



ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจของ
โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร

The satisfaction of the Users toward Facebook Fanpage Provided by
Demonstration School of Silpakorn University

Received: October 28, 2021

Revised: November 17, 2021

Accepted: November 23, 2021

วันชัย กิจเรืองโรจน์*

Wanchai Kijruangroj

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา” และเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา” ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการที่คลิกลูกเพจ “โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา” จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์โดยใช้วิธีการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 35 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กแฟนเพจของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านเนื้อหาและข้อมูล รองลงมาคือ ด้านรูปแบบและการทำงาน และมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านการให้บริการของผู้ดูแลแฟนเพจ (แอดมิน) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา” แตกต่างกัน

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ/ เฟซบุ๊กแฟนเพจ

*นักคอมพิวเตอร์ปฏิบัติการ โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร (มัธยมศึกษา)

Computer Technical Officer, The Demonstration School of Silpakorn University, Thailand

Corresponding Author E-mail Address: kijruangroj_w@silpakorn.edu



Abstract

The research aimed to study the satisfaction of the users toward Facebook fanpages “The Demonstration School of Silpakorn University, Secondary school” and compare the differences between the demographic characteristics with the satisfaction of the users toward Facebook fanpages “The Demonstration School of Silpakorn University, Secondary school”. A questionnaire was used to collect data from 400 users of the Facebook fanpage “The Demonstration School of Silpakorn University, Secondary school”. Accidental sampling was conducted to select the samples. The data analysis was done using the statistics of percentage, mean, standard deviation, and correlation coefficient. The research hypotheses were tested by the analysis of independent samples T-Test and one-way ANOVA.

The research revealed found that most of the respondents were female, aged 35 years and over. Most of them had a bachelor's degree. The overall satisfaction of the users toward Facebook fanpage “The Demonstration School of Silpakorn University, Secondary school” at a high level. The highest satisfaction was content and information, and the second was form and usability. The lowest satisfaction was the service of fan page admin (admin). The hypothesis analysis found that the users of the Facebook fanpage “The Demonstration School of Silpakorn University, Secondary school” who have differences the demographic characteristics had different satisfaction.

Keywords : The Satisfaction/ Facebook Fanpage

บทนำ

ปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลได้ถูกพัฒนาก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว ทั้งในด้านโครงข่ายระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ต อุปกรณ์สื่อสารที่ใช้ในการเข้าถึงต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต และโทรศัพท์มือถือประเภทสมาร์ทโฟน ส่งผลให้มีจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมีมากขึ้น และอินเทอร์เน็ตได้สร้างบรรทัดฐานใหม่ที่จะช่วยให้ชีวิตมีความสะดวกและดีขึ้น ทำให้พฤติกรรมหรือไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตของผู้คนในสังคมปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไป ข้อมูลข่าวสารสื่อออนไลน์กลายเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินชีวิต ตั้งแต่ตื่นนอนจนเข้านอน การทำงาน เรียนหนังสือ การหาข้อมูล ดูหนัง ฟังเพลง ทานอาหาร เล่นกีฬา ท่องเที่ยวและช้อปปิ้ง เป็นต้น สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) จึงเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในชีวิตประจำวันของกลุ่มคน ทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา และทุกอาชีพ ณัฐภัทร ลิ้มวานิตตระกูล (Limwanittrakum, 2017: 1) สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่มีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง และยังมีแนวโน้มที่จะมีความนิยมสูงขึ้นในอนาคต หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่าง ๆ จึงได้นำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการประชาสัมพันธ์องค์กร รวมถึงสินค้าและบริการเพื่อช่วยส่งเสริมความแข็งแกร่งในงานประชาสัมพันธ์รูปแบบเดิมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และส่งผลที่ดีต่อภาพลักษณ์ขององค์กร วิภคณัญญ์ นิมิตรพันธ์ และศิริจันทร์ พลกนิษฐ์ (Nimitpan and Polkanit, 2016: 21)



