

## การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิดต่อการช่วยเหลือสังคม และพฤติกรรมการมีส่วนร่วม ในกิจกรรมของเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์

เมธา แสงเดือนฉาย<sup>1</sup>

กิริติ คชนทาว<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิดต่อการช่วยเหลือสังคม และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ และทักษะคิดต่อการช่วยเหลือสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทักษะคิดต่อการช่วยเหลือสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ สมาชิกเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์และอาสาสมัครกัศัญญ์ทิมคุณบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงและบังเอิญจำนวน 400 คน การทดสอบความตรงของเนื้อหาและความน่าเชื่อถือด้วยวิธีของครอนบาร์คกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ระดับความเชื่อมั่น 0.957 สำหรับวิธีการทางสถิติ ได้แก่ การแจกแจงค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และคำนวณหาความสัมพันธ์โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้างทั่วไป มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 30,000 บาท และมีสถานะเป็นสมาชิกแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ สำหรับช่วงเวลาที่ใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์บ่อยที่สุด คือช่วงเวลา 18.01 - 22.00 น. เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวของเพจ โดยใช้โทรศัพท์มือถือมากที่สุด โดยกด Like ข้อมูลที่น่าเสนอมากที่สุด ส่วนความถี่ในการเปิดรับข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีทักษะคิดต่อการช่วยเหลือสังคมผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจภาพรวมโดยเฉลี่ยเห็นด้วยมากที่สุด และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของเฟซบุ๊กแฟนเพจภาพรวมในระดับมาก ผลจากการทดสอบสมมุติฐานพบว่า การเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊กแฟนเพจมีความสัมพันธ์ในระดับกลางกับทักษะคิดต่อการช่วยเหลือสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจ และทักษะคิดต่อการ

ช่วยเหลือสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจฯ มีสัมพันธ์ในระดับกลางกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของเฟซบุ๊กแฟนเพจบัณฑิต บรรลือฤทธิ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**คำสำคัญ:** การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิดต่อการช่วยเหลือสังคม การมีส่วนร่วมในกิจกรรม เฟซบุ๊กแฟนเพจบัณฑิต บรรลือฤทธิ์

---

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง

e-mail : mata\_kab@hotmail.com

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำคณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง

e-mail : laterrepolka2011@gmail.com

Received: June, 15 2020

Revised: July, 2 2020

Accepted: July, 8 2020

## Media exposure Attitude of community volunteer and Participation behavior in activities of Bin Bunluerit facebook fanpage.

Matar Sangduanchay<sup>1</sup>

Kirati Kachentawa<sup>2</sup>

### Abstract

The purposes of this research were to investigate the media exposure, attitude towards community service, and participatory behavior of Bin Banloerit's Facebook fan page members and to study the relationships between the media exposure and attitude towards community service of Bin Banloerit's Facebook fanpage members as well as the relationships between the attitude towards community service and participatory behavior of Bin Banloerit's Facebook fan page members. The target population of this study was Bin Banloerit's Facebook fan page members. The purposive and accidental sampling methods were used to select 400 participants. The link to the online questionnaire was posted on Bin Banloerit's Facebook fan page. The content validity and reliability of the questionnaire were confirmed using the Cronbach's method with 30 samples at 0.957 confidence level. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, and Pearson's correlation coefficients.

According to the research results, most of the participants were female aged between 18-30 years. Their education was at the bachelor's degree level. They were mostly private company employees/casual workers with an average monthly income of 15,000-30,000 Baht. All of them were active members of Bin Banloerit's Facebook fan page. They mostly accessed Bin Banloerit's Facebook fan page between 18.01-22.00 hours through mobile phones. They interacted with Bin Banloerit's Facebook fan page by liking posts. The research results showed that the overall media exposure of Bin Banloerit's Facebook fan page members was at a medium level, the overall attitude towards community service was at the most agreeable level, and the overall participatory behavior was at a high level. The results of the hypothesis testing indicated that the media exposure of the participants was moderately related to the attitude towards community service. In addition, the attitude towards community service was

moderately related to the participatory behavior of Bin Banloerit's Facebook fan page members at a statistical significance level of 0.05.

**Keywords:** Media exposure, Attitude towards community service, Participation in activities, Facebook fanpage

---

<sup>1</sup> Graduate student (Master's Degree), Mass communication technology, Ramkhamhaeng University

e-mail : mata\_kab@hotmail.com

<sup>2</sup> Teacher, Mass communication, Ramkhamhaeng University

e-mail : laterrepolka2011@gmail.com

## บทนำ

ปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของผู้คนยุคดิจิทัล โดยเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ตที่ได้เข้ามาสร้างบทบาทด้านต่างๆ ต่อการดำรงชีวิตทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง การศึกษา ตลอดจนความบันเทิงตั้งแต่ระดับปัจเจกชน หน่วยงานองค์กร จนถึงระดับประเทศ อีกทั้งความทันสมัยของเทคโนโลยีจึงทำให้ผู้คนสามารถเข้าใช้งานได้อย่างสะดวกรวดเร็ว โดยไม่มีข้อจำกัดของพื้นที่และเวลาและสามารถใช้เครื่องมือสื่อสารเพื่อการเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ตได้อย่างหลากหลายรูปแบบ เป็นผลทำให้เกิดสื่อใหม่ต่างๆ เพื่อการเป็นช่องทางสื่อสารที่แตกต่างกันไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งการติดต่อสื่อสารผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ (สุพรรณิ ตีสวัสดิ์, 2558)

จากสถิติพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตโซเชียลมีเดียทั่วโลก พบว่าเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมจากคนไทยมากที่สุด คือ เฟซบุ๊ก (Tana, 2016) เครื่องมือสื่อสารที่ผู้ใช้งานสามารถใช้ติดต่อสนทนา การส่งรูปภาพ วิดีโอต่างๆ พร้อมทั้งมีรูปแบบสำหรับการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น การกดถูกใจการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารและการแสดงความคิดเห็นต่างๆ โดยผู้ใช้มักมีวัตถุประสงค์การใช้งานที่แตกต่างกันไป เช่น เพื่อการติดต่อสื่อสาร เพื่อความบันเทิง เพื่อการให้กำลังใจ การต้องการมีกลุ่มเพื่อน ช่วยลดความเหงา ฯลฯ (Quinn, 2016) ซึ่งนอกจากจะใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารที่สำคัญแล้ว หลากหลายองค์กรได้ใช้เฟซบุ๊กเป็นช่องทางสำหรับสื่อสารการตลาด การประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการเผยแพร่ความรู้ต่างๆ ที่สำคัญ ด้วยวิธีการสร้างชุมชนบนเฟซบุ๊กที่เรียกว่า "แฟนเพจ" ในการเป็นพื้นที่ออนไลน์สำหรับผู้ที่มีความสนใจในเรื่องต่างๆ ร่วมกัน

เฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ เป็นเพจที่เข้าไปช่วยเหลือผู้ที่ตกทุกข์ได้ยากและกำลังประสบกับปัญหาในชีวิตมีอาการป่วยหนักหรือบุคคลสูญหาย ต้องการความช่วยเหลือด้านต่างๆ ซึ่งเพจนี้มีจำนวนผู้ติดตามถึง 7,701,625 ล้านคน (บิณฑ์ บรรลือฤทธิ์, 2562) และมีการแชร์ข้อมูลแต่ละกรณีจำนวน 6,000 -7,000 ครั้งต่อการโพสต์ จึงถือได้ว่าเป็นเฟซบุ๊กแฟนเพจหนึ่งที่มีรูปแบบการช่วยเหลือสังคมที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมากและมีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลให้สามารถช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ที่ตกทุกข์ได้ยากจำนวนมาก



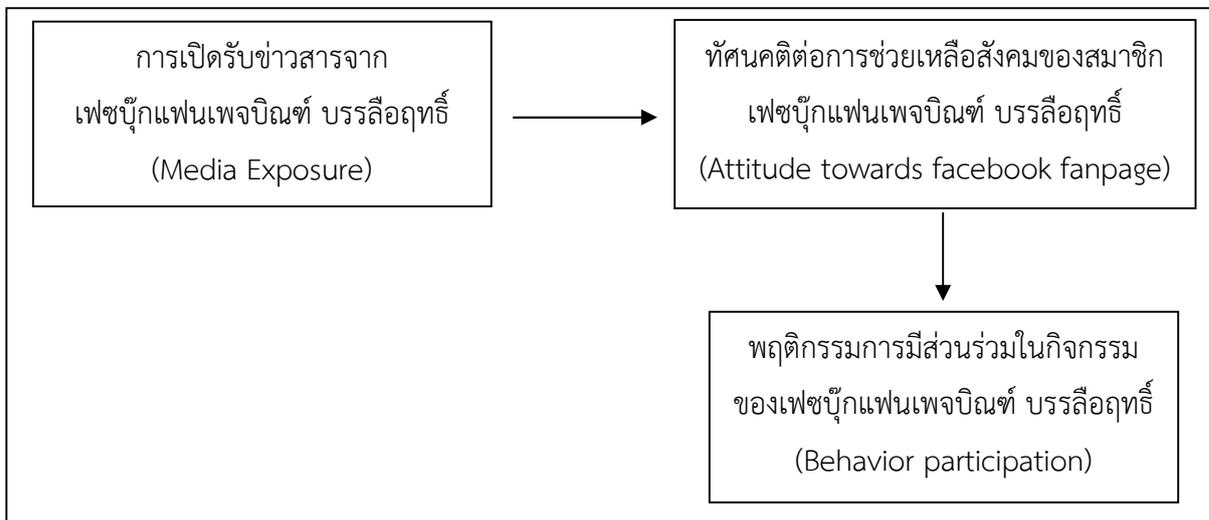
ภาพ 1 หน้าโปรไฟล์เฟซบุ๊กแฟนเพจ บิณฑ์ บรรลือฤทธิ์และจำนวนการติดตาม  
ที่มา: บิณฑ์ บรรลือฤทธิ์, 2562

ผู้วิจัยจึงได้เลือกศึกษาเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์เนื่องจากเป็นเฟซบุ๊กแฟนเพจที่มีรูปแบบการช่วยเหลือสังคมที่มีคนติดตามเป็นจำนวนมาก ตลอดจนเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรและมุ่งเน้นการช่วยเหลือสังคมตลอดมา ไม่ว่าจะเป็นการบริจาคเงิน สิ่งของแก่เพื่อนมนุษย์ที่ตกทุกข์ได้ยาก โดยผู้วิจัยสนใจศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิดต่อการช่วยเหลือสังคม และพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิดต่อการช่วยเหลือสังคม และทักษะคิดต่อการช่วยเหลือสังคม กับพฤติกรรมกรรมการช่วยเหลือสังคมในโลกจริงของสมาชิกแฟนเพจดังกล่าว

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิดต่อการช่วยเหลือสังคม และพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ และทักษะคิดต่อการช่วยเหลือสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทักษะคิดต่อการช่วยเหลือสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจและพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

### ทบทวนวรรณกรรม

#### แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก

เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก เป็นบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์และเว็บไซต์เปิดใช้งานเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ ค.ศ. 2004 ดำเนินงานและเป็นเจ้าของโดยบริษัท Facebook, Inc. จากข้อมูลเดือนกรกฎาคม ค.ศ. 2010 Facebook มีผู้ใช้ประจำ 600 ล้านบัญชีผู้ใช้สามารถสร้างข้อมูลส่วนตัว เพิ่มรายชื่อผู้อื่นใน

