# บทที่ 4
# ผลการวิจัยและการอภิปราย

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนของผู้ปกครองที่โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อวิเคราะห์และทำความเข้าใจอิทธิพลของการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนของผู้ปกครอง
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์และการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีของผู้ปกครอง

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ปกครองของนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ที่โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี รวมจำนวน 350 คน การตอบแบบสอบถามถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยผลการวิเคราะห์นำเสนอในรูปแบบของตารางข้อมูลพร้อมคำอธิบายตามลำดับต่อไปนี้.

1. สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะใช้สัญลักษณ์ทางสถิติพื้นฐานเพื่อสรุปผลและแสดงผลลัพธ์ที่ชัดเจน โดยมีสัญลักษณ์ดังนี้

- $\bar{X}$ (Mean): ค่าเฉลี่ย
- SD (Standard Deviation): ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- N: จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
- %: ค่าร้อยละ

2. ขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังนี้

- การแจกแจงข้อมูลประชากรตามลักษณะส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา และรายได้
- การแจกแจงข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เวลาที่ใช้ ความถี่ในการใช้งาน และระดับการมีส่วนร่วม
- การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์และการตัดสินใจเลือกโรงเรียนของผู้ปกครอง

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะนำเสนอในรูปแบบตาราง พร้อมคำอธิบาย เพื่อแสดงถึงแนวโน้มและความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษา
- ตัวชี้วัดสำคัญที่ได้รับการวิเคราะห์ ได้แก่ ระดับการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ การมีส่วนร่วม และอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดถูกออกแบบให้อ่านง่ายและชัดเจน เพื่อใช้ตอบคำถามวิจัยและสนับสนุนข้อเสนอแนะที่เหมาะสมต่อโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการแปลความหมายของข้อมูลที่ตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

| | | |
|---|---|---|
| $\bar{X}$ | แทน | ค่าคะแนนเฉลี่ย |
| S.D. | แทน | ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน |
| N | แทน | จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง |
| P | แทน | ความน่าจะเป็นของค่าสถิติ |
| F | แทน | ค่าสถิติแจกแจง |
| MS | แทน | ค่า Mean Squares |
| SS | แทน | ค่า Sum of Squares |
| df | แทน | ค่า Degree Freedom |
| * | แทน | ความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 |

2. ขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลนี้แสดงลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ผู้ปกครองของเด็กที่กำลังศึกษาอยู่ที่โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี) ในรูปแบบ Check List ซึ่งประกอบด้วยหัวข้อต่อไปนี้:

1. เพศ (Gender): การระบุเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. อายุ (Age): การจัดกลุ่มอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม
3. ระดับการศึกษา (Education): ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม
4. รายได้ (Income): ระดับรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม
5. อาชีพ (Occupation): การระบุประเภทของอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

การนำเสนอข้อมูลในส่วนนี้จะช่วยให้เข้าใจถึงลักษณะประชากรตัวอย่างในงานวิจัยอย่างชัดเจนและครอบคลุม.

ส่วนที่ 2: ชุดคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลในส่วนนี้นำเสนอในรูปแบบ Check List ซึ่งประกอบด้วย:

1. ความถี่ในการใช้งาน (Frequency of use): ระบุว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้งานสื่อสังคมออนไลน์บ่อยเพียงใด
2. ระยะเวลาในการใช้งาน (Duration of use): ระบุระยะเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้สื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละครั้ง

3. จำนวนแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้งาน (Number of social media platforms used): ระบุจำนวนแพลตฟอร์มที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้งาน

ส่วนที่ 3: ชุดคำถามเกี่ยวกับการได้รับข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

อมูลในส่วนนี้นำเสนอในรูปแบบ Rating Scale ระดับ 5 ระดับ ซึ่งประกอบด้วย:

1. ประเภทของเนื้อหาที่บริโภค (Types of content consumed): ระบุประเภทของเนื้อหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามรับชม
2. ระดับการมีส่วนร่วม (Engagement levels): ระดับการโต้ตอบหรือมีส่วนร่วมกับเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์
3. วัตถุประสงค์ในการใช้งาน (Purpose of use): เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์
4. การได้รับข้อมูลประเภทเฉพาะ (Exposure to specific type of content): การได้รับข้อมูลที่ตรงกับความสนใจหรือเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ

ส่วนที่ 4: ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ข้อมูลในส่วนนี้มาจาก คำถามปลายเปิด (Open-Ended Questions) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับหัวข้อที่เกี่ยวข้อง.

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ข้อมูลประชากร)

ข้อมูลประชากรของผู้ปกครองที่มีบุตรหลานกำลังศึกษาอยู่ในโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ถูกจัดทำในรูปแบบ เช็กลิสต์ โดยประกอบด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้:

1. เพศ
2. อายุ
3. ระดับการศึกษา
4. รายได้
5. อาชีพ

ผลลัพธ์ที่นำเสนอนี้ช่วยให้เห็นภาพรวมของข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีความสำคัญในการนำไปวิเคราะห์และทำความเข้าใจผลกระทบของการได้รับสื่อโซเชียลมีเดียที่มีต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนของผู้ปกครอง

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ (N=350)

| เพศ | ความถี่ | ร้อยละ (%) |
|---|---|---|
| ชาย | 150 | 42.85 |
| หญิง | 200 | 57.15 |
| รวม | 350 | 100.0 |

ตามที่แสดงในตารางที่ 1 ข้างต้น ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.15 ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีจำนวนร้อยละ 42.85

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ (N=350)

| อายุ | ความถี่ | ร้อยละ (%) |
|---|---|---|
| 20 – 30 ปี | 52 | 14.9 |
| 31 – 40 ปี | 88 | 25.1 |
| 41 – 50 ปี | 124 | 35.4 |
| 51 – 60 ปี | 80 | 22.9 |
| 61 ปีขึ้นไป | 6 | 1.7 |
| รวม | 350 | 100.0 |

จากตารางที่ 2 ข้างต้น ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 41-50 ปี ซึ่งมีสัดส่วนสูงสุดที่ 35.4 เปอร์เซ็นต์ รองลงมาคือกลุ่มอายุ 31-40 ปี ซึ่งมีสัดส่วนอยู่ที่ 25.1 เปอร์เซ็นต์ และกลุ่มผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไปมีสัดส่วนต่ำสุดอยู่ที่ 1.7 เปอร์เซ็นต์

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดประเภทตามระดับการศึกษา (N=350)

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ตามที่แสดงในตารางที่ 3 ข้างต้น ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป คิดเป็นเปอร์เซ็นต์สูงสุดที่ 71.1 รองลงมาคือผู้ที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา คิดเป็น 10.9 และผู้ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษามีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็น 2.3

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับรายได้ (N=350)

| ระดับรายได้ | ความถี่ | ร้อยละ (%) |
|---|---|---|
| 15,000 – 25,000 บาท | 113 | 32.3 |
| 26,000 – 35,000 บาท | 76 | 21.7 |
| 35,000 – 45,000 บาท | 70 | 20 |
| 46,000 – 55,000 บาท | 53 | 15.1 |
| 56,000 ขึ้นไป | 38 | 10.9 |
| รวม | 350 | 100.0 |

ตามที่แสดงในตารางที่ 4. ข้างต้น ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,000 – 25,000 บาท โดยมีเปอร์เซ็นต์สูงที่สุดอยู่ที่ 32.3 รองลงมาคือผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 26,000 – 35,000 บาท และเปอร์เซ็นต์ที่น้อยที่สุดคือผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 56,000 บาทขึ้นไป โดยมีเปอร์เซ็นต์อยู่ที่ 10.9

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ (N=350)

| อาชีพ | ความถี่ | ร้อยละ (%) |
|---|---|---|
| เจ้าหน้าที่ภาครัฐ | 102 | 29.1 |
| พนักงานภาคเอกชน | 66 | 18.9 |
| อาชีพรับจ้างทั่วไป | 25 | 7.1 |
| ผู้ประกอบการ | 87 | 24.9 |
| คนอื่น | 70 | 20 |
| รวม | 350 | 100.0 |

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

จากตารางที่ 4. ข้างต้น ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 29.1 รองลงมาคือผู้ประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 24.9 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเปอร์เซ็นต์ต่ำที่สุดคือพนักงานทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 7.1

ส่วนที่ 2: พฤติกรรมการใช้งานโซเชียลมีเดียของผู้ตอบแบบสอบถามในรูปแบบของการเลือกตอบ ประกอบด้วย 1) ความถี่ในการใช้งาน 2) ระยะเวลาในการใช้งาน 3) จำนวนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ใช้ โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ดังนี้:

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดประเภทตามความถี่ในการใช้งานโซเชียลมีเดีย (N=350)

| ความถี่ในการใช้งาน | ความถี่ | ร้อยละ (%) |
|---|---|---|
| ทุกวัน | 299 | 85.4 |
| 1-2 วันต่อสัปดาห์ | 11 | 3.1 |
| 3-4 วันต่อสัปดาห์ | 18 | 5.1 |
| 5-6 วันต่อสัปดาห์ | 20 | 5.7 |
| ไม่เคยเลย | 2 | 0.7 |
| รวม | 350 | 100.0 |

ดังที่แสดงใน ตารางที่ 6 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้โซเชียลมีเดียทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 85.4 ซึ่งเป็นเปอร์เซ็นต์ที่สูงที่สุด รองลงมาคือผู้ที่ใช้โซเชียลมีเดีย 5-6 วันต่อสัปดาห์ และเปอร์เซ็นต์ที่ต่ำที่สุดคือผู้ที่ไม่เคยใช้โซเชียลมีเดียเลย คิดเป็นร้อยละ 0.7