.....
เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศไทย จากรายงาน Digital 2020 Global Digital Overview และจากสถิติและพฤติกรรมผู้ใช้งาน Internet Q1 ปี 2020 ทั่วโลก (รวมประเทศไทย) โดย WeAreSocial x Hootsuite พบว่า เฟซบุ๊กครองอันดับ 1 เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีจำนวนผู้ใช้งานเยอะที่สุดในโลก ในประเทศไทยมีผู้ใช้จำนวน 47 ล้านบัญชี และมีผู้ใช้งานเฟซบุ๊กมาเป็นอันดับ 8 ของโลก ณรงค์ยศ มหิทธิวานิชชา (Mahittivanicha, 2020) จากผลสำรวจดังกล่าว องค์กรต่าง ๆ ในปัจจุบันจึงได้นำเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fanpage) ซึ่งเป็นคุณสมบัติหนึ่งของเฟซบุ๊ก เหมาะสมสำหรับใช้ประชาสัมพันธ์ต่อบุคคลทั่วไป โดยเป็นพื้นที่สำหรับการแสดงความคิดเห็น และรวมกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความชอบและสนใจต่อข้อมูลข่าวสารหรือบริการที่มีความคล้ายคลึงกัน ส่งผลให้การประชาสัมพันธ์ตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร (มัธยมศึกษา) เป็นหน่วยงานที่มีผู้ใช้บริการติดต่อเป็นจำนวนมาก ทำให้ช่องทางการติดต่อเดิมที่มีทางโทรศัพท์ไม่เพียงพอต่อการให้บริการ ทางโรงเรียนสาธิตฯ จึงได้จัดทำเฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา” มาใช้เพื่อเพิ่มช่องทางการติดต่อแก่ผู้ใช้บริการ และใช้ในการประชาสัมพันธ์ ข้อมูล ข่าวสาร กิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน ผลการแข่งขันด้านต่าง ๆ ของนักเรียน รวมถึงความเคลื่อนไหวของโรงเรียน ให้แก่ผู้ใช้บริการที่มีความสนใจเกี่ยวกับโรงเรียน เช่น ผู้ปกครองที่กำลังมองหาโรงเรียนในระดับชั้นมัธยมตอนต้นและมัธยมตอนปลายให้แก่บุตรหลาน นักเรียนที่มีความสนใจที่จะเข้าศึกษาต่อในระดับชั้นมัธยมตอนต้นและมัธยมตอนปลาย เป็นต้น โดยเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้สะดวกและรวดเร็ว สามารถนำเสนอข้อมูลได้อย่างหลากหลาย เป็นการเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์และเพิ่มช่องทางการติดต่อสอบถาม เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล และผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจสูงสุด

จากเหตุที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจ ที่จะศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร (มัธยมศึกษา) ซึ่งในปัจจุบันมีผู้ใช้บริการที่คลิกลูกใจ จำนวน 12,088 คน (ณ เดือนเมษายน 2564) โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ความพึงพอใจออกเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านเนื้อหาและข้อมูล 2) ด้านรูปแบบและการใช้งาน 3) ด้านการให้บริการของผู้ดูแลแฟนเพจ (แอดมิน) เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย โดยผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้จะสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงเนื้อหา ข้อมูล รูปแบบของการประชาสัมพันธ์ และการให้บริการของผู้ดูแลระบบ ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจของโรงเรียนต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก ทศนคติ หรือประสบการณ์ที่ได้รับจากการใช้บริการที่มีผลต่อความรู้สึกของผู้ใช้บริการ ซึ่งความพึงพอใจจะถูกกำหนดขึ้นเมื่อบุคคลนั้นได้รับบริการที่ตรงตามความคาดหวังหรือไม่ และสามารถส่งผลได้ทั้งในทางบวกหรือทางลบ

การวัดความพึงพอใจ สามารถทำได้หลายวิธี โดยแต่ละวิธีจะทำให้ทราบความคิดเห็นหรือความพึงพอใจของผู้ถูกวัดว่ามีทิศทางบวกหรือทางลบ โดยผู้วิจัยสามารถเลือกใช้ได้ตามความเหมาะสมของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจของโรงเรียน



.....
สาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ 1) ด้านเนื้อหาและข้อมูล 2) ด้านรูปแบบและการใช้งาน และ 3) ด้านการให้บริการของผู้ดูแลแฟนเพจ เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fanpage)

เฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fanpage) เป็นเครื่องมือหรือคุณสมบัติหนึ่งของเฟซบุ๊ก ที่ผู้ใช้สามารถสร้างขึ้นใช้งานได้ โดยมีวัตถุประสงค์ในการใช้งานที่แตกต่างจากการใช้เฟซบุ๊กทั่วไป เฟซบุ๊กแฟนเพจเหมาะสำหรับใช้เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นข่าวสาร กิจกรรม ตลอดจนนำเสนอสินค้าและบริการต่าง ๆ ให้กับบุคคลหรือกลุ่มคนต่าง ๆ ที่มีความสนใจหรือกำลังมองหาข้อมูลข่าวสารในสิ่งที่เหมือนกัน โดยผู้ใช้สามารถแสดงความคิดเห็น เสนอแนะหรือแบ่งปันข้อมูลที่มีความสนใจตรงกันแก่ผู้ใช้ที่คลิกถูกใจหรือติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจได้ ญฐภัทร ลิ้มวานิชตระกูล (Limwanittrakum, 2017: 23)

