

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการรับรู้เกี่ยวกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง
สื่อสังคมออนไลน์ ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี¹

Factors Affecting Awareness Efficiency Regarding Outreach Through Channels
social media of the Provincial Electricity Authority, Ban Rai District Uthai Thani Province

สุพรรณษา เดชบุญชู²

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการรับรู้เกี่ยวกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี 2) เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี สามารถเข้าถึงได้ได้ง่าย และตรงใจผู้กดติดตามเพจ มากที่สุด 3) ให้ประชาชนที่กดติดตามเพจทราบถึงข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว และชัดเจน การศึกษานี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้กดติดตามเพจ Facebook การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสาขาอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี จำนวน 355 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ 355 คนแรก โดยผู้วิจัยใช้ข้อมูลผ่าน Link ที่ส่งทางสื่อออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่า t-test และค่าความแปรปรวนทางเดียว f-test : One-Way ANOVA กรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยวิธีของ Scheffé และใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 56.6 ช่วงอายุระหว่าง 35 – 44 ปี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 67.3 เป็นกลุ่มลูกค้าและผู้ใช้ไฟ จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 73 และภูมิภาคที่อาศัยอยู่ภาคกลาง จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 82.3

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการรับรู้เกี่ยวกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี

² นักศึกษาระดับปริญญาโท โครงการทวิปริญญาโทหลักสูตรทวิปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดจันทบุรี มหาวิทยาลัยรามคำแหง

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้เกี่ยวกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี โดยระดับการรับรู้ความครบถ้วนสมบูรณ์ของเว็บไซต์ Facebook อยู่ในดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .717 การจัดวางข้อความ Infographic ที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .734 มีความเหมาะสม น่าสนใจ ง่ายต่อการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .766 และความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .733 ความถูกต้องแม่นยำของข้อมูล มีค่าเฉลี่ย 4.08 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .746 ข้อมูลข่าวสารมีประโยชน์ มีค่าเฉลี่ย 4.08 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .728 การสืบค้นข้อมูลผ่านช่องทางเว็บไซต์ Facebook มีค่าเฉลี่ย 4.04 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .759 และรูปแบบความทันสมัยของการแสดงผล มีค่าเฉลี่ย 4.01 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .755

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้กกดติดตามเพจ Facebook การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสาขาอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ส่งผลต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์ในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ที่แตกต่างกัน พบว่าความคิดเห็นของข้อมูลรูปแบบของเว็บไซต์ Facebook อยู่ในระดับมาก โดย มีค่าเฉลี่ย 4.09 เหตุผลความสนใจติดตามข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์ Facebook พบว่าที่ได้รับประโยชน์จากนโยบายและมาตรการต่างๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.4 และคาดหวังจากการประชาสัมพันธ์ สร้างความรู้ความเข้าใจด้านการสื่อสารให้แก่ประชาชนมากขึ้น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.2 ในการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีระดับการรับรู้การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่ พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา และด้านประเภทผู้ใช้งาน จะมีระดับการรับรู้การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับปัจจัยด้านเพศ ด้านอายุ และด้านภูมิภาคที่อาศัย จะมีระดับการรับรู้การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ด้วยการวิเคราะห์ความถดถอย (Multiple Linear Regression Analysis) ปัจจัยในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ปัจจัยด้านการจัดวางข้อความอินโฟกราฟฟิค (Infographic) ที่น่าสนใจ , ด้านความถูกต้องแม่นยำของข้อมูล ด้านการสืบค้นข้อมูล และด้านความทันสมัย ส่งผลต่อความสนใจในการติดตามข่าวสารของเว็บไซต์ Facebook การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ปัจจัยรูปแบบข้อมูลของเว็บไซต์ Facebook การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอบ้านไร่ มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในการติดตามข่าวสาร ของเว็บไซต์ Facebook การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่ มี 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของข้อมูล , ด้านความถูกต้องแม่นยำของข้อมูล และด้านการสืบค้นข้อมูล