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและเปอร์เซ็นต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่จำแนกตามระยะเวลาการใช้โซเชียลมีเดีย (N=350)

| ระยะเวลาการใช้งานต่อครั้ง | ความถี่ | ร้อยละ (%) |
|---|---|---|
| น้อยกว่า 1 ชั่วโมง | 49 | 14 |
| 1-2 ชั่วโมง | 84 | 24 |
| 3-4 ชั่วโมง | 119 | 34 |
| 5-6 ชั่วโมง | 46 | 13.1 |
| มากกว่า 6 ชั่วโมง | 52 | 14.9 |
| รวม | 350 | 100.0 |

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

จากข้อมูลในตารางที่ 7 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเล่นโซเชียลมีเดียระหว่าง 3-4 ชั่วโมง คิดเป็นเปอร์เซ็นต์สูงสุดที่ 34 รองลงมาคือผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลา 1-2 ชั่วโมง คิดเป็นเปอร์เซ็นต์ 24 และเปอร์เซ็นต์ที่ต่ำที่สุดคือผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เวลา 5-6 ชั่วโมง โดยคิดเป็น 13.1

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่จำแนกตามจำนวนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ใช้ (N=350)

| แพลตฟอร์มสื่องสังคมออนไลน์ที่ใช้ | ความถี่ | ร้อยละ (%) |
|---|---|---|
| เฟสบุ๊ก | 208 | 59.40 |
| ไลน์ | 92 | 26.30 |
| ติ้กต้อก | 19 | 5.40 |
| ยูทูบ | 19 | 5.40 |
| อื่นๆ | 12 | 3.50 |
| รวม | 350 | 100.00 |

ดังที่แสดงในตารางที่ 8 ข้างต้น ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ Facebook มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.4 รองลงมาคือผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ Line คิดเป็นร้อยละ 26.3 และผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียอื่น ๆ มีเปอร์เซ็นต์ต่ำที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.5.

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับสื่อโซเชียลมีเดียที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ในรูปแบบของมาตรวัดระดับ 5 ระดับ ประกอบด้วย 1) ประเภทของเนื้อหาที่บริโภค 2) ระดับการมีส่วนร่วม 3) วัตถุประสงค์ของการใช้งาน 4) การเปิดรับเนื้อหาเฉพาะประเภท โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของเนื้อหาที่บริโภคบนโซเชียลมีเดีย (N=350)

| | ประเภทของเนื้อหาที่บริโภคบนโซเชียลมีเดีย | $\overline{X}$ | S.D. | ระดับของการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจ |
|---|---|---|---|---|
| 1 | คุณเคยเห็นเนื้อหาเกี่ยวกับโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีบนโซเชียลมีเดียหรือไม่ | 4.18 | 0.68 | ระดับสูง |

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 2 | เนื้อหาในโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของฉันในการเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี | 3.92 | 0.52 | ระดับสูง |
| 3 | เนื้อหาในโซเชียลมีเดียมีความสำคัญต่อการตัดสินใจของฉันในการเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีสำหรับบุตรหลานของฉัน | 4.15 | 0.64 | ระดับสูง |
| 4 | คุณเคยเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจเกี่ยวกับโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีโดยพิจารณาจากเนื้อหาที่มาจากแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียของพวกเขาหรือไม่? | 4.11 | 0.63 | ระดับสูง |
| 5 | คุณเคยตัดสินใจเกี่ยวกับโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีโดยอิงจากคำแนะนำในโซเชียลมีเดียจากผู้ปกครองท่านอื่นหรือไม่? | 3.98 | 0.55 | ระดับสูง |
| รวม | | 4.08 | 0.61 | ระดับสูง |

จากตารางที่ 9 ข้างต้น ผลสถิติจากแบบสำรวจเผยให้เห็นว่า ประเภทของเนื้อหาที่บริโภคในโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี โดยมีระดับความสำคัญรวมสูงสุดอยู่ที่ ( $\overline{X}$ = 4.068) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน ผลสถิติระบุว่า การเห็นเนื้อหาเกี่ยวกับโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีในโซเชียลมีเดียอยู่ในระดับสูงสุด ( $\overline{X}$ = 4.18) ความสำคัญของเนื้อหาในโซเชียลมีเดียต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีอยู่ในระดับสูงสุด ( $\overline{X}$ = 4.15) การเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจอันเนื่องมาจากเนื้อหาในโซเชียลมีเดียอยู่ในระดับสูงสุด ( $\overline{X}$ = 4.11) การตัดสินใจที่ได้รับอิทธิพลจากคำแนะนำของผู้ปกครองท่านอื่นในโซเชียลมีเดียอยู่ที่ ( $\overline{X}$ = 3.98) และการตัดสินใจที่ได้รับอิทธิพลจากเนื้อหาในโซเชียลมีเดียอยู่ที่ ( $\overline{X}$ = 3.92) ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการมีส่วนร่วม (Engagement Level) ในโซเชียลมีเดีย (N=350)

| ระดับการมีส่วนร่วมในโซเชียลมีเดีย | | $\overline{X}$ | S.D. | ระดับของการเปิดรับโซเชียลมีเดียที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ |
|---|---|---|---|---|
| 1 | โซเชียลมีเดียช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมของฉันกับโรงเรียนและกระตุ้นให้ฉันเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียน | 3.99 | 0.56 | ระดับสูง |
| 2 | การมีส่วนร่วมของคุณกับเนื้อหาในโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตอย่างไร | 4.19 | 0.68 | ระดับสูง |
| 3 | การมีส่วนร่วมกับเนื้อหาในโซเชียลมีเดียทำให้คุณรู้สึกถึงความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนกับโรงเรียนสาธิตเพิ่มขึ้นหรือไม่ | 4.21 | 0.68 | ระดับสูงสุด |
| 4 | คุณเคยถูกชักชวนให้แชร์เนื้อหาจากโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีให้กับผู้ปกครองคนอื่นๆ หรือไม่ | 3.86 | 0.51 | ระดับสูง |
| 5 | การมีส่วนร่วมของฉันในโซเชียลมีเดียได้เพิ่มความมั่นใจในการเลือกโรงเรียนโดยอิงจากความคิดเห็นและมุมมองของผู้ปกครองคนอื่นๆ | 4.12 | 0.63 | ระดับสูง |
| รวม | | 4.07 | 0.62 | ระดับสูง |

ดังที่แสดงในตารางที่ 10 ข้างต้น ผลสถิติการสำรวจพบว่า ระดับการมีส่วนร่วมบนโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีในระดับสูงสุด ( $\overline{X}$ =4.074) โดยเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า การมีส่วนร่วมบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียของโรงเรียนเพิ่มความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนกับโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีในระดับสูงสุด ( $\overline{X}$ =4.21) การมีส่วนร่วมกับเนื้อหาโซเชียลมีเดียของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกโรงเรียนในระดับ ( $\overline{X}$ =4.19) การมีส่วนร่วมบนโซเชียลมีเดียเพิ่มความมั่นใจในการเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีในระดับ ( $\overline{X}$ =4.12) โซเชียลมีเดียเพิ่มการมีส่วนร่วมกับโรงเรียนและส่งเสริมการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนในระดับ ( $\overline{X}$ =3.99) และการถูกโน้มน้าวให้แชร์เนื้อหาจากโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีอย่างเป็นทางการกับผู้ปกครองท่านอื่นในระดับ ( $\overline{X}$ =3.86) ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการใช้โซเชียลมีเดีย (N=350)

| วัตถุประสงค์ของการใช้งาน | | $\overline{X}$ | S.D. | ระดับของการเปิดรับโซเชียลมีเดียที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ |
|---|---|---|---|---|
| 1 | ฉันได้ใช้โซเชียลมีเดียเพื่อค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับโรงเรียนก่อนตัดสินใจ | 4.14 | 0.63 | ระดับสูง |
| 2 | ฉันใช้โซเชียลมีเดียเพื่อเปรียบเทียบโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีกับโรงเรียนอื่นในพื้นที่ก่อนตัดสินใจเลือก | 4.13 | 0.64 | ระดับสูง |
| 3 | ฉันใช้โซเชียลมีเดียเพื่อรับรู้ถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของโรงเรียนก่อนตัดสินใจเลือก | 4.12 | 0.63 | ระดับสูง |
| 4 | โซเชียลมีเดียช่วยยืนยันการตัดสินใจของคุณในการเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีหรือไม่ | 4.18 | 0.67 | ระดับสูง |
| 5 | โซเชียลมีเดียมีความสำคัญเพียงใดในการตัดสินใจของคุณในการเลือกโรงเรียนสาธิต | 4.15 | 0.65 | ระดับสูง |
| 6 | ฉันเคยใช้โซเชียลมีเดียเพื่อสื่อสารโดยตรงกับโรงเรียน | 4.27 | 0.75 | ระดับสูงสุด |
| รวม | | 4.16 | 0.66 | ระดับสูง |

ดังที่แสดงในตารางที่ 11 ข้างต้น สถิติจากการสำรวจเผยให้เห็นว่า วัตถุประสงค์ของการใช้โซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีในระดับสูงสุดโดยรวม (ค่าเฉลี่ย = 4.16) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน สถิติแสดงให้เห็นว่า การใช้โซเชียลมีเดียเพื่อติดต่อกับโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีโดยตรงอยู่ในระดับสูงสุด (ค่าเฉลี่ย = 4.27) โซเชียลมีเดียช่วยยืนยันการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีในระดับ (ค่าเฉลี่ย = 4.18) ความสำคัญของโซเชียลมีเดียในกระบวนการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตในระดับ (ค่าเฉลี่ย = 4.15) การใช้โซเชียลมีเดียเพื่อเปรียบเทียบโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีกับโรงเรียนอื่นในพื้นที่ก่อนการตัดสินใจเลือกในระดับ (ค่าเฉลี่ย = 4.13) การใช้โซเชียลมีเดียเพื่อทราบถึงจุดแข็งและ