ลักษณะการทำงานของเฟซบุ๊กแฟนเพจจะแตกต่างกับเฟซบุ๊กทั่วไป คือ เฟซบุ๊กทั่วไปจะใช้โปรไฟล์ของเจ้าของบัญชีในการพูดคุยหรือแบ่งปันข้อมูลข่าวสารกับผู้ใช้ที่เป็นเพื่อนของเจ้าของบัญชี และจะมีเจ้าของบัญชีเดียว แต่สำหรับเฟซบุ๊กแฟนเพจ จะสร้างขึ้นเพื่อเป็นตัวแทนหน่วยงาน องค์กร หรือ แบนด์ ซึ่งผู้ใช้งานเฟซบุ๊กทั่วไปสามารถเข้ามาคลิกถูกใจ (Like) หรือติดตาม (Follow) เพื่อติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหวของแบนด์ได้ โดยที่ไม่จำเป็นต้องเป็นเพื่อนกับเจ้าของบัญชี สามารถให้สิทธิ์การใช้งานแก่ผู้ใช้ในองค์กรเพื่อทำการควบคุมดูแลหรืออัปเดตข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้ข้อมูลมีความทันสมัยและเป็นที่น่าสนใจแก่ผู้ใช้งานทั่วไป พร้อมทั้ง เฟซบุ๊กแฟนเพจยังมีเครื่องมือในการทำการตลาดออนไลน์ที่ช่วยให้การประชาสัมพันธ์ง่ายขึ้นและเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้งานได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา” แบ่งเป็น 3 ด้าน คือ
 - 1.1 ด้านเนื้อหาและข้อมูล
 - 1.2 ด้านรูปแบบและการใช้งาน
 - 1.3 ด้านการให้บริการของผู้ดูแลแฟนเพจ (แอดมิน)
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา”

สมมติฐานการวิจัย

ผู้ให้บริการที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา” แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ผู้ให้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา” แตกต่างกัน



.....
สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียน
สาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา” แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ
“โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา” แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กแฟน
เพจของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม
ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อวิเคราะห์และแสดงผลเป็นจำนวนร้อยละ โดยการทําวิจัยแยกตามวัตถุประสงค์เพื่อให้
สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กแฟนเพจของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร
มัธยมศึกษา ที่ได้คลิกลิงก์เพจเฟซบุ๊กแฟนเพจของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา จำนวน
12,088 คน (ณ เดือนเมษายน 2564)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กแฟนเพจของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัย
ศิลปากร มัธยมศึกษา 400 คน โดยการคำนวณสูตรของ Yamane, 1973 ค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 โดยใช้วิธีการ
สุ่มแบบบังเอิญจากผู้เข้ามาตอบแบบสอบถาม จากการโพสต์แบบสอบถามบนเฟซบุ๊กแฟนเพจของโรงเรียนสาธิต
มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา และส่งลิงค์ทางกล่องข้อความแก่ผู้บริการที่มาติดต่อกับเฟซบุ๊กแฟนเพจของ
โรงเรียน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการสร้างเครื่องมือโดยการออกแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บ
รวบรวมข้อมูล แบ่งเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา โดยเป็นแบบให้
เลือกตอบ (Checklist) ให้เลือกเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ แบ่งเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านเนื้อหาและข้อมูล
2. ด้านรูปแบบและการใช้งาน และ
3. ด้านการให้บริการของผู้ดูแลแฟนเพจ

โดยเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เป็นคำถามปลายเปิด



การพัฒนาเครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. ผู้วิจัยได้ศึกษาจากแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. นำวัตถุประสงค์ของการวิจัยร่างเป็นแนวทางคำถามในแบบสอบถาม
3. ตรวจสอบความถูกต้องโดยใช้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน โดยใช้วิธีการทางสถิติตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม และใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item - Objective Congruence: IOC) พบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามมีค่าระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 แสดงว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ประสพชัย พสุนนท์ (Pasunon, 2012: 224)
4. ปรับปรุงแก้ไขไปทดสอบใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มที่ผู้วิจัยศึกษา จำนวน 30 คน และนำมาทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม กำหนดนัยสำคัญที่ 0.5 หรือค่าความเชื่อมั่นทางสถิติที่ 95% โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาช (Cronbach) บุญชม ศรีสะอาด (Srisa-ard, 2002: 99) ซึ่งผลการทดสอบความเชื่อมั่นของข้อคำถาม มีค่าอยู่ระหว่าง 0.830 - 0.940 ดังนั้นแบบสอบถามจัดอยู่ในเกณฑ์ความเชื่อมั่นสูง และสามารถนำไปใช้ในการทดสอบได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. สร้างแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์และนำลิงค์แบบสอบถามไปโพสต์บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา” และส่งลิงค์แบบสอบถามทางกล่องข้อความแก่ผู้ให้บริการที่มาติดต่อกับเฟซบุ๊กแฟนเพจของโรงเรียน เพื่อให้ผู้ให้บริการเฟซบุ๊กแฟนเพจทำแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ จำนวน 400 คน
2. นำข้อมูลแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละฉบับและคัดแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
3. นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาเข้ารหัสและบันทึกลงในคอมพิวเตอร์ จากนั้นประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษา โดยใช้สถิติค่าร้อยละ (Percentage) และแจกแจงความถี่ (Frequency)
2. การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) โดยมีเกณฑ์การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ แบ่งเป็น 5 ระดับ บุญชม ศรีสะอาด (Srisa-ard, 2002: 165-166) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย

ความหมาย

4.21 - 5.00

ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุด

3.41 - 4.20

ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมาก

2.61 - 3.40

ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจปานกลาง



- 1.81 - 2.60 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจน้อย
1.00 - 1.80 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

3. การวิเคราะห์ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา” ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามลักษณะทางประชากร ได้แก่

- 3.1 เพศ โดยใช้สถิติการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร (Independent Samples T-Test)
3.2 อายุ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA)
3.3 ระดับการศึกษา โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากผู้ใช้บริการที่คลิกลิงก์เฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา” จำนวน 400 คน จำแนกตาม เพศ อายุ และ ระดับการศึกษา โดยใช้สถิติเชิงพรรณนานำมาแจกแจงความถี่ของแต่ละข้อ จากนั้นทำการหาค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.5 รองลงมาเป็นเพศชายจำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5

ด้านอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.7 รองลงมาอายุน้อยระหว่าง 16-18 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15 อายุน้อยระหว่าง 13-15 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 อายุต่ำกว่า 13 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 อายุระหว่าง 24-34 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 และอายุระหว่าง 19-23 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1

ด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาได้มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 มีการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14 มีการศึกษาระดับปริญญาเอก จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 และ มีการศึกษาระดับอื่น ๆ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร

การวิเคราะห์ความพึงพอใจ แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหาและข้อมูล ด้านรูปแบบและการทำงาน และด้านการให้บริการของผู้ดูแลแฟนเพจ จากข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงในตารางที่ 1 ดังนี้



ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ

(n = 400)

ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านเนื้อหาและข้อมูล	4.03	0.81	มาก
ด้านรูปแบบและการใช้งาน	3.98	0.80	มาก
ด้านการให้บริการของผู้ดูแลแฟนเพจ (แอดมิน)	3.88	0.94	มาก
ผลรวม	3.96	0.79	มาก

จากตารางที่ 1 ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา” ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.79) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับดังต่อไปนี้ ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ด้านเนื้อหาและข้อมูล ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.81) รองลงมาคือ ด้านรูปแบบและการใช้งาน ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.80) และด้านการให้บริการของผู้ดูแลแฟนเพจ (แอดมิน) ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.94)

ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา” แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา” แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ

“โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา” จำแนกตามเพศ

(n = 400)

เพศ	N	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig
ชาย	114	3.91	0.808	- 0.924	0.356*
หญิง	286	3.99	0.789		

*p < 0.05

จากตารางที่ 2 เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา” พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา” ไม่แตกต่างกัน



.....
สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร รัชมังคลาภิเษก” แตกต่างกันไป

ตารางที่ 3 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร รัชมังคลาภิเษก” จำแนกตามอายุ

(n = 400)

ความพึงพอใจ	SS	df	$\bar{X}$	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	12.246	5	2.449	4.033	0.001
ภายในกลุ่ม	239.301	394	0.607		
รวม	251.548	399			

*p < 0.05

จากตารางที่ 3 เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร รัชมังคลาภิเษก” พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศิลปากร รัชมังคลาภิเษก” แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร รัชมังคลาภิเษก” แตกต่างกันไป