Abstract

This study Objectives: 1) to study the effectiveness of public relations awareness through social media channels of the Provincial Electricity Authority, Ban Rai District. Uthai Thani Province 2) To provide public relations through social media channels of the Provincial Electricity Authority, Ban Rai District. Uthai Thani Province easily accessible And the heart of the person who clicks to follow the page the most. 3) Let people who click follow the page. know information that is accurate, fast and clear. This study is a survey research. The questionnaire was used as a tool for collecting data. The sample group was followers of the Facebook page of the Provincial Electricity Authority, Ban Rai District Branch. Uthai Thani Province, 355 people were selected from the first 355 online questionnaire respondents. The researcher used information via a link sent via online media. The statistics used in data analysis were frequency (Frequency), percentage (Percentage), mean (Mean), standard deviation (Standard)

The majority of the samples used in the research were female, 201 people, representing 56.6%, aged between 35 - 44 years, 139 people, representing 39.2%, bachelor's degree, 239 people, representing 67.3% of the group. Customers and power users of 259 people, representing 73 percent, and the regions living in the central region of 292 people, representing 82.3 percent.

From the study, it was found that respondents were aware of public relations through social media channels of the Provincial Electricity Authority of Ban Rai District. Uthai Thani Province The level of perceived completeness of the Facebook website was very low, with an average of 4.14, a standard deviation of .717. Interesting infographic text placement, a mean of 4.13, a standard deviation of .734, was appropriate, interesting, easy to used had a mean of 4.12, a standard deviation of .766 and credibility of information had a mean of 4.12, a standard deviation of .733, accuracy of data had a mean of 4.08, a standard deviation of .746 useful information had The mean was 4.08, the standard deviation was .728, the information search through the Facebook website had an average of 4.04, a standard deviation of .759, and the modern style of display had an average of 4.01, a standard deviation of .755.

Hypothesis test result 1: Individual factors of Facebook page followers, Provincial Electricity Authority, Ban Rai District Branch Uthai Thani Province Affecting the public relations style in social media channels different It was found that the opinions of Facebook website layout information were at a high level. With an average of 4.09, the reason for interest in following news from public relations on the Facebook website was found that the benefit from various policies and measures the most was 59.4 percent and expected from public relations. Creating knowledge and understanding of communication for the public more, the most, accounting for 68 percent. 2 In analyzing differences in personal factors, there was a level of public relations awareness through social media channels of the Provincial Electricity Authority of Ban Rai District. It was found that the personal factor of education level and type of user There was a level of awareness of public relations through social media channels of the Provincial Electricity Authority in Ban Rai District with no statistically significant difference at the level of 0.05 for gender, age and region of residence. There will be a level of awareness of public relations through social media channels of the Provincial Electricity Authority of Ban Rai District, significantly different at the 0.05 level.

The results of the 2nd hypothesis test using Multiple Linear Regression Analysis on the factors determining the model of public relations in social media channels found that the infographic text placement factor (Infographic) interesting, the accuracy of the information, information search and the modern aspect Affected the interest in following the news of the Facebook website, Provincial Electricity Authority, Ban Rai District.

Hypothesis Test Results 3 Data form factors of Facebook website, Provincial Electricity Authority, Ban Rai District There were 3 factors influencing the expectation of following the news of the Ban Rai Provincial Electricity Authority's Facebook website, namely, the credibility of the information, the accuracy of the information, and search for information

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทย เริ่มการเปลี่ยนแปลงเข้าไปสู่ยุค Thailand 4.0 ในการเตรียมความพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ อาทิเช่น การเข้าใจพฤติกรรมของประชาชนในการรับรู้ข่าวสาร รวมไปถึงเครื่องมือในการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยได้ประสบกับสถานการณ์การติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) เกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย ทั้งภาคอุตสาหกรรม การค้า การบริการ และในอีกหลายภาคส่วน เช่น ปัญหาการขาดสภาพคล่อง เกิดการชะลอตัวของธุรกิจ