จุดอ่อนของโรงเรียนก่อนตัดสินใจเลือกในระดับ (ค่าเฉลี่ย = 4.12) และการใช้โซเชียลมีเดียเพื่อค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับโรงเรียนก่อนตัดสินใจในระดับ (ค่าเฉลี่ย = 4.1) ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเปิดรับเนื้อหาเฉพาะประเภทบนโซเชียลมีเดีย (N=350)

| การเปิดรับเนื้อหาเฉพาะประเภทบนโซเชียลมีเดีย | $\overline{X}$ | S.D. | ระดับของการเปิดรับโซเชียลมีเดียที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ |
|---|---|---|---|
| 1 เมื่อพิจารณาประสบการณ์และการปฏิสัมพันธ์ของคุณกับเนื้อหาบนโซเชียลมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี คุณเชื่อว่าโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสำหรับบุตรหลานของคุณมากน้อยเพียงใด | 4.19 | 0.68 | ระดับสูง |
| 2 การเปิดรับโซเชียลมีเดียของโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจเลือกโรงเรียนของฉัน | 4.21 | 0.69 | ระดับสูงสุด |
| 3 เนื้อหาที่คุณได้รับมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีมากน้อยเพียงใด | 4.15 | 0.65 | ระดับสูง |
| 4 การได้รับเนื้อหาบนโซเชียลมีเดียช่วยเพิ่มความสนใจของคุณต่อโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีหรือไม่ | 4.23 | 0.71 | ระดับสูงสุด |
| 5 เนื้อหาที่คุณได้เห็นบนโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของคุณในการพิจารณาโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีสำหรับบุตรหลานของคุณหรือไม่ | 4.20 | 0.68 | ระดับสูง |
| รวม | 4.19 | 0.68 | ระดับสูง |

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

จากตารางที่ 12 ข้างต้น ผลการสำรวจสถิติพบว่า การเปิดรับเนื้อหาเฉพาะประเภทบนโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีในระดับสูงสุดโดยรวมที่ ( $\overline{X}$ =4.19) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า การเปิดรับเนื้อหาบนโซเชียลมีเดียเกี่ยวกับโรงเรียนสาธิตทำให้ความสนใจในโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีเพิ่มขึ้นในระดับสูงสุดที่ ( $\overline{X}$ =4.23) การเปิดรับเนื้อหาโซเชียลมีเดียเกี่ยวกับโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนในระดับ ( $\overline{X}$ =4.21) การพิจารณาประสบการณ์และปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหาโซเชียลมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี คุณเชื่อว่าโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสำหรับบุตรหลานของคุณในระดับ ( $\overline{X}$ =4.19) ความมีอิทธิพลของเนื้อหาที่คุณได้รับต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีอยู่ในระดับ ( $\overline{X}$ =4.15) และเนื้อหาที่คุณได้เห็นบนโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อการพิจารณาโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีสำหรับบุตรหลานของคุณในระดับ ( $\overline{X}$ =4.2) ตามลำดับ

ผลการศึกษาพบว่ามีความแตกต่างระหว่างตัวแปรการเปิดรับโซเชียลมีเดียและอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สมมติฐานที่ 1: มีความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับโซเชียลมีเดียและอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สมมติฐานสามารถเขียนได้ดังนี้

Ho (สมมติฐานศูนย์): ไม่มีความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญระหว่างความถี่ในการใช้โซเชียลมีเดียและอิทธิพลของประเภทเนื้อหาที่บริโภคต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

H1 (สมมติฐานทางเลือก): มีความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญระหว่างความถี่ในการใช้โซเชียลมีเดียและอิทธิพลของประเภทเนื้อหาที่บริโภคต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สถิติที่ใช้ในการทดสอบนี้คือการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เพื่อทดสอบอิทธิพลของตัวแปรต่าง ๆ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้ตารางค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficients Table) หากค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก หมายความว่าเมื่อค่าของตัวแปรความถี่ในการใช้งานเพิ่มขึ้น ค่าของตัวแปรประเภทของเนื้อหาที่บริโภคก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเช่นกัน หากค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ หมายความว่าเมื่อค่าของตัวแปรความถี่ในการใช้งานเพิ่มขึ้น ค่าของตัวแปรประเภทของเนื้อหาที่บริโภคมีแนวโน้มลดลง สมมติฐาน (H1) จะได้รับการยอมรับเฉพาะในกรณีที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 13: แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนเกี่ยวกับอิทธิพลของการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียน แยกตามความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

| ประเภทของเนื้อหาที่บริโภค | SS | Df | MS | f | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| ระหว่างกลุ่ม | 3.236 | 4 | 1.033 | 5.606 | .001* |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| ภายในกลุ่ม | 37.159 | 345 | .184 | | |
| รวม | 40.395 | 349 | | | |
| ระดับการมีส่วนร่วม | SS | Df | MS | f | Sig. |
| ระหว่างกลุ่ม | 1.468 | 4 | .182 | .256 | .014 |
| ภายในกลุ่ม | 34.571 | 345 | .190 | | |
| รวม | 36.039 | 349 | | | |
| วัตถุประสงค์ของการใช้งาน | SS | Df | MS | f | Sig. |
| ระหว่างกลุ่ม | .489 | 4 | .921 | 4.370 | .005* |
| ภายในกลุ่ม | 55.111 | 345 | .211 | | |
| รวม | 55.600 | 349 | | | |
| การเปิดรับเนื้อหาเฉพาะประเภท | SS | Df | MS | f | Sig. |
| ระหว่างกลุ่ม | 13.849 | 4 | .835 | 3.533 | .015* |
| ภายในกลุ่ม | 50.461 | 345 | .236 | | |
| รวม | 64310 | 349 | | | |

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

ดังที่แสดงในตารางที่ 13 ข้างต้น ผลการทดสอบความแปรปรวนของอิทธิพลของการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จำแนกตามความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ทุกด้านมีค่าความมีนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 ซึ่งแสดงว่ายอมรับสมมติฐานทางเลือก (H1) และปฏิเสธสมมติฐานว่าง (Ho) หมายความว่าการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มีความแตกต่างและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความสัมพันธ์จำแนกตามความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยใช้แบบจำลองค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตารางที่ 14: แสดงผลสำหรับตัวแปรความถี่ในการใช้งานในแบบจำลอง รวมถึงค่าคงที่ (intercept) ค่าสัมประสิทธิ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน B แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงที่คาดหวังในประเภทของเนื้อหาที่บริโภคสำหรับการเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วยของความถี่ในการใช้งานแต่ละครั้ง

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

| | สัมประสิทธิ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน | สัมประสิทธิ์ที่ได้มาตรฐาน | | | | ช่วงความเชื่อมั่น 95% สำหรับ B | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Modelโมเดล | B | Beta เบต้า | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.E) | t | p | lower bound ขอบเขตล่าง | upper bound ขอบเขตบน |
| ค่าคงที่(Constant) | 4.22 | | 0.05 | 80.47 | <.001 | 4.12 | 4.32 |
| 5-6วันต่อสัปดาห์ | -0.02 | -0.01 | 0.21 | -0.1 | .921 | -0.44 | 0.39 |
| 1-2วันต่อสัปดาห์ | -0.13 | -0.02 | 0.28 | -0.47 | .641 | -0.68 | 0.42 |
| 3-4วันต่อสัปดาห์ | -0.33 | -0.08 | 0.22 | -1.51 | .133 | -0.77 | 0.1 |
| ทุกวัน | -1.72 | -0.14 | 0.64 | -2.67 | .008 | -2.99 | -0.45 |

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

ตามที่แสดงในตารางที่ 14 ข้างต้น ผลการวิเคราะห์ถดถอยมีดังนี้:

อิทธิพลของประเภทเนื้อหาที่บริโภคต่อการตัดสินใจเลือก = 4.22 - 0.02 · ความถี่ในการใช้งาน 5-6 วันต่อสัปดาห์ - 0.13, 1-2 วันต่อสัปดาห์ - 0.33, 3-4 วันต่อสัปดาห์ - 1.72, ไม่เคยใช้

- ค่าคงที่ (Constant): เมื่อค่าความถี่ในการใช้สื่อสังคมทั้งหมดเท่ากับศูนย์ ค่าอิทธิพลของประเภทเนื้อหาที่บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนคือ 4.22
- 5-6 วันต่อสัปดาห์: หากค่าความถี่ในการใช้งาน 5-6 วันต่อสัปดาห์เปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย ค่าอิทธิพลของประเภทเนื้อหาที่บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนจะเปลี่ยนไป -0.02
- 1-2 วันต่อสัปดาห์: หากค่าความถี่ในการใช้งาน 1-2 วันต่อสัปดาห์เปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย ค่าอิทธิพลของประเภทเนื้อหาที่บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนจะเปลี่ยนไป -0.13
- 3-4 วันต่อสัปดาห์: หากค่าความถี่ในการใช้งาน 3-4 วันต่อสัปดาห์เปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย ค่าอิทธิพลของประเภทเนื้อหาที่บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนจะเปลี่ยนไป -0.33

- ทุกวัน: หากค่าความถี่ในการใช้งานทุกวันเปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย ค่าอิทธิพลของประเภทเนื้อหาที่บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนจะเปลี่ยนไป -1.72

สถิติการถดถอยแสดงให้เห็นว่าความถี่ในการใช้งาน 5-6 วันต่อสัปดาห์, 1-2 วันต่อสัปดาห์, 3-4 วันต่อสัปดาห์ และทุกวันสามารถอธิบายความแปรปรวนของอิทธิพลจากประเภทเนื้อหาที่บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนได้ 2.65%

สรุป: โมเดลแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างค่าที่สังเกตได้และค่าที่คาดการณ์ไว้ ซึ่งบ่งชี้ว่ายิ่งผู้ปกครองใช้เวลากับเนื้อหาของโรงเรียนบนสื่อสังคมมากเท่าใด ผู้ปกครองก็จะได้รับอิทธิพลในการเลือกโรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีมากขึ้นเท่านั้น"

