

การตรวจสอบและการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตปริญญาตรี  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



นายกานต์พงศ์ เกียรติวัชรธारा

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)  
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)  
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์  
คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ปีการศึกษา 2560  
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**

CHULALONGKORN UNIVERSITY UNDERGRADUATE STUDENTS' VERIFICATION AND  
CREDIBILITY JUDGEMENT OF NUTRITION INFORMATION ON FACEBOOK

Mr. Kanphong Kiatwatcharathara



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts Program in Library and Information Science

Department of Library Science

Faculty of Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2017

Copyright of Chulalongkorn University



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การตรวจสอบและการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศด้าน  
โภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตปริญญาตรีจุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย

โดย

นายกานต์พงศ์ เกียรติวัชรธารา

สาขาวิชา

บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ ศรีบริสุทธิ์สกุล

คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

..... คณบดีคณะอักษรศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ ดร.กิงกาญจน์ เทพกาญจนา)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์ร่ำไพ เปรรมสมิทธิ์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ ศรีบริสุทธิ์สกุล)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงพันธ์ เจริมประยงค์)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ผุสดี ดอกพรม)

กานต์พงศ์ เกียรติวัชรธารา : การตรวจสอบและการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (CHULALONGKORN UNIVERSITY UNDERGRADUATE STUDENTS' VERIFICATION AND CREDIBILITY JUDGEMENT OF NUTRITION INFORMATION ON FACEBOOK) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์  
หลัก: ผศ. ดร.สมศักดิ์ ศรีบริสุทธิสกุล, หน้า.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตรวจสอบและการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านลักษณะการเปิดรับสารสนเทศ วิธีการตรวจสอบสารสนเทศ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขอบเขตและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 300 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่าลักษณะการเปิดรับสารสนเทศบนเฟซบุ๊กของนิสิตส่วนใหญ่ คือ การได้รับจากเพื่อน นิสิตส่วนใหญ่ตรวจสอบสารสนเทศบนเฟซบุ๊กโดยพิจารณาการแยกแยะเรื่องจริงหรือความคิดเห็นส่วนตัวของผู้โพสต์ และปัจจัยที่ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการของนิสิต คือ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์ ข้อมูลในโพสต์สามารถตรวจสอบกับแหล่งอื่นได้



ภาควิชา	บรรณารักษศาสตร์	ลายมือชื่อนิสิต .....
สาขาวิชา	บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศ ศาสตร์	ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก .....

ปีการศึกษา 2560

# # 5780123722 : MAJOR LIBRARY AND INFORMATION SCIENCE

KEYWORDS: FACEBOOK / CREDIBILITY JUDGEMENT / NUTRITION INFORMATION

KANPHONG KIATWATCHARATHARA: CHULALONGKORN UNIVERSITY  
 UNDERGRADUATE STUDENTS' VERIFICATION AND CREDIBILITY JUDGEMENT OF  
 NUTRITION INFORMATION ON FACEBOOK. ADVISOR: ASST. PROF. SOMSAK  
 SRIBORISUTSAKUL, Ph.D., pp.

The main objective of this thesis was to study Chulalongkorn University undergraduate students' verification and credibility judgement of nutrition information found on Facebook in terms of their exposure characteristics, verification methods, and factors affecting their credibility judgements.

Survey approach was employed for the research design. Questionnaires were used for collecting data from 300 undergraduate students, based on a convenient sampling technique, at Chulalongkorn University.

The findings of this thesis reveal that most Chulalongkorn University undergraduate students had their information exposure derived from their friends' message sent on Facebook. Most of them verified nutrition information by distinguishing between facts and opinions of Facebook post authors. The credible posts and the possibility of checking posts across various sources were two factors affecting the representative students' credibility judgements at high level and highest mean scores.

Department: Library Science Student's Signature .....

Field of Study: Library and Information Science Advisor's Signature .....  
 Science

Academic Year: 2017

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จลุล่วงได้ด้วยดีโดยการสนับสนุนให้คำแนะนำ ติดตามการทำ วิทยานิพนธ์อย่างใกล้ชิด ให้คำแนะนำในการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ รวมถึงให้กำลังใจ และแสดงความห่วงใยตลอดการทำวิทยานิพนธ์ จาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ ศรีบริสุทธิ์สกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในพระคุณ และขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์ร่ำไพ เปรรมสมิทธิ์ ประธาน กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงพันธ์ เจริมประยงค์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ผุสดี ดอกพรม กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็นเพื่อแก้ไขจุดบกพร่องใน วิทยานิพนธ์ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จด้วยดี

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัยทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทความรู้แก่ผู้วิจัย รวมถึงเจ้าหน้าที่ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือและให้กำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณเพื่อน ๆ ร่วมรุ่น ป.โท ทุกคน ขอขอบคุณเพื่อน ๆ รุ่นพี่ และรุ่นน้องทุกท่านที่ไม่ได้เอ่ยถึง สำหรับกำลังใจที่มอบให้มาตลอดการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ รวมถึงตั้งแต่เริ่มเข้าศึกษาจนสำเร็จการศึกษา

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และพี่น้องที่มอบความห่วงใย ให้กำลังใจ กำลังทรัพย์ และมอบอ้อมกอดที่อบอุ่นเสมอมาจนสำเร็จการศึกษา



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	6
สมมติฐานการวิจัย.....	6
ตัวแปรที่เกี่ยวข้อง.....	7
ขอบเขตและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	9
วิธีดำเนินการวิจัย.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
บทที่ 2 ปรัชญาบรรณกรรม.....	11
1. การดูแลสุขภาพในยุคเทคโนโลยีเว็บ 2.0.....	11
เครือข่ายสังคมออนไลน์.....	12
การมีส่วนร่วม.....	12
การสื่อสารโดยปราศจากตัวกลาง.....	13
ความร่วมมือกัน.....	15
การเปิดเผย.....	15
2. ความฉลาดรู้ทางโภชนาการ.....	16
3. ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อสังคมออนไลน์กับสารสนเทศด้านโภชนาการ.....	18

4. ทฤษฎีการประเมินความน่าเชื่อถือของสารสนเทศออนไลน์.....	22
4.1 การเปิดรับสารสนเทศออนไลน์.....	25
4.2 การตรวจสอบสารสนเทศออนไลน์.....	28
4.3 การตัดสินใจเชื่อสารสนเทศออนไลน์.....	31
5. การตัดสินใจเชื่อสารสนเทศออนไลน์ของวัยรุ่น.....	32
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	34
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	38
ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	38
ขอบเขตและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	39
การพัฒนาเครื่องมือวิจัย.....	39
การทดสอบเครื่องมือการวิจัย.....	41
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	46
การวิเคราะห์ข้อมูล และรายงานผลการวิจัย.....	46
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	49
ตอนที่ 2 การเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก.....	53
ตอนที่ 3 การตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก.....	64
ตอนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก.....	70
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	90
วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	90
สมมติฐานการวิจัย.....	90
วิธีดำเนินการวิจัย.....	91
สรุปผลการวิจัยและอภิปราย.....	92

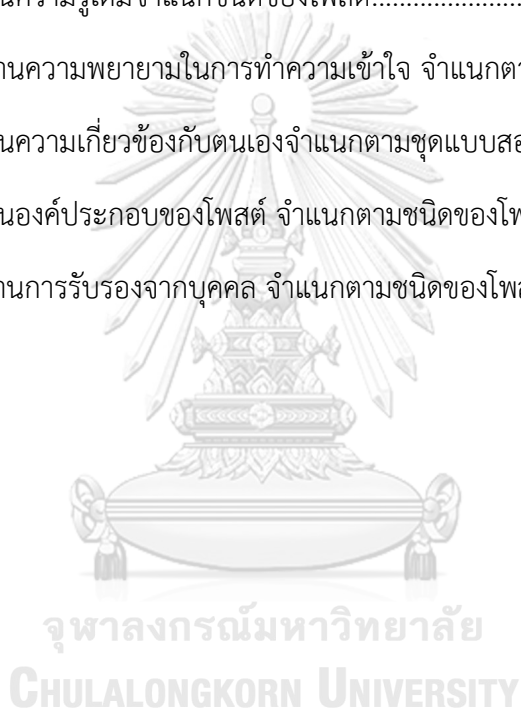
.....	109
รายการอ้างอิง.....	109
ภาคผนวก ก แบบสอบถามชุด A โปสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้องและเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ.....	113
ภาคผนวก ข แบบสอบถามชุด B โปสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้องและเขียนโดยบุคคลทั่วไป.....	126
ภาคผนวก ค แบบสอบถามชุด C โปสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ.....	140
ภาคผนวก ง แบบสอบถามชุด D โปสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้อง แต่เขียนโดยบุคคลทั่วไป.....	152
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	164



## สารบัญตาราง

ตารางที่ 1	ข้อความเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศจำแนกตามประเด็นย่อย.....	40
ตารางที่ 2	ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นเชิงสอดคล้องภายในของแบบสอบถามจำแนกตามประเด็นปัจจัย.....	43
ตารางที่ 3	ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวมและค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาภายหลังตัดข้อออก .....	44
ตารางที่ 4	ค่าความเชื่อมั่นหลังปรับปรุงข้อความ .....	45
ตารางที่ 5	เพศและอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	50
ตารางที่ 6	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคณะที่กำลังศึกษา.....	51
ตารางที่ 7	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชั้นปีที่กำลังศึกษา .....	52
ตารางที่ 8	ประสบการณ์การใช้เฟซบุ๊กของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลา.....	53
ตารางที่ 9	เนื้อหาสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กที่นิสิตเปิดรับ.....	54
ตารางที่ 10	ความถี่ในการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิต .....	55
ตารางที่ 11	ระยะเวลาที่นิสิตใช้ในการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กต่อวัน.....	57
ตารางที่ 12	อุปกรณ์ที่นิสิตใช้เปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก .....	58
ตารางที่ 13	ประเภทของสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กที่นิสิตเปิดรับ .....	60
ตารางที่ 14	ปริมาณของสารสนเทศที่นิสิตเปิดรับในแต่ละครั้ง .....	61
ตารางที่ 15	ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก.....	63
ตารางที่ 16	คุณสมบัติเบื้องต้นของสารสนเทศที่นำมาตรวจสอบ .....	65
ตารางที่ 17	วิธีการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก .....	67
ตารางที่ 18	เหตุผลในการเลือกใช้วิธีการตรวจสอบสารสนเทศ.....	69
ตารางที่ 19	ปัจจัยที่ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศด้านโภชนาการของนิสิต.....	70
ตารางที่ 20	ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์ .....	71

ตารางที่ 21	ปัจจัยด้านความรู้เดิม .....	72
ตารางที่ 22	ปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจ .....	73
ตารางที่ 23	ปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเอง .....	73
ตารางที่ 24	ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโพสต์ .....	74
ตารางที่ 25	ปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคล .....	75
ตารางที่ 26	ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์ จำแนกตามชนิดของโพสต์ .....	78
ตารางที่ 27	ปัจจัยด้านความรู้เดิมจำแนกชนิดของโพสต์ .....	80
ตารางที่ 28	ปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจ จำแนกตามชนิดของโพสต์ .....	82
ตารางที่ 29	ปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเองจำแนกตามชุดแบบสอบถาม .....	84
ตารางที่ 30	ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโพสต์ จำแนกตามชนิดของโพสต์ .....	87
ตารางที่ 31	ปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคล จำแนกตามชนิดของโพสต์ .....	89



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การดำเนินชีวิตโดยมีสุขภาพที่ดี เป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของมนุษย์ เพราะคำว่าสุขภาพ นั้นมีรากศัพท์มาจากคำว่า ทั้งหมด (Whole) แข็งแรง (Hale) และการหาย (Healing) อันแสดงให้เห็นว่าสุขภาพมีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์รวมทั้งหมดของบุคคล (สุจิตรา สุคนธ์ทรัพย์, 2547) มีความหมายว่า ภาวะของมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งทางกาย ทางจิต ทางปัญญา ทางสังคม เชื่อมโยงกันเป็นองค์รวมอย่างสมดุล (บรรลุ ศิริพานิช, 2550) สำหรับสุขภาพกับสังคมไทยในปัจจุบันนั้น สังคมไทยเดิมเป็นสังคมเกษตรกรรม ประชาชนส่วนใหญ่อยู่ในชนบทที่มีการเกษตรเป็นอาชีพหลัก ต่อมาเมื่อสภาพเศรษฐกิจและสังคมได้ปรับเปลี่ยนไป รูปแบบการดำเนินชีวิตสู่รูปแบบที่ผู้คนในสังคมเน้นใช้แรงงานและมุ่งหวังผลผลิต การทำงานที่เร่งรีบมากขึ้น ขาดการดูแลและเอาใจใส่สุขภาพ การออกกำลังกาย และการดูแลเรื่องของโภชนาการ สวนทางกับยุทธศาสตร์การพัฒนาคมนาคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืนของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 – 2559) ที่ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการลดปัจจัยเสี่ยงด้านสุขภาพอย่างเป็นองค์รวม โดยสร้างเสริมสุขภาพคนไทยให้มีความสมบูรณ์แข็งแรงทั้งร่างกายและจิตใจ พัฒนาความรู้และทักษะในการดูแลสุขภาพของตนเอง ครอบครัว ชุมชน สร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนานโยบายสาธารณะที่เอื้อต่อสุขภาพ ซึ่งเป็นการพัฒนาตนเองเพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี ดังนั้นการดูแลสุขภาพเบื้องต้นสามารถทำได้โดยการให้ความสำคัญกับสุขภาพ การดูแลจิตใจและอารมณ์ การพักผ่อนให้เพียงพอ การออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ จากผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่า โรคที่เป็นสาเหตุการตายใน 10 อันดับแรก มีหลายโรคที่โภชนาการมีผลต่อการดูแลสุขภาพ เช่น มะเร็ง ความดันโลหิตสูง โรคหลอดเลือดในสมอง โรคเกี่ยวกับตับและตับอ่อน ไตอักเสบ กลุ่มอาการของไตพิการ และไตพิการ เป็นต้น ซึ่งการบริโภคอาหารตามหลักโภชนาการก็เป็นอีกวิธีการหนึ่งที่คุณคนให้ในปัจจุบันให้ความสำคัญนำมาใช้ดูแลสุขภาพมากขึ้น เพราะโภชนาการหมายถึง อาหารที่เข้าสู่ร่างกายมนุษย์ แล้วร่างกายสามารถนำไปใช้เป็นประโยชน์ในด้านการเจริญเติบโต การค้าจุน และการซ่อมแซมส่วนต่างๆของร่างกาย (ธรา วิริยะพานิช, 2531) จึงสามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อดูแลสุขภาพในชีวิตประจำวัน และใช้ดูแลผู้ที่จำเป็น เช่น ผู้ป่วย หรือคนชราได้ ผู้ที่ตื่นตัวในด้านสุขภาพ และแสวงหาสารสนเทศด้านโภชนาการสามารถป้องกัน ดูแล และรักษาสุขภาพให้ห่างไกลจากโรคบางโรคได้ เช่น โรคอ้วน และโรคเบาหวาน เป็นต้น

ในปัจจุบันสังคมโลกได้เข้าสู่การเป็นสังคมที่ข้อมูลและสารสนเทศมีความสำคัญมากขึ้น และมีบทบาทต่อการดำรงชีวิตประจำวัน เช่น บทบาทด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา และสุขภาพ เป็นต้น การเติบโตของสารสนเทศ ยังส่งผลให้เกิดการพัฒนาด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี การสื่อสารเพื่อสามารถรองรับการสื่อสารได้หลากหลาย และความนิยมของการใช้งานสื่อออนไลน์ที่เติบโตมากขึ้น อินเทอร์เน็ตกลายเป็นแหล่งสารสนเทศทางสุขภาพที่ได้รับความนิยม เพราะสามารถเชื่อมโยงบุคคลกับเนื้อหาทางสุขภาพ ผู้เชี่ยวชาญได้ และเมื่อความนิยมหันเหไปยังสื่อสังคม การแบ่งปันสารสนเทศทางและประสบการณ์ด้านสุขภาพ (Song et al., 2016) ในขณะที่ ความก้าวหน้าในด้านวิทยาศาสตร์ทางด้านโภชนาการนั้นได้พัฒนามากขึ้นเช่นกัน ทำให้ผู้ผลิตบางรายหันมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ และนำสารสนเทศด้านโภชนาการมาใช้โฆษณาและสื่อสารเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจ ใช้ประโยชน์เพื่อแข่งขันและดึงดูดผู้บริโภค รวมถึงองค์การด้านสุขภาพและโภชนาการอื่น ๆ ได้นำเทคโนโลยีเว็บไซต์ และสื่อสังคมมาใช้เพื่อการสื่อสาร เนื่องจากเว็บไซต์เครือข่ายสังคมทั้งเฟซบุ๊กและทวิตเตอร์ ต่างเป็นผู้ให้บริการเครือข่ายสังคม ซึ่งได้รับการออกแบบเพื่อรองรับการปฏิสัมพันธ์ของสังคม สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย เช่น ใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์หรือทำความรู้จักกับบุคคลอื่น ใช้สืบค้น แบ่งปันหรือเผยแพร่สารสนเทศได้อย่างรวดเร็ว ด้วยคุณลักษณะดังกล่าวสามารถนำไปใช้เพื่อส่งเสริมความไว้วางใจและความเชื่อมั่นจากสาธารณะ การเผยแพร่สารสนเทศที่ทำได้รวดเร็ว เว็บไซต์เครือข่ายสังคมจึงสามารถใช้เพื่อการส่งเสริมสุขภาพ และมีผลต่อการเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริโภคอีกด้วย (Adzharuddin & Ramly, 2015; Theresa Senft, 2014) อย่างไรก็ตาม แม้จะสามารถเว็บไซต์เครือข่ายสังคมนำไปใช้สำหรับสารสนเทศด้านสุขภาพได้

อย่างไรก็ตาม แม้จะสามารถนำไปใช้สำหรับสารสนเทศด้านสุขภาพได้ แต่จากผลการศึกษาของ (Zhang, 2012) เกี่ยวกับเว็บไซต์เครือข่ายสังคมด้านสุขภาพนั้น กลับพบว่าผู้ใช้จะแสวงหาและแบ่งปันสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตอย่างมีสุขภาวะมากกว่าสารสนเทศด้านสุขภาพที่แท้จริง เช่น การแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับโภชนาการ การกำหนดอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนัก การออกกำลังกาย การลดน้ำหนัก ภายภาพบำบัด และอาการเจ็บป่วยทั่วไป ไข้หวัด อาการปวดศีรษะ เป็นต้น

สำหรับประเทศไทยการใช้งานเว็บไซต์เครือข่ายสังคมนั้นได้รับความนิยมสูงขึ้น จากการสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2558 กิจกรรมในการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตของคนไทยส่วนใหญ่ คือ การใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคม หรือคิดเป็นร้อยละ 88.6 โดยกลุ่มผู้ใช้งานที่ใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตไปกับการใช้ Social Network นั้น ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 15 -24 ปี (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2558) ซึ่งเป็นวัยของนักเรียน นิสิต และนักศึกษา ด้วยปริมาณการใช้งานคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตที่มากขึ้น จึงมีโอกาสของผู้ที่อยู่ช่วงวัย 15 – 24 ปี ได้รับสารสนเทศที่เผยแพร่บนเว็บไซต์เครือข่ายสังคมมากขึ้นตามกิจกรรมการใช้ไปด้วย

และจากรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2558 พบว่ากิจกรรมการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้ส่วนใหญ่ทำกิจกรรมในการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 82.7 ซึ่งเฟซบุ๊กเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีความนิยมอันดับ 1 ของประเทศไทย (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2558)

เฟซบุ๊กเป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมที่มีเป้าหมาย คือ การมอบพลังให้กับผู้คนในการแบ่งปัน เฟซบุ๊กต้องการสร้างโลกที่เปิดกว้างและเชื่อมโยงถึงกัน ผู้ใช้สามารถติดต่อกับเพื่อนและครอบครัว สามารถค้นพบสิ่งใหม่ ๆ และแบ่งปันสิ่งนั้นไปให้ผู้อื่นได้อย่างรวดเร็ว จากเป้าหมายของเฟซบุ๊ก ทำให้ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารและร่วมทำกิจกรรมใด ๆ กิจกรรมหนึ่งหรือหลายกิจกรรมกับผู้อื่นอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นการตั้งประเด็นการถามตอบ รูปภาพ วิดีทัศน์ เขียนบทความ หรือบล็อก การสนทนาแบบสด เล่นเกม การแลกเปลี่ยนข้อมูลต่าง ๆ รวมถึงการได้รับแจ้งโดยทันทีเมื่อผู้อื่นปรับปรุงข้อมูลส่วนตัว และสามารถทำกิจกรรมอื่น ๆ ผ่านโปรแกรมเสริมที่เฟซบุ๊กพัฒนาเพิ่มเติมตลอดเวลา (วัฒนาสุนทรชัย & สุวัฒน์ วัฒนวงศ์, 2555) ในปัจจุบันเฟซบุ๊กให้บริการสำหรับผู้ใช้ทั่วไป 2 รูปแบบ ได้แก่ การสร้างโปรไฟล์ส่วนตัว และการสร้างเพจเพื่อสนับสนุนหน่วยงานหรือบุคคลสาธารณะ

การใช้เฟซบุ๊กเพื่อบริการสารสนเทศด้านสุขภาพและโภชนาการนั้น เฟซบุ๊กเป็นช่องทางของสารสนเทศที่ดี โดยเฉพาะกับวิชาชีพด้านสุขภาพและหน่วยงานของรัฐบาล (Syn & Kim, 2013) เป็นสื่อสังคมที่มีศักยภาพในการเป็นเครื่องมือในการสื่อสารสุขภาพ ผู้ให้บริการสุขภาพ ผู้ปฏิบัติงานทางการแพทย์และสุขภาพสามารถใช้ เฟซบุ๊กเป็นสื่อกลางสำหรับติดต่อกับผู้ป่วยได้โดยไม่มีข้อจำกัดทางด้านเวลาและสถานที่ สามารถนำมาใช้เพื่อให้คำแนะนำทางสุขภาพและโภชนาการ ติดตามผลการให้บริการสุขภาพต่าง ๆ และสามารถดำเนินการได้โดยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย อีกทั้งสารสนเทศที่ปรากฏและเผยแพร่บนเฟซบุ๊กนั้นมีความหลากหลาย เป็นประโยชน์อย่างมากต่อผู้ใช้งาน ความหลากหลายเหล่านี้ เช่น ข่าว สถานการณ์ทางการเมืองบนโลก การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการรับรู้ด้านสุขภาพ และอื่น ๆ อีกมากที่สามารถเข้าถึงได้ (Adzharuddin & Ramly, 2015) ซึ่งการเข้าถึงสารสนเทศเหล่านี้ ผู้ใช้ต้องเผชิญกับสารสนเทศจำนวนมาก ดังนั้นผู้ใช้อาจต้องนำกระบวนการตรวจสอบสารสนเทศว่ามีความน่าเชื่อถือหรือไม่ โดยเฉพาะสารสนเทศด้านสุขภาพและโภชนาการนั้นเป็นเรื่องใกล้ตัว และมีผลต่อการดำรงชีวิต

การตรวจสอบสารสนเทศมีเป็นขั้นตอนหนึ่งในการประเมินสารสนเทศ แต่มีความแตกต่างในวิธีการ เนื่องจากการประเมินสารสนเทศ เป็นกระบวนการประเมินสารสนเทศที่รวบรวมได้จากแหล่งต่าง ๆ ทั้งแหล่งสารสนเทศบุคคล แหล่งสารสนเทศสิ่งพิมพ์ และแหล่งสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อตัดสินใจว่าสารสนเทศที่มีอยู่นั้นมีประโยชน์ ตรงตรงตามความต้องการอย่างแท้จริง มีความถูกต้องครบถ้วน และเข้ากับพื้นฐานความรู้ของผู้ใช้สารสนเทศ วิธีการประเมินสารสนเทศอาจใช้เกณฑ์ดั้งเดิมที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของสารสนเทศฉบับพิมพ์ในห้องสมุด นำเกณฑ์มาใช้โดยการตรวจสอบ