ฐานะเพื่อนและแลกเปลี่ยนข้อความ รวมถึงรับแจ้งเมื่อมีการปรับปรุงข้อมูลส่วนตัวโดยทันที รวมกลุ่มความสนใจส่วนตัวจัดระบบตามสถานที่ทำงาน โรงเรียน มหาวิทยาลัยหรือที่อื่นๆ (ภิเชก ชัยนิรันดร์, 2553)

แฟนเพจบนเฟซบุ๊กเป็นช่องทางที่องค์กรสามารถสร้างเนื้อหาเกี่ยวกับองค์กรของตนเองแล้วนำข้อมูลเหล่านี้ออกสู่สาธารณะ โดยที่เจ้าของแฟนเพจจะสามารถแลกเปลี่ยนนำเสนอข้อมูลให้กับผู้ใช้เฟซบุ๊กรับรู้ได้โดยตรง ส่วนใหญ่แฟนเพจจะถูกนำมาใช้ในการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานที่จะเข้าติดตามแฟนเพจใต้นั้น จะต้องเข้าเป็น Become a Fan หรือถูกใจให้กับแฟนเพจนั้น ๆ ก่อนเพื่อที่จะสามารถเข้าไปติดตามข่าวสาร และมีส่วนร่วมในแฟนเพจได้ หรือในกรณีที่ข่าวสารเหล่านั้นสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้ถูกใจ ก็จะเป็นตัวแปรหนึ่งที่ใช้คลิกเพื่อให้ผู้ใช้ได้แสดงออกถึงความถูกใจ และให้การยอมรับในปัจจุบันถูกใจอาจนำมาใช้วัดความนิยมของหน่วยงานได้อีกด้วย

#### แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

ข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ซึ่งความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจ หรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง นอกจากนั้นข่าวสารยังเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เปิดรับมีความทันสมัย สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ของโลก ปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้นดังที่ Atkin (อ้างถึงใน ปริชญา ภูวสิน, 2549) ได้กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

อย่างไรก็ตามบุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตนเอง ดังนั้นข่าวสารที่หลั่งไหลผ่านเข้ามาไปยังบุคคลจากช่องทางต่างๆ นั้น มักจะถูกคัดเลือกตลอดเวลาข่าวสารที่น่าสนใจ มีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้รับสารจะเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร (ปริชญา ภูวสิน, 2549) การศึกษาการเปิดรับสื่อของผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อว่าการบริโภคข่าวสารจากสื่อจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนลักษณะนิสัยและพฤติกรรมบางอย่างได้โดยที่การเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน

#### ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ

Katz, Blumler & Gurevitch (1974) ได้อธิบายถึงบทบาทของกลุ่มผู้รับสารไว้อย่างเป็นระบบ ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ เป็นทฤษฎีทางสังคมและจิตวิทยาที่ศึกษาการกระทำด้านการสื่อสารของมนุษย์ที่ถูกขับเคลื่อนโดยความต้องการและสิ่งจูงใจ มนุษย์เราติดต่อสื่อสารและใช้สื่อเพื่อเติมเต็มความต้องการและสิ่งจูงใจของตนเอง จะแสวงหาสื่อและเนื้อหาอย่างเฉพาะเจาะจงเพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจเฉพาะตนเอง

## แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริจาค

จากการศึกษาของ Baron (1986, p. 73) พบว่าปัจจัยภายในที่มีผลต่อการบริจาคขององค์กรไม่แสวงหากำไร คือ ด้านองค์กร ด้านการบริหารจัดการ ด้านความโปร่งใสและความรับผิดชอบ และด้านกลยุทธ์และเทคนิคการบริจาค ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ด้านองค์กร ซึ่งได้แก่ วัตถุประสงค์ขององค์กร โดยพบว่าเงินที่บริจาคเพื่อการกุศลด้านการศึกษาและสิ่งแวดล้อมได้รับการสนับสนุนอย่างสูง
2. ด้านการบริหารจัดการ องค์กรที่ประสบความสำเร็จในการบริจาค มีการวางแผนกิจกรรมเชิงยุทธศาสตร์รู้จักแหล่งทุน (หรือผู้บริจาค) และมีฐานผู้สนับสนุน รวมทั้งได้นำเอาแผนงานและแผนการสื่อสารที่ได้วางไว้มาปฏิบัติอย่างเป็นระบบ
3. ด้านความโปร่งใสและความรับผิดชอบ ถือได้ว่าเป็นเสาหลักของการบริจาค การให้ความสำคัญต่อการจัดทำรายงานให้แก่ผู้บริจาคหรือภาคีพันธมิตรอย่างชัดเจนแม่นยำและโปร่งใสด้วยความตระหนักที่ว่าผู้บริจาคให้กับคนที่เขาเชื่อถือและดำเนินการตามมาตรการต่าง ๆ เพื่อประกันให้ความเชื่อถือนี้ดำรงอยู่ตลอดเวลาแห่งความสัมพันธ์นั้น
4. การใช้วิธีการบริจาคหลายๆ อย่าง และเทคนิคอื่น ๆ ที่สอดคล้องและเหมาะสมกับวิสัยทัศน์พันธกิจ และเป้าหมายขององค์กร สามารถเพิ่มจำนวนทุนที่ระดมได้ให้มากที่สุด

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ทศนคติต่อการช่วยเหลือสังคม และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์” นี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative methodology) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างโดยตรงและส่งแบบสอบถามทางออนไลน์ที่แจกให้กับกลุ่มตัวอย่าง ให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-administered Questionnaire) ซึ่งแบบทดสอบนี้มีจุดประสงค์เพื่อสำรวจข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์การเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ที่ศนคติต่อการช่วยเหลือสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือสมาชิกของเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์และกลุ่มที่มอาสาสมัครนิรนามกตัญญูที่เคยเปิดเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ จำนวนทั้งสิ้น 7,708,125 คน (ข้อมูลจากBhin.fanclub ณ วันที่ 23 มกราคม 2562) และใช้สูตรคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของทาโรยามาเน่ ซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และค่า ความเคลื่อนที่ 5% ดังนั้นจากผลการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ มีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน

สำหรับวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างครั้งนี้มี 2 ขั้นตอนด้วยกัน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability sampling) ดังนี้

1) การสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) คือ เลือกเก็บข้อมูลเฉพาะผู้ที่เปิดรับเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์

2) การสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sample) คือ ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามเมื่อมีโอกาสพบที่มอาสาสมัครเข้าร่วมกตัญญูที่มาร่วมกิจกรรมอาสาอยู่กับคุณบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ และผู้วิจัยทำการโพสต์ลิงค์แบบสอบถามออนไลน์ไว้บนเฟซบุ๊กของแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์แล้วโพสต์ข้อความขอความร่วมมือจากสมาชิกแฟนเพจที่ยินดีและเต็มใจทำแบบสอบถามให้ จำนวน 400 คน

### เครื่องมือการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยคำถามที่ใช้จะมีทั้งชนิดคำถามปลายปิด (Close-ended Question) ลักษณะในแบบตรวจสอบรายการ (Check-list) และแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามมีลักษณะแบบเลือกตอบ (Check List) และทำการวิเคราะห์โดยการนำเสนอด้วยสถิติเชิงบรรยาย (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์แบ่งคำถามเป็น 2 ส่วน กล่าวคือ

1) แบบสอบถามมีลักษณะคำถามเป็นแบบ Rating Scale ตอบระดับความถี่ในการเปิดรับเฟซบุ๊กแฟนเพจต่อสัปดาห์ คือ ทุกวันต่อสัปดาห์ 6 วันต่อสัปดาห์ 4-5 วันต่อสัปดาห์ 2-3 วันต่อสัปดาห์ และ 1 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 1 ข้อ

2) คำถามปลายปิดให้เลือกตอบเพียง 1 คำตอบ โดยแบบสอบถามมีลักษณะแบบเลือกตอบ (Check List) ประกอบด้วย คำถามเกี่ยวกับความถี่ในการเปิดต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาที่ใช้งาน ลักษณะการใช้งาน อุปกรณ์ที่ใช้ และรูปแบบการใช้งานแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ โดยแบบสอบถามมีลักษณะคำถามเป็นแบบระดับ (Rating Scale) การพบเห็นเคยเปิดรับรูปภาพและสรูปเนื้อความข่าวที่ลงเผยแพร่ในเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ จำนวน 5 ข่าว คือ 1) น่องน้ำตาลเป็นเอตส์ 2) พระสมานเป็นโรคเท้าแสนปม 3) ป้าทุเรียนจิตอาสาเป็นมะเร็ง 4) แม่เลี้ยงลูกพิการ 5) ฟันน้องเป็นโรคกล้ามเนื้อสลาย ในระดับมากที่สุดคือ เห็น 5 ครั้งหรือมากกว่า ระดับมากคือ เห็น 4 ครั้ง ระดับปานกลางคือ เห็น 3 ครั้ง ระดับน้อยคือ เห็น 2 ครั้งระดับน้อยที่สุดคือ เห็น 1 ครั้ง

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการช่วยเหลือสังคมผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ โดยแบบสอบถามมีลักษณะคำถามเป็นแบบระดับ (Rating Scale) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ประกอบด้วยความคิดเห็นที่มีต่อเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ จำนวน 9 ข้อ 1) ทำให้ช่วยเหลือ

สังคมได้อย่างรวดเร็ว 2) ช่วยให้ได้โต้ตอบ แลกเปลี่ยน สนทนากับกลุ่มคนที่มีความต้องการช่วยเหลือสังคม เหมือนกัน หรือผู้ตกทุกข์ได้ยาก 3) ช่วยสร้างและตอกย้ำอัตลักษณ์ด้านบวก 4) ช่วยให้ มุมมองเชิงบวกต่อการช่วยเหลือสังคมหรือผู้ตกทุกข์ได้ยาก 5) ช่วยให้เห็นความสำคัญกับความทุกข์ร้อนของผู้อื่นมากขึ้น 6) ช่วยให้มองเห็นปัญหาของชีวิตผู้คน 7) ช่วยให้รู้สึกภาคภูมิใจ 8) ช่วยให้สละเวลาในการทำประโยชน์ เพื่อช่วยเหลือสังคม และ 9) ช่วยให้มีโอกาสแชร์ข้อมูล ข่าวสาร หรือความรู้เกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคม หรือผู้ตกทุกข์ได้ยาก

ตอนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของเพจบัณฑิต บรรลือฤทธิ์ โดยแบบสอบถามมีลักษณะคำถามเป็นแบบระดับ (Rating Scale) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ประกอบด้วยคำถามการมีส่วนร่วมกตัญญูใจ การแชร์ข้อมูล การนำข่าวในเฟซบุ๊กมาบอกเล่าสู่ผู้อื่น เมื่อพบเห็นผู้ตกทุกข์ได้ยากได้แจ้งให้เฟซบุ๊กแฟนเพจได้รับทราบ การบริจาคเงินหรือสิ่งของให้ผู้ที่ทุกข์ร้อน และการสมัครร่วมเป็นทีมอาสาสมัครจำนวน 7 ข้อ

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้ประชากรกลุ่มตัวอย่างด้วยตัวเอง จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการฝากลิงค์ แบบสอบถามออนไลน์ (Online-Questionnaire) ไว้บนเฟซบุ๊กของเพจบัณฑิต บรรลือฤทธิ์ และโพสต์ข้อความเชิญชวนให้แฟนเพจเข้าไปตอบแบบสอบถาม จากนั้นผู้วิจัยดาวน์โหลดไฟล์แบบสอบถาม เก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลในลำดับถัดไป

### การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มประชากรตัวอย่างครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ คือ SPSS for Windows (Statistical Package for Science/For Windows) โดยสถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามในส่วนต่างๆ

## ผลการวิจัย

### 1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน แบ่งเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 18 - 30 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้างทั่วไป มีรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน 15,000 - 30,000 และมีสถานะเป็นสมาชิกแฟนเพจ