ตารางที่ 15: แสดงผลลัพธ์สำหรับตัวแปรความถี่ในการใช้งานในโมเดล รวมถึงค่าคงที่ (intercept) โดยค่าสัมประสิทธิ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน (Unstandardized Coefficient B) แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงที่คาดหมายในระดับการมีส่วนร่วม (Engagement Levels) สำหรับการเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วยในความถี่ในการใช้งานที่เกี่ยวข้อง

| | สัมประสิทธิ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน | สัมประสิทธิ์ที่ได้มาตรฐาน | | | | ช่วงความเชื่อมั่น 95% สำหรับ B | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Model โมเดล | B | Beta เบต้า | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.E) | t | p | lower bound ขอบเขตล่าง | upper bound ขอบเขตบน |
| ค่าคงที่ (Constant) | 4.25 | | 0.05 | 80.11 | <.001 | 4.15 | 4.36 |
| 5-6วันต่อสัปดาห์ | -0.05 | -0.01 | 0.21 | -0.26 | .799 | -0.47 | 0.37 |
| 1-2วันต่อสัปดาห์ | -0.35 | -0.06 | 0.28 | -1.22 | .222 | -0.9 | 0.21 |
| 3-4วันต่อสัปดาห์ | -0.53 | -0.13 | 0.22 | -2.39 | .018 | -0.97 | -0.09 |

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

| | สัมประสิทธิ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน | สัมประสิทธิ์ที่ได้มาตรฐาน | | | | ช่วงความเชื่อมั่น 95% สำหรับ B | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Model โมเดล | B | Beta เบต้า | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.E) | t | p | lower bound ขอบเขตล่าง | upper bound ขอบเขตบน |
| ทุกวัน | -1.75 | -0.14 | 0.65 | -2.69 | .007 | -3.04 | -0.47 |

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

ดังที่แสดงในตารางที่ 15 ข้างต้น สถิติการถดถอยที่ได้จากการวิเคราะห์มีดังนี้:
ระดับการมีส่วนร่วม = 4.25 - 0.05 · ความถี่ในการใช้งาน 5-6 วันต่อสัปดาห์ - 0.35 · 1-2 วันต่อสัปดาห์ - 0.53 · 3-4 วันต่อสัปดาห์ - 1.75 · ความถี่ในการใช้งานทุกวัน

- ค่าคงที่ (Constant): เมื่อความถี่ของการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ทุกตัวแปรเท่ากับศูนย์ ค่า ระดับการมีส่วนร่วม เท่ากับ 4.25
- 5-6 วันต่อสัปดาห์: หากค่าความถี่ของการใช้งาน 5-6 วันต่อสัปดาห์เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย ค่าระดับการมีส่วนร่วม จะเปลี่ยนแปลงไป -0.05
- 1-2 วันต่อสัปดาห์: หากค่าความถี่ของการใช้งาน 1-2 วันต่อสัปดาห์เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย ค่าระดับการมีส่วนร่วม จะเปลี่ยนแปลงไป -0.35
- 3-4 วันต่อสัปดาห์: หากค่าความถี่ของการใช้งาน 3-4 วันต่อสัปดาห์เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย ค่าระดับการมีส่วนร่วม จะเปลี่ยนแปลงไป -0.53
- ทุกวัน: หากค่าความถี่ของการใช้งานทุกวันเปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย ค่า ระดับการมีส่วนร่วม จะเปลี่ยนแปลงไป -1.75

ผลการถดถอย: สถิติการถดถอยแสดงให้เห็นว่าความถี่ของการใช้งาน 5-6 วันต่อสัปดาห์, 1-2 วันต่อสัปดาห์, 3-4 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน อธิบายความแปรปรวนของระดับการมีส่วนร่วมได้ 3.86%
สรุป: โมเดลนี้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในเชิงบวกระหว่างค่าที่สังเกตได้กับค่าคาดการณ์ โดยบ่งชี้ว่าการที่ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในกิจกรรมบนสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น จะยิ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีมากขึ้น
ตารางที่ 16: แสดงผลลัพธ์สำหรับตัวแปรความถี่ในการใช้งานในโมเดล รวมถึงค่าคงที่ (intercept) โดยค่าสัมประสิทธิ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน (Unstandardized Coefficient B) ระบุถึงการเปลี่ยนแปลงที่คาดหวังใน

จุดประสงค์ของการใช้งาน (Purpose of Use) สำหรับการเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วยในความถี่ของการใช้งานที่เกี่ยวข้อง.

| | สัมประสิทธิ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน | สัมประสิทธิ์ที่ได้มาตรฐาน | | | | ช่วงความเชื่อมั่น 95% สำหรับ B | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Model โมเดล | B | Beta เบต้า | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.E) | t | p | lower bound ขอบเขตล่าง | upper bound ขอบเขตบน |
| ค่าคงที่ (Constant) | 4.34 | | 0.05 | 84.27 | <.001 | 4.24 | 4.44 |
| 5-6วันต่อสัปดาห์ | -0.19 | -0.05 | 0.21 | -0.91 | .362 | -0.59 | 0.22 |
| 1-2วันต่อสัปดาห์ | -0.16 | -0.03 | 0.27 | -0.57 | .569 | -0.7 | 0.38 |
| 3-4วันต่อสัปดาห์ | -0.45 | -0.11 | 0.22 | -2.08 | .038 | -0.88 | -0.02 |
| ทุกวัน | -1.84 | -0.15 | 0.63 | -2.91 | .004 | -3.09 | -0.59 |

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

ดังแสดงในตารางที่ 15 ด้านบน โมเดลการถดถอยที่ได้มีดังนี้:

จุดประสงค์ของการใช้งาน = 4.34 - 0.19 · ความถี่ในการใช้งาน 5-6 วันต่อสัปดาห์ - 0.16 · 1-2 วันต่อสัปดาห์ - 0.45 · 3-4 วันต่อสัปดาห์ - 1.84 · ทุกวัน

- ค่าคงที่ (Constant): เมื่อค่าความถี่ในการใช้งานทั้งหมดเท่ากับศูนย์ ค่า "จุดประสงค์ของการใช้งาน" มีค่าเท่ากับ 4.34
- 5-6 วันต่อสัปดาห์: หากค่าความถี่ในการใช้งาน 5-6 วันต่อสัปดาห์เปลี่ยนแปลงไปหนึ่งหน่วย ค่า "จุดประสงค์ของการใช้งาน" จะเปลี่ยนแปลงไป -0.19
- 1-2 วันต่อสัปดาห์: หากค่าความถี่ในการใช้งาน 1-2 วันต่อสัปดาห์เปลี่ยนแปลงไปหนึ่งหน่วย ค่า "จุดประสงค์ของการใช้งาน" จะเปลี่ยนแปลงไป -0.16

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

- 3-4 วันต่อสัปดาห์: หากค่าความถี่ในการใช้งาน 3-4 วันต่อสัปดาห์เปลี่ยนแปลงไปหนึ่งหน่วย ค่า "จุดประสงค์ของการใช้งาน" จะเปลี่ยนแปลงไป -0.45
- ทุกวัน: หากค่าความถี่ในการใช้งานทุกวันเปลี่ยนแปลงไปหนึ่งหน่วย ค่า "จุดประสงค์ของการใช้งาน" จะเปลี่ยนแปลงไป -1.84

โมเดลการถดถอยนี้แสดงให้เห็นว่าความถี่ในการใช้งาน 5-6 วันต่อสัปดาห์, 1-2 วันต่อสัปดาห์, 3-4 วันต่อสัปดาห์ และ ทุกวัน สามารถอธิบายความแปรปรวนในตัวแปร "จุดประสงค์ของการใช้งาน" ได้ 3.7%
สรุป: โมเดลนี้แสดงให้เห็นความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างค่าที่สังเกตได้และการคาดการณ์ โดยระบุว่าหากผู้ปกครองใช้เวลาในโซเชียลมีเดียมากขึ้นด้วยจุดประสงค์เพื่อค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโรงเรียน ผู้ปกครองก็มีแนวโน้มที่จะเลือกโรงเรียนสาธิตของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีเพิ่มขึ้น.
ตารางที่ 16: แสดงผลสำหรับตัวแปรความถี่ในการใช้งานในโมเดล รวมถึงค่าคงที่ (intercept) โดยค่าสัมประสิทธิ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน (Unstandardized Coefficient B) แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงที่คาดหวังในการได้รับเนื้อหาประเภทเฉพาะ สำหรับการเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วยในความถี่การใช้งานที่เกี่ยวข้อง.

| | สัมประสิทธิ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน | สัมประสิทธิ์ที่ได้มาตรฐาน | | | | ช่วงความเชื่อมั่น 95% สำหรับ B | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Model โมเดล | B | Beta เบต้า | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.E) | t | p | lower bound ขอบเขตล่าง | upper bound ขอบเขตบน |
| ค่าคงที่ (Constant) | 4.26 | | 0.05 | 80.45 | <.001 | 4.16 | 4.37 |
| 5-6วันต่อสัปดาห์ | -0.16 | -0.04 | 0.21 | -0.76 | .447 | -0.58 | 0.26 |
| 1-2วันต่อสัปดาห์ | -0.17 | -0.03 | 0.28 | -0.6 | .546 | -0.73 | 0.39 |
| 3-4วันต่อสัปดาห์ | -0.43 | -0.1 | 0.22 | -1.92 | .055 | -0.87 | 0.01 |
| ทุกวัน | -1.76 | -0.14 | 0.65 | -2.71 | .007 | -3.05 | -0.48 |

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

ดังที่แสดงในตารางที่ 16 ด้านบน ได้แบบจำลองการถดถอยดังนี้:

การได้รับเนื้อหาประเภทเฉพาะ = 4.26 - 0.16 · ความถี่การใช้งาน 5-6 วันต่อสัปดาห์ - 0.17 · ความถี่การใช้งาน 1-2 วันต่อสัปดาห์ - 0.43 · ความถี่การใช้งาน 3-4 วันต่อสัปดาห์ - 1.76 · ความถี่การใช้งานทุกวัน