ตามรายการที่กำหนดไว้ โดยผู้ใช้ที่ได้รับการสอนวิธีการประเมิน จะตั้งคำถามและตอบตามรายการที่ ออกแบบครอบคลุมเกณฑ์ที่กำหนด ได้แก่ ความถูกต้องของสารสนเทศ ผู้แต่งหรือผู้รับผิดชอบ สารสนเทศ วัตถุประสงค์ในการจัดทำ ความทันสมัย และความครอบคลุม (M. J. Metzger & Flanagin, 2013) แต่จากการศึกษาการใช้สื่อสังคมเพื่อเป็นแหล่งสารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ของ Kim, Sin, & Yoo-Lee (2014) นิสิตและนักศึกษาปริญญาตรี ซึ่งส่วนใหญ่ก็ยังอยู่ในช่วงวัยรุ่น ผลการวิจัยพบว่ามีการใช้สื่อสังคมเป็นแหล่งสารสนเทศเพื่อการค้นคว้า แต่ส่วนใหญ่ไม่สนใจการประเมินสารสนเทศที่แสวงหาได้ ส่วนการตรวจสอบความน่าเชื่อถือเป็นความสามารถที่จะเชื่อในแหล่งสารสนเทศหรือข้อความซึ่งถูกสร้างขึ้นจาก ความน่าเชื่อถือและความเชี่ยวชาญ โดยอาจมีความหมายรวมไปถึงเสน่ห์และความน่าดึงดูดทางกายภาพด้วย (A. J. F. a. M. J. Metzger, 2008) นอกจากนี้ผลการศึกษาความน่าเชื่อถือในกระบวนการแสวงหาสารสนเทศของนักศึกษาของ (Hilligoss & Rieh, 2008) แสดงให้เห็นว่าการประเมินความน่าเชื่อถือสามารถพัฒนาขึ้นได้ตามบริบทของการแสวงหาสารสนเทศ และการศึกษาที่มามาก่อนหน้าเกี่ยวกับนักศึกษานั้น มักมีการพิจารณาเพื่อประเมินความน่าเชื่อถือโดยมีข้อจำกัด เช่น ข่าว การเมือง วิชาการ และสารสนเทศ ด้านสุขภาพ เป็นต้น การศึกษาแสดงให้เห็นว่าการประเมินความน่าเชื่อถือไม่มีวิธีการที่เป็นเหตุเป็นผล เพราะประเภทของสารสนเทศที่มีปฏิสัมพันธ์ด้วยนั้นแสดงให้เห็นว่ามีผลต่อการประเมิน ในทางตรงกันข้าม ก็มีการใช้สื่อดิจิทัลเพราะจุดประสงค์ที่หลากหลายกันไป ขณะที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อเป้าหมายเกี่ยวกับสารสนเทศและการสื่อสาร พวกเขาใช้ก็ยังมีการใช้งานทรัพยากรแบบดั้งเดิม เช่น คน หนังสือ หนังสือพิมพ์ และทรัพยากรออนไลน์ของห้องสมุดร่วมอยู่ด้วย ดังนั้นสิ่งสำคัญสำหรับความน่าเชื่อถือของนักวิจัยนั้นรวมความหลากหลายของสารสนเทศ การแสวงหาสารสนเทศ และบริบทของทรัพยากรสารสนเทศ และสื่อที่ครอบคลุม รวมไปถึงการใช้ชีวิตส่วนตัว ข่าว และความบันเทิง เพื่อเข้าใจในการประเมินความน่าเชื่อถือในสภาพแวดล้อมที่เป็นดิจิทัล การตรวจสอบและตัดสินใจความน่าเชื่อถือมีแนวคิดว่ามีแนวคิดที่ นอกจากการใช้วิธีการประเมินแบบเดิมแล้ว มีแนวคิดที่ผู้ใช้สารสนเทศนั้นมีแนวความคิดเชิงสืบค้นเพื่อประเมินความน่าเชื่อถือของสารสนเทศแตกต่างกันตามความสามารถเฉพาะบุคคล และบริบทที่เกิดขึ้น (M. J. Metzger & Flanagin, 2013) และมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการประเมินความน่าเชื่อถือหลายด้าน เช่น ด้านบุคลิกลักษณะของผู้ประเมินสารสนเทศ ด้านคุณสมบัติของแพลตฟอร์ม ด้านเนื้อหาในโพสต์ และด้านข้อมูลเกี่ยวกับผู้โพสต์ (M. J. Metzger & Flanagin, 2015)

แนวคิดผู้ใช้สารสนเทศนั้นเพื่อประเมินความน่าเชื่อถือของสารสนเทศแตกต่างกันตามความสามารถเฉพาะบุคคลนั้น ดังนั้นในบริบทเฉพาะนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยอื่น ๆ ได้แก่ 1) กรูณาจินถนอม (2558) ได้ศึกษาการรับรู้ความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์สุขภาพ และศึกษาแนวทางการสืบค้นข้อมูลสุขภาพของผู้ใช้เว็บไซต์สุขภาพในการทำวิจัย เพื่อหา

ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับสุขภาพ และผู้ที่ไม่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้เว็บไซต์ให้ความสำคัญปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความน่าเชื่อถือเรียงลำดับคะแนน 10 ปัจจัย 2) Chen และคนอื่น ๆ (2018) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพจากเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารและการเชื่อมโยงกับพฤติกรรมสุขภาพ ผลการศึกษาพบว่าการเปิดรับสารสนเทศสุขภาพมาจากหลายแหล่ง ทั้งแบบดั้งเดิม (โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร) อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์สื่อสังคม และการส่งข้อความ ส่วนใหญ่เคยเปิดรับสารสนเทศด้านสุขภาพจากแหล่งสารสนเทศแบบดั้งเดิม รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต สื่อสังคม และการส่งข้อความตามลำดับ และผู้ที่มีการศึกษาน้อยและรายได้น้อย มักไม่ได้เปิดรับสารสนเทศทางสุขภาพจากเว็บไซต์อินเทอร์เน็ต และสื่อสังคม 3) ผลการวิจัยของ (Lee & Sundar, 2013) ในตรวจสอบและตัดสินใจเชื่อถือสารสนเทศ ในบริบทการตรวจสอบและตัดสินใจความน่าเชื่อถือของทวิตเตอร์ (Twitter) ซึ่งเป็นสื่อสังคมประเภทไมโครบล็อก (Micro-blog) โดย Lee & Sundar เลือกรับการศึกษาการตัดสินใจความน่าเชื่อถือข้อความสุขภาพในทวิตเตอร์ในด้านผู้ทวิตที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพและบุคคลทั่วไป และจำนวนของผู้ติดตาม ผลการศึกษาพบว่าหากข้อความหรือสารสนเทศที่เผยแพร่มาจากผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก เมื่อเปรียบเทียบกับบุคคลทั่วไปที่มีผู้ติดตามจำนวนมากเช่นเดียวกัน ผู้เชี่ยวชาญนั้นจะได้รับความน่าเชื่อถือมากกว่าบุคคลทั่วไป 4) ผลการศึกษารวบรวมการพิจารณาความน่าเชื่อถือสารสนเทศสุขภาพของ (Syn & Kim, 2013) พบว่าผู้ใช้สารสนเทศพิจารณาความน่าเชื่อถือสารสนเทศสุขภาพจากองค์การทางการแพทย์มากที่สุด และเชื่อถือสารสนเทศด้านสุขภาพจากเพื่อนน้อยที่สุด 5) การศึกษาอิทธิพลต่อความน่าเชื่อถือของหนังสือของผู้ใช้และผู้เชี่ยวชาญในการจัดอันดับหนังสือบนเว็บไซต์ของ Lim, S. & Steffel, N. (2015) ผลการศึกษาพบว่าการจัดอันดับโดยผู้เชี่ยวชาญมีผลต่อความน่าเชื่อถือของหนังสือ ในขณะที่การจัดอันดับของผู้ใช้นั้นไม่มีผลแต่อย่างใด และผลกระทบของการจัดอันดับไม่มีผลต่อเป้าประสงค์ในการพิจารณาความน่าเชื่อถือของหนังสือ และความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความสำคัญต่อการตัดสินใจความน่าเชื่อถือของหนังสือ และความน่าเชื่อถือของการจัดอันดับโดยผู้ใช้ เป็นต้น

สื่อสังคมในฐานะที่เป็นแหล่งสารสนเทศ อาจมีการศึกษาเฉพาะเจาะจงไปที่สื่อสังคมประเภทที่เน้นการสื่อสารผ่านข้อความ อย่างเช่น บล็อก (Borah, 2015) วิกิ (Kim, Sin, & Yoo-Lee, 2014; Lim, 2013) ทวิตเตอร์ (Lee & Sundar, 2013) เป็นต้น ในขณะที่การศึกษาสื่อสังคมที่มีความสามารถหลากหลาย เช่น โพสต์รูปภาพ วิดีทัศน์ เขียนบทความ หรือบล็อก การสนทนาแบบสด เล่นเกม การแลกเปลี่ยนข้อมูลต่าง ๆ อย่างเช่นเฟซบุ๊กนั้น ยังมีการศึกษาในด้านการตรวจสอบและการตัดสินใจเชื่อถือสารสนเทศบนเฟซบุ๊กนั้นไม่มากนัก และสำหรับงานวิจัยของไทยที่เกี่ยวข้องกับเฟซบุ๊กส่วนใหญ่ นิยมศึกษาภาพรวมของการใช้เฟซบุ๊ก เช่น การศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของนักศึกษาระดับปริญญา

เตรียมมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (สรรคร์ชนพงศ์ วงษ์ทองดี, 2556) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์เฟซบุ๊กของนิสิตนักศึกษา (ดาวนภา เนาวรังษี, 2555) การรับรู้วิธีการส่งเสริมการขายบนเฟซบุ๊กแฟนเพจและผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (สายฤดี พัฒนพงศานนท์, 2555) การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับข้อมูลที่ถูกแชร์ผ่านเฟซบุ๊ก (ฉัฐมณฑน์ ตั้งกิจถาวร, 2558) เป็นต้น มากกว่าการศึกษาเฉพาะเจาะจงลงไปถึงการตรวจสอบและการตัดสินใจซื้อสารสนเทศบนเฟซบุ๊ก

จากความสำคัญของสารสนเทศด้านสุขภาพและโภชนาการอันเป็นเรื่องใกล้ตัวในการดำรงชีวิต ความนิยมในการใช้สื่อสังคมเป็นช่องทางในการเข้าถึงสารสนเทศโดยเฉพาะเฟซบุ๊ก ซึ่งปัจจุบันการโน้มน้าวชักจูงผ่านทางสื่อสังคมทำได้ง่าย ประกอบกับปัญหาในการประเมินสารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี และแนวความคิดเชิงสืบค้นเพื่อการตรวจสอบและการตัดสินใจซื้อสารสนเทศออนไลน์แตกต่างกันตามความสามารถเฉพาะบุคคลและบริบท ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาการตรวจสอบและการตัดสินใจซื้อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ด้านลักษณะการเปิดรับสารสนเทศ วิธีการตรวจสอบสารสนเทศ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศ ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นแนวทางในการพัฒนาวิธีการสอนการประเมินสารสนเทศบนเฟซบุ๊ก

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

เพื่อศึกษาการตรวจสอบและการตัดสินใจซื้อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ด้านลักษณะการเปิดรับสารสนเทศ วิธีการตรวจสอบสารสนเทศ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศ

### สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศบนเฟซบุ๊กของนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ คือ การได้รับจากเพื่อน
2. นิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ตรวจสอบสารสนเทศบนเฟซบุ๊กโดยพิจารณาความทันสมัย
3. ปัจจัยที่ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศด้านโภชนาการของนิสิต คือ การรับรองจากเพื่อนและ/หรือคนรู้จัก

## ตัวแปรที่เกี่ยวข้อง

1. ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม
  - 1.1 เพศ
  - 1.2 คณะ
  - 1.3 ชั้นปี
  - 1.4 อายุ
  - 1.5 ประสบการณ์การใช้เฟซบุ๊ก
    - 1.5.1 น้อยกว่า 1 ปี
    - 1.5.2 1 – 3 ปี
    - 1.5.3 4 ปีขึ้นไป
2. ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศบนเฟซบุ๊ก
  - 2.1.1 การได้รับจากเพื่อน
  - 2.1.2 การได้รับจากสมาชิกในครอบครัว
  - 2.1.3 การได้รับจากบุคลากรทางการแพทย์
  - 2.1.4 การได้รับจากนักโภชนาการ
  - 2.1.5 การได้รับจากบุคคลซึ่งเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางบนสื่อสังคมออนไลน์
  - 2.1.6 การได้รับจากเพจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโภชนาการ
  - 2.1.7 การได้รับจากเพจของสถาบันการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนด้านโภชนาการ
3. วิธีการตรวจสอบสารสนเทศ
  - 3.1.1 ความทันสมัยของสารสนเทศ
  - 3.1.2 มุมมองของผู้โพสต์ว่าเป็นข้อเท็จจริงหรือข้อคิดเห็น
  - 3.1.3 ความครบถ้วนของสารสนเทศ
  - 3.1.4 การเปรียบเทียบกับสารสนเทศจากแหล่งอื่น ๆ
  - 3.1.5 เป้าหมายของผู้โพสต์
  - 3.1.6 ความน่าเชื่อถือของเพจหรือผู้โพสต์
  - 3.1.7 ความเป็นทางการของผู้โพสต์
  - 3.1.8 ความมีอยู่จริงของผู้โพสต์

- 3.1.9 คุณสมบัติหรือการรับรองเนื้อหา
- 4. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ
  - 4.1.1 ความน่าเชื่อถือของเนื้อหา
    - 4.1.1.1 เนื้อหาถูกต้อง
    - 4.1.1.2 ตรวจสอบเนื้อหากับแหล่งอื่นได้
    - 4.1.1.3 เนื้อหาสัมพันธ์กับหัวข้อหรือชื่อเรื่อง
    - 4.1.1.4 คิดว่าน่าเชื่อถือ
  - 4.1.2 ความรู้เดิมของผู้ตอบแบบสอบถาม
    - 4.1.2.1 มีความรู้เดิมเกี่ยวกับโฆษณาการ
    - 4.1.2.2 มีคุ้นเคยเกี่ยวกับโฆษณาการ
  - 4.1.3 การพยายามที่จะทำความเข้าใจ
    - 4.1.3.1 ทำให้รู้สึกเครียด
    - 4.1.3.2 ไม่มีสมาธิ
    - 4.1.3.3 ความจริงจัง
  - 4.1.4 ความเกี่ยวข้องกับตนเอง
    - 4.1.4.1 เรื่องที่ปรากฏสัมพันธ์กับความรู้หรือความเชื่อเดิมของตนเอง
    - 4.1.4.2 เรื่องที่ค้างคาใจ
    - 4.1.4.3 ทำให้นึกถึงประเด็นที่อยู่ในความสนใจ
    - 4.1.4.4 ทำให้เกิดแรงจูงใจในการค้นคว้าเพิ่มเติม
  - 4.1.5 องค์ประกอบของโพสต์
    - 4.1.5.1 อ่านรายการอ้างอิงผ่าน ๆ
    - 4.1.5.2 แฮชแท็ก (Hashtag) ที่ปรากฏ
    - 4.1.5.3 ดูข้อความเตือนของเนื้อหา
    - 4.1.5.4 ดูตัวเชื่อมโยงไปยังภายนอก
    - 4.1.5.5 ดูจากภาพประกอบ
  - 4.1.6 การรับรองจากบุคคล
    - 4.1.6.1 การรับรองจากเพื่อนหรือคนรู้จัก

4.1.6.2 การรับรองจากคนที่ไม่ใช่เพื่อนหรือคนรู้จัก

4.1.6.3 การรับรองจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ

### ขอบเขตและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ขอบเขตและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่มีบัญชีผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก และมีประสบการณ์การใช้เฟซบุ๊ก จำนวน 300 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ศึกษาเอกสารเกี่ยวกับทฤษฎีการตรวจสอบและการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศและแบบจำลองเชิงจิตวิทยาเพื่อประเมินความเชื่อถือได้ของสารสนเทศออนไลน์จากทรัพยากรสารสนเทศต่าง ๆ ได้แก่ หนังสือ บทความวารสาร บทความวิจัย วิทยานิพนธ์ ฐานข้อมูล เว็บไซต์ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
2. กำหนดขอบเขตและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
3. พัฒนาเครื่องมือการวิจัยเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่
  - ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าร่วมการวิจัย
  - ตอนที่ 2 ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศบนเฟซบุ๊ก
  - ตอนที่ 3 วิธีการตรวจสอบสารสนเทศ
  - ตอนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ

สำหรับข้อคำถามในตอนที่ 4 ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะให้ผู้ตอบแบบสอบถาม ดูตัวอย่างภาพหน้าจอเฟซบุ๊กที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสารสนเทศด้านโภชนาการ ก่อนตอบคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ
4. ทดสอบเครื่องมือการวิจัยกับนิสิตปริญญาตรีที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 32 คน เพื่อวัดความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficiency) จากนั้นจึงปรับปรุงแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์

5. นำเครื่องมือการวิจัยฉบับสมบูรณ์ไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวนประมาณ 250 – 300 คน
6. รวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติด้านสังคมศาสตร์ สำหรับวินโดวส์ (SPSS Statistical Package for the Social Science for Windows) และรายงานผลการวิจัย

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เป็นแนวทางในการพัฒนาวิธีการสอนการประเมินสารสนเทศบนเฟซบุ๊ก



## บทที่ 2

### ปริทัศน์วรรณกรรม

ในการศึกษา “การตรวจสอบและการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของ นิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย” ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อนำมาจัดทำเป็นกรอบสำหรับดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. การดูแลสุขภาพในยุคเทคโนโลยีเว็บ 2.0
2. ความฉลาดรู้ด้านโภชนาการ
3. ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อสังคมออนไลน์กับสารสนเทศด้านโภชนาการ
4. ทฤษฎีการประเมินความน่าเชื่อถือของสารสนเทศออนไลน์
  - 4.1 การเปิดรับสารสนเทศออนไลน์
  - 4.2 การตรวจสอบสารสนเทศออนไลน์
  - 4.3 การตัดสินใจเชื้อสารสนเทศออนไลน์
5. การตัดสินใจเชื้อสารสนเทศออนไลน์ของวัยรุ่น
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. การดูแลสุขภาพในยุคเทคโนโลยีเว็บ 2.0

ในปัจจุบันพัฒนาการในการดูแลสุขภาพแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Health) นั้นมีความสำคัญมากขึ้น การนำเทคโนโลยีเว็บ 2.0 และวิธีการสมัยใหม่มาผสมผสานได้ก่อให้เกิดแพลตฟอร์มของโปรแกรมประยุกต์ด้านการดูแลสุขภาพส่วนบุคคล (Personal Health Application Platforms) และระเบียบสำหรับควบคุมสุขภาพส่วนบุคคล (Personally Controlled Health Records) ตัวอย่างเช่น Google Health และ Microsoft Health Vault โปรแกรมประยุกต์ บริการ และเครื่องมือที่เรียกว่า “การแพทย์ 2.0” เหล่านี้ จัดเป็นบริการพื้นฐานสำหรับผู้บริโภคที่ใส่ใจในสุขภาพ ผู้ป่วย ผู้พยาบาล คนไข้ นักวิชาชีพด้านสุขภาพ และนักวิจัยด้านการแพทย์ ที่ใช้เทคโนโลยีเว็บ 2.0 และ/หรือเว็บเชิงความหมาย (semantic web) และวิทยาการความจริงเสมือน (virtual reality) เพื่ออำนวยความสะดวกในการสร้างเครือข่ายทางสังคมบนโลกออนไลน์ การมีส่วนร่วม การสื่อสารโดยปราศจากตัวกลาง การเปิดกว้าง และความร่วมมือกันทั้งภายในและกลุ่มผู้ใช้สารสนเทศ แนวคิดเรื่องการแพทย์ 2.0 จึงเป็นแนวคิดที่ตีความได้กว้างขวาง และรวมเอาหลักคิดของการแพทย์ที่ผู้บริโภคมีส่วนในการ



กำหนดแนวทางรักษา (consumer-directed medicine) หรือ การดูแลสุขภาพในยุคเทคโนโลยีเว็บ 2.0 (Health 2.0) มารวมเข้าไว้ด้วยกัน (Eysenbach, 2008)

แนวคิดเรื่องการแพทย์ 2.0 ตั้งอยู่บนพื้นฐานความคิดที่ว่า ระบบการดูแลสุขภาพจำเป็นต้องก้าวออกจากการแพทย์ในโรงพยาบาล แล้วให้ความสำคัญกับการส่งเสริมสุขภาพ เพื่อให้คนทั่วไปสามารถดูแลสุขภาพได้โดยเริ่มจากที่บ้านของตนเอง และเสริมพลังแก่ผู้บริโภคให้สามารถรับผิดชอบในการดูแลสุขภาพของตนเองโดยอาศัยวิทยาการสารสนเทศ เช่น โปรแกรมประยุกต์ต่าง ๆ นอกจากนี้การแพทย์ 2.0 ยังครอบคลุมถึงการพัฒนาระบบสาธารณสุขที่ทันสมัยและดีขึ้น ซึ่งเน้นความร่วมมือกัน การมีส่วนร่วม การสื่อสารโดยปราศจากตัวกลาง และการเปิดกว้าง แทนที่การดูแลสุขภาพและการแพทย์แบบเดิมที่มีสายการบังคับบัญชาและเป็นโครงสร้างแบบปิด

### เครือข่ายสังคมออนไลน์

เครือข่ายสังคมเป็นหัวใจหลักของเว็บ 2.0 และโปรแกรมประยุกต์ทางการแพทย์ 2.0 และยังเกี่ยวข้องกับการสร้างแบบจำลองในการติดต่อสื่อสารระหว่างมนุษย์ในลักษณะของเครือข่ายความสัมพันธ์อันซับซ้อน ที่เอื้อต่อการสร้างความร่วมมือและสามารถกำหนดกระบวนการกลั่นกรองสารสนเทศร่วมกันได้ ตัวอย่างเช่น เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้ผู้ใช้สามารถเห็นสิ่งที่คนรอบข้างหรือคนอื่นที่สัมพันธ์กับผู้ใช้ (ไม่ว่าจะเป็นเพื่อน เพื่อนร่วมงาน ผู้ป่วยที่มีอาการเดียวกัน ฯลฯ) ว่ากำลังทำอะไรกันอยู่ ช่วยให้สามารถเลือกสารสนเทศที่เกี่ยวข้องโดยอิงจากสิ่งที่กำลังทำ และกำลังอ่านบนเว็บ ได้ ช่วยให้เกิดชื่อเสียงและการจัดการความน่าเชื่อถือ ความรับผิดชอบและการควบคุมคุณภาพ และส่งเสริมการเผยแพร่สารสนเทศและโปรแกรมประยุกต์ที่เรียกว่า การตลาดแบบไวรัล ซึ่งทำให้โปรแกรมประยุกต์เว็บ 2.0 ที่พัฒนาขึ้นเป็นที่ดึงดูดใจของผู้ลงทุนร่วมและผู้ที่ปฏิบัติงานด้านสาธารณสุข นอกจากนี้เครือข่ายสังคมออนไลน์ยังเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังและมีศักยภาพในการดึงดูดผู้ใช้สารสนเทศด้านสุขภาพให้เข้ามาใช้งาน ติดตามเรื่องราวต่าง ๆ และสามารถจัดการสารสนเทศส่วนบุคคลได้ วัยรุ่นใช้เวลาหลายชั่วโมงต่อวันในการปรับปรุงโปรไฟล์เฟซบุ๊กของตนเองให้ทันสมัย คอยอัปเดต สเตตัสตนเองบนหน้าเฟซบุ๊ก ซึ่งแรงจูงใจทางสังคมเช่นนี้อาจส่งผลต่อความสนใจในเรื่องของระเบียบสุขภาพส่วนบุคคล และมีส่วนต่อการกระตุ้นให้ผู้ใช้มีความรับผิดชอบต่อสุขภาพของตนเอง และใส่ใจในสารสนเทศด้านสุขภาพมากขึ้นก็เป็นได้

### การมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมเป็นอีกหนึ่งประเด็นสำคัญของการแพทย์ 2.0 ไม่ใช่สำคัญแค่เพียงตัวผู้บริโภคและผู้ป่วยเท่านั้น แต่ยังสำคัญต่ออันกวิชาชีพและนักวิจัยด้านสุขภาพด้วย เทคโนโลยีเว็บ 2.0 ได้เปลี่ยน

ทัศนคติและวัฒนธรรมในการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคไปอย่างสิ้นเชิง อินเทอร์เน็ตกลายเป็นเครื่องมือที่ผู้ใช้และบุคคลทั่วไปเข้ามามีส่วนร่วมและเข้ามามีบทบาทมากขึ้น วิกี (Wiki) เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของเว็บ 2.0 ที่แสดงให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมของผู้ใช้นั้นเป็นอย่างไร พร้อมทั้งขยายขอบเขตของการสื่อสารเชิงวิชาการโดยดึงกลุ่มผู้ใช้ ต่าง ๆ เช่น นักวิชาชีพ นักวิทยาศาสตร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพ หรือแม้แต่ผู้บริโภค เข้ามามีส่วนในการผลิตสารสนเทศร่วมกัน

การเกิดขึ้นของแพลตฟอร์มเครือข่ายสังคมออนไลน์และโปรแกรมประยุกต์ เช่น เฟซบุ๊ก นั้นทำให้ผู้ใช้งานสามารถแบ่งปันสารสนเทศด้านสุขภาพกับผู้ใช้คนอื่น ๆ ได้ ช่วยยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้ป่วยอย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน ทั้งการดูแลผู้ป่วย การวิจัยเกี่ยวกับสุขภาพ และการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ป่วยกับนักวิชาชีพด้านสุขภาพด้วยวิธีการทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ อย่างไรก็ตาม เครือข่ายสังคมออนไลน์ยังคงมีประเด็นอ่อนไหวในเรื่องของความเป็นส่วนตัว (privacy) ที่ค่อนข้างซับซ้อน ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคอาจไม่ตระหนักว่าสารสนเทศที่ตนเองโพสต์หรือเปิดเผยบนเว็บเป็นครั้งคราวนั้น แท้จริงแล้วได้รับการจัดเก็บถาวร และมีความเป็นไปได้ที่จะถูกนำไปใช้โดยบุคคลที่สาม ซึ่งผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉพาอย่างยิ่งผู้ใช้ที่เป็นวัยรุ่นอาจละเลยประเด็นเรื่องความเป็นส่วนตัว หรือมองข้ามเรื่องการเมืองการมีอยู่ของสารสนเทศออนไลน์ที่ไม่สูญสลายไปโดยง่าย (persistence)