1.2 พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของแฟนเพจบัณฑิต บรรลือฤทธิ์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่วงเวลาที่ใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจบัณฑิต บรรลือฤทธิ์บ่อยที่สุด ช่วงเวลา 18.01 - 22.00 น. มีลักษณะการใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจบัณฑิต บรรลือฤทธิ์ ที่ใช้เป็นประจำ คือ ติดตามความเคลื่อนไหวของเพจ โดยใช้โทรศัพท์

มือถือเมื่อเข้าเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์มากที่สุด รวมถึงมีปฏิสัมพันธ์กับเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ โดยกด Like ข้อมูลที่น่าเสนอมาก

1.3 การเปิดรับข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.81 โดยความถี่ในการเปิดรับข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ บิณฑ์บรรลือฤทธิ์ต่อสัปดาห์อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.08 และความถี่ในการเปิดรับข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ต่อวันอยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.56 ส่วนความถี่ในการเปิดรับข่าวต่างๆ ในเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.63 เมื่อจำแนกความถี่ในการเปิดรับข่าว ต่างๆ ในเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ เป็นรายข่าวจำนวน 5 ข่าว พบว่า ข่าวที่ 4 "แม่ที่เลี้ยงดูลูกมาถึง 31 ปี" ลูกที่พิการมาตั้งแต่กำเนิด แขนขาลีบ ไม่สามารถ ใช้ชีวิต ตามปกติได้ มีอาการเกร็งตลอด และข่าวที่ 5 "น้องซันกับน้องภูเป็นโรคกล้ามเนื้อสลาย" เป็นโรคที่เกิดจากพันธุกรรมที่เกิดจากโครโมโซมตั้งแต่กำเนิด จะพบแต่ในเด็กผู้ชาย จะมีอาการเริ่มต้น ตั้งแต่ 5 ขวบหรือ 12 ขวบ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.70 โดยอยู่ในระดับมาก และข่าวที่ 1 "เขาว่าหนูเป็นเอดส์ มีแต่คนรังเกียจ" น้องน้ำตาลอายุ 27 ปี มีอาชีพเป็นหมอนวดแผนโบราณ อยู่แบบนี้ตลอดอาการก็ไม่ดีขึ้นจนแผลลุกลามไปทั้งตัว ทำให้เธอรู้สึกทรมานมากและเวลาที่อากาศหนาวมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ 3.48

1.4 ทักษะคิดต่อการช่วยเหลือสังคมผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทักษะคิดต่อการช่วยเหลือสังคมผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ใน ภาพรวมมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.36 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีทักษะคิดเห็นด้วยในระดับมากที่สุดทุกหัวข้อ โดยพบว่าเฟซบุ๊กแฟนเพจของบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ช่วยให้ เห็นถึงความสำคัญกับความทุกข์ร้อน ของผู้อื่นมากขึ้น มีค่ามากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.41 และคิดว่าเฟซบุ๊กแฟนเพจของบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ ช่วยให้ ได้โต้ตอบ แลกเปลี่ยน สนทนากับกลุ่มคนที่มีความต้องการช่วยเหลือสังคมเหมือนกัน หรือผู้ตกทุกข์ได้ยาก มีค่าน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.25

1.5 พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ ในภาพรวมมีความคิดเห็นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมโดยสิ่งที่ทำมากที่สุด คือ กดถูกใจ (Like) ในเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.11 และเป็นทีมอาสาสมัครของเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.48

## 2. การทดสอบสมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊กแฟนเพจมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการช่วยเหลือสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์

การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ: การเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊กแฟนเพจ และตัวแปรตาม:

ระดับทัศนคติต่อการช่วยเหลือสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 จะปรากฏผลดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊กแฟนเพจกับทัศนคติต่อการช่วยเหลือสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ของกลุ่มตัวอย่าง

การเปิดรับข่าวสารจาก เฟซบุ๊กแฟนเพจ	ทัศนคติต่อการช่วยเหลือสังคมของ สมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจ บิณฑ์ บรรลือฤทธิ์	
	<i>r</i>	Sig.
	0.482*	0.00
<i>n</i> เท่ากับ 400		

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.05

จากตารางพบว่า การเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊กแฟนเพจของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการช่วยเหลือสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ โดยมีค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.482 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับกลาง ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊กแฟนเพจจึงมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการช่วยเหลือสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อ 1

สมมติฐานที่ 2 ทัศนคติต่อการช่วยเหลือสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์

การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ: ทัศนคติที่มีต่อการช่วยเหลือสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ และตัวแปรตาม: ระดับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 จะปรากฏผลดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการช่วยเหลือสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ของกลุ่มตัวอย่าง

ทัศนคติต่อการช่วยเหลือสังคม ของสมาชิก เฟซบุ๊กแฟนเพจ บิณฑ์ บรรลือฤทธิ์	พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของเฟซบุ๊กแฟนเพจ บิณฑ์ บรรลือฤทธิ์	
	<i>r</i>	Sig.
	0.477*	0.00
<i>n</i> เท่ากับ 400		

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.05

จากตารางพบว่า ทศนคติต่อการช่วยเหลือสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ของกลุ่มตัวอย่างมีสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ โดยมีค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.477 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ดังนั้น ทศนคติต่อการช่วยเหลือสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจ บิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ จึงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อ 2

### สรุปผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ข้อค้นพบจากการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ทศนคติต่อการช่วยเหลือสังคม และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ มีประเด็นที่น่าสนใจโดยยึดตามสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊กแฟนเพจมีความสัมพันธ์กับทศนคติต่อการช่วยเหลือสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเปิดรับข่าวต่างๆ ในเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.63 โดยเฉพาะข่าว "แม่เลี้ยงลูกพิการมา 31 ปี" และข่าว "น้องซันกับน้องภูเป็นโรคกล้ามเนื้อสลาย" ซึ่งสัมพันธ์กับทศนคติต่อการช่วยเหลือสังคมของสมาชิก เฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ จากผลการศึกษาในภาพรวมพบว่ากลุ่มตัวอย่างคิดเห็นต่อการช่วยเหลือสังคมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.36 โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเฟซบุ๊กแฟนเพจของบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ช่วยทำให้เห็นถึงความสำคัญกับความทุกข์ร้อนของผู้อื่นมากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.41 แสดงให้เห็นว่าเมื่อกลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเปิดรับมาก โดยเฉพาะจะสนใจเปิดรับข่าวที่เกี่ยวกับความรักของแม่กับลูกและความเจ็บป่วยของเด็ก ก็จะส่งผลให้เห็นความสำคัญของความทุกข์ร้อนของผู้อื่นและต้องการช่วยเหลือสังคม สอดคล้องกับแนวคิดการเปิดรับสื่อที่ปริชญา ภูวสิน (2549) กล่าวถึงองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคลส่วนหนึ่งเกี่ยวข้องกับทศนคติ ที่จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้พบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนั้น ซึ่งบุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารเฉพาะเรื่องที่ตนให้ความสนใจเท่านั้น ดังนั้นเมื่อกลุ่มตัวอย่างเห็นความทุกข์ร้อนของผู้คนในสังคมก็จะให้ความสนใจและเลือกเปิดรับสนใจข่าวสารนั้นๆ เป็นพิเศษ เนื่องจากมีทศนคติด้านบวกต่อการเห็นอกเห็นใจและช่วยเหลือสังคมอยู่แล้ว สอดคล้องกับแนวคิดการบริจาคที่ สุกิจ อทินทุ (ม.ป.ป.) กล่าวว่า การให้เพื่อสังคมเกิดขึ้นทุกหนทุกแห่งในทุกวัฒนธรรม โดยเฉพาะการใช้หลักศาสนาที่ว่าการให้เพื่อการกุศลส่วนใหญ่มีบทบาทสำคัญในชีวิตของผู้คน และสอดคล้องกับงานวิจัยของพัชรสิดา รัฐโชติพิริยกร (2559) ที่ศึกษาเรื่องทศนคติและพฤติกรรมการบริจาคเงินเพื่อช่วยเหลือสัตว์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษาบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในประเทศไทยที่พบว่า กลุ่มคนที่บริจาคเงินและหรือมีการติดต่อกับองค์กรหรือมูลนิธิเพื่อช่วยเหลือสัตว์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook มีการเปิดรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook ในระดับมาก

สัมพันธ์กับทัศนคติต่อการบริจาคเงินเพื่อช่วยเหลือสัตว์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook โดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน

จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุดที่เฟซบุ๊กแฟนเพจของบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ สามารถทำให้ช่วยเหลือสังคมหรือผู้ตกทุกข์ได้ยากได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.40 แสดงให้เห็นว่าสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นช่องทางสื่อสารให้กลุ่มตัวอย่างเห็นความทุกข์ของผู้อื่นและต้องการช่วยเหลือผู้ตกทุกข์ได้ยากอย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับแนวคิดบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่เดซพันซ์ ประวิชัย (2553) ได้กล่าวว่า บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในสภาพสังคมยุคปัจจุบันนั้นมุ่งนำเสนอข่าวสารให้ผู้คนได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องทันเวลาอย่างรวดเร็ว สื่อมวลชนจึงมีบทบาทสำคัญในการเสนอข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ตลอดจนชี้้นำความคิดของคนในสังคมด้วย

สมมติฐานที่ 2 ทัศนคติต่อการช่วยเหลือสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ จากผลการศึกษาพบว่าทัศนคติต่อการช่วยเหลือสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ ในภาพรวมพบว่ากลุ่มตัวอย่างคิดเห็นต่อการช่วยเหลือสังคมในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะเฟซบุ๊กแฟนเพจของบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ ช่วยทำให้เห็นถึงความสำคัญกับความทุกข์ร้อนของผู้อื่นมากขึ้น สามารถทำให้ช่วยเหลือสังคม หรือผู้ตกทุกข์ได้ยากได้อย่างรวดเร็ว และช่วยให้มุมมองเชิงบวกต่อการช่วยเหลือสังคมหรือผู้ตกทุกข์ได้ยาก อีกทั้งเห็นด้วยมากที่สุดที่ช่วยทำให้รู้สึกภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือสังคมหรือผู้ตกทุกข์ได้ยาก สัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ โดยมีส่วนร่วมในกิจกรรมของเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ ในภาพรวมระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 โดยจะกดถูกใจ (Like) ในเฟซบุ๊กแฟนเพจ บิณฑ์ บรรลือฤทธิ์มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.11 รวมถึงบอกเล่าข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลเฟซบุ๊กแฟนเพจแก่บุคคลอื่น ค่าเฉลี่ย 3.83 แบ่งปัน (Share) ข้อความเฟซบุ๊กแฟนเพจที่เกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมในหน้าเฟซบุ๊กของตน ค่าเฉลี่ย 3.80 แสดงให้เห็นว่า เฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ เป็นสื่อกลางให้สังคมช่วยเหลือคนตกทุกข์ได้ยากและทำให้เห็นความสำคัญของการช่วยเหลือสังคม และเมื่อกลุ่มตัวอย่างเห็นความทุกข์ร้อนของบุคคลอื่นในสังคมแล้วก็จะเห็นความสำคัญของการช่วยเหลือคนตกทุกข์ได้ยาก โดยกด like และพยายามถ่ายทอดเรื่องราวความทุกข์ร้อนของบุคคลในแฟนเพจเพื่อให้บุคคลอื่นๆ ได้รับทราบและมาช่วยเหลือเช่นกัน ทั้งการบอกเล่าข่าวสารแก่บุคคลอื่นโดยตรง หรือกด share ในแฟนเพจของตนเอง สอดคล้องกับแนวคิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อที่ Mcquail (1987 อ้างใน Dainton & Zelle, 2011) กล่าวว่า สื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม (Personal Relationships and Social Interaction) โดยผู้รับสารสามารถเลือกที่จะเปิดรับสื่อที่ปัจจุบันมีความหลากหลาย เพื่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความสัมพันธ์กับทางสังคม จากนั้นผู้รับสารจะนำไปใช้พูดคุยเพื่อก่อปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร แง่คิด ทัศนคติต่อกัน ดังนั้นเมื่อผู้รับสารพบเห็นข่าวที่ตนสนใจ และมีทัศนคติเชิงบวกต่อเรื่องราวนั้นก็จะนำบอกเล่ากันในสังคมเพื่อช่วยเหลือสังคมร่วมกัน และสอดคล้องกับที่ Assael (1998 อ้างใน ฝ่าย เพ็ชร์ชัย, 2544) ได้กล่าวไว้ว่า บุคคลที่มีอิทธิพล (Influential Others) เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการเกิดทัศนคติ โดยบุคคลที่เป็นที่นับถือ น่าเชื่อถือ ย่อมมี