การเข้าไม่ถึงข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เกิดความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน หรือถูกหลอกลวง สร้างความเสียหายให้สังคม ผลของสถานการณ์การติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ก่อให้เกิดการดำเนินชีวิตในรูปแบบใหม่ (New Normal) เช่น การทำงานจากที่บ้าน (Work For Home : WFH) สังคมไร้เงินสด แม้กระทั่งการเรียนการสอนออนไลน์ ซึ่งเปลี่ยนจากวิกฤตเป็นโอกาสในการปรับเปลี่ยนเศรษฐกิจและสังคมไทย โดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในแง่มุมต่างๆ เช่น การซื้อ-ขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ การทำธุรกรรมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ และการรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น การกดติดตาม Facebook ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี มีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับจำนวนผู้ใช้ไฟฟ้าทั้งหมดของ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี จึงต้องการศึกษาถึงปัจจัยที่จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพการรับรู้เกี่ยวกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี และพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เน้นเฉพาะแพลตฟอร์ม Facebook เพื่อส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสาขาอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี และนำผลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าไปปรับปรุง พัฒนาการประชาสัมพันธ์ ให้เหมาะสมกับการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร ตรงตามค่านิยมขององค์กรที่ว่า ทันโลก บริการดี มีคุณธรรม

คำถามการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการรับรู้การเผยแพร่การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (แพลตฟอร์ม Facebook) ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสาขาอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี เป็นอย่างไร

สมมติฐานการวิจัย

ประสิทธิภาพการรับรู้เกี่ยวกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (แพลตฟอร์ม Facebook) ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี อยู่ในระดับสูง

ขอบเขตการวิจัย

-ขอบเขตด้านเนื้อหาการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษา ประสิทธิภาพการรับรู้เกี่ยวกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (แพลตฟอร์ม Facebook) ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี

-ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร ได้แก่ ผู้กดติดตามเพจ Facebook การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสาขาอำเภอบ้านไร่

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จากประชากรทั้งหมด 3,102 ได้ขนาดตัวอย่าง 354.311 คน ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 355 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ 355 คนแรก โดยผู้วิจัยใช้ข้อมูลผ่าน Link ที่ส่งทางสื่อออนไลน์