### การสื่อสารโดยปราศจากตัวกลาง

การสื่อสารโดยปราศจากตัวกลาง เป็นคำศัพท์ใหม่ทางเทคโนโลยีเชิงสังคม (socio-technological) เพื่อเลี่ยงใช้คำว่า เว็บ 2.0 ในการอภิปรายทางวิชาการ การสื่อสารโดยปราศจากตัวกลางเป็น “ทางเลือกที่สาม” ที่ผู้ใช้สารสนเทศเลือกนำมาใช้ประกอบการพิจารณาความไว้วางใจได้ และตัดสินใจสื่อสารสนเทศและบริการต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ต

ทางเลือกแรกในการพิจารณาความไว้วางใจได้ของสารสนเทศก็คือ การใช้ตัวกลางหรือคนกลาง ตัวอย่างเช่น การเผยแพร่สารสนเทศที่เกี่ยวข้องจากนักวิชาชีพด้านสุขภาพไปสู่ผู้ป่วยด้วยการใช้เว็บท่า (web portal) โดยเว็บท่านี้นับรรจุเฉพาะสารสนเทศที่ไว้วางใจได้ (trusted) ซึ่งผู้เชี่ยวชาญจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการคัดสรรและกลั่นกรองสารสนเทศก่อนเผยแพร่บนเว็บท่า

ทางเลือกที่สอง คือ ผู้บริโภครับสารสนเทศโดยไม่ต้องผ่านตัวกลางหรือคนกลางเลย ยกตัวอย่างเช่น ผู้ป่วยสืบค้นสารสนเทศบนเว็บไซต์ด้วยตนเองโดยไม่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ หรือการจองตั๋วเครื่องบินผ่านระบบการรับรองอัตโนมัติกับสายการบินโดยตรง โดยไม่ต้องผ่านบริษัทนำเที่ยวหรือเอเจนซี เป็นต้น

ทางเลือกที่สามซึ่งก็คือยุคของเว็บ 2.0 ที่เป็นรูปแบบพิเศษของการเผยแพร่สารสนเทศ นั่นคือ กลยุทธ์การแสวงหาสารสนเทศที่เราลดการพึ่งพาตัวกลางหรือคนกลางที่เป็นนักวิชาชีพ/ผู้เชี่ยวชาญ

ด้านสุขภาพ แล้วหันมารับคำแนะนำจากสื่อเอกเทศ (apomediaries) เช่น กระบวนการกลั่นกรองสารสนเทศร่วมกันบนเครือข่ายที่เชื่อมโยงทั้งคนที่มีความรู้ คนที่เชี่ยวชาญ และคนที่มีประสบการณ์ตรง มารวมกันไว้ ณ จุดเดียว แล้วผู้ใช้จะเป็นคนสุดท้ายที่จะพิจารณาตัดสินใจเชื่อหรือไม่เชื่อสารสนเทศนั้น ๆ ด้วยตัวเอง

ในบริบทของการดูแลสุขภาพ การเผยแพร่สารสนเทศที่ตัดคนกลางออกไปอย่างสิ้นเชิง (ทางเลือกที่สอง) หมายความว่าผู้ใช้บริโภคเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลได้โดยตรง อาทิ ระเบียบผู้ป่วยสารสนเทศทางการแพทย์ บทบาทดั้งเดิมของคนกลางก็คือการแนะนำผู้บริโภคให้ได้รับสารสนเทศที่เกี่ยวข้องและเชื่อถือได้ แต่ปัญหาหลักของการตัดตัวกลางทิ้งอย่างสิ้นเชิงก็มีเช่นกันนั่นคือ ผู้บริโภคอาจหลงทางไปกับสารสนเทศจำนวนมากได้ง่าย และนำไปสู่การได้รับสารสนเทศที่ผิดหรือไม่เกี่ยวข้องกับตัวเอง ทฤษฎีการสื่อสารด้วย สื่อเอกเทศ (Apomediation theory) หรือทางเลือกที่สามจึงน่าจะเป็นจุดสมดุลของการลดการพึ่งพาผู้เชี่ยวชาญ แต่ยังคงชี้แนะและแนะนำผู้ใช้ไปสู่สารสนเทศที่เกี่ยวข้องและมีความถูกต้องได้เช่นเดิม

ตามทฤษฎีสื่อเอกเทศ ผู้ใช้คนอื่นและเพื่อนทางออนไลน์สามารถนำทางเราไปสู่สารสนเทศที่ต้องการได้ด้วยสื่อสังคม เพราะเครือข่ายดิจิทัลมีร่องรอยที่จะช่วยผู้ใช้พิจารณาตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ (credibility cues) เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งการป้อนข้อมูลที่เป็นสารสนเทศของสารสนเทศเพิ่มเติมไปเรื่อย ๆ (further meta-information) ตัวอย่างเครื่องมือที่มาจากสื่อเอกเทศก็เช่น การให้คะแนนโดยผู้บริโภคที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์มาก่อน ระบบกลั่นกรองร่วมกันและแนะนำสารสนเทศอัตโนมัติ (collaborative filtering and recommender systems) และบริการบนเว็บที่เอื้อให้ผู้คนร่วมมือในการแบ่งปันสารสนเทศออนไลน์กว้างขวางมากขึ้น อย่างเว็บไซต์เครือข่ายสังคม การค้นหาเว็บบนอินเทอร์เน็ต (social bookmarking) บล็อก วิกี เครื่องมือสื่อสาร และการแท็กคำด้วยภาษาเฉพาะกลุ่ม (folksonomies)

ตัวแปรที่กำหนดว่าผู้บริโภคชอบอะไรมากกว่ากัน ระหว่างสภาพแวดล้อมที่มีตัวกลางในการสื่อสารกับสื่อเอกเทศนั้น มักขึ้นอยู่กับสถานการณ์เป็นสำคัญ ทั้งนี้ ผู้บริโภคกลุ่มที่ชื่นชอบสื่อเอกเทศมากกว่าอาจเป็นคนที่ชอบอิสระ มั่นใจในความสามารถของตนเอง (self-efficacy) และอาจมีความรู้เฉพาะทางเกี่ยวกับสารสนเทศที่ต้องการแสวงหา เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว อย่างไรก็ตาม การสื่อสารโดยปราศจากตัวกลางก็ไม่ใช่ว่าไม่มีปัญหาเลย สิ่งที่ใช้ได้เป็นอย่างดีกับอุตสาหกรรมบันเทิง อย่างเครื่องมือวัดระดับความนิยม (rating tools) ของผู้ใช้ในการจัดอันดับภาพยนตร์ ดนตรี หนังสือ ฯลฯ อาจจะใช้ไม่ได้กับสาขาการแพทย์ สาขาวิทยาศาสตร์ หรือสาขาสุขภาพ เครื่องมือสร้างผลิตรายการหรือโปรแกรมประยุกต์ด้านสุขภาพจำเป็นต้องผ่านการทดสอบจนกว่าจะได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค ซึ่งไม่ง่ายเหมือนกับโปรแกรมประยุกต์ที่เน้นความสนุกแบบเฟซบุ๊ก เครื่องมือเหล่านี้ต้องมีทั้งความวางใจได้ ความรู้สึกปลอดภัย และผู้ใช้งานต้องสามารถเห็นประโยชน์อย่างชัดเจนได้ทันทีหลังจากใช้งานเสร็จ

คำถามข้อหนึ่งที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับแรงจูงใจที่ทำให้ผู้ใช้เต็มใจเข้าไปมีส่วนร่วมกับชุมชนเสมือนบนเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัยรุ่นหรือคนรุ่นใหม่ก็คือ การมีตัวตนที่สามารถมองเห็นได้ (visible) ที่เปรียบได้กับแรงกดดันทางสังคมหรือแรงกดดันจากเพื่อนฝูงในหมู่วัยรุ่น ทำให้พวกเขาต้องรักษาชื่อเสียงส่วนตัวของตนเองบนโลกออนไลน์อย่างเหนียวแน่น ดุติเสมอและเกิดการยอมรับล้นหลามจากเพื่อนเสมือนจริงเหล่านี้ ซึ่งแรงกดดันดังกล่าวทำให้มีผู้ใช้บางคนหันมาสร้างสารสนเทศลวง (fraud) และข้อมูลข่าวสารที่เป็นเท็จขึ้นมา เพื่อรักษาความชื่นชมในหมู่เพื่อนออนไลน์ไว้ให้นานที่สุด สารสนเทศลวงจึงเป็นสิ่งที่ผู้ใช้งานพบเจอได้บ่อย เพราะสร้างขึ้นมาง่ายกว่าการสื่อสารแบบมีตัวกลางหรือคนกลาง

### ความร่วมมือกัน

ความร่วมมือกัน หมายถึง การเชื่อมโยงกลุ่มบุคคลหนึ่งกับกลุ่มอื่นที่อาจมีจำนวนสมาชิกน้อยหรือจำนวนไม่มากพอ ให้ได้มีโอกาสปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน การแพทย์ 2.0 ก่อให้เกิดการรวมตัวกันบนอินเทอร์เน็ตของนักวิชาชีพด้านสุขภาพ นักวิจัย และผู้บริหาร ที่ใช้งานเครื่องมือ/วิธีการคล้ายคลึงกันมารวมอยู่ด้วยกัน การกระจุกตัวของกลุ่มผู้ใช้ที่หลากหลายย่อมส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกันของสาธารณชน ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ในเชิงของประเด็นวิจัย และความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ของผู้ใช้ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจด้านการดูแลสุขภาพของโลกเสมือน หรือสุขภาพยุค 2.0 แสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ในการแปลความรู้ หรือถอดบทเรียนจากผลการวิจัยออกมาเป็นรูปธรรมที่นำไปปฏิบัติได้ในโลกแห่งความจริง

### การเปิดเผย

การเปิดเผยเป็นอีกประเด็นที่สำคัญที่เกิดขึ้นในบริบทของเว็บ 2.0 โดยในระดับเทคนิค เว็บ 2.0 ตั้งอยู่บนหลักคิดของความโปร่งใส ความสามารถที่จะทำงานต่างระบบกันได้ (interoperability) การเปิดเผยรหัสของซอฟต์แวร์ และการมีส่วนต่อประสานที่เปิดกว้างเข้าใจง่าย แพลตฟอร์มโปรแกรมประยุกต์ด้านสุขภาพอย่าง HealthVault และ Google Health ต่างก็คุณสมบัติในการเปิดเผยข้อมูลทั้งสิ้น สิ่งสำคัญและมีผลต่อการพัฒนาปรัชญาเรื่องการเปิดเผยข้อมูลของเครื่องมือเว็บ 2.0 น่าจะเป็นความคาดหวังที่มาจากกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ใช้เฟซบุ๊ก (Facebook generation) นั่นคือ ความต้องการที่จะเข้าไปดู หรือเข้าถึงข้อมูลด้านสุขภาพของตนเองได้ เช่น การส่งออกข้อมูล การนำเข้าข้อมูลในรูปแบบไฟล์ XML

ขณะที่บริบทของเว็บ 2.0 ในระดับสังคม ก็คือ การเข้าถึงข้อมูลสุขภาพได้อย่างไม่จำกัด ไม่ว่าจะข้อมูลการวิจัย อาทิ วารสารที่เข้าถึงได้เสรี ชุดข้อมูลแบบเปิด และเอื้อให้สาธารณชนสามารถ

เข้าไปเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับกระบวนการวิจัยของนักวิชาชีพด้านการแพทย์และสุขภาพ อย่างเช่น การเปิดให้บุคคลทั่วไปพาทักษะวิจารณ์ผลการศึกษาหรือผลการวิจัยได้อย่างอิสระ เป็นต้น (open peer-review)

## 2. ความฉลาดรู้ทางโภชนาการ

คำว่า Nutrition literacy หมายถึง ความสามารถของปัจเจกบุคคลในการเข้าถึง ได้รับ ประมวลผล และทำความเข้าใจในสารสนเทศด้านโภชนาการขั้นพื้นฐาน ที่จำเป็นต่อการตัดสินใจ เกี่ยวกับการบริโภคอาหารเพื่อการดูแลรักษาสุขภาพ และเสริมสร้างสุขภาวะได้อย่างเหมาะสม นิยามดังกล่าวได้รับอิทธิพลมาจากความเคลื่อนไหวในเรื่องของแนวคิด Health literacy หรือความรู้ด้านสุขภาพ ซึ่งกำหนดโดยองค์การอนามัยโลก ในปี ค.ศ. 1998 (พ.ศ. 2541)

การประยุกต์แนวคิดเรื่อง Nutrition literacy ในประเทศไทย พบว่าการใช้คำเรียก Nutrition literacy ในวงวิชาการของไทยมีหลายคำ เช่น ความฉลาดรู้ทางโภชนาการ ความแตกฉานด้านโภชนาการ ความรอบรู้ด้านโภชนาการ การรู้เท่าทันทางโภชนาการ เป็นต้น ความหลากหลายในการเลือกใช้คำเรียก Nutrition literacy นั้น ขึ้นอยู่กับการตีความ และกำหนดขอบเขตบนฐานของประสบการณ์ และการปฏิบัติงานในแต่ละสาขาวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ อาหาร และโภชนาการ ซึ่งในวิทยานิพนธ์นี้เลือกใช้คำว่า ความฉลาดรู้ทางโภชนาการ ตามที่ อาจารย์สง่า ตามาพงษ์ อุปนายกสมาคมโภชนาการแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ใช้ในการนำเสนอแนวคิดดังกล่าว

แนวคิดเรื่อง ความฉลาดรู้ทางโภชนาการ มีความชัดเจนมากขึ้น เมื่อมีการจำแนกระดับของ Nutrition literacy ออกเป็น 3 ระดับ โดยยึดตามโมเดลของความรู้ด้านสุขภาพ (Health literacy) ดังนี้ (Gréa Krause, Beer-Borst, Sommerhalder, Hayoz, & Abel, 2018; Kaeodumkoeng & Thummaku, 2015)

1) ความฉลาดรู้ระดับพื้นฐาน (Functional literacy) เน้นไปที่ทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียน ซึ่งเป็นทักษะที่จำเป็นต่อการสร้างความเข้าใจและการใช้สารสนเทศทางโภชนาการในชีวิตประจำวัน ตลอดจนทักษะด้านการคำนวณตัวเลขหรือคณิตศาสตร์พื้นฐาน และความสามารถในการเสาะหาและประมวลผลสารสนเทศทางโภชนาการ เพื่อปรับปรุงการตัดสินใจเกี่ยวกับการเลือกและรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพให้ดียิ่งขึ้น ตัวอย่างของความฉลาดรู้ทางโภชนาการระดับพื้นฐานก็เช่น ความสามารถในการอ่านและแปลความหมายจากฉลากที่ติดอยู่กับผลิตภัณฑ์อาหาร เมนูอาหาร หรือป้ายระบุส่วนผสมประกอบที่สำคัญ และความสามารถในการทำความเข้าใจ

เกี่ยวกับแนวคิดทางโภชนาการขั้นพื้นฐานสำหรับบุคคลทั่วไปที่ไม่ใช่ นักวิชาชีพโภชนาการ และนักกำหนดอาหาร

2) ความฉลาดรู้ระดับปฏิสัมพันธ์ (Interactive literacy) ครอบคลุมทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง (cognitive) และทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคลที่จำเป็นต่อการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ให้คำปรึกษาด้านโภชนาการ ความฉลาดรู้ในระดับปฏิสัมพันธ์นี้ยังหมายถึงความสนใจของแต่ละบุคคลในการค้นหา สืบค้น และนำสารสนเทศด้านโภชนาการ ไปใช้เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารและการดูแลสุขภาพ อีกด้วย

3) ความฉลาดรู้ระดับวิจารณ์ญาณ (Critical literacy) ประกอบด้วย ความสามารถในการประเมินคุณภาพของสารสนเทศด้านโภชนาการ รวมถึงมีความเต็มใจที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมกับภาครัฐในการผลักดันให้เกิดการปรับปรุงภาวะทางโภชนาการที่ดีขึ้นทั้งต่อครอบครัว ชุมชน และสังคม

การพัฒนาความฉลาดรู้ทางโภชนาการให้กับบุคคล จึงมิใช่เพียงการมุ่งเน้นเฉพาะที่ความสามารถระดับพื้นฐานในการสร้างเสริมการเรียนรู้ทางโภชนาการ อาทิ การอ่าน การเขียน การแปลความหมาย ฯลฯ ซึ่งเป็นเพียงส่วนหนึ่งของความฉลาดรู้ในระดับพื้นฐาน แต่จะต้องมุ่งที่ “ทักษะ” ในระดับปฏิสัมพันธ์และระดับวิจารณ์ญาณ ซึ่งจะทำให้ประชาชนสามารถควบคุมพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารพร้อมกับดูแลสุขภาพให้ถูกต้องได้ เมื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์จริงซึ่งมักจะมีบริบทเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคมอยู่เสมอ

ต่อมามีแนวคิดในการเพิ่มระดับในขั้น Media literacy หรือการรู้เท่าทันสื่อ โดยให้ความหมายว่า คือ สภาวะที่เกิดจากความสามารถของบุคคลในการวิเคราะห์ความหมายของเนื้อความ ประเมิน คุณค่า และเจตนาที่สื่อนำเสนอผ่านเทคนิควิธีการต่าง ๆ ทำให้ต้อง เน้นการพัฒนาและสร้างการเรียนรู้สื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อสาธารณะที่มีอิทธิพลสูงมากต่อการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา และทุกสาขาอาชีพ การพัฒนาความฉลาดรู้ทางโภชนาการจึงมีตัวแปรที่ต้องคำนึงถึงคือ ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับบุคคล ได้แก่ อายุ เพศ เชื้อชาติ ภาษา ความสามารถในการเข้าถึงสังคม ความสามารถในการเรียนรู้ ความสามารถในการพึ่งพาตนเอง และความสามารถในการใช้สื่อ ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากอิทธิพลของครอบครัวและกลุ่มเพื่อน และปัจจัยเชิงโครงสร้างในสังคม ได้แก่ ระบบการศึกษา ระบบสุขภาพ และสื่อสาธารณะ

ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สารสนเทศ และความรู้ด้านโภชนาการ จึงจำเป็นต่อการพัฒนาความฉลาดรู้ของผู้บริโภค อย่างแยกกันไม่ออก สำหรับกลุ่มผู้รับผิดชอบในการสื่อสารข้อมูล สารสนเทศ และความรู้ด้านโภชนาการที่เผยแพร่สู่สาธารณชน จะต้องมีความถูกต้อง ทันสมัย น่าเชื่อถือ เข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว โดยเฉพาะข้อมูล สารสนเทศ และความรู้ตามกระแสข่าวที่ประชาชนกำลังให้ความสนใจ เพื่อป้องกันการเข้าใจผิดหรือหลงเชื่อ มีช่องทางการเผยแพร่ที่หลากหลายทั้ง สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อสารมวลชน หน่วยงานที่มีหน้าที่จัดทำ

และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สารสนเทศ และความรู้ด้านโภชนาการ จึงควรคำนึงถึงกลุ่มผู้บริโภค เป้าหมายทุกกลุ่ม มีการออกแบบรูปแบบนำเสนอที่เหมาะสมกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย เช่น คำนึงถึงขนาดตัวอักษรและสีที่เหมาะสม การเว้นพื้นที่ว่าง การใช้ข้อความสั้น ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ใช้แผนภาพ หรือภาพถ่ายประกอบในการสื่อความรู้ เป็นต้น

ประเด็นสำคัญถัดมา คือ การพัฒนาเทคโนโลยีและกระบวนการตรวจสอบข้อมูลข่าวสาร สารสนเทศ และความรู้ด้านโภชนาการ โดยสร้างความร่วมมือแบบภาคีเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้อง สถาบันการศึกษา และโรงพยาบาล สื่อสารมวลชน และภาคประชาชน เพื่อการเฝ้าระวัง ตรวจสอบข้อมูลข่าวสาร สารสนเทศ และความรู้ที่บิดเบือน ไม่ถูกต้อง และเป็นอันตรายต่อชีวิต โดยเฉพาะกลุ่มที่มีความรอบรู้ด้านโภชนาการต่ำ ควรจะต้องมีการชี้แจงและให้ความรู้ที่ถูกต้องกับสาธารณชนอย่างทันทั่วถึง เพื่อระงับยับยั้งสิ่งที่ไม่ถูกต้องเสียตั้งแต่ต้น รวมทั้งมีการพัฒนาระบบแจ้งเตือนสถานการณ์ และแหล่งที่มาของข้อมูลโภชนาการที่ไม่ถูกต้อง และไม่ตรงกับความเป็นจริง ซึ่งจำเป็นต้องใช้กฎหมายที่มีอยู่แล้วมาใช้บังคับอย่างเข้มงวด และจัดทำกฎหมายใหม่ในส่วนที่ยังไม่ครอบคลุม

ประเด็นสุดท้าย คือ การสร้างการรู้เท่าทันสื่อให้กับผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเสี่ยง เช่น เด็ก วัยรุ่น ผู้สูงอายุ ที่มีมักตกเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญของกลยุทธ์การโฆษณาชวนเชื่อของธุรกิจสินค้าอุปโภคและบริโภคต่าง ๆ อยู่เสมอ และมีแนวโน้มจะถูกชักจูงได้ง่าย ดังนั้น การคุ้มครองประชากรที่อยู่ในกลุ่มเสี่ยงให้สามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง จึงจะต้องมีกิจกรรมพัฒนาศักยภาพให้ผู้บริโภค/ผู้ใช้สารสนเทศด้านโภชนาการได้รู้วิธีการตรวจสอบข้อมูล สารสนเทศ และความรู้ที่ไม่ถูกต้อง ตลอดจนมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล ผู้ให้ข่าว ผู้ผลิตสารสนเทศ และผู้จัดทำสื่อ ก่อนที่จะตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการที่ได้รับมา

### 3. ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อสังคมออนไลน์กับสารสนเทศด้านโภชนาการ

สื่อสังคมออนไลน์เป็นวิธีการสื่อสารที่ช่วยเสริมสร้างปฏิสัมพันธ์ของคน ผ่านเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต รวมถึงโปรแกรมประยุกต์บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ สิ่งที่ทำให้เว็บไซต์สื่อสังคมน่าดึงดูดใจ อาจเป็นเพราะผู้ใช้สารสนเทศสามารถใช้งานสื่อเหล่านี้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย และยังทำให้ผู้ใช้งานสามารถติดต่อกับคนอื่นได้ทั่วโลก อย่างไรก็ตาม ปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ที่เพิ่มขึ้นมานั้นก็ได้ทำให้เกิดการแพร่กระจายของการปฏิสัมพันธ์นับล้าน และเกิดขึ้นทุก ๆ นาทีบนเว็บสื่อสังคม ด้วยเหตุนี้ แนวความคิดและลักษณะนิสัยทั้งทางบวกและทางลบที่ส่งผลต่อพฤติกรรมสุขภาพ ก็แพร่กระจายอย่างแพร่หลายตามไปด้วยอย่างไร้พรมแดน

สื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงวิธีการเข้าถึง เชื่อมต่อ และสื่อสารสารสนเทศอย่างสิ้นเชิง ในปี 2013 มีการรายงานว่ามี 1 ใน 4 ของประชากรโลกใช้สื่อสังคม และจำนวนรวมของผู้ใช้งานสื่อสังคมเพิ่มขึ้นจาก 1.47 พันล้านคนในปี 2012 กลายเป็น 1.73 พันล้านคนในปี 2013 หรือคิดเป็นร้อยละ 18 เลยทีเดียว กิจกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์อาจแบ่งออกได้ 4 กลุ่ม ได้แก่ การจัดพิมพ์เผยแพร่ การแบ่งปัน การอภิปราย และการสร้างเครือข่าย โดยทั่วไปแล้ว ไม่มีผู้ใช้คนใดจะเลือกใช้งานทั้ง 4 กลุ่มกิจกรรม ผ่านสื่อสังคมสื่อใดเพียงสื่อเดียว เพราะประเภทของสื่อสังคมมีให้เลือกอย่างหลากหลาย ครอบคลุมทั้งบล็อก เว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์สำหรับแบ่งปันภาพถ่าย และ เครือข่ายผู้เชี่ยวชาญ ในปัจจุบัน เครือข่ายสังคมยอดนิยม ได้แก่ Facebook Twitter YouTube Snapchat Instagram และ LinkedIn เครือข่ายสังคมนั้นมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชนในทุกแง่มุม และแน่นอนว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ย่อมส่งผลหรือมีอิทธิพลอย่างสูงต่อสุขภาพและโภชนาการในท้ายที่สุด