อิทธิพลเป็นแบบอย่างและก่อให้เกิดทัศนคติต่อบุคคลอื่นเสมอ ดังนั้นการที่บิณฑ บรลือฤทธิ ซึ่งเป็นบุคคลที่สังคมรู้จักอย่างกว้างขวางได้เปิดเฟซบุ๊กแฟนเพจเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวและช่วยเหลือบุคคลที่ตกทุกข์ได้ยาก จึงมีอิทธิพลและเกิดทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับการช่วยเหลือและบริจาคเงินสิ่งของกับแฟนเพจของบิณฑ บรลือฤทธิเสมอ และสอดคล้องกับงานวิจัยของภาสกร โควินท์ (2553) ศึกษาการขอบริจาคเงินเพื่อการกุศลบนเครือข่ายทางสังคมออนไลน์: กรณีศึกษาการขอบริจาคเงินเพื่อการกุศลบนเครือข่าย hi5 โดยพบว่าสมาชิกในเครือข่าย hi5 ส่วนใหญ่ยังมีการตอบสนองต่อการให้ความช่วยเหลือในเชิงบวกเมื่อสมาชิกในเครือข่ายทางสังคมออนไลน์คนอื่นๆ ทำการโพสต์ข้อความเพื่อขอความช่วยเหลือในการที่จะขอให้สมาชิกในเครือข่ายช่วยบริจาคทรัพย์สินเพื่อช่วยเหลือผู้ที่ได้รับความเดือดร้อนหรือด้อยโอกาสทางสังคมผ่านทางสื่อของสังคมออนไลน์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของพัชรสิดา รัฐโชติพิริยกร (2559) ที่ศึกษาเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมการบริจาคเงินเพื่อช่วยเหลือสัตว์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษาบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในประเทศไทยโดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างจะตัดสินใจบริจาคเงินเพื่อช่วยเหลือสัตว์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook มากขึ้น ด้วยปัจจัยด้านทัศนคติเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจบริจาคเงินเพื่อช่วยเหลือสัตว์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook มากขึ้นได้

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการช่วยเหลือสังคมของสมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ บรลือฤทธิ และการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊กแฟนเพจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ บรลือฤทธิ โดยกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีต่อการช่วยเหลือสังคมในระดับมากที่สุด จึงมีการเปิดรับข่าวสารผู้ที่เดือดร้อน ทุกข์ทรมานจากเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ บรลือฤทธิ ในระดับมาก และส่งผลสะท้อนถึงพฤติกรรมการมีส่วนร่วม (Engagement) ในกิจกรรมของเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ บรลือฤทธิ ในรูปแบบ online โดยกดถูกใจ Like กดแบ่งปัน Share ในระดับมาก ขณะเดียวกันกลุ่มตัวอย่างก็มีส่วนร่วมในแบบ offline โดยบอกเล่าข่าวสารในเพจให้บุคคลอื่นฟัง ร่วมบริจาคเงิน และร่วมเป็นทีมอาสาในระดับมากเช่นเดียวกัน แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมกับเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ บรลือฤทธิ ทั้งในรูปแบบ online และ offline เพื่อช่วยเหลือผู้ตกทุกข์ได้ยาก สอดคล้องกับที่พัชรสิดา รัฐโชติพิริยกร (2559) ได้ศึกษาพบว่าปัจจัยด้านทัศนคติจะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจบริจาคเงินเพื่อช่วยเหลือสัตว์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook มากขึ้น และดวงพร ธีรกุลวานิช (2560) กล่าวว่ากลยุทธ์การที่เน้นให้เกิดการมีส่วนร่วม (Engagement) ทั้งการคลิกดูภาพ/วิดีโอ การแสดงความคิดเห็น และการแชร์ภาพที่มีเนื้อหาที่ผู้รับสารสนใจ เช่น การให้ความรู้เรื่องน่าเวทนาใกล้ตัวจะช่วยกระตุ้นให้กลุ่มตัวอย่างเกิดการมีส่วนร่วมและเป็นสมาชิกแฟนเพจได้มาก

### ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป จากผลการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการนำข้อมูลไปใช้พิจารณาประกอบการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการดำเนินงานให้แก่เฟซบุ๊กแฟนเพจ องค์กรการกุศล หรือกลุ่มบุคคลที่ต้องการจัดกิจกรรมการรับบริจาคหรือช่วยเหลือสังคมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ดังนี้

1.1 จากผลวิจัยพบว่าเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ เป็นช่องทางการสื่อสารให้สังคมได้รู้เรื่องราวและช่วยเหลือผู้ตกทุกข์ได้ยากอย่างรวดเร็ว ดังนั้นเพจต่างๆ ที่ต้องการทำเนื้อหา (content) เกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคมควรคัดเลือกเรื่องราวที่น่าสนใจและน่าเห็นใจสื่อสารในเพจด้วยความรวดเร็วและเสนอช่องทางการช่วยเหลือที่ง่ายและชัดเจน เช่น ในเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ จะแจ้งเลขบัญชีเพื่อบริจาคเงินไว้ในแต่ละเรื่องราวของผู้เดือดร้อนนั้นๆ เลย