- ค่าคงที่ (Constant): เมื่อค่าตัวแปรความถี่ในการใช้โซเชียลมีเดียทั้งหมดเท่ากับศูนย์ ค่า การได้รับเนื้อหาประเภทเฉพาะ จะมีค่าเท่ากับ 4.26
- ความถี่การใช้งาน 5-6 วันต่อสัปดาห์: หากค่าตัวแปร ความถี่การใช้งาน 5-6 วันต่อสัปดาห์ เปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย ค่า การได้รับเนื้อหาประเภทเฉพาะ จะเปลี่ยนไป -0.16
- ความถี่การใช้งาน 1-2 วันต่อสัปดาห์: หากค่าตัวแปร ความถี่การใช้งาน 1-2 วันต่อสัปดาห์ เปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย ค่า การได้รับเนื้อหาประเภทเฉพาะ จะเปลี่ยนไป -0.17
- ความถี่การใช้งาน 3-4 วันต่อสัปดาห์: หากค่าตัวแปร ความถี่การใช้งาน 3-4 วันต่อสัปดาห์ เปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย ค่า การได้รับเนื้อหาประเภทเฉพาะ จะเปลี่ยนไป -0.43
- ความถี่การใช้งานทุกวัน: หากค่าตัวแปร ความถี่การใช้งานทุกวัน เปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย ค่า การได้รับเนื้อหาประเภทเฉพาะ จะเปลี่ยนไป -1.76

สรุป: แบบจำลองนี้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างค่าที่สังเกตได้และค่าคาดการณ์ โดยบ่งชี้ว่ายิ่งผู้ปกครองใช้เวลาในการสัมผัสเนื้อหาประเภทเฉพาะบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียของโรงเรียนมากขึ้นเท่าใด ก็จะยิ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตเพิ่มขึ้นเท่านั้น

สมมติฐานที่ 2: มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการสัมผัสโซเชียลมีเดียและอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

โดยสมมติฐานสามารถระบุได้ดังนี้:

สมมติฐานศูนย์ (Ho) ระบุว่าไม่มีความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญระหว่างตัวแปรการสัมผัสโซเชียลมีเดียและการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียน

ขณะที่สมมติฐานทางเลือก (H1) ระบุว่ามีความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญระหว่างตัวแปรทั้งสอง การวิเคราะห์ใช้วิธีการทางสถิติ ได้แก่

การวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้ตารางค่าสัมประสิทธิ์เพื่อประเมินผล ค่าสัมประสิทธิ์บวกแสดงถึงความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระหว่างตัวแปร เช่น หากระยะเวลาในการใช้โซเชียลมีเดียเพิ่มขึ้น ค่าเฉลี่ยของประเภทเนื้อหาที่บริโภคก็จะเพิ่มขึ้น ในขณะที่ค่าสัมประสิทธิ์ลบแสดงถึงความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

สมมติฐานทางเลือก (H1) จะได้รับการยอมรับเมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 17: แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนและอิทธิพลของตัวแปรการสัมผัสโซเชียลมีเดียต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จำแนกตามระยะเวลาในการใช้โซเชียลมีเดีย

| ประเภทของเนื้อหาที่บริโภค | SS | Df | MS | f | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| ระหว่างกลุ่ม | 3.388 | 4 | .847 | 9.032 | .000* |
| ภายในกลุ่ม | 37.006 | 345 | .094 | | |
| รวม | 40.395 | 349 | | | |
| ระดับการมีส่วนร่วม | SS | Df | MS | f | Sig. |
| ระหว่างกลุ่ม | .843 | 4 | .211 | 2.265 | .012 |
| ภายในกลุ่ม | 35.196 | 345 | .089 | | |
| รวม | 36.039 | 349 | | | |
| วัตถุประสงค์ของการใช้งาน | SS | Df | MS | f | Sig. |
| ระหว่างกลุ่ม | 8.691 | 4 | 2.173 | 13.310 | .000* |
| ภายในกลุ่ม | 56.056 | 345 | .142 | | |
| รวม | 64.747 | 349 | | | |
| การเปิดรับเนื้อหาเฉพาะประเภท | SS | Df | MS | f | Sig. |
| ระหว่างกลุ่ม | 6.882 | 4 | 1.721 | 11.635 | .000* |
| ภายในกลุ่ม | 57.428 | 345 | .145 | | |
| รวม | 64.310 | 349 | | | |

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

ดังที่แสดงในตารางที่ 17 ผลการทดสอบความแปรปรวนเกี่ยวกับอิทธิพลของการสัมผัสโซเชียลมีเดียต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จำแนกตามระยะเวลาในการใช้โซเชียลมีเดีย พบว่าทุกแง่มุมมีค่าความสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 ซึ่งบ่งชี้ว่าสมมติฐานทางเลือก (H1) ได้รับการยอมรับ และสมมติฐานศูนย์ (Ho) ถูกปฏิเสธ นั่นหมายความว่าการสัมผัสโซเชียลมีเดียมีความแตกต่างและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทดสอบความสัมพันธ์โดยจำแนกตามระยะเวลาในการใช้โซเชียลมีเดียโดยใช้การทดสอบโมเดลสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตารางที่ 18: แสดงผลลัพธ์สำหรับตัวแปรระยะเวลาในการใช้ในโมเดล รวมถึงค่าคงที่ (intercept) โดยค่าสัมประสิทธิ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน (Unstandardized Coefficient B) บ่งชี้ถึงการเปลี่ยนแปลงที่คาดหวังในอิทธิพลของประเภทเนื้อหาที่บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียน สำหรับการเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วยในระยะเวลาเฉพาะของการใช้โซเชียลมีเดีย

| | สัมประสิทธิ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน | สัมประสิทธิ์ที่ได้มาตรฐาน | | | | ช่วงความเชื่อมั่น 95% สำหรับ B | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Model โมเดล | B | Beta เบต้า | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.E) | t | p | lower bound ขอบเขตล่าง | upper bound ขอบเขตบน |
| (Constant) ค่าคงที่ | 4.04 | | 0.1 | 42.2 | <.001 | 3.85 | 4.22 |
| ระยะเวลาในการใช้งานมากกว่า 6 ชั่วโมง | 0.37 | 0.14 | 0.15 | 2.38 | .018 | 0.06 | 0.67 |
| ระยะเวลาในการใช้งาน 3-4 ชั่วโมง | 0.3 | 0.16 | 0.12 | 2.41 | .017 | 0.05 | 0.55 |
| ระยะเวลาในการใช้งานน้อยกว่า 1 ชั่วโมง | -0.42 | -0.16 | 0.16 | -2.69 | .008 | -0.74 | -0.11 |
| ระยะเวลาในการใช้งาน 5-6 ชั่วโมง | 0.42 | 0.16 | 0.16 | 2.62 | .009 | 0.1 | 0.74 |

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

จากตารางที่ 18 ด้านบน สามารถสรุปแบบจำลองการถดถอยได้ดังนี้:
อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ต่อการตัดสินใจ = 4.04 + 0.37 (ระยะเวลาใช้งานมากกว่า 6 ชั่วโมง) + 0.3 (ระยะเวลาใช้งาน 3-4 ชั่วโมง) - 0.42 (ระยะเวลาใช้งานน้อยกว่า 1 ชั่วโมง) + 0.42 (ระยะเวลาใช้งาน 5-6 ชั่วโมง)

- ค่าคงที่ (Constant): เมื่อค่าตัวแปรของระยะเวลาใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ทั้งหมดเป็นศูนย์ ค่าอิทธิพลของเนื้อหาที่บริโภคจากสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตจะเท่ากับ 4.04
- ระยะเวลาใช้งานมากกว่า 6 ชั่วโมง: หากค่าตัวแปรของระยะเวลาใช้งานมากกว่า 6 ชั่วโมงเปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย ค่าอิทธิพลของเนื้อหาที่บริโภคจากสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตจะเปลี่ยนไป 0.37
- ระยะเวลาใช้งาน 3-4 ชั่วโมง: หากค่าตัวแปรของระยะเวลาใช้งาน 3-4 ชั่วโมงเปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย ค่าอิทธิพลของเนื้อหาที่บริโภคจากสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตจะเปลี่ยนไป 0.3
- ระยะเวลาใช้งานน้อยกว่า 1 ชั่วโมง: หากค่าตัวแปรของระยะเวลาใช้งานน้อยกว่า 1 ชั่วโมงเปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย ค่าอิทธิพลของเนื้อหาที่บริโภคจากสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตจะเปลี่ยนไป -0.42
- ระยะเวลาใช้งาน 5-6 ชั่วโมง: หากค่าตัวแปรของระยะเวลาใช้งาน 5-6 ชั่วโมงเปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย ค่าอิทธิพลของเนื้อหาที่บริโภคจากสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตจะเปลี่ยนไป 0.42

สรุป แบบจำลองนี้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างค่าที่สังเกตและการพยากรณ์ ซึ่งบ่งชี้ว่า ยิ่งพ่อแม่ใช้เวลาในการบริโภคเนื้อหาของโรงเรียนบนสื่อสังคมออนไลน์มากเท่าใด พ่อแม่ยิ่งได้รับอิทธิพลในการเลือกโรงเรียนสาธิตมากขึ้นเท่านั้น
ตารางที่ 19: แสดงผลลัพธ์ของตัวแปรระยะเวลาใช้งานในแบบจำลอง รวมถึงค่าคงที่ (intercept) ค่าสัมประสิทธิ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน (Unstandardized Coefficient B) บ่งชี้ถึงการเปลี่ยนแปลงที่คาดหวังในอิทธิพลของระดับการมีส่วนร่วม (Engagement Levels) สำหรับการเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วยในระยะเวลาใช้งานสื่อสังคมออนไลน์แต่ละประเภท.