จากความนิยมที่เพิ่มขึ้นของอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์สื่อสังคม ส่งผลให้ปัจจุบัน แหล่งสารสนเทศที่ผู้คนเข้าถึงเพื่อให้ได้รับสารสนเทศด้านสุขภาพและโภชนาการมา มีความเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากเช่นกัน เว็บไซต์สื่อสังคมเหล่านี้ค่อย ๆ กลายเป็นแหล่งสารสนเทศปฐมภูมิที่ผู้ใช้มักถึงเป็นอันดับแรก เมื่อจำเป็นต้องแสวงหาสารสนเทศในเรื่องดังกล่าว มีการสำรวจพบว่า ร้อยละ 72 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในวัยผู้ใหญ่เข้าไปในโลกออนไลน์ เพื่อค้นหาสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของตนเอง ทั้งการแสวงหาแนวทางในการวินิจฉัยอาการเจ็บป่วย การค้นพบทางเลือกในการรักษา หรือแม้แต่ค้นหาข้อมูลของคนที่มีปัญหาสุขภาพแบบเดียวกัน เหล่านี้ล้วนแสดงถึงพัฒนาการของความสัมพันธ์ระหว่างสื่อสังคมและสารสนเทศด้านสุขภาพ อย่างไรก็ตาม ยังมีความสงสัยอยู่ว่าพัฒนาการดังกล่าวนี้แสดงถึงความสัมพันธ์เชิงบวกหรือเชิงลบกันแน่

ภาพที่เห็นจนชินตา คือ ผู้บริโภคมองหาความคิดเห็นต่าง ๆ ทางออนไลน์เกี่ยวกับสูตรอาหารเพื่อสุขภาพ และการตัดสินใจก่อนซื้ออาหารใด ๆ โดยการอ่านจากบล็อกและชุมชนสื่อสังคม แม้แต่การตัดสินใจในเรื่องธรรมดาอย่างเช่น มื้อเย็นนี้จะให้เด็กทานอาหารอะไร ผู้ปกครองก็ได้รับอิทธิพลผ่านสิ่งที่เห็นจากโฆษณาอาหารจานด่วน หรือโพสต์เกี่ยวกับมื้ออาหารสำเร็จรูปเพื่อสุขภาพที่มีขายในร้านสะดวกซื้อ ที่พบบนฟีดข่าวของเฟซบุ๊ก ตัวอย่างที่ยกมานี้ ล้วนแต่แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ตที่มากขึ้น ๆ โดยไม่ว่าสารสนเทศนั้นจะได้รับมาจากแหล่งที่มีชื่อเสียงหรือไม่ก็ตาม

การจะตรวจสอบว่าสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลมากน้อยเพียงใด อาจสังเกตได้จากการรณรงค์ผ่านสื่อสังคมเพื่อปรับปรุงภาวะทางโภชนาการของประชากร การใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างกว้างขวาง และแพร่หลาย ทำให้สื่อสังคมเป็นเครื่องมือที่ดีเยี่ยมสำหรับเพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชน การสื่อสารสารสนเทศด้วยวิธีรณรงค์ผ่านหลายช่องทางที่แตกต่างกันยังทำให้ผู้ใช้สามารถพัฒนาความรู้



และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างสมาชิกได้ ในอดีต การถ่ายทอดและให้การศึกษาด้านโภชนาการในพื้นที่ห่างไกลต้องประสบกับข้อจำกัดมากมาย ทั้งการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและแบนด์วิดท์ แต่ปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์และความแพร่หลายของอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มมากขึ้นทำให้เราสามารถทลายข้อจำกัดในอดีตลงไปได้

สำหรับบุคคลที่แสวงหาสารสนเทศเพื่อปรับปรุงภาวะทางโภชนาการของตนเอง สื่อสังคมนับเป็นแหล่งสร้างแรงจูงใจที่ยอดเยียม เพราะกระแสของสารสนเทศที่ไหลเวียนผ่านสื่อประเภทนี้แทบไม่มีวันหมดไปจากโลกออนไลน์ได้เลย นอกจากนี้ สื่อสังคมยังสามารถเชื่อมโยงผู้ใช้งานกับเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ช่วยให้ การติดตามข้อมูลสุขภาพและข้อมูลการออกกำลังกายของแต่ละคนเป็นเรื่องที่ง่ายตาย เว็บไซต์ที่น่าเสนอความรู้เฉพาะทางที่น่าเชื่อถือยังช่วยให้ประชาชนได้รับการสนับสนุนจากผู้อื่นที่มีภาวะร่างกายหรือประสบกับอาการเจ็บป่วยคล้ายคลึงกัน

จากมุมมองของนักการศึกษาด้านโภชนาการแล้ว เครื่องมือสื่อสังคมมีส่วนทำให้ผู้ประกอบการวิชาชีพด้านโภชนาการและอาหารเพื่อสุขภาพ สามารถเข้าถึงผู้ชมในวงกว้าง และเชื่อมต่อโดยตรงกับสาธารณชน สื่อสังคมได้กลายเป็นเส้นทางสายใหม่สำหรับการสื่อสารสารสนเทศด้านอาหารและโภชนาการ และยังเป็นทรัพยากรสารสนเทศที่ยอดเยียมสำหรับการให้คำปรึกษาด้านโภชนาการบนอินเทอร์เน็ต การให้ความรู้แก่ผู้ป่วย การสนับสนุนแบบเพื่อนช่วยเพื่อน (peer-to-peer support) และโครงการรณรงค์ด้านสาธารณสุข

นอกเหนือจากการเผยแพร่สารสนเทศให้กับผู้ใช้งานสื่อสังคมแล้ว ผู้ปฏิบัติงานด้านโภชนาการและนักกำหนดอาหารยังมีการใช้บล็อกและเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการเพื่อให้ความรู้แก่ประชาชน ดึงดูดผู้ใช้สารสนเทศหน้าใหม่ สร้างเครือข่าย ส่งเสริมหนังสือหรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ และสร้างตราสินค้าของนักวิชาชีพให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น แน่ใจว่า การใช้สื่อสังคมในการรณรงค์เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงสารสนเทศด้านสุขภาพและโภชนาการ ย่อมมีต้นทุนสูงและใช้เวลานานกว่าจะเห็นผล

ในมุมมองของผู้ปฏิบัติงานด้านโภชนาการและกำหนดอาหารแล้ว ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์มีส่วนช่วยให้เกิดการเผยแพร่สารสนเทศได้อย่างทันท่วงที ช่วยสร้างผลกระทบในเชิงบวกของสารสนเทศด้านสุขภาพให้เกิดขึ้นในวงกว้าง ขยายกลุ่มผู้รับ แบ่งปัน และใช้ประโยชน์จากสารสนเทศได้กว้างขึ้นหลากหลายขึ้น สารสำคัญที่ต้องการจะสื่อถูกส่งตรงถึงกลุ่มเป้าหมาย และอำนวยความสะดวกในการมีส่วนร่วม การสนทนา ความร่วมมือกัน และความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับสาธารณชน อย่างไรก็ตาม ไม่ได้หมายความว่า การใช้สื่อสังคมเพื่อรับสารสนเทศด้านสุขภาพและโภชนาการจะประสบความสำเร็จเสมอไป แม้ว่าสื่อสังคมเป็นตัวเลือกที่ดีในการเผยแพร่สารสนเทศ แต่ไม่ใช่ว่าสารสนเทศด้านโภชนาการทุกอย่างที่พบเจอบนเว็บไซต์เครือข่ายสังคมนั้นจะถูกต้องเสมอไป ข้ำร้ายยังเสี่ยงต่อผู้บริโภคที่จะได้รับสารสนเทศที่ทำให้เข้าใจผิดได้ง่ายด้วย เพราะสื่อสังคมนั้น

อนุญาตให้ใครก็ได้ แม้จะไม่ใช่ผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการ สามารถสื่อสารในวงกว้างกับผู้ใช้จำนวนมาก ดังนั้น การที่ผู้บริโภคเข้าใจสารสนเทศด้านโภชนาการ เลือกใช้ข้อมูลหลักฐานที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ และรู้จักวิธีการหาข้อมูลเชิงประจักษ์ได้ จึงมีความสำคัญต่อการใช้งานสื่อสารสนเทศออนไลน์เป็นอย่างยิ่ง บุคคลทั่วไปยังขาดทักษะเหล่านี้ และเมื่อรวมกับการไม่มีเวลามากพอที่จะค้นคว้าแสวงหาโพสต์ที่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพและโภชนาการ หลายคนไม่ได้ใช้ประโยชน์จากโภชนาการศึกษาที่ปรากฏอยู่บนสื่อสังคมมากเท่าที่ควร แต่กลับเลือกที่จะติดตามโพสต์ที่นำเสนอคำแนะนำที่ไม่ถูกต้องแทน

การให้ข้อมูลผิด ๆ บนสื่อสังคมออนไลน์นั้น ไม่ใช่ข้อเสียเพียงข้อเดียวของการใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมในฐานะแหล่งสารสนเทศด้านสุขภาพและโภชนาการ แต่ข้อเสียที่น่าเป็นห่วงที่สุดในการใช้สื่อสังคม คือ การติดกับดักของการเปรียบเทียบผู้อื่นกับตนเองอยู่ตลอดเวลา และการใส่ใจกับคำวิพากษ์วิจารณ์ของคนอื่นที่มีอยู่จำนวนมากจนเกินพอดี การสื่อสารบนโลกออนไลน์ได้สร้างแพชชั่นฉาบฉวย อุดมคติที่ไม่มีอยู่จริง และภาพฝังใจแบบผิด ๆ เช่น ผู้หญิงหุ่นดีที่ถ่ายรูปตัวเองลงอินสตาแกรม บอกเล่าเรื่องราวบนโพสต์ของเฟซบุ๊ก หรือเขียนบล็อกขึ้นมา แต่พิสูจน์ในเชิงวิทยาศาสตร์ไม่ได้ว่าใช้วิธีการใดในการทำให้มีสุขภาพดี รูปร่างดี เป็นต้น

เราไม่สามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบเชิงลบในการใช้สื่อสังคมเพื่อปรับปรุงสุขภาพและโภชนาการได้ แต่เราสามารถเลือกใช้วิธีการที่เหมาะสมที่สุดเพื่อหลีกเลี่ยงสารสนเทศที่ผิดได้ ขณะกำลังใช้อินเทอร์เน็ต ผู้ใช้ต้องคอยถามตัวเองว่า:

- ใครหรือองค์กรใดคือผู้ให้สารสนเทศ?
- แหล่งข้อมูลเป็นแหล่งที่มีชื่อเสียงหรือไม่?
- ข้อมูลที่เผยแพร่ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริง หรือมาจากความคิดเห็นส่วนบุคคลที่แฝงอคติ?
- องค์กรหรือผู้เขียนพยายามขายสินค้าหรือไม่?
- สารสนเทศนั้นถูกโพสต์มานานเท่าไรแล้ว?
- มีคนเคยตรวจสอบข้อมูลแล้วหรือไม่?
- สารสนเทศนั้นดูเกินจริงเกินไปหรือไม่?

หากผู้บริโภคไม่มีเวลามากพอที่จะตั้งคำถามข้างต้น วิธีการง่าย ๆ และรวดเร็วที่สุดที่จะได้รับสารสนเทศที่เชื่อถือได้ก็คือ การใช้งานเว็บไซต์สื่อสังคมของภาครัฐ อาทิ เฟซบุ๊กของศูนย์ข้อมูลข่าวสารด้านความปลอดภัยของอาหาร กระทรวงสาธารณสุข เว็บไซต์สุขภาพไทยของสำนักงานพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารสุขภาพ และ HealthTalk ของกลุ่มภารกิจข้อมูลข่าวสารด้าน

สุขภาพ สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ กระทรวงสาธารณสุข เป็นต้น หรือแม้แต่ติดตามเพจของนักวิชาชีพด้านสุขภาพและโภชนาการโดยตรง ที่ให้สารสนเทศที่อิงกับงานทางวิทยาศาสตร์ และรวบรวมมาจากแหล่งสารสนเทศที่มีชื่อเสียง

ในสังคมที่ขับเคลื่อนและก้าวไปข้างหน้าด้วยเทคโนโลยี มีโปรแกรมประยุกต์นับพันรายการที่ช่วยผู้บริโภคในการปรับปรุงสุขภาพของตนเอง แต่เพื่อให้มั่นใจว่าสารสนเทศที่ปรากฏบนโปรแกรมนั้นมีความถูกต้อง จำเป็นต้องมีการตรวจสอบว่าโปรแกรมประยุกต์นั้นได้ผ่านการรับรองจากนักโภชนาการหรือผู้เชี่ยวชาญแล้วหรือไม่ เพื่อพิสูจน์ความวางใจในบางเว็บไซต์ก่อนที่จะแชร์ต่อ บ่อยครั้งอาจต้องมองหาประวัติและข้อมูลส่วนตัวของผู้โพสต์ว่าเป็นใคร มีความสามารถในเรื่องที่โพสต์จริงหรือไม่ เรามีโอกาสดีที่จะใช้ประโยชน์จากสารสนเทศด้านสุขภาพและโภชนาการที่มีอยู่บนเว็บไซต์สื่อสังคม แต่ก็ต้องแน่ใจด้วยเช่นกันว่า เราไม่ได้ติดตามสารสนเทศที่ทราบมาผิด ๆ หรือคำแนะนำที่ผิด

คนส่วนใหญ่เห็นว่า การเสียเวลาหนึ่งวันเดินทางไปพบผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการไม่ใช่เรื่องจำเป็นอีกต่อไปแล้ว เมื่อเทียบกับการอ่านฟีดข่าว (newsfeed) บนสื่อสังคมที่เปลืองเวลาน้อยกว่ามาก ดังนั้น สื่อสังคมจึงเป็นทางเลือกที่ดีทางเลือกหนึ่งสำหรับการเข้าถึงสารสนเทศด้านสุขภาพและโภชนาการ สร้างแรงจูงใจ และเป็นช่องทางในการได้รับผลตอบกลับแบบบวก เพื่อการดูแลสุขภาพและวางแผนทางโภชนาการของตัวเอง หากมั่นใจว่าสารสนเทศนั้นมาจากแหล่งสารสนเทศที่มีชื่อเสียง สื่อสังคมออนไลน์ก็น่าจะเป็นแพลตฟอร์มที่ยอดเยี่ยมในการสื่อสารสารสนเทศด้านสุขภาพและโภชนาการ ในสังคมที่มีการเชื่อมโยงถึงกันมากขึ้นผ่านอินเทอร์เน็ต

#### 4. ทฤษฎีการประเมินความน่าเชื่อถือของสารสนเทศออนไลน์

ความน่าเชื่อถือ (Credibility) เป็นคำที่เกิดจากการผสมผสานแนวความคิดหลายอย่างเข้าด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นความสามารถที่จะเชื่อ (believability) ความเชื่อใจ ความเชื่อถือได้ ความถูกต้อง ความเป็นธรรม ความเป็นกลาง (Stacks & Salwen, 2009) นอกจากนี้ ความน่าเชื่อถือยังถูกนิยามว่าเป็นคุณลักษณะของแหล่งชี้ชวน (persuasive sources) คุณลักษณะของสารที่สื่อออกไปและโครงสร้างเนื้อหาสาระ และการรับรู้ของผู้ใช้สื่อ (M. J. Metzger, Flanagin, Eyal, Lemus, & McCann, 2003) อีกด้วย งานวิจัยในสาขาการสื่อสารหลายเรื่อง มุ่งศึกษา “ความน่าเชื่อถือ” ในเชิงของคุณลักษณะที่ทำให้แหล่งสารสนเทศมีค่าควรแก่การเชื่อถือ และการศึกษาอีกจำนวนไม่น้อยศึกษาเรื่องความน่าเชื่อถือในเชิงของคุณลักษณะที่ทำให้แหล่งหรือสารสนเทศมีความเป็นไปได้ที่จะเชื่อถือ (likely to be believed) (A. J. F. a. M. J. Metzger, 2008) ดังนั้น ความน่าเชื่อถือของแหล่งหรือสารสนเทศใด ๆ จึงเป็นการตัดสินใจจากมุมมองของผู้รับสารหรือผู้ใช้สารสนเทศเป็นสำคัญ (receiver-based judgment) ซึ่งมีทั้งการตัดสินใจแบบที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง เช่น

คุณภาพของสารสนเทศ หรือความถูกต้องของสารสนเทศ ควบคู่ไปกับการรับรู้ที่ขึ้นอยู่กับความชอบของแต่ละคน เช่น ความวางใจได้ ความเชี่ยวชาญ และความตั้งใจของแหล่งสารสนเทศ อาจกล่าวได้ว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลเดียวกันหรือสารสนเทศชิ้นเดียวกันอาจถูกตัดสินแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล

แต่เดิมา การศึกษาความน่าเชื่อถือของสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ตมักยึดโยงอยู่กับแนวทางที่ปฏิบัติตาม ๆ กันมา นั่นคือ การพิจารณาความน่าเชื่อถือของแหล่ง (source) ความน่าเชื่อถือของสาร (message) และความน่าเชื่อถือของสื่อกลาง (medium) อย่างไรก็ตาม ด้วยสภาพแวดล้อมของสารสนเทศในยุคดิจิทัลที่มีความซับซ้อนมากกว่าแหล่งสารสนเทศในอดีต ทั้งในเชิงปริมาณ คุณภาพ ธรรมชาติของสื่อ และการปฏิสัมพันธ์ผ่านเครือข่าย การประเมินความน่าเชื่อถือของสารสนเทศที่ปรากฏบนสื่อสังคมออนไลน์จึงไม่อาจจำกัดอยู่แค่เพียงการพิจารณาจากแหล่ง สาร และสื่อกลาง ได้อีกต่อไป เพราะยังมีร่องรอยความน่าเชื่อถืออื่น ๆ (credibility cues) ที่รอการค้นพบและพิสูจน์ว่าเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของสารสนเทศออนไลน์อยู่อีกเป็นจำนวนมาก

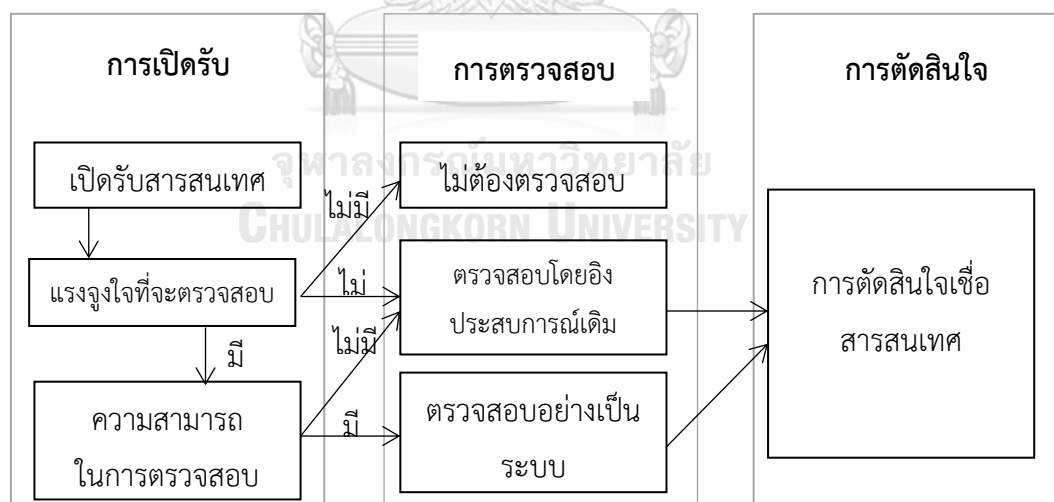
จากความจำเป็นที่จะต้องแสวงหาวิธีการใหม่ในการประเมินความน่าเชื่อถือของสื่อสังคมออนไลน์ นักวิจัยทางด้านความน่าเชื่อถือของสารสนเทศจึงได้ทำการวิจัยและนำเสนอแบบจำลองสำหรับประเมินความน่าเชื่อถือในยุคดิจิทัลออกมามากมาย ซึ่งอาจแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 แบบจำลองที่เน้นการประเมินความน่าเชื่อถือโดยอาศัยรายการตรวจสอบ (Checklist approach) เป็นวิธีการที่เกิดขึ้นพร้อมกันกับแนวคิดเรื่อง “การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล” (digital literacy) ของสมาคมห้องสมุดอเมริกัน ด้วยการนำเสนอทักษะที่จำเป็นต่อการประเมินสารสนเทศออนไลน์สำหรับผู้ใช้อินเทอร์เน็ต โดยให้การศึกษาอบรมแก่ผู้ใช้เพื่อให้สามารถประเมินค่าความน่าเชื่อถือของสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ตได้ด้วยตนเองได้ จากการพิจารณาความถูกต้องของสารสนเทศ ความเชี่ยวชาญของผู้ผลิตสารสนเทศ เนื้อหาสารสนเทศที่เป็นกลางปราศจากอคติส่วนตัว ความทันสมัยของสารสนเทศ และความครอบคลุมหรือขอบเขตของสารสนเทศ ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม มีงานวิจัยหลายชิ้นที่แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้สารสนเทศออนไลน์ประเมินความน่าเชื่อถือโดยอาศัยรายการตรวจสอบไม่ครบทุกรายการ ส่วนใหญ่มักพิจารณาเพียงแต่ความทันสมัย ความครอบคลุม และความ เป็นกลาง เท่านั้น ผู้ใช้น้อยคนนักที่จะพิจารณาความน่าเชื่อถือโดยดูจากความเชี่ยวชาญของผู้ผลิตสารสนเทศ (Andrew J & Miriam J, 2008; M. J. Metzger et al., 2003) ซึ่งจากผลการวิจัยที่ดำเนินการกันมาแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้สารสนเทศนำรายการตรวจสอบมาใช้ในการประเมินความน่าเชื่อถือของสารสนเทศออนไลน์เฉพาะรายการที่เข้าใจง่าย และตนเองนำมาใช้งานง่าย มากกว่ารายการตรวจสอบที่ตัวเองเข้าใจยากและสิ้นเปลืองเวลา

กลุ่มที่ 2 แบบจำลองการประเมินความน่าเชื่อถือโดยอาศัยแรงจูงใจและประสบการณ์ที่ผ่านมาของผู้ใช้สารสนเทศ (Motivation centered and heuristic approach) หรือที่ Metzger (2007)

เรียกว่า แบบจำลองการประมวลผลแบบคู่ขนาน (Dual processing model) ซึ่งมีประโยชน์สำหรับผู้ใช้สารสนเทศที่กำลังแสวงหาสารสนเทศเฉพาะทาง หรือทราบเป้าหมายที่ชัดเจนในการค้นหาสารสนเทศมาก่อนแล้ว คำว่า “การประมวลผลคู่ขนาน” หมายความว่า ในขณะที่ผู้ใช้กำลังประเมินความน่าเชื่อถือของสารสนเทศอยู่นั้น ผู้ประเมินอาศัยทั้ง 1) แรงจูงใจและความสามารถในการประเมิน และ 2) ประสบการณ์และความรู้เดิมของผู้ประเมิน ไปพร้อม ๆ กัน แยกออกจากกันไม่ได้ แบบจำลองของ (M. J. Metzger, 2007) แบ่งขั้นตอนของการประเมินความน่าเชื่อถือของสารสนเทศออกเป็น 3 ขั้นตอนย่อย ได้แก่ การเปิดรับ การตรวจสอบ และการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ

ขั้นตอนการเปิดรับสารสนเทศเป็นการสอบถามผู้ใช้เกี่ยวกับแรงจูงใจ และความสามารถในการตรวจสอบสารสนเทศว่ามีหรือไม่มี ขั้นตอนตรวจสอบเป็นการนำเสนอทางเลือกในการตรวจสอบสารสนเทศให้แก่ผู้ใช้ ทางเลือกเหล่านี้ยังครอบคลุมถึงทางเลือก “ไม่จำเป็นต้องตรวจสอบ” เอาไว้ด้วย สำหรับใช้ในกรณีที่มีเนื้อหาสารสนเทศที่ไม่จำเป็นต้องตรวจสอบความน่าเชื่อถืออย่างเข้มข้น ซึ่งการตรวจสอบโดยอิงจากประสบการณ์เดิมจะถูกนำมาใช้เพื่อประกอบการพิจารณาคุณลักษณะอย่างง่าย ๆ ของการนำเสนอสารสนเทศ เช่น การออกแบบ การจัดเรียงเลย์เอาต์ แต่หากผู้ใช้ต้องการประเมินความน่าเชื่อถือของสารสนเทศอย่างเข้มข้นและถูกต้อง ก็อาจเลือกตรวจสอบสารสนเทศอย่างเป็นระบบ (รายการตรวจสอบ) แทน ส่วนการตัดสินใจเชื่อจะเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการประเมินสารสนเทศออนไลน์ รายละเอียดดังภาพประกอบที่ 1



ภาพประกอบที่ 1 องค์ประกอบในการประเมินความน่าเชื่อถือของเว็บ ตามแบบจำลองการประมวลผลคู่ขนาน

#### 4.1 การเปิดรับสารสนเทศออนไลน์

การสื่อสารเป็นพื้นฐานของการติดต่อของกระบวนการสังคม ยิ่งสังคมมีความสลับซับซ้อนมาก และประกอบด้วยคนจำนวนมากขึ้นเท่าใด การสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้เพราะการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และสังคม จะนำมาซึ่งความสลับซับซ้อน หรือความสับสนต่าง ๆ จนอาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจและไม่แน่ใจแก่สมาชิกของสังคม ดังนั้น จึงต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว นอกจากนี้ สารสนเทศจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ ความต้องการสารสนเทศจะเพิ่มมากขึ้น เมื่อบุคคลนั้นต้องการสารสนเทศในการตัดสินใจ หรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง นอกจากนั้นสารสนเทศยังเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เปิดรับมีความทันสมัย สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ของโลกปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น