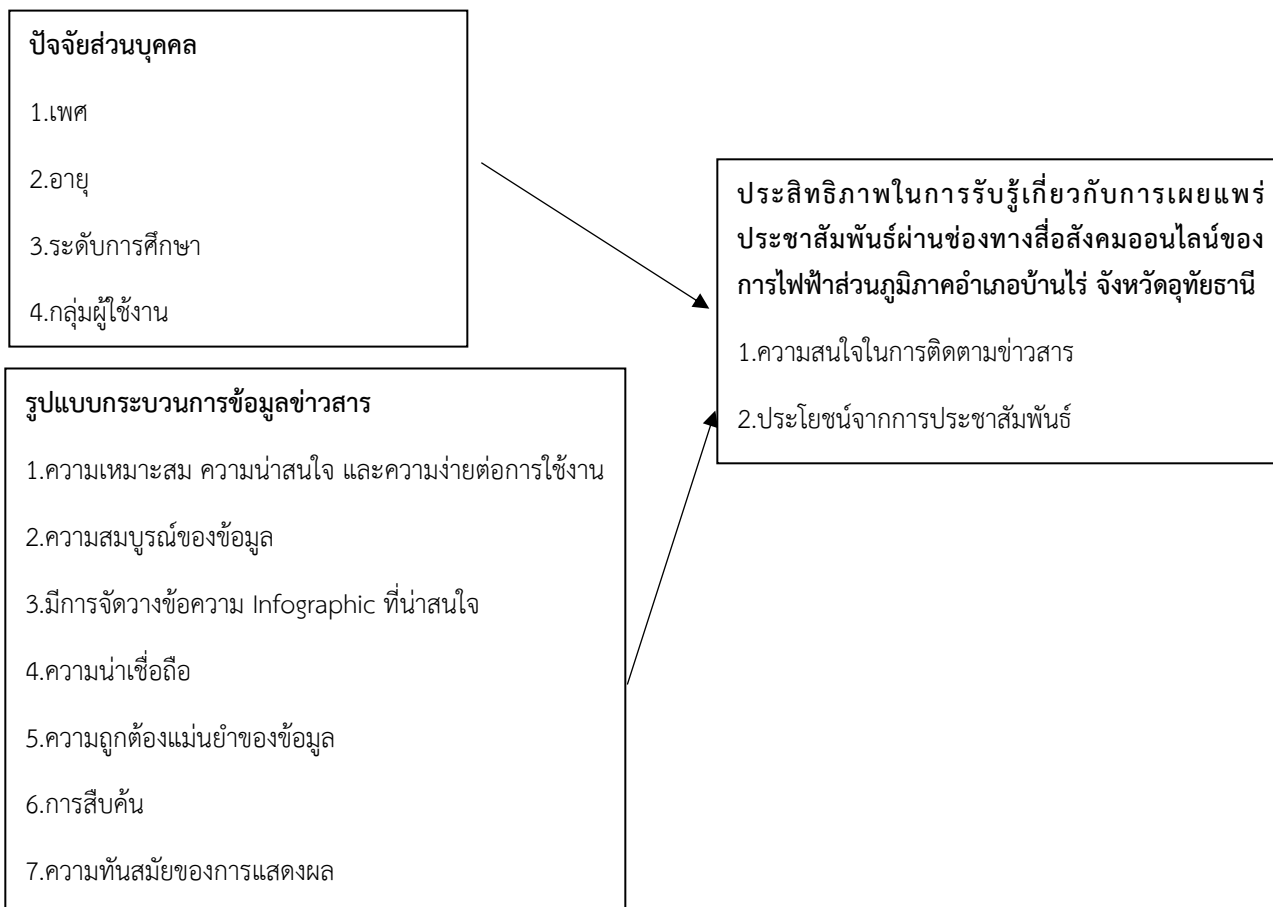
-ขอบเขตระยะเวลา ดำเนินการในช่วงเดือน มกราคม-มีนาคม 2566

ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยประสิทธิภาพการรับรู้เกี่ยวกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีสาระสำคัญ ดังต่อไปนี้

- 1 ทฤษฎีตัวตน (Self Theory)
- 2 ทฤษฎีสัมพันธ์เชื่อมโยง
- 3 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อ Facebook
- 4 แนวคิดของการประชาสัมพันธ์

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการรับรู้เกี่ยวกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี มีวิธีการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้กดติดตามเพจ Facebook การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสาขาอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี จำนวน 3,102 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2566)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้กดติดตามเพจ Facebook การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสาขาอำเภอบ้านไร่ จำนวน 355 คนแรก ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาการกำหนดกลุ่มตัวอย่างไม่ว่าจะมาจากการ

คำนวณหากลุ่มตัวอย่างตามดำเนินการหาตัวอย่างตามสูตรการคำนวณหาตัวอย่างทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane ,1970:896)

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย การศึกษาวิจัยนี้มีตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้
ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ประกอบไปด้วย 2 ปัจจัย

1) ปัจจัยส่วนบุคคล แบ่งออกเป็น 7 ข้อ

- 1.1) เพศ
- 1.2) อายุ
- 1.3) ระดับการศึกษา
- 1.4) กลุ่มผู้ใช้งาน
- 1.5) ภูมิภาคที่อาศัย

2) ปัจจัยรูปแบบของเว็บไซต์ Facebook ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี

2.1) รูปแบบเว็บไซต์ Facebook ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่ มีความเหมาะสม น่าสนใจ ง่ายต่อการใช้งาน

2.2) เว็บไซต์ Facebook ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่ มีความครบถ้วน สมบูรณ์

2.3) ข้อมูลภาพกับเนื้อหาบนเว็บไซต์ Facebook ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่ มีการจัดวางข้อความ Infographic ที่น่าสนใจ

2.4) ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร บนเว็บไซต์ Facebook ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่

2.5) ความถูกต้องแม่นยำของข้อมูลที่ผ่านช่องทางเว็บไซต์ Facebook ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่

2.6) การสืบค้นข้อมูลผ่านช่องทางเว็บไซต์ Facebook ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอ บ้านไร่ สืบค้นง่ายในระดับใด

2.7) รูปแบบความทันสมัยของการแสดงผล ทางเว็บไซต์ Facebook ของการไฟฟ้าส่วน ภูมิภาคอำเภอบ้านไร่

3.เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามเพื่อใช้เก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของ
ผู้ใช้งาน ภูมิภาคที่พักอาศัย แบบสอบถามลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ความคิดเห็นของผู้กตติตามเพจ Facebook การไฟฟ้าส่วน
ภูมิภาคสาขาอำเภอบ้านไร่ ต่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นคำถาม
ปลายปิด (Close-Ended Questions)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์ในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์
(แพลตฟอร์ม Facebook) ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสาขาอำเภอบ้านไร่ ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็น
แบบสอบถามชนิดปลายปิด เลือกได้หลายคำตอบ จะกำหนดตัวเลขให้กับตัวแปรที่เกิดขึ้น โดย
กำหนดให้ 1 คือ ตอบ และ 0 คือ ไม่ตอบ

4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

4.1 หากความเที่ยงตรง (validity) ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้นจากการตรวจสอบเอกสาร
แนวความคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความถูกต้องในเชิงของเนื้อหา (content
validity) ก่อนนำไปทดลองใช้ตามข้อเสนอแนะให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการตรวจสอบเครื่องมือ จำนวน 3
ท่าน

4.2 ความน่าเชื่อถือได้ (Reliability) หลังจากปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว
นั้น) ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้นจากการตรวจสอบเอกสาร แนวความคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่
เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความถูกต้องในเชิงของเนื้อหา (content validity)

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพ
ในการเก็บข้อมูล โดยให้ผู้กตติตามเพจ Facebook การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสาขาอำเภอบ้านไร่ จังหวัด
อุทัยธานี ตอบแบบสอบถามผ่านทาง Link สื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 355 คนแรก

6. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (descriptive analysis) เพื่อ
อธิบายความคิดเห็นของคำตอบเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้กตติตามเพจ Facebook การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
สาขาอำเภอบ้านไร่ และ รูปแบบการประชาสัมพันธ์ในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (แพลตฟอร์ม Facebook)
ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสาขาอำเภอบ้านไร่ และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (quantitative Analysis)
ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลด้วยค่าสถิติพื้นฐาน
ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard
deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการรับรู้เกี่ยวกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 56.6 ช่วงอายุระหว่าง 35 – 44 ปี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 67.3 เป็นกลุ่มลูกค้าและผู้ใช้ไฟ จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 73 และภูมิภาคที่อาศัยอยู่ภาคกลาง จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 82.3

2. ผลการวิเคราะห์การรับรู้เกี่ยวกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี โดยระดับการรับรู้ความครบถ้วนสมบูรณ์ของเว็บไซต์ Facebook อยู่ในดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .717 การจัดวางข้อความ Infographic ที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .734 มีความเหมาะสม น่าสนใจ ง่ายต่อการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .766 และความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .733 ความถูกต้องแม่นยำของข้อมูล มีค่าเฉลี่ย 4.08 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .746 ข้อมูลข่าวสารมีประโยชน์ มีค่าเฉลี่ย 4.08 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .728 การสืบค้นข้อมูลผ่านช่องทางเว็บไซต์ Facebook มีค่าเฉลี่ย 4.04 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .759 และรูปแบบความทันสมัยของการแสดงผล มีค่าเฉลี่ย 4.01 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .755

3. ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลของผู้กดติดตามเพจ Facebook การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสาขาอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ส่งผลต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์ในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ที่แตกต่างกัน พบว่าความคิดเห็นของข้อมูลรูปแบบของเว็บไซต์ Facebook อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.09 เหตุผลความสนใจติดตามข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์ Facebook พบว่าที่ได้รับประโยชน์จากนโยบายและมาตรการต่างๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.4

4. ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ปัจจัยด้านการจัดวางข้อความอินโฟกราฟฟิค (Infographic) ที่น่าสนใจ , ด้านความถูกต้อง