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

| | สัมประสิทธิ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน | สัมประสิทธิ์ที่ได้มาตรฐาน | | | | ช่วงความเชื่อมั่น 95% สำหรับ B | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Model<br>โมเดล | B | Beta เบต้า | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.E) | t | p | lower bound ขอบเขตล่าง | upper bound ขอบเขตบน |
| (Constant)<br>ค่าคงที่ | 4.05 | | 0.1 | 42.35 | <.001 | 3.86 | 4.24 |
| ระยะเวลาในการใช้งานมากกว่า 6 ชั่วโมง | 0.43 | 0.17 | 0.15 | 2.8 | .005 | 0.13 | 0.74 |
| ระยะเวลาในการใช้งาน 3-4 ชั่วโมง | 0.34 | 0.17 | 0.12 | 2.72 | .007 | 0.09 | 0.59 |
| ระยะเวลาในการใช้งานน้อยกว่า 1 ชั่วโมง | -0.56 | -0.21 | 0.16 | -3.54 | <.001 | -0.87 | -0.25 |
| ระยะเวลาในการใช้งาน 5-6 ชั่วโมง | 0.41 | 0.15 | 0.16 | 2.55 | .011 | 0.09 | 0.73 |

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

ดังที่แสดงในตารางที่ 19 ข้างต้น ได้แบบจำลองการถดถอยดังนี้:

ระดับการมีส่วนร่วม = 4.05 + 0.43 · ระยะเวลาใช้งานมากกว่า 6 ชั่วโมง + 0.34 · ระยะเวลาใช้งาน 3-4 ชั่วโมง - 0.56 · ระยะเวลาใช้งานน้อยกว่า 1 ชั่วโมง + 0.41 · ระยะเวลาใช้งาน 5-6 ชั่วโมง

- ค่าคงที่ (Constant): เมื่อค่าตัวแปรระยะเวลาในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ทั้งหมดเท่ากับศูนย์ ค่าอิทธิพลของระดับการมีส่วนร่วม (Engagement levels) ต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตจะมีค่าเท่ากับ 4.05
- ระยะเวลาใช้งานมากกว่า 6 ชั่วโมง: หากค่าของตัวแปรระยะเวลาใช้งานมากกว่า 6 ชั่วโมงเปลี่ยนแปลงไปหนึ่งหน่วย ค่าอิทธิพลของระดับการมีส่วนร่วมจะเปลี่ยนไป 0.43
- ระยะเวลาใช้งาน 3-4 ชั่วโมง: หากค่าของตัวแปรระยะเวลาใช้งาน 3-4 ชั่วโมงเปลี่ยนแปลงไปหนึ่งหน่วย ค่าอิทธิพลของระดับการมีส่วนร่วมจะเปลี่ยนไป 0.34
- ระยะเวลาใช้งานน้อยกว่า 1 ชั่วโมง: หากค่าของตัวแปรระยะเวลาใช้งานน้อยกว่า 1 ชั่วโมงเปลี่ยนแปลงไปหนึ่งหน่วย ค่าอิทธิพลของระดับการมีส่วนร่วมจะเปลี่ยนไป -0.56
- ระยะเวลาใช้งาน 5-6 ชั่วโมง: หากค่าของตัวแปรระยะเวลาใช้งาน 5-6 ชั่วโมงเปลี่ยนแปลงไปหนึ่งหน่วย ค่าอิทธิพลของระดับการมีส่วนร่วมจะเปลี่ยนไป 0.41

สรุป: แบบจำลองแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในเชิงบวกระหว่างค่าที่สังเกตและการคาดการณ์ โดยบ่งชี้ว่ายิ่งผู้ปกครองใช้เวลาในกิจกรรมโซเชียลมีเดียของโรงเรียนมากขึ้นเท่าใด การตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตก็จะได้รับอิทธิพลมากขึ้นตามไปด้วย

ตารางที่ 20: แสดงผลลัพธ์สำหรับตัวแปรระยะเวลาในการใช้งานในแบบจำลอง รวมถึงค่าคงที่ (intercept) ค่าสัมประสิทธิ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน (Unstandardized Coefficient B) บ่งชี้ถึงการเปลี่ยนแปลงที่คาดหวังในอิทธิพลของวัตถุประสงค์ในการใช้งานโซเชียลมีเดียต่อการตัดสินใจ สำหรับการเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วยในตัวแปรระยะเวลาในการใช้งานโซเชียลมีเดียที่เกี่ยวข้อง

| | สัมประสิทธิ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน | สัมประสิทธิ์ที่ได้มาตรฐาน | | | | ช่วงความเชื่อมั่น 95% สำหรับ B | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Model<br>โมเดล | B | Beta เบต้า | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.E) | t | p | lower bound ขอบเขตล่าง | upper bound ขอบเขตบน |
| (Constant)<br>ค่าคงที่ | 4.08 | | 0.09 | 43.13 | <.001 | 3.9 | 4.27 |

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

| | สัมประสิทธิ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน | สัมประสิทธิ์ที่ได้มาตรฐาน | | | | ช่วงความเชื่อมั่น 95% สำหรับ B | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Model<br>โมเดล | B | Beta เบต้า | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.E) | t | p | lower bound ขอบเขตล่าง | upper bound ขอบเขตบน |
| ระยะเวลาในการใช้งานมากกว่า 6 ชั่วโมง | 0.49 | 0.19 | 0.15 | 3.22 | .001 | 0.19 | 0.8 |
| ระยะเวลาในการใช้งาน 3-4 ชั่วโมง | 0.38 | 0.2 | 0.12 | 3.06 | .002 | 0.13 | 0.62 |
| ระยะเวลาในการใช้งานน้อยกว่า 1 ชั่วโมง | -0.29 | -0.11 | 0.16 | -1.84 | .066 | -0.6 | 0.02 |
| ระยะเวลาในการใช้งาน 5-6 ชั่วโมง | 0.33 | 0.12 | 0.16 | 2.07 | .039 | 0.01 | 0.64 |

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

ดังแสดงในตารางที่ 20 ด้านบน แบบจำลองการถดถอยที่ได้มีดังนี้:

วัตถุประสงค์ในการใช้งาน = 4.08 + 0.49 · ระยะเวลาใช้งานมากกว่า 6 ชั่วโมง + 0.38 · ระยะเวลาใช้งาน 3-4 ชั่วโมง - 0.29 · ระยะเวลาใช้งานน้อยกว่า 1 ชั่วโมง + 0.33 · ระยะเวลาใช้งาน 5-6 ชั่วโมง

- ค่าคงที่ (Constant): เมื่อค่าตัวแปรระยะเวลาในการใช้งานโซเชียลมีเดียทั้งหมดเท่ากับศูนย์ ค่าของตัวแปรอิทธิพลของวัตถุประสงค์ในการใช้งานโซเชียลมีเดียต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตเท่ากับ 4.08

- ระยะเวลาใช้งานมากกว่า 6 ชั่วโมง: หากค่าของตัวแปรระยะเวลาใช้งานมากกว่า 6 ชั่วโมงเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย ค่าของตัวแปรอิทธิพลของวัตถุประสงค์ในการใช้งานโซเชียลมีเดียต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตเปลี่ยนแปลงไป 0.49
- ระยะเวลาใช้งาน 3-4 ชั่วโมง: หากค่าของตัวแปรระยะเวลาใช้งาน 3-4 ชั่วโมงเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย ค่าของตัวแปรอิทธิพลของวัตถุประสงค์ในการใช้งานโซเชียลมีเดียต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตเปลี่ยนแปลงไป 0.38
- ระยะเวลาใช้งานน้อยกว่า 1 ชั่วโมง: หากค่าของตัวแปรระยะเวลาใช้งานน้อยกว่า 1 ชั่วโมงเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย ค่าของตัวแปรอิทธิพลของวัตถุประสงค์ในการใช้งานโซเชียลมีเดียต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตเปลี่ยนแปลงไป -0.29
- ระยะเวลาใช้งาน 5-6 ชั่วโมง: หากค่าของตัวแปรระยะเวลาใช้งาน 5-6 ชั่วโมงเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย ค่าของตัวแปรอิทธิพลของวัตถุประสงค์ในการใช้งานโซเชียลมีเดียต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตเปลี่ยนแปลงไป 0.33

สรุป: แบบจำลองนี้แสดงความสัมพันธ์ในเชิงบวกในระดับต่ำระหว่างค่าที่สังเกตได้กับค่าที่คาดการณ์ ซึ่งบ่งชี้ว่ายิ่งผู้ปกครองใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับโรงเรียนผ่านโซเชียลมีเดียมากขึ้นเท่าใด การตัดสินใจของผู้ปกครองที่จะเลือกโรงเรียนสาธิตก็ยิ่งได้รับอิทธิพลมากขึ้นเท่านั้น

ตารางที่ 21: แสดงผลลัพธ์ของตัวแปรระยะเวลาใช้งานในแบบจำลอง ซึ่งรวมค่าคงที่ (constant) ค่าสัมประสิทธิ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน (Unstandardized Coefficient B) ระบุการเปลี่ยนแปลงที่คาดหวังในอิทธิพลของการเปิดรับเนื้อหาประเภทเฉพาะบนโซเชียลมีเดียสำหรับการเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วยในระยะเวลาการใช้งานโซเชียลมีเดียที่เกี่ยวข้อง

| | สัมประสิทธิ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน | สัมประสิทธิ์ที่ได้มาตรฐาน | | | | ช่วงความเชื่อมั่น 95% สำหรับ B | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Model<br>โมเดล | B | Beta เบต้า | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.E) | t | p | lower bound ขอบเขตล่าง | upper bound ขอบเขตบน |
| (Constant)<br>ค่าคงที่ | 4.05 | | 0.09 | 42.99 | <.001 | 3.86 | 4.23 |
| ระยะเวลาในการใช้ | 0.49 | 0.19 | 0.15 | 3.22 | .001 | 0.19 | 0.79 |