การเปิดรับสารสนเทศ หมายถึง การกระทำหรือพฤติกรรมที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งไม่ว่าจะเป็นการฟัง การอ่าน การดู การชม การพูดคุยกับบุคคล และการสนทนาผ่านสื่อ ผู้รับสารสนเทศแต่ละคนต่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสารสนเทศตามแบบเฉพาะของตนซึ่งแตกต่างกันไป โดยการเปิดรับเกิดจากพื้นฐาน 4 ประการ (Merrill & Lowenstein, 1921) ได้แก่

1. ความโดดเดี่ยว เมื่อบุคคลต้องอยู่อย่างโดดเดี่ยวไม่ได้ปฏิสัมพันธ์กับใคร ทางเลือกแรกที่น่าถึงก็คือ สื่อออนไลน์ต่าง ๆ ที่ช่วยได้ และบางคนอาจพอใจกับการอยู่กับสื่อออนไลน์มากกว่าการสื่อสารกับบุคคลจริงเพราะสื่อออนไลน์ปราศจากแรงกดดันทางสังคมในขณะสนทนา
2. ความอยากรู้อยากเห็น มนุษย์มีความสนใจใคร่รู้ในสิ่งต่าง ๆ อยู่แล้ว ดังนั้น สื่อสารมวลชนจึงถือเอาจุดนี้เป็นหลักสำคัญในการนำเสนอข้อมูล สารสนเทศ และความรู้ โดยเริ่มเสนอจากสิ่งใกล้ตัวไปจนถึงเรื่องที่ไกลตัวออกไป
3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์จะแสวงหาและใช้สารสนเทศเพื่อประโยชน์ของตนเอง เพื่อสนับสนุนความคิดของตนเอง สร้างชื่อเสียงและการยอมรับ ช่วยให้ตนเองสะดวกสบาย หรือให้ความบันเทิงใจแก่ตน โดยจะเลือกเปิดรับสารสนเทศที่ตัวเองต้องใช้ ความพยายามน้อยที่สุด (Least effort) แต่ได้ผลประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด (Promise of reward)
4. สื่อแต่ละอย่างมีคุณลักษณะเฉพาะ ซึ่งมีส่วนทำให้ผู้รับสารสนเทศแสวงหาและได้ประโยชน์จากสื่อต่าง ๆ แตกต่างกันไป

(Klapper, 1960) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเปิดรับสารสนเทศเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารใน การรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ชั้นตามลำดับดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและสารสนเทศจากแหล่งสารสนเทศที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่ง ตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้สารสนเทศของแต่ละคนก็ย่อมต่างกันไปด้วย บางคนถนัดที่จะฟัง มากกว่าอ่าน บางคนชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective attention) ผู้เปิดรับสารสนเทศมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจเนื้อหาที่ได้รับจากแหล่งสารสนเทศแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้าน ความเข้าใจ (Cognitive dissonance)

3. การเลือกที่จะรับรู้และแปลความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับสารสนเทศแล้ว ก็เชื่อว่ารับรู้สารสนเทศทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของผู้สื่อสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกที่จะรับรู้และตีความหมายสารสนเทศแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจแปลความหมายเฉพาะสารสนเทศที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคล ดังกล่าว นอกจากจะทำให้สารสนเทศบางส่วนถูกตัดทิ้งไป ยังมีการบิดเบือนสารสนเทศให้ไปในทิศทางที่น่าพอใจของผู้เปิดรับสารสนเทศแต่ละคนด้วย

4. การเลือกจดจำ (Selective retention) บุคคลจะเลือกจดจำสารสนเทศในส่วนที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่พิจารณาไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดของตนเอง สารสนเทศที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกรู้สึกดี ทัศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อเดิมของแต่ละคนให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้ง และมีสิ่งที่ทำให้ไม่สบายใจขึ้น

การเปิดรับสารสนเทศด้านสุขภาพนั้นเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับพฤติกรรมสุขภาพของแต่ละบุคคล โดยผ่านกลไกต่าง ๆ การเปิดรับสารสนเทศทำให้สามารถเข้าถึงเนื้อหาสาระด้านสุขภาพในภาพกว้าง และเฉพาะด้านอย่างเช่นด้านโภชนาการ ที่เป็นปัจจุบัน ด้วยการเปิดรับสารสนเทศจากแหล่งหรือสื่อสารสนเทศ อาทิ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต และการสนทนากับผู้อื่น ทั้งนี้การเปิดรับสารสนเทศด้านสุขภาพมีผลต่อการก่อร่างสร้างความคิดและความความเชื่อที่ส่งผลต่อพฤติกรรมสุขภาพได้ (Chen and other, 2018)

สำหรับประเภทของสารสนเทศที่ผู้ใช้สามารถเปิดรับได้บนเฟซบุ๊กนั้น Hilliard (2012) ได้สรุปประเภทของสารสนเทศด้านสุขภาพที่มีการโพสต์มากที่สุดบนสื่อสังคม 8 ประเภท ได้แก่

1. ข่าวสารความเคลื่อนไหว เช่น การแจ้งข่าว บทความที่อยู่ในความสนใจ ณ ปัจจุบัน
2. การถาม หรือ ตอบปัญหา
3. ภาพนิ่ง ภาพกราฟิกเคลื่อนไหว (เช่น ภาพอาหาร ภาพ GIF หรือ ตารางประกอบ)
4. วิดิทัศน์
5. เรื่องเล่าจากประสบการณ์ส่วนตัวของผู้โพสต์
6. ลิงก์เชื่อมโยงไปยังเพจอื่นหรือเว็บไซต์อื่น
7. โฆษณาเกี่ยวกับอาหาร ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกิจกรรม
8. ข้อความโต้ตอบ คำติชม หรือข้อเสนอแนะภายในโพสต์

สำหรับลักษณะการเปิดรับสารสนเทศนั้น Zhang (2012) ได้พัฒนาตารางพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมสำหรับสารสนเทศทางสุขภาพ แบ่งลักษณะการใช้เว็บไซต์ออกเป็น 5 กลุ่มลักษณะ ดังนี้

1. เน้นแสวงหาสารสนเทศ
2. เน้นการติดตาม
3. เน้นการพบสารสนเทศโดยบังเอิญ
4. เน้นแบ่งปันสารสนเทศ
5. เน้นการมีส่วนร่วม

เมื่อนำกลุ่มลักษณะมาเทียบกับลักษณะการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการ จัดกลุ่มได้ดังนี้

เน้นแสวงหาสารสนเทศ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● การเปิดรับจากนักโภชนาการ ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ให้คำปรึกษาด้านโภชนาการ</li> <li>● การเปิดรับจากบุคลากรทางการแพทย์</li> </ul>
เน้นการติดตาม	<ul style="list-style-type: none"> <li>● การเปิดรับจากบุคคลซึ่งเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางบนสื่อสังคมออนไลน์</li> </ul>
เน้นการพบสารสนเทศโดยบังเอิญ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● การเปิดรับจากเพื่อน (เช่น เพื่อนเป็นผู้โพสต์ แชร์โพสต์บนฟีดข่าว แชร์โพสต์นั้นมาให้)</li> </ul>
เน้นแบ่งปันสารสนเทศ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● การเปิดรับจากสมาชิกในครอบครัว</li> </ul>



---

เน้นการมีส่วนร่วม

- การเปิดรับจากเพจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ โภชนาการ
  - การเปิดรับจากเพจของสถาบันการศึกษาที่จัดการเรียน การสอนด้านโภชนาการ
- 

#### 4.2 การตรวจสอบสารสนเทศออนไลน์

การตรวจสอบสารสนเทศมีเป็นขั้นตอนหนึ่งในการประเมินสารสนเทศ แต่มีความแตกต่างในวิธีการ พฤติกรรมการตรวจสอบสารสนเทศนั้นมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความน่าเชื่อถือในการ ได้รับสารสนเทศ การตรวจสอบสารสนเทศเป็นกระบวนการหนึ่งในกิจกรรมการรวบรวมสารสนเทศ เป็นกระบวนการที่มีความต่อเนื่อง และเป็นระบบ ช่วยในการตัดสินใจความน่าเชื่อถือนั้น อย่างไรก็ตาม การตรวจสอบสารสนเทศนั้นยังแตกต่างกันตามประเภทของสารสนเทศ โดยความพยายามที่จะ ตรวจสอบความน่าเชื่อถือในการอ้างอิงสารสนเทศ ได้แก่ ข้อเท็จจริงต่าง ๆ หรือ สิ่งที่ไม่ใช่ข่าว เช่น สารสนเทศที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ เป็นต้น มากกว่าสารสนเทศที่เป็นสารสนเทศที่มีเนื้อหาเป็น ความบันเทิง (Flanagin & Metzger, 2000; Martin, 2016; M. J. Metzger, 2007)

จากการศึกษาของ Metzger (2007) พบว่า พฤติกรรมในการตรวจสอบสารสนเทศบน เว็บไซต์ที่มีการใช้งานบ่อยนั้น แบ่งออกเป็น 9 พฤติกรรม ได้แก่

- 1) พิจารณาความทันสมัยของสารสนเทศ
- 2) พิจารณามุมมองของผู้โพสต์ว่าเป็นข้อเท็จจริงหรือข้อคิดเห็น
- 3) พิจารณาความครบถ้วนของสารสนเทศ
- 4) สามารถเปรียบเทียบสารสนเทศกับแหล่งอื่น ๆ ได้
- 5) พิจารณาเป้าหมายของผู้โพสต์
- 6) พิจารณาความน่าเชื่อถือของเพจ หรือผู้โพสต์
- 7) พิจารณาความเป็นทางการของผู้โพสต์
- 8) พิจารณาความมีอยู่จริงของโพสต์
- 9) พิจารณาคูณสมบัติหรือการรับรองเนื้อหา

**Food & Nutrition addict**  
26 กันยายน 2016 · 🌐

**พิจารณาความทันสมัยของสารสนเทศ**

ไม่ควรล้างไก่ดิบก่อนปรุงอาหารจริงหรือ

เมื่อวานคนส่งพ่อไก่สดนี้มาให้เอะฉรับ แล้วก็มีคนส่งข้อความมาถามว่าจริงไหม ไม่ควรล้างไก่ดิบก่อนปรุงอาหารจริงหรือ


สำหรับเรื่องนี้มีความจริงนะครับ เพราะไก่ดิบมันมีเชื้อแบคทีเรีย campylobacter กับ salmonella ที่ทำให้คนกินเกิดอาการท้องเสียได้บ่อย ๆ แล้วเวลานำเนื้อไก่มาล้างน้ำนี้ น้ำที่ล้างไก่ดิบอาจจะมียูเรียแบคทีเรียที่ว่าปนเปื้อนมาด้วย

ถ้ามันกระเซ็นไปโดนถ้วยชามหรือสิ่งอื่นก็จะทำให้เชื้อโรคไปเจริญเติบโตบนนั้น หากมีคนหยิบจานชามพวกนั้นไปใช้หรือเอามือไปหยิบจับแล้วเอาไปหยิบอาหารอื่นกินต่อ ก็ติดเชื้อ และท้องเสียได้ครับ

ดังนั้นในต่างประเทศเลยแนะนำกันว่า ไม่จำเป็นก็ไม่ต้องล้างไก่ก็สามารถนำไปปรุงอาหารได้เลย เพียงแต่เวลาเก็บไก่ดิบในตู้เย็น ให้อ่างไว้ล้าง ๆ หน่อย เพื่อให้ น้ำจากเนื้อไก่มันไม่ไหลไปโดนอาหารอื่น ๆ ทำให้ปนเปื้อนเชื้อแบคทีเรียที่ว่าได้

หรือถ้าไก่ดิบที่จะเอามาทำอาหารมีอกหรือคราบสกปรก ก็ใช้กระดาษเช็ดเอา และเมื่อทำอาหารแล้วควรทำความสะอาดอ่างล้างหรือมิดที่ใช้พื้นไก่ดิบทุกครั้ง เท่านั้นก็ปลอดภัยแล้วครับ

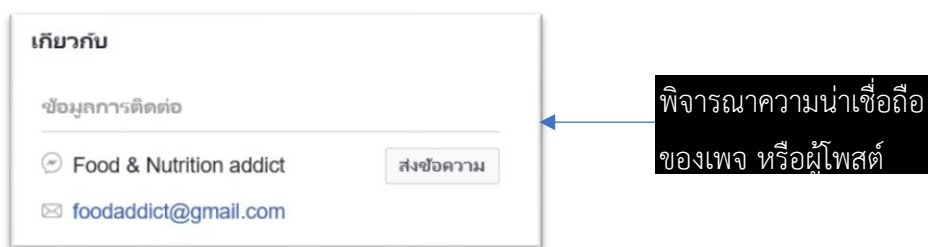
อ้างอิง  
<https://www.food.gov.uk/news-updates/campaigns/campylobacter/true-2014>  
<http://www.telegraph.co.uk/news/health/news/10902126/Don't-wash-raw-chicken-health-experts-warn.html>



ภาพประกอบที่ 2 พฤติกรรมในการตรวจสอบสารสนเทศบนเว็บไซต์

พิจารณาความครบถ้วนของสารสนเทศ  
 พิจารณามุมมองของผู้โพสต์ว่าเป็น  
 ข้อเท็จจริงหรือข้อคิดเห็น  
 พิจารณาเป้าหมายของผู้โพสต์  
 พิจารณาความมืออยู่จริงของโพสต์  
 พิจารณาคุณสมบัติหรือการรับรองเนื้อหา

สามารถเปรียบเทียบ  
 สารสนเทศ  
 กับแหล่งอื่น ๆ ได้



ภาพประกอบที่ 3 พฤติกรรมในการตรวจสอบสารสนเทศบนเว็บไซต์

นอกจากนี้แล้ว Metzger (2007) ได้กล่าวถึงการพิจารณาตรวจสอบสารสนเทศบนเว็บไซต์มีปัจจัยที่สำคัญอีกมากมายสำหรับการประเมินความน่าเชื่อถือบนเว็บไซต์ ได้แก่

- 1) การลงวันที่ของสารสนเทศล่าสุดของสารสนเทศ
- 2) แหล่งอ้างอิง
- 3) การอ้างอิงข้อมูล
- 4) การระบุตัวตนของผู้แต่งหรือผู้รับผิดชอบเนื้อหา
- 5) คุณสมบัติของผู้แต่งหรือผู้รับผิดชอบเนื้อหา
- 6) ข้อมูลการติดต่อ
- 7) โฆษณา
- 8) นโยบายความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยในการใช้งาน
- 9) การรับรองจากบุคคลที่น่าเชื่อถือ
- 10) การออกแบบหน้าตาเว็บไซต์
- 11) มีการจัดวางเนื้อหาที่ดี เป็นระเบียบ สามารถใช้ได้ง่าย
- 12) ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรที่มีชื่อเสียง
- 13) มีบรรณาธิการ หรือกระบวนการตรวจทานเนื้อหา
- 14) ลิงก์ต่าง ๆ สามารถใช้งานได้ปกติ
- 15) เนื้อหามีความชัดเจนและคุณภาพ
- 16) ความเร็วในการดาวน์โหลดเว็บไซต์
- 17) มีข้อความแจ้งข่าว
- 18) มีความสามารถในการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งาน
- 19) ชื่อเสียงและประสบการณ์ที่ผ่านมาของเว็บไซต์
- 20) ชื่อโดเมน และ URL

- 21) ความสามารถในการตรวจสอบ และร้องเรียนได้
- 22) ความครอบคลุมของสารสนเทศ
- 23) การจัดอันดับจาก Search engine
- 24) การเข้าถึงสารสนเทศที่มีค่าใช้จ่าย
- 25) ความน่าเชื่อถือที่สามารถโต้แย้งได้

จากปัจจัยที่ได้กล่าวมานั้น สามารถสรุปได้ว่าการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการ เป็นวิธีการที่ผู้ใช้งานเพชบุ๊กนำมาใช้พิจารณาสารสนเทศด้านโภชนาการตามที่ปรากฏบนโพสต์ว่ามีความน่าเชื่อถือหรือไม่

#### 4.3 การตัดสินใจเชื่อสารสนเทศออนไลน์

การตัดสินใจเชื่อสารสนเทศเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการประเมิน เป็นการตัดสินใจประเมินความน่าเชื่อถือของสารสนเทศที่ผู้ใช้งานสื่อสังคมเลือกที่จะเชื่อหรือไม่เชื่อสารสนเทศตามที่ปรากฏบนโพสต์หลังจากที่ได้ตรวจสอบสารสนเทศ ด้วยวิธีการต่าง ๆ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว (Metzger, 2007) ซึ่ง (Lim, 2013) นำมาจำแนกย่อยออกเป็นปัจจัย 6 ด้าน ได้แก่

1. ความน่าเชื่อถือของเนื้อหาบนโพสต์
2. ความรู้เดิมที่สัมพันธ์กับเนื้อหาบนโพสต์
3. ความพยายามที่จะทำความเข้าใจเนื้อหาบนโพสต์
4. เนื้อหาบนโพสต์มีความเกี่ยวข้องกับกิจวัตรประจำวัน
5. การพิจารณาองค์ประกอบของโพสต์อย่างผิวเผิน
6. การรับรองโดยบุคคลอื่นที่ยืนยันเนื้อหาบนโพสต์

โดยปัจจัยในแต่ละด้านนั้นมีรายละเอียดแสดงประเด็นย่อย ดังนี้

ประเด็นปัจจัย	ประเด็นย่อย
ความน่าเชื่อถือของเนื้อหาบนโพสต์	1. โพสต์ที่ได้อ่านมีเนื้อหาถูกต้อง
	2. ข้อมูลในโพสต์สามารถตรวจสอบกับแหล่งอื่นได้
	3. โพสต์มีข้อเท็จจริงที่สำคัญต่อหัวข้อเรื่อง
	4. โพสต์ที่อ่านดูแล้วคิดว่าน่าจะเชื่อถือได้
ความรู้เดิมที่สัมพันธ์กับเนื้อหาบนโพสต์	5. ความรู้เดิมเกี่ยวกับเรื่องที่ได้อ่าน
	6. ความคุ้นเคยเกี่ยวกับเรื่องที่ได้อ่าน

ความพยายามที่จะทำความเข้าใจเนื้อหาบนโพสต์	7.	ความเครียดในขณะที่อ่านโพสต์
	8.	ความรู้สึกรวอกแวกขณะอ่านโพสต์
	9.	ความจริงจังในการอ่านโพสต์
เนื้อหาบนโพสต์มีความเกี่ยวข้องกับกิจวัตรประจำวัน	10.	หัวข้อของโพสต์สัมพันธ์กับตัวเอง
	11.	โพสต์นี้เป็นสิ่งที่ค้างคาใจมานานแล้ว
	12.	โพสต์นี้ทำให้นึกถึงประเด็นที่อยู่ในความสนใจของตัวเอง
การพิจารณาองค์ประกอบของโพสต์ อย่างผิวเผิน	13.	เกิดแรงจูงใจในการค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับเรื่องที่ได้อ่าน
	14.	รายการอ้างอิงในเนื้อหา
	15.	แฮชแท็ก (Hashtag)
	16.	ข้อความเตือนที่ปรากฏในโพสต์
การรับรองโดยบุคคลอื่นที่ยืนยันเนื้อหาบนโพสต์	17.	ลิงก์เพื่อเชื่อมโยงไปยังแหล่งอื่นๆ
	18.	ภาพประกอบในเนื้อหา
	19.	การรับรองจากเพื่อนและ/หรือคนรู้จัก
	20.	การรับรองจากคนอื่นที่ไม่ใช่เพื่อนและ/หรือคนรู้จัก
	21.	การรับรองจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่อง

## 5. การตัดสินใจเชื่อสารสนเทศออนไลน์ของวัยรุ่น

สื่อดิจิทัลนำเสนอประเด็นพิเศษเกี่ยวกับวัยรุ่น อย่างไรก็ตามในปัจจุบันงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความน่าเชื่อถือนั้นมุ่งไปยังประเด็นของข่าวสาร สุขภาพหรือการแพทย์ และสารสนเทศเชิงพาณิชย์ ซึ่งส่วนใหญ่มักมีการคิดว่าเป็นประเด็นสำหรับผู้ใหญ่ หรือเป็นหัวข้อที่นำเสนอใจของผู้ใหญ่ ดังนั้นจึงมีงานวิจัยที่มุ่งประเด็นไปยังเรื่องเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือและวัยรุ่นน้อยมาก แม้ว่าในความเป็นจริงวัยรุ่นนั้นจะเป็นผู้ที่แสวงหาสารสนเทศมากมาย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการงานในชั้นเรียนหรือเรื่องส่วนตัว อย่างไรก็ตาม วัยรุ่นนั้นมีการแสวงหาสารสนเทศประเภทสื่อดิจิทัลที่แตกต่างกับผู้ใหญ่ ขณะที่ผู้ใหญ่จะแสวงหาสารสนเทศด้านการแพทย์ในการรักษาหรือโรคติดต่อ วัยรุ่นนั้นชอบที่จะแสวงหาเรื่องกับสุขภาพ เช่น การออกกำลังกาย หรือการควบคุมอาหาร หรือเรื่องเกี่ยวกับเพศ

ความน่าเชื่อถือของสารสนเทศที่ได้จากสื่อดิจิทัลมีความสำคัญต่อวัยรุ่น ไม่ใช่เพราะพวกเขาเป็นผู้ที่แสวงหาสารสนเทศที่มีความกระตือรือร้น แต่ยังมี ความแตกต่างที่สำคัญระหว่างวัยรุ่นและผู้ที่ไม่แสวงหาข้อมูลสำหรับผู้ใหญ่ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเป้าหมายการแสวงหาสารสนเทศของพวกเขา

เปรียบเทียบกับผู้ใหญ่แล้ว วัยรุ่นมักจะใช้เวลากับสื่อดิจิทัลมาก และเติบโตมากับสภาพแวดล้อมเช่นนี้นอกจากนี้ยังมีหลักฐานว่าวัยรุ่นเข้าถึงสารสนเทศด้วยสื่อดิจิทัลมากกว่าผู้ใหญ่ และใช้เป็นเครื่องมือเพื่อการแสวงหาสารสนเทศได้อย่างเป็นธรรมชาติมากกว่าผู้ใหญ่

ในที่จริงแล้ว บรรณารักษ์ และนักวิชาการศึกษา ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการลดลงในการใช้บริการทางกายภาพของห้องสมุด ตั้งแต่มีอินเทอร์เน็ต และฐานข้อมูลเพื่อการสืบค้น แนวโน้มจากสถิติของห้องสมุดมหาวิทยาลัยหลายแห่งแสดงให้เห็นถึงการใช้ห้องสมุดที่ลดลง แต่มีการใช้งานของสื่อเสมือนจริงมากขึ้น นอกเหนือจากการค้นหาสารสนเทศเพื่อวัตถุประสงค์ทางวิชาการแล้ว วัยรุ่นยังมีการใช้งานสื่อดิจิทัลเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ ในชีวิตประจำวันด้วย โดยใช้สื่อดิจิทัล เช่น เว็บไซต์เครือข่ายสังคม การสร้างกลุ่มสนทนา การเล่นเกม อีเมล และการส่งข้อความหากัน การไว้ใจในสื่อดิจิทัลอย่างมากนั้น อาจเป็นผลมาจากความกดดันทางสังคมที่วัยรุ่นได้รับมากขึ้น และใช้เพื่อสื่อสารต่อตนเองมากกว่าผู้ใหญ่ จากการศึกษาแสดงให้เห็นว่า สังคมและกลุ่มคนที่ใช้แอปพลิเคชันจากสื่อดิจิทัล เช่น เว็บไซต์เครือข่ายสังคม ได้รับความนิยมนอกจากวัยรุ่นมาก และวัยรุ่นอาจจะรู้สึกต้องการโอกาสในการขยายความต้องการติดต่อสื่อสาร และค้นหาผู้ที่ชี้นำความคิดจากสื่อเหล่านี้ บางครั้งอาจจะใช้ประโยชน์จากโอกาสนี้ในการสร้างความน่าเชื่อถืออย่างรวดเร็ว ในขณะที่เดียวกัน วัยรุ่นยังเลือกที่รับรู้ถึงความเสี่ยงในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลในขณะที่ใช้งานแอปพลิเคชันเหล่านั้นน้อยลง เพราะอาจจะคิดว่าได้รับผลกระทบจากความเสี่ยงทางการเงินและการระบุตัวตนมากกว่าผู้ใหญ่ การนำเสนอประเด็นความน่าเชื่อถือที่ซับซ้อนนี้ ก็กับการพิจารณาความน่าเชื่อถือของบางคนที่มีปฏิสัมพันธ์กับสื่อและไม่เฉพาะวัยรุ่น แต่อาจเป็นเรื่องของประชากรทั้งหมดก็ได้