แม่นยำของข้อมูล ด้านการสืบค้นข้อมูล และด้านความทันสมัย ส่งผลต่อความสนใจในการติดตามข่าวสารของเว็บไซต์ Facebook การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่

5. ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยรูปแบบข้อมูลของเว็บไซต์ Facebook การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่ มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในการติดตามข่าวสาร ของเว็บไซต์ Facebook การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่ มี 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของข้อมูล , ด้านความถูกต้องแม่นยำของข้อมูล และด้านการสืบค้นข้อมูล ผลการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยปัจจัยรูปแบบข้อมูลของเว็บไซต์ Facebook การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาครั้งนี้ ทำให้เห็นว่าผู้ติดตามเว็บไซต์ Facebook การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่ มีความสนใจในข้อมูลข่าวสารระดับมาก ควรให้มีการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการจัดทำสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ Facebook การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี เพิ่มเติม เนื่องจากปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์มีการพัฒนารูปแบบแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับข้อมูลข่าวสาร และประเภทการใช้งานต่าง จึงเป็นการเหมาะสมที่จะศึกษาเพิ่มเติม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอบ้านไร่ ให้มากยิ่งขึ้น และเพิ่มความพึงพอใจของประชาชนให้มากขึ้นด้วย

บรรณานุกรม

- อิสรเรศ คำแหง. (2553). การเปิดรับข่าวสาร ทศนคติ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลของมูลนิธิตีมาไม่ขับ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ขวัญรัตน์ เป้ารัมย์. (2560). อิทธิพลของการรับรู้และการมีส่วนร่วมที่มีต่อการยอมรับของประชาชนในงานบริการวิชาการแก่สังคมของสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาการจัดการทั่วไป. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วารลึ วิริยานันตะ. (2547). การรับรู้บทบาทและบทบาทที่เป็นจริงของพยาบาลวิชาชีพที่ปฏิบัติงานในศูนย์สุขภาพชุมชน ภาคตะวันออก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาการพยาบาลชุมชน. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2542). การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS for Windows. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นพมาศ ชีรเวทิน. (2539). จิตวิทยาสังคมกับชีวิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชิดชนก ทองไทย. (2556). การรับรู้และทัศนคติ ที่มีผลต่อความพร้อมในการเข้าสู่ตลาดแรงงานประชาคมอาเซียนของนักศึกษาปริญญาโท. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อรพรรณ ภาวรุศม์ และชวนพบ เอี่ยมสาธุรักษ์. (2533). พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการรับรู้ข่าวสารงานประชาสัมพันธ์ โครงการและแนวแผนเชิงรุกและรับตรง สำหรับผู้ต้องการศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี. มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

ขงยุทธ บุญกิจ (2561). รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ที่มีต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาการเทคโนโลยีสื่อสารสังคม. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต

วรวิภา โพธิ์ม่วง. (2557). การรับรู้การสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากร โรงพยาบาลศิริราชปิยมหาราชการุณย์. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์:ม.ป.ท.

นิตยา สุภาภรณ์. (2552). การรับรู้ของประชาชนต่อความอยู่ดีมีสุขในชุมชนบางไผ่.

ชนหมู่ พุ่มเทียน. (2551). ปัจจัยการเปิดรับข่าวกีฬาทางอินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วัฒนพงษ์ นิมสุวรรณ และวีรพงษ์ พลนิกรกิจ. (2556). แนวคิดการใช้เครื่องมือสื่อสารในแฟนเพจบนเฟซบุ๊ก และทัศนคติ แรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจกดปุ่ม “ถูกใจ” ให้เครื่องมือสื่อสารในแฟนเพจบนเฟซบุ๊กของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

วิภาวี จันทร์แก้ว. (2559). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ทัศนคติ และการใช้ประโยชน์ กรณีศึกษา Facebook แฟนเพจ ดั่งดถุณแฟนคลับ. วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิต้า,2559 (ฉบับที่1), 152.