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

| | สัมประสิทธิ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน | สัมประสิทธิ์ที่ได้มาตรฐาน | | | | ช่วงความเชื่อมั่น 95% สำหรับ B | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Model โมเดล | B | Beta เบต้า | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.E) | t | p | lower bound ขอบเขตล่าง | upper bound ขอบเขตบน |
| งานมากกว่า 6 ชั่วโมง | | | | | | | |
| ระยะเวลาในการใช้งาน 3-4 ชั่วโมง | 0.35 | 0.18 | 0.12 | 2.82 | .005 | 0.1 | 0.59 |
| ระยะเวลาในการใช้งานน้อยกว่า 1 ชั่วโมง | -0.58 | -0.22 | 0.16 | -3.73 | <.001 | -0.89 | -0.27 |
| ระยะเวลาในการใช้งาน 5-6 ชั่วโมง | 0.43 | 0.16 | 0.16 | 2.72 | .007 | 0.12 | 0.74 |

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

จากตารางที่ 21 ด้านบน ได้รับแบบจำลองการถดถอยดังนี้:
การเปิดรับเนื้อหาประเภทเฉพาะ = 4.05 + 0.49 · ระยะเวลาใช้งานมากกว่า 6 ชั่วโมง + 0.35 · ระยะเวลาใช้งาน 3-4 ชั่วโมง - 0.58 · ระยะเวลาใช้งานน้อยกว่า 1 ชั่วโมง + 0.43 · ระยะเวลาใช้งาน 5-6 ชั่วโมง

- ค่าคงที่ (Constant): เมื่อค่าของตัวแปรระยะเวลาใช้งานโซเชียลมีเดียทั้งหมดเท่ากับศูนย์ ค่าอิทธิพลของการเปิดรับเนื้อหาประเภทเฉพาะต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตจะเท่ากับ 4.05
- ระยะเวลาใช้งานมากกว่า 6 ชั่วโมง: หากค่าของตัวแปรระยะเวลาใช้งานมากกว่า 6 ชั่วโมงเปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย ค่าอิทธิพลของการเปิดรับเนื้อหาประเภทเฉพาะต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตจะเปลี่ยนไป 0.49
- ระยะเวลาใช้งาน 3-4 ชั่วโมง: หากค่าของตัวแปรระยะเวลาใช้งาน 3-4 ชั่วโมงเปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย ค่าอิทธิพลของการเปิดรับเนื้อหาประเภทเฉพาะต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตจะเปลี่ยนไป 0.35
- ระยะเวลาใช้งานน้อยกว่า 1 ชั่วโมง: หากค่าของตัวแปรระยะเวลาใช้งานน้อยกว่า 1 ชั่วโมงเปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย ค่าอิทธิพลของการเปิดรับเนื้อหาประเภทเฉพาะต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตจะเปลี่ยนไป -0.58
- ระยะเวลาใช้งาน 5-6 ชั่วโมง: หากค่าของตัวแปรระยะเวลาใช้งาน 5-6 ชั่วโมงเปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย ค่าอิทธิพลของการเปิดรับเนื้อหาประเภทเฉพาะต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตจะเปลี่ยนไป 0.43

สรุป: แบบจำลองนี้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและเป็นบวกระหว่างค่าที่สังเกตได้และการทำนาย โดยบ่งชี้ว่า ยิ่งผู้ปกครองใช้เวลาบนโซเชียลมีเดียมากขึ้นในขณะที่เปิดรับเนื้อหาประเภทเฉพาะเกี่ยวกับโรงเรียนมากเท่าไร การตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตจะได้รับอิทธิพลมากขึ้นเท่านั้น

สมมติฐานที่ 3: มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของการเปิดรับโซเชียลมีเดียและอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สมมติฐานนี้สามารถเขียนได้ดังนี้:

- Ho (สมมติฐานศูนย์): ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่างตัวแปรของการเปิดรับโซเชียลมีเดียและการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
- H1 (สมมติฐานทางเลือก): มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่างตัวแปรของการเปิดรับโซเชียลมีเดียและการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานนี้

จะมีการใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อตรวจสอบอิทธิพลของตัวแปร โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

- ตารางค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficients Table):

- ค่าสัมประสิทธิ์ที่เป็นบวกหมายถึง เมื่อค่าของตัวแปรแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียเพิ่มขึ้น ค่าเฉลี่ยของตัวแปรประเภทเนื้อหาที่บริโภคก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น
- ค่าสัมประสิทธิ์ที่เป็นลบหมายถึง เมื่อค่าของตัวแปรแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียเพิ่มขึ้น ค่าเฉลี่ยของตัวแปรประเภทเนื้อหาที่บริโภคลดลง

การยอมรับสมมติฐานทางเลือก (H1):
สมมติฐานทางเลือกจะถูกยอมรับก็ต่อเมื่อค่าความมีนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05
ตารางที่ 22: แสดงผลการทดสอบความแปรปรวนและอิทธิพลของตัวแปรการเปิดรับโซเชียลมีเดียที่มีต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จำแนกตามแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ใช้

| ประเภทของเนื้อหาที่บริโภค | SS | Df | MS | f | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| ระหว่างกลุ่ม | 2.254 | 3 | .641 | 5.702 | .000* |
| ภายในกลุ่ม | 38.140 | 346 | .076 | | |
| รวม | 40.395 | 349 | | | |
| ระดับการมีส่วนร่วม | SS | Df | MS | f | Sig. |
| ระหว่างกลุ่ม | .086 | 3 | .159 | 3.020 | .021* |
| ภายในกลุ่ม | 35.233 | 346 | .087 | | |
| รวม | 36.039 | 349 | | | |
| วัตถุประสงค์ของการใช้งาน | SS | Df | MS | f | Sig. |
| ระหว่างกลุ่ม | 4.393 | 3 | 1.464 | 6.608 | .000* |
| ภายในกลุ่ม | 60.354 | 346 | .152 | | |
| รวม | 64.747 | 349 | | | |
| การเปิดรับเนื้อหาเฉพาะประเภท | SS | Df | MS | f | Sig. |
| ระหว่างกลุ่ม | 5.395 | 3 | .1.068 | 11.097 | .000* |
| ภายในกลุ่ม | 58.915 | 346 | .139 | | |
| รวม | 64.310 | 349 | | | |

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

ตามที่แสดงในตารางที่ 22 ข้างต้น ผลการทดสอบความแปรปรวนของอิทธิพลของการเปิดรับโซเชียลมีเดียต่อการตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จำแนกตามแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ใช้ พบว่าในทุกด้านมีค่าความมีนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 ซึ่งบ่งชี้ว่าสมมติฐานทางเลือก (H1) ได้รับการยอมรับ และสมมติฐานศูนย์ (Ho) ถูกปฏิเสธ ซึ่งหมายความว่าการเปิดรับโซเชียลมีเดียมีความแตกต่างกันและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการ

ทดสอบความสัมพันธ์โดยจำแนกตามระยะเวลาการใช้โซเชียลมีเดีย โดยใช้แบบจำลองค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตารางที่ 23: แสดงผลลัพธ์สำหรับตัวแปรแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ใช้ในแบบจำลอง รวมถึงค่าคงที่ (intercept) โดยค่าสัมประสิทธิ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน (Unstandardized Coefficient B) บ่งชี้ถึงการเปลี่ยนแปลงที่คาดหวังในอิทธิพลของประเภทเนื้อหาที่บริโภค สำหรับการเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วยในแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ใช้ในแต่ละกรณี

| | สัมประสิทธิ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน | สัมประสิทธิ์ที่ได้มาตรฐาน | | | ช่วงความเชื่อมั่น 95% สำหรับ B | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Model โมเดล | B | Beta เบต้า | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.E) | t | lower bound ขอบเขตล่าง | lower bound ขอบเขตล่าง |
| (Constant) ค่าคงที่ | 4.16 | | 0.21 | 19.86 | 3.74 | 4.57 |
| เฟสบุ๊ค | 0.11 | 0.06 | 0.22 | 0.49 | -0.33 | 0.54 |
| ไลน์ | -0.09 | -0.04 | 0.23 | -0.4 | -0.55 | 0.36 |
| ติ๊กต็อก | 0.05 | 0.01 | 0.3 | 0.18 | -0.53 | 0.64 |
| อื่น ๆ | -0.32 | -0.06 | 0.34 | -0.96 | -0.99 | 0.34 |

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

ดังที่แสดงในตารางที่ 23 ข้างต้น ได้รับโมเดลการถดถอยดังต่อไปนี้:

อิทธิพลของประเภทเนื้อหาที่บริโภคในโซเชียลมีเดียที่มีต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิต = 4.16 + 0.11 ·Facebook - 0.09 · Line+ 0.05 ·Tik Tok - 0.32 · แพลตฟอร์มอื่นๆ

- ค่าคงที่ (Constant): เมื่อค่าของตัวแปรจำนวนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ใช้เท่ากับศูนย์ ค่าของตัวแปรอิทธิพลของประเภทเนื้อหาที่บริโภคในโซเชียลมีเดียต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตเท่ากับ 4.16
- Facebook: หากค่าของตัวแปร Facebook เปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย ค่าของตัวแปรอิทธิพลของประเภทเนื้อหาที่บริโภคในโซเชียลมีเดียต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตจะเปลี่ยนไป 0.11

- Line: หากค่าของตัวแปร Line เปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย ค่าของตัวแปรอิทธิพลของประเภทเนื้อหาที่บริโภคในโซเชียลมีเดียต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตจะเปลี่ยนไป -0.09
- TikTok: หากค่าของตัวแปร TikTok เปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย ค่าของตัวแปรอิทธิพลของประเภทเนื้อหาที่บริโภคในโซเชียลมีเดียต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตจะเปลี่ยนไป 0.05
- แพลตฟอร์มอื่นๆ: หากค่าของตัวแปรแพลตฟอร์มอื่นๆ เปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย ค่าของตัวแปรอิทธิพลของประเภทเนื้อหาที่บริโภคในโซเชียลมีเดียต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตจะเปลี่ยนไป -0.32

สรุป: โมเดลนี้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างค่าที่สังเกตได้และการคาดการณ์ โดยบ่งชี้ว่ายิ่งผู้ปกครองใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียในการบริโภคเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนมากเท่าใด การตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตก็ยิ่งได้รับอิทธิพลมากขึ้นเท่านั้น

