู้อื่นหรือผู้ตอบกระทู้					
5.7 ความทันสมัยของเนื้อหากระทู้					
5.8 ลักษณะน่าอ่าน น่าติดตามของกระทู้					
5.9 ความกระตือรือร้นและความรวดเร็วในการตอบกระทู้					

ส่วนที่ 6 เกณฑ์ที่ใช้ประเมินการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

ประเมินการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
6.1 ความตั้งใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ตามคำแนะนำจากความน่าเชื่อถือของข้อมูล					
6.2 มีความตั้งใจเลือกซื้อสินค้าในทันทีหลังจากประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล					
6.3 มีความตั้งใจเลือกซื้อสินค้าในระยะเวลาอันใกล้นี้ หลังจากประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล					
6.4 มีการวางแผนการเลือกซื้อสินค้า หลังจากประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูล					

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นามสกุล กมลพรรณ หอมช่วงทรัพย์

ประวัติการศึกษา

- ปี พ.ศ. 2563 วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ
คณะสถิติประยุกต์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ บางกะปิ
กรุงเทพมหานคร
- ปี พ.ศ. 2557 วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
บางเขน กรุงเทพมหานคร

ประสบการณ์การทำงาน

- นักวิเคราะห์นโยบายและแผน สถาบันอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และนวัตกรรม
- เจ้าหน้าที่วิจัย ภาควิชาวิสัญญี สังกัดงานวิจัย โรงพยาบาลศิริราช
- เจ้าหน้าที่วิเคราะห์ข้อมูล เมเจอร์ ซินิเพล็กซ์ จำกัด