การที่วัยรุ่นยังขาดประสบการณ์ที่สัมพันธ์กับชีวิตจริง มาจากการที่วัยรุ่นยังขาดประสบการณ์ที่สัมพันธ์กับชีวิตจริง เมื่อเทียบกับผู้ใหญ่อาจทำให้วัยรุ่นมีความเสี่ยงที่จะรับความน่าเชื่อถือที่อาจเป็นแหล่งสารสนเทศที่ผิดพลาด เนื่องจากการประเมินความน่าเชื่อถือนั้น ต้องอาศัยประสบการณ์ส่วนตัว ความรู้ ชื่อเสียง และการตรวจสอบทรัพยากรในกลุ่มวัยรุ่นนั้นยังขาดประสบการณ์ชีวิต ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ใหญ่ส่วนใหญ่ นอกจากนี้วัยรุ่นยังมีประสบการณ์และความรู้เกี่ยวกับสื่อ ซึ่งอาจทำให้ยากสำหรับพวกเขาที่จะทำความเข้าใจความแตกต่างในมาตรฐานจากสื่อที่หลากหลายช่องทาง เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ใหญ่ที่โตมาในโลกที่ช่องทางและสื่อที่น้อยกว่า ดังนั้นวัยรุ่นอาจไม่มีความสงสัยจากสื่อดิจิทัลในระดับเดียวกับผู้ใหญ่ เพราะสื่อเหล่านี้ไม่ได้ถูกมองว่าใหม่สำหรับผู้ที่ใช้ที่เป็นวัยรุ่น

นอกเหนือจากความแตกต่างในเรื่องของประสบการณ์ วัยรุ่นยังแตกต่างจากผู้ใหญ่ในด้านการพัฒนาการเรียนรู้ วัยรุ่นอาจมีปัญหาในการรับสารสนเทศดิจิทัลที่ผิดพลาด และไม่สามารถแยกแยะแหล่งสารสนเทศที่น่าเชื่อถือ กับตัวสารสนเทศได้เท่ากับผู้ใหญ่ที่มีความรู้ความเข้าใจมากกว่า หลักฐานแสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นนั้นยากที่จะแยกแยะสารสนเทศเชิงพาณิชย์กับสารสนเทศที่ไม่ใช่สารสนเทศเชิงพาณิชย์ออกจากกันได้

แม้ว่าความแตกต่างของประสบการณ์ และการพัฒนาในการทำความเข้าใจนั้นมีความท้าทายอย่างมากสำหรับการประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งสารสนเทศดิจิทัล เป็นเรื่องไม่ยากนักที่จะสรุปว่าวัยรุ่นนั้นยังคงเสียเปรียบมากกว่าเมื่อนำไปเทียบกับผู้ใหญ่ในการพิจารณาความน่าเชื่อถือ ลักษณะของวัยรุ่นนั้นเป็นทั้งความท้าทาย และโอกาส ในแง่หนึ่งวัยรุ่นอาจเป็นกลุ่มเป้าหมายที่อ่อนกว่าเนื่องจากมีลักษณะที่พิเศษ และในอีกแง่หนึ่ง การประเมินความน่าเชื่อถือของสารสนเทศนั้นมีการกระจายอยู่ในเครือข่ายสังคม สิ่งสำคัญ คือ ข้อได้เปรียบที่น่าสนใจสำหรับเยาวชนซึ่งมักมีการเชื่อมต่อกันมากกว่าเมื่อเทียบกับผู้ใหญ่ ในกรณีนี้ผู้ใช้ที่เป็นวัยรุ่นอาจมีความพร้อมมากกว่าผู้ใหญ่ในการเผยแพร่สารสนเทศที่เกี่ยวข้องได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพผ่านเครือข่ายสังคมของตนเอง

ความน่าเชื่อถือนั้นไม่ใช่สิ่งแรกที่วัยรุ่นให้ความสนใจเมื่อใช้สื่อดิจิทัล แม้อาจมีข้อผิดพลาดได้ 2 มิติก็ตาม มิติแรกวัยรุ่นจะมีความกังวลเกี่ยวกับความถูกต้อง หรือความน่าเชื่อถือของสารสนเทศเมื่อพบและใช้ในงานที่เกี่ยวกับการเรียน มิติที่สองวัยรุ่นจะให้ความสนใจกับผู้คนที่น่าเชื่อถือที่พวกเขาอาจจะเคยเจอในโลกเสมือนจริง ความกังวลทั้ง 2 ประการนี้ไม่น่าแปลกใจ เพราะแรงจูงใจทางวิชาการและทางสังคมนั้น มีความพร้อมที่ผู้คนใช้สื่อดิจิทัล สำหรับปัญหาเรื่องปัญหาในด้านความน่าเชื่อถือ วัยรุ่นระบุว่าจำเป็นต้องใช้ความระวังและใช้ขั้นตอนที่มีความจำเป็นในการตรวจสอบเป็นขั้นไปในการวิจัยเพื่อตรวจสอบแหล่งสารสนเทศดิจิทัล ไม่ว่าจะเกิดความท้าทายที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ที่ไม่รู้มาก่อน และไม่น่าเป็นไปได้ก็ตาม (Flanagin & Metzger, 2008).

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบและตัดสินใจเชื่อสารสนเทศออนไลน์สามารถแบ่งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องออกเป็นงานวิจัยไทย 1 เรื่อง และงานวิจัยต่างประเทศจำนวน 4 เรื่อง รายละเอียดดังนี้

#### งานวิจัยในประเทศไทย

(กรรณา จินถนอม, 2008) ได้ศึกษาการรับรู้ความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์สุขภาพ และศึกษาแนวทางการสืบค้นข้อมูลสุขภาพของผู้ใช้เว็บไซต์สุขภาพในการทำวิจัย เพื่อหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับสุขภาพ และผู้ที่ไม่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้เว็บไซต์ให้ความสำคัญปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความน่าเชื่อถือเรียงลำดับคะแนน 10 ปัจจัยแรก คือ

- 1) ข้อมูลที่เผยแพร่มาจากแหล่งที่มาชัดเจน ตรวจสอบได้

- 2) ข้อมูลที่เผยแพร่บนเว็บไซต์เป็นข้อมูลที่ทันสมัย
- 3) ผู้สร้างเว็บไซต์เป็นองค์กรหรือบุคคลที่น่าเชื่อถือ
- 4) มีการระบุวันที่ที่มีการปรับปรุงล่าสุด
- 5) มีการแบ่งประเภทข้อมูลได้ชัดเจน
- 6) ภาษาที่ใช้ในเว็บไซต์อ่านเข้าใจง่าย
- 7) มีการออกแบบเส้นทางที่ง่ายต่อการค้นหาข้อมูล
- 8) มีภาพประกอบเนื้อหาชัดเจน
- 9) มีการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่นที่เชื่อถือได้
- 10) มีการเชื่อมโยงที่ถูกต้อง

#### งานวิจัยต่างประเทศ

Chen และคนอื่น ๆ (2018) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพจากเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารและการเชื่อมโยงกับพฤติกรรมสุขภาพ ผลการศึกษาพบว่าการเปิดรับสารสนเทศสุขภาพมาจากหลายแหล่ง ทั้งแบบดั้งเดิม (โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร) อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์สื่อสังคม และการส่งข้อความ ส่วนใหญ่เคยเปิดรับสารสนเทศด้านสุขภาพจากแหล่งสารสนเทศแบบดั้งเดิม รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต สื่อสังคม และการส่งข้อความตามลำดับ และผู้ที่มีการศึกษาน้อยและรายได้น้อย มักไม่ได้เปิดรับสารสนเทศทางสุขภาพจากเว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต และสื่อสังคม

ผลการวิจัยของ (Lee & Sundar, 2013) ในตรวจสอบและตัดสินใจเชื่อถือสารสนเทศ ในบริบทการตรวจสอบและตัดสินใจความน่าเชื่อถือของทวิตเตอร์ (Twitter) ซึ่งเป็นสื่อสังคมประเภทไมโครบล็อก (Micro-blog) โดย Lee & Sundar เลือกศึกษาการตัดสินใจความน่าเชื่อถือข้อความสุขภาพในทวิตเตอร์ในด้านผู้ทวิตที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพและบุคคลทั่วไป และจำนวนของผู้ติดตาม ผลการศึกษาพบว่าหากข้อความหรือสารสนเทศที่เผยแพร่มาจากผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก เมื่อเปรียบเทียบกับบุคคลทั่วไปที่มีผู้ติดตามจำนวนมากเช่นเดียวกัน ผู้เชี่ยวชาญนั้นจะได้รับความน่าเชื่อถือมากกว่าบุคคลทั่วไป



ผลการศึกษาศึกษาการพิจารณาความน่าเชื่อถือสารสนเทศสุขภาพของ (Syn & Kim, 2013) พบว่า ผู้ใช้สารสนเทศพิจารณาความน่าเชื่อถือสารสนเทศสุขภาพจากองค์การทางการแพทย์มากที่สุด และเชื่อถือสารสนเทศด้านสุขภาพจากเพื่อนน้อยที่สุด

การศึกษาอิทธิพลต่อความน่าเชื่อถือของหนังสือของผู้ใช้และผู้เชี่ยวชาญในการจัดอันดับหนังสือบนเว็บไซต์ของ (Lim & Steffel, 2015) ผลการศึกษาพบว่าการจัดอันดับโดยผู้เชี่ยวชาญมีผลต่อความน่าเชื่อถือของหนังสือ ในขณะที่การจัดอันดับของผู้ใช้นั้นไม่มีผลแต่อย่างใด และผลกระทบของการจัดอันดับไม่มีผลต่อเป้าประสงค์ในการพิจารณาความน่าเชื่อถือของหนังสือ และความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความสำคัญต่อการตัดสินใจความน่าเชื่อถือของหนังสือ และความน่าเชื่อถือของการจัดอันดับโดยผู้ใช้ เป็นต้น

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งงานวิจัยไทยและงานวิจัยต่างประเทศทั้ง 5 เรื่อง ผู้วิจัยได้สรุปประเด็นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบและตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการของ นิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยไว้ ได้แก่ ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศบนเฟซบุ๊ก วิธีการตรวจสอบสารสนเทศ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ

### **ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศบนเฟซบุ๊ก**

การเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพจากเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารและการเชื่อมโยงกับพฤติกรรมสุขภาพนั้น พบว่าการเปิดรับสารสนเทศสุขภาพมาจากหลายแหล่ง ทั้งแบบดั้งเดิม (โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร) อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์สื่อสังคม และการส่งข้อความ แต่ผู้ที่มีการศึกษาและรายได้น้อย มักไม่ได้รับสารสนเทศทางสุขภาพจากเว็บไซต์อินเทอร์เน็ต และสื่อสังคม (Chen and other, 2018)

### **วิธีการตรวจสอบสารสนเทศ**

การตรวจสอบสารสนเทศนั้น ผู้ใช้ให้ความสำคัญกับสารสนเทศที่มีแหล่งที่มาชัดเจน ซึ่งสัมพันธ์กับผลการศึกษาของ กรุณา จินฉนวน (2558) ได้ศึกษาศึกษาการรับรู้ความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์สุขภาพ และศึกษาแนวทางการสืบค้นข้อมูลสุขภาพของผู้ใช้เว็บไซต์สุขภาพในการทำวิจัย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้เว็บไซต์ให้ความสำคัญปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความน่าเชื่อถือเรียงลำดับคะแนนลำดับแรก คือ ข้อมูลที่เผยแพร่มาจากแหล่งที่มาชัดเจน ตรวจสอบได้

### ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อถือสารสนเทศ

ผลการวิจัยของ Lee & Sundar (2013) ในตรวจสอบและตัดสินใจเชื่อถือสารสนเทศ ข้อความหรือสารสนเทศที่เผยแพร่มาจากผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก เมื่อเปรียบเทียบกับบุคคลทั่วไปที่มีผู้ติดตามจำนวนมากเช่นเดียวกัน ผู้เชี่ยวชาญนั้นจะได้รับความน่าเชื่อถือมากกว่าบุคคลทั่วไป ในด้านการจัดอันดับสารสนเทศโดยผู้เชี่ยวชาญนั้น ผลการวิจัยของ Lim, S. & Steffel, N. (2015) พบว่าการจัดอันดับโดยผู้เชี่ยวชาญมีผลต่อความน่าเชื่อถือของหนังสือ ในขณะที่การจัดอันดับของผู้ใช้นั้นไม่มีผลแต่อย่างใด และผลกระทบของการจัดอันดับไม่มีผลต่อเป้าประสงค์ในพิจารณาความน่าเชื่อถือของหนังสือ และความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความสำคัญต่อการตัดสินใจความน่าเชื่อถือของหนังสือ และความน่าเชื่อถือของการจัดอันดับโดยผู้ใช้ ส่วนผลการศึกษาการพิจารณาความน่าเชื่อถือสารสนเทศสุขภาพของ (Syn & Kim, 2013) พบว่าเชื่อถือสารสนเทศด้านสุขภาพจากเพื่อนน้อยที่สุด และพิจารณาความน่าเชื่อถือสารสนเทศสุขภาพจากองค์การทางการแพทย์มากที่สุด



### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตรวจสอบและการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ด้านลักษณะการเปิดรับสารสนเทศ วิธีการตรวจสอบสารสนเทศ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยเกี่ยวข้อง
2. กำหนดขอบเขตและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
3. พัฒนาเครื่องมือการวิจัย
4. ทดสอบเครื่องมือการวิจัย
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล และรายงานผลการวิจัย

#### ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยเกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสื่อสังคม ที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อสังคมเพื่อเป็นแหล่งสารสนเทศของนักศึกษาระดับปริญญาตรี การแสวงหาสารสนเทศเกี่ยวกับโภชนาการ การใช้งานเว็บไซต์เครือข่ายสังคมของคนไทย รวมถึงทฤษฎีการตรวจสอบและการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ และแบบจำลองเชิงจิตวิทยาเพื่อประเมินความเชื่อที่ได้ของสารสนเทศออนไลน์จากทรัพยากรสารสนเทศต่าง ๆ จากหนังสือ บทความวารสาร บทความวิจัย วิทยานิพนธ์ หนังสือ เว็บไซต์ และฐานข้อมูลออนไลน์ เพื่อนำมาพัฒนาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการดำเนินลักษณะการเปิดรับสารสนเทศ วิธีการตรวจสอบสารสนเทศ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ

## ขอบเขตและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ขอบเขตและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่มีบัญชีผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก มีประสบการณ์การใช้เฟซบุ๊ก จำนวน 300 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล

## การพัฒนาเครื่องมือวิจัย

ในการพัฒนาเครื่องมือวิจัยครั้งนี้ คือ การพัฒนาแบบสอบถามเพื่อวัดการตัดสินใจซื้อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก โดยอยู่ในรูปแบบของแบบสอบถามเพื่อวัดการตัดสินใจซื้อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนักศึกษาปริญญาตรี โดยพัฒนาขึ้นจากการใช้กรอบแนวคิดของ Metzger (2007) มาใช้ และจากการทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ นำมาสร้างเป็นข้อคำถามสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลักษณะการเปิดรับสารสนเทศ วิธีการตรวจสอบสารสนเทศ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศ ทั้งนี้แบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นมาจำนวน 40 ข้อ สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าร่วมการวิจัย จำนวน 5 ข้อ มีทั้งแบบให้เลือกตอบและเติมข้อมูล ได้แก่ เพศ คณะที่กำลังศึกษา ชั้นปี อายุ และประสบการณ์การใช้เฟซบุ๊ก

ตอนที่ 2 ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศบนเฟซบุ๊ก จำนวน 7 ข้อ มีทั้งแบบให้เลือกตอบและเติมข้อมูล ได้แก่ เนื้อหาสารสนเทศที่เปิดรับ ความถี่ในการเปิดรับ ความยาวนานในการเปิดรับ อุปกรณ์ที่ใช้ในการเปิดรับ ประเภทของสารสนเทศที่เปิดรับ ปริมาณของสารสนเทศที่เปิดรับ และลักษณะของการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

ตอนที่ 3 วิธีการตรวจสอบสารสนเทศ จำนวน 3 ข้อ มีทั้งแบบให้เลือกตอบและเติมข้อมูล ได้แก่ คุณสมบัติของสารสนเทศที่นำมาตรวจสอบ ข้อพิจารณาในการเลือกวิธีตรวจสอบ และสาเหตุที่เลือกใช้วิธีการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

ตอนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศ จำนวน 25 ข้อ เป็นแบบมาตรวัดประมาณค่า 4 ระดับ ตั้งแต่ต่ำที่สุดเท่ากับ 1 ถึงมากที่สุดเท่ากับ 4 จำแนกย่อยออกเป็น 6 ประเด็นย่อย ได้แก่ (5 ข้อ) ความรู้เดิมของนักศึกษาที่สัมพันธ์กับเนื้อหาบนโพสต์ (2 ข้อ) ความพยายามที่จะทำความเข้าใจเนื้อหาบนโพสต์ (4 ข้อ) เนื้อหาบนโพสต์มีความเกี่ยวข้องกับกิจวัตรประจำวันของนักศึกษา (4 ข้อ) การพิจารณาองค์ประกอบของโพสต์อย่างผิวเผิน (7 ข้อ) และการรับรองโดยบุคคล

อื่นที่ยืนยันเนื้อหาบนโพสต์ (3 ข้อ) ตารางที่ 1 แสดงข้อคำถามจำนวนทั้งหมด 25 ข้อ ที่ปรากฏอยู่ใน ตอนที่ 4 ของแบบสอบถาม ซึ่งจะนำมาทดสอบความเชื่อมั่นเชิงสอดคล้องภายใน ต่อไป

**ตารางที่ 1** ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศจำแนกตามประเด็นย่อย

ประเด็นปัจจัย	ข้อคำถาม
ความน่าเชื่อถือของเนื้อหาบนโพสต์ (ข้อที่ 1-5)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. โพสต์ที่ได้อ่านมีเนื้อหาถูกต้อง</li> <li>2. ข้อมูลในโพสต์สามารถตรวจสอบกับแหล่งอื่นได้</li> <li>3. โพสต์มีข้อเท็จจริงที่สำคัญต่อหัวข้อเรื่อง</li> <li>4. โพสต์ที่อ่านนำเสนอมุมมองที่เป็นกลางและปราศจากอคติ</li> <li>5. โพสต์ที่อ่านดูแล้วคิดว่าน่าจะเชื่อถือได้</li> </ol>
ความรู้เดิมของนักศึกษาที่สัมพันธ์กับเนื้อหาบนโพสต์ (ข้อที่ 6-7)	<ol style="list-style-type: none"> <li>6. ความรู้เดิมเกี่ยวกับเรื่องที่ได้อ่าน</li> <li>7. ความคุ้นเคยเกี่ยวกับเรื่องที่ได้อ่าน</li> </ol>
ความพยายามที่จะทำความเข้าใจเนื้อหาบนโพสต์ (ข้อที่ 8-11)	<ol style="list-style-type: none"> <li>8. ความเครียดในขณะที่อ่านโพสต์</li> <li>9. การเสียสมาธิในขณะที่อ่านโพสต์</li> <li>10. ความรู้สึกอวกแวกขณะอ่านโพสต์</li> <li>11. ความจริงจังในการอ่านโพสต์</li> </ol>
เนื้อหาบนโพสต์มีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมประจำวันของนักศึกษา (ข้อที่ 12-15)	<ol style="list-style-type: none"> <li>12. หัวข้อของโพสต์สัมพันธ์กับตัวเอง</li> <li>13. โพสต์นี้เป็นสิ่งที่ค้างคาใจมานานแล้ว</li> <li>14. โพสต์นี้ทำให้นักถึงประเด็นที่อยู่ในความสนใจของตัวเอง</li> <li>15. เกิดแรงจูงใจในการค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับเรื่องที่ได้อ่าน</li> </ol>
การพิจารณาองค์ประกอบของโพสต์ อย่างผิวเผิน (ข้อที่ 16-22)	<ol style="list-style-type: none"> <li>16. บรรทัดแรกของโพสต์</li> <li>17. จำนวนบรรทัดของโพสต์</li> <li>18. รายการอ้างอิงในเนื้อหา</li> <li>19. แฮชแท็ก (Hashtag)</li> <li>20. ข้อความเตือนที่ปรากฏในโพสต์</li> <li>21. ลิงก์เพื่อเชื่อมโยงไปยังแหล่งอื่นๆ</li> <li>22. ภาพประกอบในเนื้อหา</li> </ol>

การรับรองโดยบุคคลอื่นที่ยืนยันเนื้อหาบนโพสต์ (ข้อที่ 23-25)	23. การรับรองจากเพื่อนและ/หรือคนรู้จัก 24. การรับรองจากคนอื่นที่ไม่ใช่เพื่อนและ/หรือคนรู้จัก 25. การรับรองจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่อง
---	--

การพัฒนาแบบสอบถามในช่วงนี้ได้ผ่านการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญในสาขาจิตศาสตร์จากมหาวิทยาลัยของรัฐ 1 แห่ง คือ อาจารย์ประภาภรณ์ รัตโน จากคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด และมหาวิทยาลัยเอกชน 1 แห่ง คือ อาจารย์ชนนิกันต์ เสริตานนท์ จากคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ผลการตรวจสอบเนื้อหาที่ปรากฏในแบบสอบถามพบว่า ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 ท่านเห็นด้วยในทุกข้อคำถาม แต่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับคำอธิบายศัพท์ในการวิจัย และข้อคำถามในตอนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ เฉพาะในประเด็นย่อย “ความพยายามที่จะทำความเข้าใจเนื้อหาบนโพสต์” และ “เนื้อหาบนโพสต์มีความเกี่ยวข้องกับกิจวัตรประจำวันของนักศึกษา” เพราะบางข้อคำถามยังมีความคลุมเครือว่าควรจัดอยู่ในประเด็นย่อยใดระหว่าง 2 ประเด็นนี้กันแน่ หลังจากทดสอบความตรงเชิงเนื้อหาเสร็จเรียบร้อยแล้วด้วยการปรับลำดับและข้อความในคำถามในตอนที่ 4 เสร็จแล้ว จึงนำแบบสอบถามไปทดสอบคุณภาพเพิ่มเติม

### การทดสอบเครื่องมือการวิจัย

การทดสอบเครื่องมือการวิจัยนี้ คือการทดสอบความเชื่อมั่นเชิงสอดคล้องภายในของแบบสอบถาม จะเน้นการทดสอบความเชื่อมั่นเชิงสอดคล้องภายในของข้อคำถามจำนวน 25 ข้อ เฉพาะที่อยู่ในตอนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ เป็นหลัก โดยทดสอบแบบสอบถามดังกล่าวในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2560

กลุ่มทดสอบเป็นนักศึกษาปริญญาตรีที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงซึ่งก็คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 32 คน ที่มีบัญชีใช้งานเฟซบุ๊ก และเคยใช้งานเฟซบุ๊กมาก่อน ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มทดสอบตามสะดวก (Convenience sampling)

ขณะทดสอบแบบสอบถาม นักศึกษาซึ่งเป็นกลุ่มทดสอบจะถูกแบ่งออกเป็นกลุ่มย่อย 4 กลุ่ม กลุ่มละ 8 คน โดยแต่ละกลุ่มที่ทำแบบสอบถามตอนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ จะได้อ่านโพสต์ที่นำเสนอสารสนเทศด้านโภชนาการที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน 4 เรื่องไม่ซ้ำกัน ดังนี้

- ชุด A คือ โปสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้องและเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ (ดูภาคผนวก ก)  
 ชุด B คือ โปสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้องและเขียนโดยบุคคลทั่วไป (ดูภาคผนวก ข)  
 ชุด C คือ โปสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ (ดูภาคผนวก ค)  
 ชุด D คือ โปสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้อง แต่เขียนโดยบุคคลทั่วไป (ดูภาคผนวก ง)

การแบ่งกลุ่มย่อยให้แต่ละกลุ่มได้อ่านโปสต์ที่ไม่ซ้ำกัน ด้วยการออกแบบโปสต์ให้อยู่ในเงื่อนไขเชิงปัจจัย (Factorial design) แบบ  $2 \times 2$  หรือ เนื้อหาสารสนเทศถูกต้อง/ไม่ถูกต้อง  $\times$  (ผู้เขียนเป็นผู้เชี่ยวชาญ/ไม่ใช่ผู้เชี่ยวชาญ) สำหรับการศึกษาครั้งนี้ ได้ยึดแนวทางการออกแบบตามงานวิจัยกึ่งทดลองเพื่อวัดการตัดสินใจเชื่อบทความในวิกิพีเดียของ Lim (2013: 410) เนื่องจากเป็นสารสนเทศบนสื่อสังคมออนไลน์เช่นเดียวกับสารสนเทศบนเฟซบุ๊ก

ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการทดสอบความเชื่อมั่นเชิงสอดคล้องภายในของแบบสอบถาม จะนำข้อมูลดังกล่าวมาคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก (Cronbach's Alpha Coefficient) ทั้งคำถามรายข้อ (25 ข้อ) รายประเด็น (6 ประเด็นย่อย) และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาโดยรวมของแบบสอบถามทั้งชุด โดยกำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นไม่ต่ำกว่า 0.70 จึงจะอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้

ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นเชิงสอดคล้องภายในของแบบสอบถามเพื่อวัดการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก ด้วยการวิเคราะห์ทางสถิติด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก ได้ค่าความเชื่อมั่นโดยรวมของแบบสอบถามทั้งชุดเท่ากับ 0.86 ซึ่งบ่งชี้ว่าแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นนั้นมีความเชื่อมั่นเชิงสอดคล้องภายในค่อนข้างสูง ในขณะที่การทดสอบความเชื่อมั่นตามประเด็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ จำแนกรายประเด็นออกเป็น 6 ประเด็นย่อย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า มีเพียงประเด็น “การพิจารณาองค์ประกอบของโปสต์อย่างผิวเผิน” (จำนวน 7 ข้อคำถาม) เท่านั้นที่มีค่าความเชื่อมั่น 0.65 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (0.70) อยู่ 0.05 ส่วนประเด็น “ความรู้เดิมของนักศึกษาที่สัมพันธ์กับเนื้อหาบนโปสต์” (จำนวน 2 ข้อคำถาม) มีค่าความเชื่อมั่นสูงที่สุดอยู่ที่ 0.90 ส่วนประเด็นอื่นๆ ที่เหลืออีก 4 ประเด็นย่อยล้วนมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบักอยู่ระหว่าง 0.71-0.86 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ยอมรับได้ รายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นเชิงสอดคล้องภายในของแบบสอบถามจำแนกตามประเด็นปัจจัย

ประเด็นปัจจัย	ข้อคำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบัก
ความน่าเชื่อถือของเนื้อหาบทโพสต์	1-5	0.77
ความรู้เดิมของนักศึกษาที่สัมพันธ์กับเนื้อหาบทโพสต์	6-7	0.90
ความพยายามที่จะทำความเข้าใจเนื้อหาบทโพสต์	8-11	0.76
เนื้อหาบทโพสต์มีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมประจำวัน ของนักศึกษา	12-15	0.86
การพิจารณาองค์ประกอบของโพสต์อย่างผิวเผิน	16-22	0.65
การรับรองโดยบุคคลอื่นที่ยืนยันเนื้อหาบทโพสต์	23-25	0.71

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า ยังมีข้อคำถามในส่วนของความน่าเชื่อถือของโพสต์ 1 ข้อ ความพยายามที่จะทำความเข้าใจเนื้อหาบทโพสต์ 2 ข้อ และองค์ประกอบของโพสต์อีก 3 ข้อ ที่มีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ระหว่าง(-0.62 - 0.14) ที่จะต้องปรับปรุงข้อคำถามแต่ยังพบว่าข้อคำถามที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม (Corrected Item-Total Correlation) ต่ำกว่า 0.20 และข้อคำถามค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบักเปลี่ยนให้สูงขึ้นเมื่อตัดออก (Cronbach's Alpha if Item Deleted) คือ ข้อคำถามที่ 19 24 25 31 32 และ 37 ดังรายละเอียดในตารางที่ 3



ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวมและค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ภายหลังตัดข้อออก

ข้อที่	คำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์ สหพันธ์ระหว่าง คะแนนรายข้อกับ คะแนนรวม	ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟาภายหลังตัด ข้อออก
16	โพสต์ที่ได้อ่านมีเนื้อหาถูกต้อง	0.786	0.839
17	ข้อมูลในโพสต์สามารถตรวจสอบกับแหล่ง อื่นได้	0.444	0.850
18	โพสต์มีข้อเท็จจริงที่สำคัญต่อหัวข้อเรื่อง	0.636	0.846
19	โพสต์ที่อ่านนำเสนอมุมมองที่เป็นกลาง และปราศจากอคติ	0.177	0.856
20	โพสต์ที่อ่านดูแล้วคิดว่าน่าจะเชื่อถือได้	0.299	0.854
21	ความรู้เดิมเกี่ยวกับเรื่องที่ได้อ่าน	0.542	0.846
22	ความคุ้นเคยเกี่ยวกับเรื่องที่ได้อ่าน	0.462	0.849
23	ความเครียดในขณะที่อ่านโพสต์	0.364	0.852
24	การเสียสมาธิในขณะที่อ่านโพสต์	0.173	0.860
25	ความรู้สึกรอแวกขณะอ่านโพสต์	.224	0.859
26	ความจริงจังในการอ่านโพสต์	0.544	0.846
27	หัวข้อของโพสต์สัมพันธ์กับตัวเอง	0.669	0.842
28	โพสต์นี้เป็นสิ่งที่ค้างคาใจมานานแล้ว	0.465	0.849
29	โพสต์นี้ทำให้นึกถึงประเด็นที่อยู่ในความ สนใจของตัวเอง	0.348	0.853
30	เกิดแรงจูงใจในการค้นคว้าเพิ่มเติม เกี่ยวกับเรื่องที่ได้อ่าน	0.399	.851

ตารางที่ 3 (ต่อ) ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวมและค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาภายหลังตัดข้อออก

ข้อที่	คำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาภายหลังตัดข้อออก
31	บรรทัดแรกของโพสต์	-0.062	0.863
32	จำนวนบรรทัดของโพสต์	0.092	0.859
33	รายการอ้างอิงในเนื้อหา	0.569	0.846
34	แฮชแท็ก (Hashtag)	0.528	0.847
35	ข้อความเตือนที่ปรากฏในโพสต์	0.520	0.847
36	ลิงก์เพื่อเชื่อมโยงไปยังแหล่งอื่น ๆ	0.314	0.855
37	ภาพประกอบในเนื้อหา	0.141	0.861
38	การรับรองจากเพื่อนและ/หรือคนรู้จัก	0.745	0.838
39	การรับรองจากคนอื่นที่ไม่ใช่เพื่อนและ/หรือคนรู้จัก	0.564	0.846
40	การรับรองจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่อง	0.405	0.851

ผู้วิจัยได้ตัดข้อคำถามที่ 19 24 31 32 ยกเว้นข้อคำถามที่ 25 เนื่องจากมีค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม (Corrected Item-Total Correlation) มากกว่า 0.20 และข้อคำถามที่ 37 เนื่องจาก เดิมโพสต์ที่ให้กลุ่มตัวอย่างอ่านก่อนตอบคำถามนั้น มีภาพประกอบไม่ครบทุกชุด จึงปรับปรุงด้วยการเพิ่มภาพประกอบให้กับแบบสอบถามทั้ง 4 ชุด และเมื่อทำการทดสอบเครื่องมือวิจัยเพื่อวัดความเชื่อมั่นโดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัคอีกครั้ง พบว่าค่าความเชื่อมั่นเปลี่ยนเป็น 0.872 และสามารถนำไปใช้เป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ได้ ดังรายละเอียดในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าความเชื่อมั่นหลังปรับปรุงข้อคำถาม

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา	จำนวนข้อคำถาม
0.872	21

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง คือ นิสิตระดับปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 300 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience sampling) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจริงจะอ่านข้อความ และตอบแบบสอบถาม ใช้เวลาชุดละประมาณ 10 – 15 นาที โดยสถานที่เก็บข้อมูล คือ นิสิตระดับปริญญาตรีที่ใช้บริการสำนักงานวิทยทรัพยากร หอสมุดคณะแพทยศาสตร์ อาคารบรมราชกุมารี อาคารมหาจักรีสิรินธร อาคารคณะครุศาสตร์ อาคารหอพักนิสิต และอาคารมหามกุฏ โดยใช้เวลาก่อนรวบรวมข้อมูลในเดือนมกราคม 2561

### การวิเคราะห์ข้อมูล และรายงานผลการวิจัย

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติด้านสังคมศาสตร์ สำหรับวินโดวส์ (SPSS Statistical Package for the Social Science for Windows) นำเสนอในรูปแบบตารางและคำบรรยาย โดยแบ่งผลการวิเคราะห์เป็น 4 ตอน รายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าร่วมการวิจัย จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ คณะที่กำลังศึกษา ชั้นปี อายุ และประสบการณ์การใช้เฟซบุ๊ก วิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศบนเฟซบุ๊ก จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ เนื้อหาสารสนเทศที่เปิดรับ ความถี่ในการเปิดรับ ความยาวนานในการเปิดรับ อุปกรณ์ที่ใช้ในการเปิดรับ ประเภทของสารสนเทศที่เปิดรับ ปริมาณของสารสนเทศที่เปิดรับ และลักษณะของการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก วิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

ตอนที่ 3 วิธีการตรวจสอบสารสนเทศ จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ คุณสมบัติของสารสนเทศที่นำมาตรวจสอบ ข้อพิจารณาในการเลือกวิธีตรวจสอบ และสาเหตุที่เลือกใช้วิธีการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก วิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

ตอนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ จำนวน 21 ข้อ เป็นแบบมาตรวัดประมาณค่า 4 ระดับ ตั้งแต่น้อยที่สุดเท่ากับ 1 ถึงมากที่สุดเท่ากับ 4 จำแนกย่อยออกเป็น 6 ประเด็นย่อย ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเนื้อหาบนโพสต์ (4 ข้อ) ความรู้เดิมของนักศึกษาที่สัมพันธ์กับเนื้อหาบนโพสต์ (2 ข้อ) ความพยายามที่จะทำความเข้าใจเนื้อหาบนโพสต์ (3 ข้อ) เนื้อหาบนโพสต์มีความเกี่ยวข้องกับกิจวัตรประจำวันของนักศึกษา (4 ข้อ) การพิจารณาองค์ประกอบของโพสต์อย่างผิวเผิน

(5 ข้อ) และการรับรองโดยบุคคลอื่นที่ยืนยันเนื้อหาบนโพสต์ (3 ข้อ) วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายไว้ดังนี้

3.26 – 4.00	หมายถึง	ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อในระดับมากที่สุด
2.51 – 3.25	หมายถึง	ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อในระดับมาก
1.76 – 2.50	หมายถึง	ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อในระดับน้อย
1.00 – 1.75	หมายถึง	ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อในระดับน้อยที่สุด

สำหรับคำตอบที่ระบุว่าปัจจัยนั้นไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ กำหนดค่านำหนักเป็น 0 และไม่นำมาคิดค่าทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูลในตอนที 4 ได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้

N	หมายถึง	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
f	หมายถึง	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละข้อคำถาม/รายการ
$\bar{x}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
ปค	หมายถึง	แปลความ
มส	หมายถึง	ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อในระดับมากที่สุด
ม	หมายถึง	ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อในระดับมาก
น	หมายถึง	ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อในระดับน้อย
นส	หมายถึง	ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อในระดับน้อยที่สุด

นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในหัวข้อย่อย 4.3 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยจำแนกผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามชนิดของโพสต์ 4 ชนิด ได้แก่

- ชุด A คือ โพสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้องและเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ (ดูภาคผนวก ก)
- ชุด B คือ โพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้องและเขียนโดยบุคคลทั่วไป (ดูภาคผนวก ข)
- ชุด C คือ โพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ (ดูภาคผนวก ค)
- ชุด D คือ โพสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้อง แต่เขียนโดยบุคคลทั่วไป (ดูภาคผนวก ง)

เมื่อทำการวิเคราะห์หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแล้ว ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางและคำบรรยาย โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังรายละเอียดใน บทที่ 4 และรายงานผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะการวิจัยรายละเอียดในบทที่ 5



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่อง “การตรวจสอบและตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย” ข้อมูลที่ได้เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมด้วยแบบสอบถามที่ได้รับคืนจากนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 300 คน โดยผู้วิจัยได้แบ่งเนื้อหาในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 5 - 8)

ตอนที่ 2 การเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก (ตารางที่ 9 - 15)

ตอนที่ 3 การตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก (ตารางที่ 16 - 18)

ตอนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการ (ตารางที่ 19 - 31)

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่ได้รับจากแบบสอบถามใช้การแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation – S.D.) นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตอนต้นที่ 1 ประกอบด้วย เพศ อายุ คณะที่กำลังศึกษา ชั้นปี และประสบการณ์การใช้เฟซบุ๊ก ของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้

##### 1.1 เพศและอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการสำรวจผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน จำแนกตามอายุและเพศ (ตารางที่ 5) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เป็นนิสิตหญิงมีจำนวน 191 คน (ร้อยละ 63.67) ส่วนนิสิตชายมีจำนวน 109 คน (ร้อยละ 36.33)

สำหรับอายุของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวม พบว่า นิสิตจำนวนมากที่สุด 80 คน (ร้อยละ 26.70) มีอายุ 21 ปี รองลงมาจำนวน 74 คน (ร้อยละ 24.70) มีอายุ 19 ปี และอีก 52 คน (ร้อยละ 17.30) มีอายุ 20 ปี

เมื่อพิจารณาข้อมูลด้านอายุ จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นิสิตชายจำนวนมากที่สุด 30 คน (ร้อยละ 27.50) มีอายุ 20 ปี รองลงมาจำนวน 25 คน (ร้อยละ 22.9) มีอายุ 20 ปี

และอีก 23 คน (ร้อยละ 21.1) มีอายุ 19 ปี ขณะที่นิสิตชายจำนวนน้อยที่สุด 1 คน (ร้อยละ 0.9) มีอายุ 30 ปี และไม่ปรากฏนิสิตชายที่มีอายุ 24 ปีเลย

สำหรับอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนิสิตหญิง พบว่า นิสิตจำนวนมากที่สุด 51 คน (ร้อยละ 26.7) มีอายุ 19 ปี รองลงมาจำนวน 50 คน (ร้อยละ 26.2) มีอายุ 21 ปี และอีก 32 คน (ร้อยละ 16.8) มีอายุ 22 ปี ขณะที่นิสิตหญิงจำนวนน้อยที่สุดเท่ากัน คือ 1 คน (ร้อยละ 0.5) มีอายุ 24 ปี และ 30 ปี ตามลำดับ

ตารางที่ 5 เพศและอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		(N=300)	
	(N=109, 36.33%)		(N=191, 63.67%)			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18	9	8.30	17	8.90	26	8.70
19	23	21.10	51	26.70	74	24.70
20	25	22.90	27	14.10	52	17.30
21	30	27.50	50	26.20	80	26.70
22	17	15.60	32	16.80	49	16.30
23	4	3.70	13	6.80	17	5.70
24	0	0	1	0.50	1	0.30
30	1	0.90	0	0	1	0.30
<b>รวม</b>	<b>109</b>	<b>100.00</b>	<b>191</b>	<b>100.00</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

## 1.2 คณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามกำลังศึกษาอยู่

จากการสำรวจผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน เกี่ยวกับคณะที่กำลังศึกษาอยู่ในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ตารางที่ 6) พบว่า นิสิตจำนวนมากที่สุด 80 คน (ร้อยละ 26.70) กำลังศึกษาอยู่ในคณะอักษรศาสตร์ รองลงมาจำนวน 46 คน (ร้อยละ 15.30) กำลังศึกษาอยู่ในคณะแพทยศาสตร์ และอีก 43 คน (ร้อยละ 14.30) กำลังศึกษาอยู่ในคณะวิทยาศาสตร์ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนิสิตคณะนิเทศศาสตร์มีจำนวนน้อยที่สุด 1 คน (ร้อยละ 0.30)

ตารางที่ 6 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคณะที่กำลังศึกษา

คณะที่กำลังศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คณะครุศาสตร์	26	8.70
คณะจิตวิทยา	3	1.00
คณะนิติศาสตร์	17	5.70
คณะนิเทศศาสตร์	1	0.30
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี	17	5.70
คณะแพทยศาสตร์	46	15.30
คณะเภสัชศาสตร์	7	2.30
คณะรัฐศาสตร์	9	3.00
คณะวิทยาศาสตร์	43	14.30
คณะวิศวกรรมศาสตร์	21	7.00
คณะศิลปกรรมศาสตร์	5	1.70
คณะเศรษฐศาสตร์	8	2.70
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	8	2.70
คณะสหเวชศาสตร์	5	1.70
คณะสัตวแพทยศาสตร์	2	0.70
คณะอักษรศาสตร์	80	26.70
สำนักวิชาทรัพยากรการเกษตร	2	0.70
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>



### 1.3 ชั้นปีที่กำลังศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการสำรวจผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน จำแนกตามชั้นปีที่กำลังศึกษาอยู่ (ตารางที่ 7) พบว่า นิสิตจำนวนมากที่สุด 91 คน (ร้อยละ 30.30) กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 รองลงมา จำนวน 81 คน (ร้อยละ 27.00) กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 และอีก 70 คน (ร้อยละ 23.30) กำลังศึกษาชั้นปีที่ 3 ขณะที่มិនิสิตชั้นปีที่ 6 จากคณะแพทยศาสตร์จำนวนน้อยที่สุด 1 คน (ร้อยละ 0.30)

ตารางที่ 7 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามชั้นปีที่กำลังศึกษา

ชั้นปีที่กำลังศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชั้นปีที่ 1	91	30.30
ชั้นปีที่ 2	50	16.70
ชั้นปีที่ 3	70	23.30
ชั้นปีที่ 4	81	27.00
ชั้นปีที่ 5	7	2.30
ชั้นปีที่ 6	1	0.30
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

### 1.4 ประสบการณ์การใช้เฟซบุ๊กของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการสำรวจผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน เกี่ยวกับประสบการณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก (ตารางที่ 8) พบว่า นิสิตส่วนใหญ่จำนวน 285 คน (ร้อยละ 95.00) มีประสบการณ์ในการใช้เฟซบุ๊กเป็นระยะเวลา 4 ปีขึ้นไป นิสิตจำนวนรองลงมา 14 คน (ร้อยละ 4.70) มีประสบการณ์ในการใช้เฟซบุ๊กเป็นระยะเวลา 1 – 3 ปี และนิสิตจำนวนน้อยที่สุด 1 คน (ร้อยละ 0.30) มีประสบการณ์ในการใช้งานน้อยกว่า 1 ปี

**ตารางที่ 8** ประสิทธิภาพการใช้เฟซบุ๊กของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลา

ประสิทธิภาพในการใช้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	1	0.30
1 - 3 ปี	14	4.70
4 ปีขึ้นไป	285	95.00
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

## ตอนที่ 2 การเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

การนำเสนอข้อมูลในตอนที่ 2 นี้ ได้จำแนกผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ออกเป็น 7 หัวข้อย่อย ได้แก่ เนื้อหาสารสนเทศที่เปิดรับ ความถี่ในการเปิดรับสารสนเทศ เวลาที่ใช้ในการเปิดรับสารสนเทศ อุปกรณ์ที่ใช้ในการเปิดรับสารสนเทศ ประเภทของสารสนเทศที่เปิดรับ ปริมาณของสารสนเทศที่เปิดรับ และลักษณะการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

### 2.1 เนื้อหาสารสนเทศด้านโภชนาการที่เปิดรับ

ผลการสำรวจเนื้อหาสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน เปิดรับ ในภาพรวม (ตารางที่ 9) พบว่า เนื้อหาที่นิสิตส่วนใหญ่จำนวน 226 คน (ร้อยละ 75.30) เปิดรับมากที่สุดคือเรื่องอาหารเพื่อสุขภาพ นิสิตจำนวนรองลงมา 196 คน (ร้อยละ 65.30) เปิดรับเนื้อหาสารสนเทศเรื่องการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ และอีก 72 คน (ร้อยละ 24.00) เปิดรับเนื้อหาสารสนเทศเรื่องยาและอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ ส่วนเนื้อหาสารสนเทศด้านโภชนาการที่มีจำนวนนิสิตเปิดรับน้อยที่สุด 21 คน (ร้อยละ 7.00) คือเรื่องเครื่องครัวเพื่อสุขภาพ

สำหรับเนื้อหาสารสนเทศอื่น ๆ ที่นิสิตจำนวน 44 คน (ร้อยละ 14.70) ระบุว่าเปิดรับ เรียงตามความถี่ของคำตอบ ได้แก่ เนื้อหาเรื่องการทำอาหาร (จำนวน 11 คน) เรื่องบันเทิง (จำนวน 8 คน) เรื่องเครื่องสำอางและข่าวสารอื่น ๆ (จำนวน 5 คนเท่ากัน) เรื่องวิชาการด้านอื่นที่เกี่ยวข้อง (จำนวน 4 คน) เรื่องการท่องเที่ยว (จำนวน 3 คน) และเรื่องเทคโนโลยี (จำนวน 2 คน) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาผลการสำรวจเนื้อหาสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กที่เปิดรับ จำแนกตามเพศของนิสิต พบว่า เนื้อหาสารสนเทศที่นิสิตชายส่วนใหญ่จำนวน 74 คน (ร้อยละ 67.90) เปิดรับคือเรื่องอาหารเพื่อสุขภาพ นิสิตชายจำนวนรองลงมา 62 คน (ร้อยละ 56.90) เปิดรับเนื้อหาเรื่องการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ และอีก 31 คน (ร้อยละ 28.4) เปิดรับเนื้อหาสารสนเทศเรื่องยาและอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ ขณะที่เนื้อหาสารสนเทศด้านโภชนาการที่นิสิตชายจำนวนน้อยที่สุด 5 คน (ร้อยละ 4.60) เปิดรับคือเรื่องเครื่องครัวเพื่อสุขภาพ

สำหรับเนื้อหาสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กที่นิสิตหญิงส่วนใหญ่จำนวน 152 คน (ร้อยละ 79.60) เปิดรับคือเรื่องอาหารเพื่อสุขภาพ นิสิตหญิงจำนวนรองลงมา 134 คน (ร้อยละ 70.20) เปิดรับเนื้อหาเรื่องการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ และอีก 41 คน (ร้อยละ 21.50) เปิดรับเนื้อหาสารสนเทศเรื่องยาและอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ ขณะที่เนื้อหาที่นิสิตหญิงจำนวนน้อยที่สุด 11 คน (ร้อยละ 5.80) เปิดรับคือเรื่องอุปกรณ์เครื่องใช้ตรวจสุขภาพ

#### ตารางที่ 9 เนื้อหาสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กที่นิสิตเปิดรับ

เนื้อหา	นิสิต				รวม	
	ชาย		หญิง		(N=300)	
	(N=109)		(N=191)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อาหารเพื่อสุขภาพ	74	67.90	152	79.60	226	75.30
ยาและอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ	31	28.40	41	21.50	72	24.00
อุปกรณ์เครื่องใช้ตรวจสุขภาพ	12	11.00	11	5.8	23	7.70
การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ	62	56.90	134	70.20	196	65.30
เครื่องครัวเพื่อสุขภาพ	5	4.60	16	8.40	21	7.00
อื่น ๆ	13	11.90	31	16.20	44	14.70

\*ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

## 2.2 ความถี่ในการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

ผลการสำรวจความถี่ในการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน ในภาพรวม (ตารางที่ 10) พบว่า นิสิตจำนวนมากที่สุด 122 คน (ร้อยละ 40.70) เปิดรับสารสนเทศน้อยกว่า 2 วันต่อสัปดาห์ รองลงมาจำนวน 79 คน (ร้อยละ 26.30) เปิดรับสารสนเทศ 2 – 3 วัน ต่อสัปดาห์ และนิสิตจำนวนน้อยที่สุด 40 คน (ร้อยละ 13.30) เปิดรับสารสนเทศเพียง 4 – 5 วันต่อสัปดาห์

เมื่อพิจารณาความถี่ในการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก จำแนกตามเพศของนิสิต พบว่า นิสิตชายจำนวนมากที่สุด 50 คน (ร้อยละ 45.90) เปิดรับสารสนเทศน้อยกว่า 2 วันต่อสัปดาห์ รองลงมาจำนวน 29 คน (ร้อยละ 26.60) เปิดรับ 2 – 3 วันต่อสัปดาห์ และอีก 24 คน (ร้อยละ 22.00) เปิดรับสารสนเทศทุกวัน ขณะที่นิสิตชายจำนวนน้อยที่สุด 6 คน (ร้อยละ 5.50) เปิดรับสารสนเทศเพียง 4 – 5 วันต่อสัปดาห์

สำหรับความถี่ในการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตหญิง พบว่า นิสิตหญิงจำนวนมากที่สุด 72 คน (ร้อยละ 37.70) เปิดรับสารสนเทศน้อยกว่า 2 วันต่อสัปดาห์ รองลงมาจำนวน 50 คน (ร้อยละ 26.20) เปิดรับ 2 – 3 วันต่อสัปดาห์ และอีก 35 คน (ร้อยละ 18.30) เปิดรับสารสนเทศทุกวัน ขณะที่นิสิตหญิงจำนวนน้อยที่สุด 34 คน (ร้อยละ 17.80) เปิดรับสารสนเทศเพียง 4 – 5 วันต่อสัปดาห์

ตารางที่ 10 ความถี่ในการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิต

ความถี่ในการเปิดรับ สารสนเทศ	นิสิต				รวม (N=300)	
	ชาย (N=109)		หญิง (N=191)		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ทุกวัน	24	22.00	35	18.30	59	19.70
4 - 5 วัน/สัปดาห์	6	5.50	34	17.80	40	13.30
2 - 3 วัน/สัปดาห์	29	26.60	50	26.20	79	26.30
น้อยกว่า 2 วัน/สัปดาห์	50	45.90	72	37.70	122	40.70
<b>รวม</b>	<b>109</b>	<b>100.00</b>	<b>191</b>	<b>100.00</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