ตารางที่ 24: แสดงผลลัพธ์ของตัวแปรแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ใช้ในโมเดล รวมถึงค่าคงที่ (Intercept) โดยค่าสัมประสิทธิ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน (Unstandardized Coefficient B) ระบุการเปลี่ยนแปลงที่คาดไว้ในอิทธิพลของระดับการมีส่วนร่วม (Engagement Levels) สำหรับการเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วยในแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ใช้ในแต่ละตัวแปร

| | สัมประสิทธิ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน | สัมประสิทธิ์ที่ได้มาตรฐาน | | | ช่วงความเชื่อมั่น 95% สำหรับ B | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Model<br>โมเดล | B | Beta เบต้า | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.E) | t | lower bound ขอบเขตล่าง | lower bound ขอบเขตล่าง |
| (Constant)<br>ค่าคงที่ | 3.84 | | 0.21 | 18.03 | 3.42 | 4.26 |
| เฟสบุ๊ค | 0.44 | 0.23 | 0.22 | 1.96 | 0 | 0.88 |
| ไลน์ | 0.32 | 0.15 | 0.23 | 1.37 | -0.14 | 0.78 |
| ติ๊กต็อก | 0.26 | 0.06 | 0.3 | 0.87 | -0.33 | 0.86 |
| อื่น ๆ | 0.07 | 0.01 | 0.34 | 0.22 | -0.6 | 0.75 |

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

ดังแสดงในตารางที่ 24 ด้านบน ได้โมเดลการถดถอยดังนี้:

อิทธิพลของระดับการมีส่วนร่วม (Engagement Levels) ต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิต = 3.84 + 0.44 · Facebook + 0.32 · Line + 0.26 · Tik Tok + 0.07 · แพลตฟอร์มอื่นๆ

- ค่าคงที่ (Constant): เมื่อค่าของตัวแปรจำนวนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ใช้ทั้งหมดเท่ากับศูนย์ ค่าอิทธิพลของระดับการมีส่วนร่วมต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตจะเท่ากับ 3.84
- Facebook: หากค่าของตัวแปร Facebook เปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย ค่าอิทธิพลของระดับการมีส่วนร่วมต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตจะเปลี่ยนไป 0.44
- Line: หากค่าของตัวแปร Line เปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย ค่าอิทธิพลของระดับการมีส่วนร่วมต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตจะเปลี่ยนไป 0.32
- Tik Tok: หากค่าของตัวแปร Tik Tok เปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย ค่าอิทธิพลของระดับการมีส่วนร่วมต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตจะเปลี่ยนไป 0.26
- แพลตฟอร์มอื่น ๆ (Other platforms): หากค่าของตัวแปรแพลตฟอร์มอื่น ๆ เปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย ค่าอิทธิพลของระดับการมีส่วนร่วมต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตจะเปลี่ยนไป 0.07

สรุป: โมเดลแสดงความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างค่าที่สังเกตได้กับการทำนาย ซึ่งบ่งชี้ว่ายิ่งผู้ปกครองใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียในการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมของโรงเรียนมากขึ้นเท่าใด การตัดสินใจเลือกโรงเรียนสาธิตก็ได้รับอิทธิพลมากขึ้นเท่านั้น

ตารางที่ 25: แสดงผลลัพธ์สำหรับตัวแปรแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ใช้ในโมเดล รวมถึงค่าคงที่ (Intercept) ค่าสัมประสิทธิ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน (Unstandardized Coefficient B) แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงที่คาดการณ์ไว้ในอิทธิพลของ "จุดประสงค์ของการใช้โซเชียลมีเดีย" ต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตสำหรับการเพิ่มค่าหนึ่งหน่วยในแต่ละแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ใช้.

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

| | สัมประสิทธิ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน | สัมประสิทธิ์ที่ได้มาตรฐาน | | | ช่วงความเชื่อมั่น 95% สำหรับ B | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Model โมเดล | B | Beta เบต้า | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.E) | t | lower bound ขอบเขตล่าง | lower bound ขอบเขตล่าง |
| (Constant) ค่าคงที่ | 4.11 | | 0.21 | 19.92 | 3.7 | 4.51 |
| เฟสบุ๊ค | 0.26 | 0.14 | 0.22 | 1.19 | -0.17 | 0.68 |
| ไลน์ | 0.12 | 0.06 | 0.23 | 0.54 | -0.32 | 0.57 |
| ติ๊กต็อก | 0.21 | 0.05 | 0.29 | 0.72 | -0.37 | 0.79 |
| อื่น ๆ | -0.36 | -0.07 | 0.33 | -1.07 | -1.01 | 0.3 |

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

ดังที่แสดงในตารางที่ 25 ข้างต้น ได้โมเดลการถดถอยดังนี้:

จุดประสงค์ในการใช้ = 4.11 + 0.26 · Facebook + 0.12 · Line + 0.21 · Tik Tok - 0.36 · แพลตฟอร์มอื่น

- ค่าคงที่ (Constant): เมื่อค่าของตัวแปรจำนวนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ใช้ทั้งหมดเท่ากับศูนย์ ค่า "จุดประสงค์ของการใช้โซเชียลมีเดีย" มีค่าเท่ากับ 4.11
- Facebook: หากค่าของตัวแปร Facebook เปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย ค่า "จุดประสงค์ของการใช้โซเชียลมีเดีย" ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตจะเปลี่ยนไป 0.26
- Line: หากค่าของตัวแปร Line เปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย ค่า "จุดประสงค์ของการใช้โซเชียลมีเดีย" ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตจะเปลี่ยนไป 0.12
- Tik Tok: หากค่าของตัวแปร Tik Tok เปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย ค่า "จุดประสงค์ของการใช้โซเชียลมีเดีย" ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตจะเปลี่ยนไป 0.21
- แพลตฟอร์มอื่น: หากค่าของตัวแปรแพลตฟอร์มอื่นเปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย ค่า "จุดประสงค์ของการใช้โซเชียลมีเดีย" ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตจะเปลี่ยนไป -0.36

สรุป: โมเดลแสดงถึงความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างค่าที่สังเกตและการพยากรณ์ โดยบ่งชี้ว่าผู้ปกครองที่ใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียหลายประเภทเพื่อค้นหาและหาข้อมูลเกี่ยวกับโรงเรียนมากขึ้น การตัดสินใจของพวกเขาในการเลือกโรงเรียนสาธิตได้รับอิทธิพลเพิ่มขึ้น.

ตารางที่ 26: แสดงผลลัพธ์สำหรับตัวแปรแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ใช้ในโมเดล รวมถึงค่าคงที่ (intercept) ค่าสัมประสิทธิ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน (Unstandardized Coefficient B) ระบุการเปลี่ยนแปลงที่คาดหวังในอิทธิพลของการเปิดรับเนื้อหาเฉพาะประเภทในโซเชียลมีเดียสำหรับการเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วยในแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่เกี่ยวข้องแต่ละแพลตฟอร์ม.

| | สัมประสิทธิ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน | สัมประสิทธิ์ที่ได้มาตรฐาน | | | ช่วงความเชื่อมั่น 95% สำหรับ B | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Model โมเดล | B | Beta เบต้า | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.E) | t | lower bound ขอบเขตล่าง | lower bound ขอบเขตล่าง |
| (Constant) ค่าคงที่ | 4.11 | | 0.21 | 19.44 | 3.69 | 4.52 |
| เฟสบุ๊ค | 0.18 | 0.09 | 0.22 | 0.81 | -0.26 | 0.61 |
| ไลน์ | 0.04 | 0.02 | 0.23 | 0.16 | -0.42 | 0.49 |
| ติ๊กต็อก | 0.21 | 0.05 | 0.3 | 0.71 | -0.38 | 0.8 |
| อื่น ๆ | -0.52 | -0.1 | 0.34 | -1.54 | -1.19 | 0.15 |

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05*

ดังที่แสดงใน ตารางที่ 26 ข้างต้น โมเดลการถดถอยที่ได้คือ:

อิทธิพลของการเปิดรับเนื้อหาเฉพาะประเภท = 4.11 + 0.18 · Facebook + 0.04 · Line + 0.21 · Tik Tok - 0.52 · แพลตฟอร์มอื่นๆ

- ค่าคงที่ (Constant): เมื่อจำนวนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ใช้ทั้งหมดเท่ากับศูนย์ ค่าอิทธิพลของการเปิดรับเนื้อหาเฉพาะประเภทที่มีต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตเท่ากับ 4.11

- Facebook: หากค่าของตัวแปร Facebook เปลี่ยนแปลงไปหนึ่งหน่วย ค่าอิทธิพลของการเปิดรับเนื้อหาเฉพาะประเภทที่มีต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตจะเปลี่ยนแปลงไป 0.18
- Line: หากค่าของตัวแปร Line เปลี่ยนแปลงไปหนึ่งหน่วย ค่าอิทธิพลของการเปิดรับเนื้อหาเฉพาะประเภทที่มีต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตจะเปลี่ยนแปลงไป 0.04
- Tik Tok: หากค่าของตัวแปร Tik Tok เปลี่ยนแปลงไปหนึ่งหน่วย ค่าอิทธิพลของการเปิดรับเนื้อหาเฉพาะประเภทที่มีต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตจะเปลี่ยนแปลงไป 0.21
- แพลตฟอร์มอื่นๆ (Other platforms): หากค่าของตัวแปรแพลตฟอร์มอื่นๆ เปลี่ยนแปลงไปหนึ่งหน่วย ค่าอิทธิพลของการเปิดรับเนื้อหาเฉพาะประเภทที่มีต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตจะเปลี่ยนแปลงไป -0.52

สรุป: โมเดลนี้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างค่าที่สังเกตได้กับการคาดการณ์ โดยบ่งชี้ว่าการใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียมากขึ้นของผู้ปกครองเพื่อเปิดรับเนื้อหาเฉพาะประเภทที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนยิ่งเพิ่มอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองในการเลือกโรงเรียนสาธิตมากขึ้น

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี