

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ การมีส่วนร่วม การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้อ่านผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิตยสารไทยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากผู้อ่านซึ่งใช้งานเฟซบุ๊กที่ถูกใจ (Like) เพื่อติดตามแฟนเพจของนิตยสาร Men's Health นิตยสารแพรว นิตยสาร Image และนิตยสาร A Day จำนวน 400 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้การทดสอบความแตกต่างและการทดสอบความแปรปรวน (t-test และ One-way ANOVA) การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุแบบเป็นขั้นตอน (Stepwise -Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ผู้อ่านเคยเห็นหน้าแฟนเพจนิตยสารจากนิตยสารฉบับเล่มและติดตามแฟนเพจเพราะชื่นชอบนิตยสารฉบับเล่มอยู่แล้ว ในขณะที่ผู้อ่านส่วนใหญ่มีส่วนร่วมกับแฟนเพจของนิตยสารอยู่ในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 จากคะแนนเต็ม 5.00) และมีส่วนร่วมกับแฟนเพจนิตยสารเพราะการได้รับข้อมูลข่าวสารจากแฟนเพจนิตยสาร อีกทั้งผู้อ่านส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์จากแฟนเพจของนิตยสารเนื่องจากสามารถหาข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยได้จากแฟนเพจของนิตยสาร ตลอดจนผู้อ่านส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในแฟนเพจของนิตยสารเพราะได้รับความรู้ที่มีความทันสมัยจากแฟนเพจ

ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาพบว่า การรับรู้ การมีส่วนร่วม การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้อ่านผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิตยสาร มีความสัมพันธ์กันในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้ตัวแปรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการอธิบายการมีส่วนร่วมกับแฟนเพจนิตยสาร คือ การใช้ประโยชน์ จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้