ตารางที่ 4 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร รัชมังคลาภิเษก” จำแนกตามระดับการศึกษา

(n = 400)

ความพึงพอใจ	SS	df	$\bar{X}$	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	10.189	5	2.038	3.327	0.006
ภายในกลุ่ม	241.359	394	0.613		
รวม	251.548	399			

*p < 0.05

จากตารางที่ 10 เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศิลปากร รัชมังคลาภิเษก” พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศิลปากร รัชมังคลาภิเษก” แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 35 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี



ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

จากการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กแฟนเพจของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ด้านเนื้อหาและข้อมูล รองลงมา คือ ด้านรูปแบบและการทำงาน และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านการให้บริการของผู้ดูแลแฟนเพจ (แอดมิน) เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายด้าน จึงสรุปผลได้ ดังนี้

2.1 ด้านเนื้อหาและข้อมูล พบว่า เนื้อหาและข้อมูลที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ ของโรงเรียนสาธิตฯ มีการยอมรับและน่าเชื่อถือ รองลงมา คือ ข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ ของโรงเรียนสาธิตฯ มีความน่าสนใจ และเนื้อหาและข้อมูลที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ ของโรงเรียนสาธิตฯ มีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์

2.2 ด้านรูปแบบและการทำงาน พบว่า รูปแบบและการทำงานที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ การจัดภาพประกอบมีความสอดคล้องกับเนื้อหา รองลงมา คือ ภาษาที่ใช้มีความชัดเจนถูกต้อง และเข้าใจง่าย และรูปแบบและการทำงานที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ความสะดวกในการสื่อสารกับผู้ดูแลแฟนเพจ

2.3 ด้านการให้บริการของผู้ดูแลแฟนเพจ (แอดมิน) พบว่า การให้บริการของผู้ดูแลแฟนเพจ (แอดมิน) ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ภาษาที่ใช้มีความสุภาพ กระชับและเข้าใจง่าย รองลงมา คือ ให้คำแนะนำที่เหมาะสม และตรงประเด็น และการให้บริการของผู้ดูแลแฟนเพจ (แอดมิน) ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ความรวดเร็วในการตอบคำถาม

ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา” แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา” ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา” แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา” แตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย เรื่อง “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศิลปากร” สามารถอภิปรายผล ดังนี้

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กแฟนเพจของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ด้านเนื้อหาและข้อมูล รองลงมา คือ ด้านรูปแบบและการทำงาน และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านการให้บริการของผู้ดูแลแฟนเพจ (แอดมิน)



.....