1.2 จากผลวิจัยพบว่าเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ มีผู้ติดตามจำนวนมากและเมื่อพบเห็นเรื่องราวความทุกข์ยากของผู้คนในสังคมที่บิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ ที่เผยแพร่ไว้ก็พยายามกดแชร์ (share) หรือบอกเล่ากับผู้อื่นที่รู้จักเพื่อให้ข้อมูลไปถึงบุคคลทั่วไปในสังคมได้มากที่สุด ดังนั้นหน่วยงานราชการที่มีหน้าที่ช่วยเหลือผู้คนในสังคม เช่น กระทรวงการพัฒนาสังคมฯ จะติดตามเพจนี้เช่นกันเพื่อร่วมช่วยเหลือบุคคลที่ลำบากและยังสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกระทรวงอีกด้วย

1.3 จากผลวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการกด like ในเพจเฟซบุ๊กบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ มากที่สุด แต่เกิดพฤติกรรมค่าการมีส่วนร่วมในโซเชียลอื่นๆ น้อย เช่น การร่วมบริจาคสิ่งของ หรือโอนเงินออนไลน์ ดังนั้นเฟซบุ๊กแฟนเพจบิณฑ์ บรรลือฤทธิ์ จึงควรใช้รูปแบบและเนื้อหาในหน้าเฟซบุ๊กเพื่อเพิ่มค่าการมีส่วนร่วม (Engagement) โดยการพัฒนาคอนเทนต์ให้มีคุณภาพ กำหนดความถี่ในการโพสต์ให้เหมาะสม เลือกโพสต์ในช่วงวันและเวลาที่ดีที่สุดนำเสนอคอนเทนต์ที่ทุกคนชื่นชอบและใช้ภาพประกอบที่น่าสนใจและดึงดูดใจ

## 2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาต่อไปในอนาคต

2.1 ควรศึกษาในกลุ่มแฟนเพจเฟซบุ๊กอื่นๆ ที่มีลักษณะการถ่ายทอดเรื่องราวบุคคลที่เดือดร้อนเหมือนกัน เพื่อนำผลการวิจัยมาเปรียบเทียบความเหมือนและแตกต่างด้านการเปิดรับสื่อ ทักษะคิดและพฤติกรรมการช่วยเหลือสังคม

2.2 ควรเพิ่มวิธีการศึกษาด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อจะได้ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเปิดรับสื่อและพฤติกรรมการบริจาคให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

- ดวงพร อธิกุลวานิช. (2560). *กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดและการมีส่วนร่วมของแฟนเพจบน Facebook Fanpage ช่างช้อย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เดชพันธุ์ ประวิชัย. (2553). *สื่อมวลชนกับบทบาทการพัฒนาในยุคสมัยใหม่*. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2560 จาก [https://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive\\_journal/jan\\_mar\\_11/pdf/aw14.pdf](https://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/jan_mar_11/pdf/aw14.pdf)
- ปิ่นท์ บรรลือฤทธิ์. (23 มกราคม 2562). *เฟซบุ๊กแฟนเพจปิ่นท์ บรรลือฤทธิ์*. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/Bhin.fanclub/>
- ปรีชญา ภูวสิน. (2549). *พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อและความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารสื่อสารด้านเส้นทางท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ฝ่าย เพ็ญชัย. (2544). *ผลจากการใช้ภาพโปสเตอร์ต่างระดับในงานโฆษณาต่อการระลึกถึงตราสินค้าทัศนคติที่มีต่อตราสินค้าและความตั้งใจซื้อสินค้า*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัชรลิตา รัฐโชติพิริยกร. (2559). *ทัศนคติและพฤติกรรมกาบริจาคเงินเพื่อช่วยเหลือสัตว์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษาบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในประเทศไทย*. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภาสกร โควินท์. (2553). *กาขอบริจาคเงินเพื่อการกุศลบนเครือข่ายทางสังคมออนไลน์: กรณีศึกษาการขอบริจาคเงินเพื่อการกุศลบนเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ hi5 ในประเทศไทย*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภิเชก ชัยนรินทร์. (2553). *การตลาดแนวใหม่ผ่าน Social media*. กรุงเทพมหานคร: วิดีทัศน์.
- สุกิจ อทินทุ. (ม.ป.ป.). *CSR Man เมื่อการทำดีต้องมีผู้นำ*. สืบค้นจาก <http://www2.manager.co.th/mgrWeekly/ViewNews.aspx?NewsID=9520000121922>.
- สุพรรณิ ดิสรวิสต์. (2558). *กาสื่อสารเพื่อช่วยเหลือสังคมผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของมูลนิธิร่วมกตัญญูและการรับรู้ของประชาชน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์และนวัตกรรมกาจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- Baron, R. A. (1986). *Behavior in organization*. Boston: Allyn and Bacon.
- Dainton, M., & ZeLley, E. D. (2011). *Applying communication theory for Professional Life: A Practical introduction (2nd ed.)*. Singapore: Sage.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). *Uses and gratifications research*. Retrieved December 20, 2017, from [http://www.jstor.org/stable/2747854?seq=1#Page\\_scan\\_tab\\_contents](http://www.jstor.org/stable/2747854?seq=1#Page_scan_tab_contents)

Quinn, K (2016). Why We Share: A Uses and Gratification Approach to Privacy Regulation in Social Media Use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media Research*, 60(1), 61-86

Tana. (2016). *เผยสถิติการใช้ Internet และ Social Media ล่าสุด (2016): ประเทศไทยไม่น้อยหน้าชาติใดในโลก*. ค้นเมื่อ 28 กรกฎาคม 2560, จาก <http://www.9tana.com/node/thailand-social-stat-2016/>