ด้านเนื้อหาและข้อมูล พบว่า เนื้อหาและข้อมูลที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ ของโรงเรียนสาธิตฯ มีการยอมรับและน่าเชื่อถือ รองลงมา คือ ข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ ของโรงเรียนสาธิตฯ มีความน่าสนใจ และเนื้อหาและข้อมูลที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ ของโรงเรียนสาธิตฯ มีความรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ เนื่องจากเฟซบุ๊กแฟนเพจของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร (มัธยมศึกษา) เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของโรงเรียน ซึ่งเป็นองค์กรที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมาก ข้อมูลที่จะนำไปใช้จึงต้องมีความถูกต้องเป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือ หากผิดพลาดหรือสื่อความหมายผิดอาจเกิดผลกระทบตามมาได้ เนื้อหาควรเป็นข้อความสั้น ๆ กระชับเข้าใจง่ายและมีความน่าสนใจ เพื่อช่วยดึงดูดความสนใจของผู้ใช้บริการ รวมถึงความรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ในการนำเสนอข้อมูล ซึ่งข้อมูลส่วนใหญ่เป็นข้อมูลประกาศและกำหนดการต่าง ๆ ของโรงเรียน ทำให้ผู้ใช้บริการต้องการข้อมูลที่สามารถนำมาใช้วางแผนต่าง ๆ เช่น การเดินทาง หรือการจองที่พักให้นักเรียน เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของวิมล อังสิตนอนันต์ (Angsatit-anan, 2014) ได้ศึกษาเรื่องการเปิดรับ และความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กเพจ PTT Blue Society ของแฟนเพจในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมของความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กเพจ PTT Blue Society อยู่ในระดับมาก เนื่องจากเฟซบุ๊กเพจ PTT Blue Society มีลักษณะเป็นเนื้อหาสั้น ๆ พร้อมรูปประกอบเนื้อหาที่สวยงาม มีความน่าเชื่อถือเพราะมีการอ้างอิงแหล่งข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่อย่างชัดเจนสามารถตรวจสอบได้ อีกทั้งเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของแฟนเพจ ดังนั้น การสร้างโพสต์ข้อความในการประชาสัมพันธ์ต้องเป็นข้อมูลที่ถูกต้องและเชื่อถือได้จะทำให้ผู้ใช้บริการมีความมั่นใจในข้อมูล การสร้างเนื้อหาหรือข้อความจะต้องมีความกระชับ ชัดเจน เข้าใจง่าย และมีการจัดวางองค์ประกอบที่โดดเด่น จะสามารถดึงดูดผู้ใช้บริการให้สนใจและช่วยแบ่งปันโพสต์ไปยังผู้ใช้บริการอื่นหรือไปยังกลุ่มที่มีความสนใจในด้านเดียวกัน อีกทั้ง การจัดลำดับความสำคัญของข้อมูลในการโพสต์ จะทำให้ข่าวสารมีความเป็นปัจจุบันและทันต่อเหตุการณ์ ส่งผลให้การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจมีความน่าสนใจ และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ด้านรูปแบบและการใช้งาน พบว่า รูปแบบและการใช้งานที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การจัดภาพประกอบ มีความสอดคล้องกับเนื้อหา รองลงมา คือ ภาษาที่ใช้มีความชัดเจนถูกต้อง และเข้าใจง่าย และรูปแบบและการใช้งานที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ความสะดวกในการสื่อสารกับผู้ดูแลแฟนเพจ เนื่องจากรูปแบบของเฟซบุ๊กแฟนเพจของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา ได้มีการใช้รูปภาพประกอบกับข้อมูลข่าวสารให้มีความสอดคล้องกับเนื้อหาเพื่อให้เกิดความน่าสนใจแก่ผู้ใช้บริการ การนำเสนอรูปภาพกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้เห็นถึงความเคลื่อนไหวของกิจกรรมต่าง ๆ พร้อมทั้งใช้ภาษาที่กระชับและเข้าใจง่าย ส่งผลให้ผู้ใช้บริการเข้าใจถึงข้อมูลข่าวสารที่โรงเรียนนำเสนอ ส่วนการใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจของโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา เนื่องจากเฟซบุ๊กเป็นช่องทางที่เข้าถึงได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว สามารถรองรับผู้ใช้บริการได้พร้อมกันในจำนวนมาก และอาจส่งผลให้การตอบคำถามของผู้ดูแลแฟนเพจหรือการให้คำแนะนำต่าง ๆ ไม่รวดเร็วเท่าที่ควร สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐภัทร ลิ้มวานิตตระกูล (Limwanittrakum, 2017) ได้ศึกษาเรื่องการเปิดรับ และความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ All New Isuzu D-Max ของลูกค้าอีซูซุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ All New Isuzu D-Max ของลูกค้าอีซูซุ ด้านรูปแบบและการใช้งานอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความสะดวกในการเข้าถึงเฟซบุ๊ก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ภาพประกอบมีความ



.....
สอดคล้องกับเนื้อหา และภาษามีความชัดเจนและเข้าใจง่าย และรูปแบบและการใช้งานที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การ
ใช้นวัตกรรมใหม่ในการสื่อสาร และความสะดวกของช่องทางในการสื่อสารกับทีมงานของแฟนเพจ ดังนั้น การจัด
องค์ประกอบของภาพและข้อมูลที่ตี มีความสอดคล้องกับข่าวสาร จะส่งผลให้ผู้ให้บริการสนใจโพสต์และมีความ
ต้องการในการอ่านข้อมูล การใช้ภาษาที่มีความชัดเจนและเข้าใจง่ายในการโพสต์ จะทำให้ผู้ใช้บริการเข้าใจถึง
ข้อความที่โรงเรียนหรือองค์กรต้องการสื่อสารกับผู้ใช้บริการ ส่งผลให้เกิดความต้องการในการติดตามข่าวสารของ
เฟซบุ๊กแฟนเพจ อีกทั้ง การจัดการผู้ดูแลเฟซบุ๊กแฟนเพจ (แอดมิน) ให้มีความเพียงพอต่อความต้องการของ
ผู้ใช้บริการ มีการตอบรับหรือตอบกลับที่รวดเร็วทันเวลา จะส่งผลให้ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจและอยากเข้ามา
ติดต่อสื่อสารผ่านทางช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจมากขึ้น

ด้านการให้บริการของผู้ดูแลแฟนเพจ (แอดมิน) พบว่า การให้บริการของผู้ดูแลแฟนเพจ (แอดมิน)
ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ภาษาที่ใช้มีความสุภาพ กระชับและเข้าใจง่าย รองลงมา คือ ให้คำแนะนำที่เหมาะสม และ
ตรงประเด็น และการให้บริการของผู้ดูแลแฟนเพจ (แอดมิน) ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ความรวดเร็วในการตอบคำถาม
เนื่องจากการให้บริการของผู้ดูแลแฟนเพจ (แอดมิน) เป็นช่องทางติดต่อช่องทางหนึ่งระหว่างผู้ใช้บริการกับโรงเรียน
ส่งผลให้ผู้ให้บริการมีการติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางนี้เป็นจำนวนมาก เพื่อใช้สอบถามในข้อมูลต่าง ๆ ของโรงเรียน
และนักเรียน ผู้ดูแลแฟนเพจจึงจำเป็นต้องใช้ภาษาที่สุภาพ กระชับและเข้าใจง่าย รวมถึงคำแนะนำต่าง ๆ
ที่เหมาะสมและตรงประเด็น ให้ผู้ใช้บริการได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง และมีความรวดเร็วในการตอบคำถาม เพื่อ
ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุพัตรา วงษ์บัณฑิต (Wongbandit, 2014)
ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อการสร้างความสัมพันธ์ของผู้บริโภคผ่านสื่อสังคม “เฟซบุ๊ก แฟนเพจ เคเอฟซี” พบว่า
มีความพึงพอใจด้านปฏิสัมพันธ์ของแอดมินอยู่ในระดับมาก เนื่องจากเป็นสื่อในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภค
เชิงรุกและเชิงรับ โดยใช้ผู้ดูแลเป็นตัวแทนในการนำเสนอเนื้อหาและข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการของเคเอฟซี
ร่วมกับการสนทนาการตอบคำถาม การรับฟังข้อเสนอแนะและความคิดเห็นจากสมาชิก ทำให้บริษัทเคเอฟซีได้รับ
ทราบข้อมูล ซึ่งเป็นความคิดเห็นและความต้องการของสมาชิก ดังนั้น ผู้ดูแลแฟนเพจจะต้องใช้ภาษาในการสื่อสารที่
สุภาพ กระชับและเข้าใจง่าย ให้คำแนะนำที่เหมาะสม ตรงประเด็นและถูกต้อง รวมถึงมีความรวดเร็วในการตอบ
คำถาม เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างแฟนเพจและผู้ใช้บริการ ทำให้เกิดความประทับใจในบริการของแฟนเพจ
มีการรับฟังข้อเสนอแนะและความคิดเห็น เพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการในช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจให้ดียิ่งขึ้น

สมมติฐานการวิจัย ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ
“โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา” แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อ
เฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา” ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากผู้ใช้บริการเฟซบุ๊ก
แฟนเพจโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา ส่วนใหญ่มีความสนใจในเรื่องเกี่ยวกับข้อมูลของโรงเรียน
ความเคลื่อนไหว กำหนดการและกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงผลงานการแข่งขันของนักเรียน ซึ่งมีความสนใจข้อมูล
ข่าวสารที่คล้ายคลึงกันและมีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการในลักษณะเดียวกัน จึงไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ
ของณัฐภัทร ลิ้มวานิตตระกุล (Limwanittrakum, 2017) ได้ศึกษาเรื่องการเปิดรับ และความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊ก
แฟนเพจ All New Isuzu D-Max ของลูกค้าไอซูซุ พบว่า ลักษณะทางประชากรด้านเพศของลูกค้าไอซูซุมีความ



.....
พึงพอใจต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ All New Isuzu D-Max โดยรวมแตกต่างกัน เนื่องจากลูกค้าไอซูซุเพชชายเป็นแฟนเพจเฟซบุ๊กแฟนเพจ All New Isuzu D-Max มากกว่าเพศหญิง และมีทัศนคติค่านิยมทางบวกกับรถยนต์ประเภทปิกอัพมากกว่าลูกค้าไอซูซุเพชชหญิง ในทางกลับกันลูกค้าไอซูซุเพชชหญิงมีความสนใจข้อมูลข่าวสาร รูปแบบและการทำงานของรายละเอียดต่าง ๆ ของเฟซบุ๊กแฟนเพจมากกว่าลูกค้าไอซูซุเพชชชาย

จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 และ 3 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุ และระดับการศึกษาต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ “โรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา” แตกต่างกัน เนื่องจากผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กแฟนเพจโรงเรียนสาธิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มัธยมศึกษา มีอายุและระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด มีลักษณะเป็นผู้ใช้งานที่เป็นผู้ปกครอง และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจในการรับข้อมูลข่าวสารที่น่าเชื่อถือของโรงเรียน มีเนื้อหาและภาพประกอบที่เข้าใจง่าย รวมถึงการให้บริการของผู้ดูแลเฟซบุ๊กแฟนเพจที่มีการใช้ภาษาที่สุภาพ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามรองลงมา มีลักษณะเป็นผู้ใช้งานที่มีอายุและระดับการศึกษา ที่หลากหลาย ส่งผลให้ประสบการณ์และความต้องการในการรับบริการผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจแตกต่างกัน ดังนั้น จึงมีระดับความพึงพอใจที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของสุพัตรา วงษ์บัณฑิต (Wongbandit, 2014) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อการสร้างความสัมพันธ์ของผู้บริโภคผ่านสื่อสังคม “เฟซบุ๊ก แฟนเพจ เคเอฟซี” พบว่า สมาชิกเฟซบุ๊ก แฟนเพจ เคเอฟซี ในเขตกรุงเทพมหานครที่มี อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการสร้างความสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคม “เฟซบุ๊ก แฟนเพจ เคเอฟซี” แตกต่างกัน เนื่องจาก กลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจมากที่สุด มีลักษณะเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นวัยรุ่น และมีการใช้เฟซบุ๊กสำหรับโพสต์ข้อมูล การแบ่งปัน การแสดงความคิดเห็นในหัวข้อหรือประเด็นที่สนใจ และใช้ในการสนทนากับกลุ่มเพื่อนหรือทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่ ซึ่งกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นต้องการที่จะแสดงออกเพื่อนำเสนอตัวตนให้บุคคลอื่นได้รับรู้ และยอมรับ

ข้อเสนอแนะ

1. สำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

- 1.1 ด้านเนื้อหาและข้อมูล ควรปรับปรุงให้มีการจัดลำดับความสำคัญของข่าวสาร การโพสต์ข้อมูลข่าวสารให้รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์
- 1.2 ด้านรูปแบบและการใช้งาน ควรปรับปรุงให้ภาพประกอบสอดคล้องกับเนื้อหา จัดวางองค์ประกอบให้โดดเด่นอ่านง่าย และใช้ภาษาที่กระชับเข้าใจง่าย
- 1.3 ด้านการให้บริการของผู้ดูแลแฟนเพจ (แอดมิน) ควรปรับปรุงให้มีความรวดเร็วในการตอบคำถาม ให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน

2. สำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

- 2.1. ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น การเปิดรับ ทัศนคติ พฤติกรรม เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดครบถ้วนมากยิ่งขึ้น
- 2.2. ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพเพิ่มเติมโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ทราบข้อมูลเชิงลึกในเรื่องของความต้องการและความคาดหวังต่อการใช้บริการช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ



.....
Reference

- Angsatit-anan, W. (2014). **Media Exposure Uses and Gratifications of Facebook PTT Blue Society Fan Pages in Bangkok**. Independent Study Faculty of Journalism and Mass Communication Graduate School Thammasat University. (in Thai)
- Limwanittrakum, N. (2017). **Relationship between Media Exposure and Satisfaction of All New Isuzu D-Max Customers Facebook Fan Page**. Independent Study Faculty of Journalism and Mass Communication Graduate School Thammasat University. (in Thai)
- Mahittivanicha, N. (2020). **Statistics and Behavior of Social Media usage Worldwide Q1 2020**. [Online]. Retrieved October 8, 2021, from <https://www.twfdigital.com/blog/2020/02/global-social-media-usage-stats-q1-2020/>. (in Thai)
- Nimitpan, W., and Polkanit, S. (2016). “Public Relations Strategy on Social Media”. **EAU Heritage Journal Social Science and Humanities** 6(1): 21-31. (in Thai)
- Pasunon, P. (2012). **Marketing Research**. Nakhon Pathom : Silpakorn University. (in Thai)
- Srisa-ard, B. (2002). **Introduction to Research**. 7th Ed. Bangkok : Suweeriyasarn. (in Thai)
- Wongbandit, S. (2014). **The Satisfaction towards the Creation of Customer Relations through KFC Facebook Fan Page**. Independent Study Faculty of Journalism and Mass Communication Graduate School Thammasat University. (in Thai)
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. Third Edition. New York : Harper and Row Publication.