### 2.3 ระยะเวลาในการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กต่อวัน

ผลการสำรวจเกี่ยวกับระยะเวลาที่นิสิตใช้เพื่อเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กต่อวัน (ตารางที่ 11) ในภาพรวม พบว่า นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยส่วนใหญ่จำนวน 188 คน (ร้อยละ 62.70) เปิดรับสารสนเทศด้วยระยะเวลาน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน รองลงมาจำนวน 65 คน (ร้อยละ 21.70) เปิดรับ 1 – 2 ชั่วโมงต่อวัน และอีกจำนวน 36 คน (ร้อยละ 12.00) เปิดรับ 3 – 4 ชั่วโมงต่อวัน ขณะที่นิสิตจำนวนน้อยที่สุด 11 คน (ร้อยละ 3.70) เปิดรับสารสนเทศโดยใช้ระยะเวลามากกว่า 4 ชั่วโมงต่อวัน

เมื่อพิจารณาระยะเวลาในการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กต่อวัน จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นิสิตชายส่วนใหญ่จำนวน 188 คน (ร้อยละ 62.70) เปิดรับสารสนเทศโดยใช้ระยะเวลาน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน รองลงมาจำนวน 65 คน (ร้อยละ 21.70) เปิดรับสารสนเทศ 1 – 2 ชั่วโมงต่อวัน และอีกจำนวน 36 คน (ร้อยละ 12.00) เปิดรับสารสนเทศ 3 – 4 ชั่วโมงต่อวัน ขณะที่นิสิตชายจำนวน น้อยที่สุด 11 คน (ร้อยละ 3.70) เปิดรับสารสนเทศโดยใช้ระยะเวลามากกว่า 4 ชั่วโมงต่อวัน

สำหรับระยะเวลาในการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กต่อวันของนิสิตหญิง พบว่า นิสิตหญิงส่วนใหญ่จำนวน 188 คน (ร้อยละ 62.7) เปิดรับสารสนเทศโดยใช้ระยะเวลาน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน รองลงมาจำนวน 65 คน (ร้อยละ 21.70) เปิดรับ 1 – 2 ชั่วโมงต่อวัน และอีก 36 คน (ร้อยละ 12.00) เปิดรับสารสนเทศด้วยระยะเวลา 3 – 4 ชั่วโมงต่อวัน ขณะที่นิสิตหญิงจำนวนน้อยที่สุด 11 คน (ร้อยละ 3.70) เปิดรับสารสนเทศโดยใช้ระยะเวลามากกว่า 4 ชั่วโมงต่อวัน

ตารางที่ 11 ระยะเวลาที่นิสิตใช้ในการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กต่อวัน

ระยะเวลาในการ เปิดรับสารสนเทศ	นิสิต				รวม (N=300)	
	ชาย (N=109)		หญิง (N=191)		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
มากกว่า 4 ชั่วโมง/วัน	3	2.80	8	4.20	11	3.70
3 – 4 ชั่วโมง/วัน	9	8.30	27	14.10	36	12.00
1 – 2 ชั่วโมง/วัน	22	20.20	43	22.50	65	21.70
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง/วัน	75	68.80	113	59.20	188	62.70
<b>รวม</b>	<b>109</b>	<b>100.00</b>	<b>191</b>	<b>100.00</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

#### 2.4 อุปกรณ์ที่ใช้เปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

ผลการสำรวจอุปกรณ์ที่นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยใช้เพื่อเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก (ตารางที่ 12) ในภาพรวม พบว่า อุปกรณ์ที่นิสิตส่วนใหญ่จำนวน 288 คน (ร้อยละ 96.00) ใช้เพื่อเปิดรับสารสนเทศคือ สมาร์ทโฟน รองลงมาจำนวน 144 คน (ร้อยละ 48.20) เปิดรับสารสนเทศด้วยเน็ตบุ๊ก และอีกจำนวน 67 คน (ร้อยละ 22.30) เปิดรับสารสนเทศบนแท็บเล็ต ส่วนอุปกรณ์ที่นิสิตจำนวนน้อยที่สุด 36 คน (ร้อยละ 12.00) ใช้เพื่อเปิดรับสารสนเทศ คือ คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ

เมื่อพิจารณาผลการสำรวจอุปกรณ์ที่ใช้เพื่อเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก จำแนกตามเพศของนิสิต พบว่า นิสิตชายส่วนใหญ่จำนวน 101 คน (ร้อยละ 92.7) เปิดรับสารสนเทศบนสมาร์ทโฟน จำนวนรองลงมา 54 คน (ร้อยละ 49.50) เปิดรับด้วยเน็ตบุ๊ก และอีก 24 คน (ร้อยละ 22.00) เปิดรับสารสนเทศบนแท็บเล็ต ส่วนอุปกรณ์ที่นิสิตชายจำนวนน้อยที่สุด 21 คน (ร้อยละ 19.30) ใช้เพื่อเปิดรับสารสนเทศคือ คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ

สำหรับอุปกรณ์ที่นิสิตหญิงใช้ในการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก พบว่า นิสิตหญิงส่วนใหญ่จำนวน 187 คน (ร้อยละ 97.90) เปิดรับสารสนเทศบนสมาร์ทโฟน รองลงมาจำนวน 90 คน (ร้อยละ 47.10) เปิดรับด้วยเน็ตบุ๊ก และอีกจำนวน 43 คน (ร้อยละ 22.50) เปิดรับสารสนเทศ

บนแท็บเล็ต ส่วนอุปกรณ์ที่นิสิตหญิงจำนวนน้อยที่สุด 15 คน (ร้อยละ 7.90) ใช้เพื่อเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการคือ คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ

## ตารางที่ 12 อุปกรณ์ที่นิสิตใช้เปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

อุปกรณ์ที่ใช้เปิดรับ สารสนเทศ	นิสิต				รวม (N=300)	
	ชาย (N=109)		หญิง (N=191)		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
สมาร์ทโฟน	101	92.70	187	97.90	288	96.00
แท็บเล็ต	24	22.00	43	22.50	67	22.30
โน้ตบุ๊ก	54	49.50	90	47.10	144	48.00
คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	21	19.30	15	7.90	36	12.00

\*ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

## 2.5 ประเภทของสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กที่เปิดรับ

ผลการสำรวจประเภทของสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กที่นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจำนวน 300 คน เปิดรับ (ตารางที่ 13) ในภาพรวม พบว่า นิสิตส่วนใหญ่จำนวน 193 คน (ร้อยละ 64.30) เปิดรับสารสนเทศประเภทวิดีโอ รองลงมาจำนวน 183 คน (ร้อยละ 61.00) เปิดรับสารสนเทศประเภทภาพนิ่งและภาพกราฟิกเคลื่อนไหว และอีกจำนวน 175 คน (ร้อยละ 58.30) เปิดรับสารสนเทศประเภทข่าวสารความเคลื่อนไหวด้านโภชนาการ ขณะที่สารสนเทศประเภทถาม-ตอบปัญหามีนิสิตจำนวนน้อยที่สุด 55 คน (ร้อยละ 18.30) ที่ระบุว่าเปิดรับสารสนเทศประเภทนี้

เมื่อพิจารณาประเภทของสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กที่เปิดรับ จำแนกตามเพศของนิสิต พบว่า นิสิตชายส่วนใหญ่จำนวน 68 คน (ร้อยละ 62.40) เปิดรับสารสนเทศประเภทข่าวสารความเคลื่อนไหว รองลงมาจำนวน 63 คน (ร้อยละ 57.80) เปิดรับสารสนเทศประเภทวิดีโอ และอีกจำนวน 56 คน (ร้อยละ 51.40) เปิดรับสารสนเทศที่เป็นภาพนิ่งและภาพกราฟิกเคลื่อนไหว ขณะที่นิสิตชายจำนวนน้อยที่สุด 17 คน (ร้อยละ 15.60) เปิดรับสารสนเทศประเภทข้อความโต้ตอบ คำติชม หรือข้อเสนอแนะภายในโพสต์

สำหรับประเภทของสารสนเทศที่นิสิตหญิงเปิดรับ พบว่า นิสิตส่วนใหญ่จำนวน 130 คน (ร้อยละ 68.10) เปิดรับสารสนเทศประเภทวิดีโอ จำนวนรองลงมา 127 คน (ร้อยละ 66.50) เปิดรับสารสนเทศประเภทภาพนิ่งและภาพกราฟิกเคลื่อนไหว และอีกจำนวน 107 คน (ร้อยละ 56.00) เปิดรับสารสนเทศประเภทข่าวสารความเคลื่อนไหว ขณะที่ประเภทของสารสนเทศที่นิสิตหญิงจำนวนน้อยที่สุด 32 คน (ร้อยละ 16.80) เปิดรับคือ สารสนเทศประเภทถาม-ตอบปัญหา





ตารางที่ 13 ประเภทของสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กที่นิสิตเปิดรับ

ประเภทของ สารสนเทศที่เปิดรับ	นิสิต				รวม (N=300)	
	ชาย (N=109)		หญิง (N=191)		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
- ข่าวสารความ เคลื่อนไหว	68	62.40	107	56.00	175	58.30
- ถาม-ตอบปัญหา	23	21.10	32	16.80	55	18.30
- ภาพนิ่งและ ภาพกราฟิก เคลื่อนไหว	56	51.40	127	66.50	183	61.0
- วิดีโอ	63	57.80	130	68.10	193	64.30
- เรื่องเล่าจาก ประสบการณ์ ส่วนตัวของผู้โพสต์	41	37.60	77	40.30	118	39.30
- ลิงก์เชื่อมโยงไปยังเพจ อื่น หรือเว็บไซต์อื่น	19	17.40	54	28.30	73	24.30
- โฆษณาเกี่ยวกับ อาหาร ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกิจกรรม	29	26.60	71	37.20	100	33.30
- ข้อความโต้ตอบ คำติชมหรือ ข้อเสนอแนะภายใน โพสต์	17	15.60	39	20.40	56	18.70

\*ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

## 2.6 ปริมาณของสารสนเทศที่เปิดรับในแต่ละครั้ง

ผลการสำรวจปริมาณของสารสนเทศด้านโภชนาการที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน เปิดรับในแต่ละครั้งบนเฟซบุ๊ก ในภาพรวม (ตารางที่ 14) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำนวน 266 คน (ร้อยละ 88.70) เปิดรับแต่สารสนเทศเฉพาะที่สนใจจริง ๆ เท่านั้น และมีนิสิตจำนวนเพียง 34 คน (ร้อยละ 11.30) ที่ระบุว่าตนเองเปิดรับสารสนเทศทั้งหมดที่ปรากฏบนเฟซบุ๊ก

เมื่อพิจารณาปริมาณของสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กที่เปิดรับในแต่ละครั้ง จำแนกตามเพศของนิสิต พบว่า นิสิตชายส่วนใหญ่จำนวน 95 คน (ร้อยละ 87.20) จะเปิดรับแต่สารสนเทศที่สนใจจริง ๆ เท่านั้น ขณะที่นิสิตชายจำนวนเพียง 14 คน (ร้อยละ 12.80) ที่เปิดรับสารสนเทศทั้งหมดที่ปรากฏบนเฟซบุ๊ก

สำหรับปริมาณของสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กที่นิสิตหญิงเปิดรับในแต่ละครั้ง พบว่า นิสิตหญิงส่วนใหญ่จำนวน 171 คน (ร้อยละ 89.50) เปิดรับแต่สารสนเทศที่สนใจจริง ๆ เท่านั้น และมีเพียงนิสิตหญิงจำนวน 20 คน (ร้อยละ 10.50) ที่เปิดรับสารสนเทศทั้งหมดที่ปรากฏบนเฟซบุ๊ก

ตารางที่ 14 ปริมาณของสารสนเทศที่นิสิตเปิดรับในแต่ละครั้ง

ปริมาณของ สารสนเทศ ที่เปิดรับ	นิสิต				รวม (N=300)	
	ชาย (N=109)		หญิง (N=191)		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
เปิดรับสารสนเทศ ทั้งหมดที่ปรากฏบนเฟ ซบุ๊ก	14	12.80	20	10.50	34	11.30
เปิดรับแต่สารสนเทศที่ สนใจจริง ๆ เท่านั้น	95	87.20	171	89.50	266	88.70
<b>รวม</b>	109	100.00	191	100.00	300	100.00

## 2.7 ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

จากการศึกษาลักษณะการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจำนวน 300 คน (ตารางที่ 15) ในภาพรวม พบว่า ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศของนิสิตส่วนใหญ่จำนวน 234 คน (ร้อยละ 78.00) คือ การได้รับจากเพื่อน (เช่น เพื่อนเป็นผู้โพสต์ แชร์โพสต์บนฟีดข่าว แชร์โพสต์นั้นมาให้) รองลงมาจำนวน 153 คน (ร้อยละ 51.00) เปิดรับสารสนเทศในลักษณะของการได้รับจากบุคคลซึ่งเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางบนสื่อสังคมออนไลน์ และอีกจำนวน 103 คน (ร้อยละ 34.30) เปิดรับสารสนเทศในลักษณะของการได้รับจากเพจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโภชนาการ ขณะที่ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กที่นิสิตจำนวนน้อยที่สุด 34 คน (ร้อยละ 11.30) ระบุเอาไว้คือ การได้รับจากเพจของสถาบันการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนด้านโภชนาการ

เมื่อพิจารณาลักษณะการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก จำแนกตามเพศของนิสิต พบว่า นิสิตชายส่วนใหญ่จำนวน 75 คน (ร้อยละ 68.80) มีลักษณะการเปิดรับสารสนเทศโดยการได้รับจากเพื่อนรองลงมาจำนวน 45 คน (ร้อยละ 41.30) เปิดรับสารสนเทศในลักษณะของการได้รับจากบุคคลซึ่งเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางบนสื่อสังคมออนไลน์ และอีก 44 คน ร้อยละ (40.40) เปิดรับสารสนเทศในลักษณะของการได้รับจากบุคลากรทางการแพทย์ ขณะที่นิสิตชายจำนวนน้อยที่สุด 9 คน (ร้อยละ 8.30) มีลักษณะการเปิดรับสารสนเทศด้วยการได้รับจากเพจของสถาบันการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนด้านโภชนาการ

สำหรับลักษณะการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตหญิง พบว่า นิสิตหญิงส่วนใหญ่จำนวน 159 คน (ร้อยละ 83.20) เปิดรับสารสนเทศในลักษณะของการได้รับจากเพื่อน รองลงมาจำนวน 108 คน (ร้อยละ 56.50) มีลักษณะการเปิดรับแบบการได้รับจากบุคคลซึ่งเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางบนสื่อสังคมออนไลน์ และนิสิตหญิงอีก 64 คน (ร้อยละ 33.50) เปิดรับสารสนเทศในลักษณะของการได้รับจากเพจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโภชนาการ ขณะที่นิสิตหญิงจำนวนน้อยที่สุด 25 คน (ร้อยละ 13.10) มีลักษณะการเปิดรับสารสนเทศด้วยการได้รับจากเพจของสถาบันการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนด้านโภชนาการ

**ตารางที่ 15** ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

ลักษณะการเปิดรับ	นิสัย				รวม	
	ชาย		หญิง		(N=300)	
	(N=109)		(N=191)		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
- การได้รับจากเพื่อน	75	68.80	159	83.20	234	78.00
- การได้รับจากสมาชิกใน ครอบครัว	20	18.3	61	31.9	81	27.00
- การได้รับจากบุคลากร ทางการแพทย์	44	40.40	57	29.80	101	33.70
- การได้รับจากนัก โภชนาการ ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ให้ คำปรึกษาด้าน โภชนาการ	28	25.70	35	18.30	63	21.00
- การได้รับจากบุคคลซึ่ง เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง บนสื่อสังคมออนไลน์	45	41.30	108	56.50	153	51.00
- การได้รับจากเพจของ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ โภชนาการ	39	35.80	64	33.50	103	34.30
- การได้รับจากเพจของ สถาบันการศึกษาที่ จัดการเรียนการสอนด้าน โภชนาการ	9	8.30	25	13.10	34	11.30

\*ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

### ตอนที่ 3 การตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

การนำเสนอข้อมูลในตอนี่ 3 นี้ ได้จำแนกผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ออกเป็น 3 หัวข้อย่อย ได้แก่ คุณสมบัติเบื้องต้นของสารสนเทศที่นำมาตรวจสอบ วิธีการตรวจสอบสารสนเทศ และเหตุผลที่เลือกใช้วิธีการตรวจสอบสารสนเทศ

#### 3.1 คุณสมบัติเบื้องต้นของสารสนเทศที่นำมาตรวจสอบ

ผลการศึกษาคุณสมบัติเบื้องต้นของสารสนเทศที่นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจำนวน 300 คน นำมาประกอบการตรวจสอบด้วยตนเอง (ตารางที่ 16) ในภาพรวม พบว่า นิสิตส่วนใหญ่จำนวน 180 คน (ร้อยละ 60.00) ตรวจสอบคุณสมบัติเกี่ยวกับรูปแบบนำเสนอและภาษาในการเขียนโพสต์ที่ชวนติดตาม รองลงมาจำนวน 170 คน (ร้อยละ 56.70) ตรวจสอบคุณสมบัติว่าเป็นเพจหรือโปรไฟล์ที่มีชื่อเสียง และนิตอีก 163 คน (ร้อยละ 54.30) ตรวจสอบคุณสมบัติเบื้องต้นว่ามีการระบุที่มาของสารสนเทศที่ใช้ในการเขียนโพสต์ ขณะที่นิสิตจำนวนน้อยที่สุด 68 คน (ร้อยละ 22.70) ที่ตรวจสอบคุณสมบัติเบื้องต้นเกี่ยวกับคะแนนความนิยมของเพจ

นอกจากนี้ยังมีนิสิตจำนวน 16 คน (ร้อยละ 5.33) ที่ระบุคุณสมบัติเบื้องต้นอื่น ๆ ของสารสนเทศที่นำมาตรวจสอบ เรียงตามความถี่ ได้แก่ ประวัติ ความเชี่ยวชาญ และความน่าเชื่อถือของผู้โพสต์ หรือหน่วยงานที่รับผิดชอบโพสต์นั้น (จำนวน 9 คน) ตรวจสอบกับตำราเรียนหรือ search engine (จำนวน 2 คน)

การแสดงความคิดเห็นของผู้อื่นต่อโพสต์นั้น ปรากฏบนฟีดข่าวจากการติดตามของเพื่อน จุดประสงค์ในการเขียน เป็นเรื่องที่ตัวเองสนใจ และตามวิจาร์ณญาณของตัวเอง (จำนวน 1 คนเท่านั้น)

เมื่อพิจารณาผลการศึกษาคูณสมบัติเบื้องต้นของสารสนเทศที่นำมาตรวจสอบ จำแนกตามเพศของนิสิต พบว่า คุณสมบัติเบื้องต้นของสารสนเทศที่นิสิตชายจำนวนมากที่สุด 59 คน (ร้อยละ 54.10) นำมาตรวจสอบคือ เพจหรือโปรไฟล์ที่มีชื่อเสียง รองลงมาจำนวน 59 คน (ร้อยละ 54.10) คือรูปแบบนำเสนอและภาษาในการเขียนโพสต์ที่ชวนติดตาม และอีกจำนวน 57 คน (ร้อยละ 52.30) คือการระบุที่มาของสารสนเทศที่ใช้ในการเขียนโพสต์ ขณะที่นิสิตชายจำนวนน้อยที่สุด 23 คน (ร้อยละ 21.10) ตรวจสอบคุณสมบัติเบื้องต้นของสารสนเทศจากคะแนนความนิยมของเพจ

สำหรับคุณสมบัติเบื้องต้นของสารสนเทศที่นิสิตหญิงนำมาตรวจสอบ พบว่า นิสิตหญิงจำนวนมากที่สุด 121 คน (ร้อยละ 63.40) ดูที่รูปแบบนำเสนอและภาษาในการเขียนโพสต์ที่ชวนติดตาม รองลงมาจำนวน 111 คน (ร้อยละ 58.10) ตรวจสอบคุณสมบัติว่าเป็นเพจหรือโปรไฟล์ที่มีชื่อเสียง

และอีก 106 คน (ร้อยละ 55.50) คุณคุณสมบัติเบื้องต้นจากการระบุที่มาของสารสนเทศที่ใช้ในการเขียนโพสต์ ขณะที่คุณสมบัติเบื้องต้นของสารสนเทศที่นิสิตหญิงจำนวนน้อยที่สุด 45 คน (ร้อยละ 23.60) นำมาตรวจสอบคือ คะแนนความนิยมของเพจ

ตารางที่ 16 คุณสมบัตินี้เบื้องต้นของสารสนเทศที่นำมาตรวจสอบ

วิธีการตรวจสอบ สารสนเทศ	นิสิต				รวม (N=300)	
	ชาย (N=109)		หญิง (N=191)		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
- เพจหรือโปรไฟล์ที่มี ชื่อเสียง	59	54.10	111	58.1	170	56.70
- เพจหรือโปรไฟล์ที่มี ผู้ติดตามจำนวนมาก	34	31.20	71	37.2	105	35.00
- รูปแบบนำเสนอและ ภาษาในการเขียนโพสต์ ที่ชวนติดตาม	59	54.10	121	63.40	180	60.00
- คะแนนความนิยมของ เพจ	23	21.10	45	23.60	68	22.70
- การระบุที่มาของ สารสนเทศที่ใช้ในการ เขียนโพสต์	57	52.30	106	55.50	163	54.30
- อื่น ๆ	6	5.50	10	5.24	16	5.33

\*ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

### 3.2 วิธีการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

จากการสอบถามวิธีการที่นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 300 คน ใช้ในการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก (ตารางที่ 17) ในภาพรวม พบว่า นิสิตส่วนใหญ่จำนวน 186 คน (ร้อยละ 62.00) จะใช้วิธีการแยกแยะเรื่องจริงหรือความคิดเห็นส่วนตัวของผู้โพสต์ รองลงมาจำนวน 183 คน (ร้อยละ 61.00) พิจารณาจากการมีแหล่งอ้างอิงอื่นสำหรับเปรียบเทียบเนื้อหาของโพสต์ และอีกจำนวน 144 คน (ร้อยละ 48.00) ใช้วิธีการตรวจสอบโดยพิจารณาเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของผู้โพสต์ ขณะที่นิสิตจำนวนน้อยที่สุด 32 คน (ร้อยละ 10.70) ที่ใช้วิธีการดูจากข้อมูลสำหรับติดต่อที่ปรากฏในโพสต์ นอกจากนี้ยังมีนิสิตจำนวน 2 คน (ร้อยละ 0.60) ที่ใช้วิธีการตรวจสอบอื่น ๆ คือ การแสดงความคิดเห็นในโพสต์นั้น (comment)

เมื่อพิจารณาวิธีการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก จำแนกตามเพศของนิสิต พบว่า นิสิตชายส่วนใหญ่จำนวน 66 คน (ร้อยละ 60.60) ใช้วิธีการตรวจสอบโดยดูจากการมีแหล่งอ้างอิงอื่นสำหรับเปรียบเทียบเนื้อหาของโพสต์ รองลงมาจำนวน 61 คน (ร้อยละ 56.00) ตรวจสอบด้วยวิธีการแยกแยะเรื่องจริงหรือความคิดเห็นส่วนตัวของผู้โพสต์ และอีกจำนวน 54 คน (ร้อยละ 49.50) ตรวจสอบโดยดูความครบถ้วนของเนื้อหาในโพสต์ ขณะที่นิสิตชายจำนวนน้อยที่สุด 9 คน (ร้อยละ 8.30) ที่ตรวจสอบด้วยวิธีการพิจารณาข้อมูลสำหรับติดต่อที่ปรากฏในโพสต์

สำหรับวิธีการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตหญิง พบว่า นิสิตหญิงส่วนใหญ่จำนวน 125 คน (ร้อยละ 65.40) ตรวจสอบสารสนเทศด้วยวิธีการแยกแยะเรื่องจริงหรือความคิดเห็นส่วนตัวของผู้โพสต์ รองลงมาจำนวน 117 คน (ร้อยละ 61.30) ใช้วิธีการดูว่ามีแหล่งอ้างอิงอื่นสำหรับเปรียบเทียบเนื้อหาของโพสต์ และอีก 97 คน (ร้อยละ 50.80) ตรวจสอบด้วยวิธีการพิจารณาเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของผู้โพสต์ ขณะที่นิสิตหญิงจำนวนน้อยที่สุด 23 คน (ร้อยละ 12.00) ใช้วิธีตรวจสอบโดยพิจารณาข้อมูลสำหรับติดต่อที่ปรากฏในโพสต์

ตารางที่ 17 วิธีการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

วิธีการตรวจสอบ	นิสิต				รวม (N=300)	
	ชาย (N=109)		หญิง (N=191)		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การแยกแยะเรื่องจริง หรือความคิดเห็น ส่วนตัวของผู้โพสต์	61	56.00	125	65.40	186	62.00
การมีอยู่จริงของผู้โพสต์	39	35.80	49	25.70	88	29.30
เป้าหมายหรือ วัตถุประสงค์ของผู้ โพสต์	47	43.10	97	50.80	144	48.00
คุณสมบัติของผู้โพสต์	44	40.40	78	40.80	122	40.70
ข้อมูลสำหรับติดต่อที่ ปรากฏในโพสต์	9	8.30	23	12.00	32	10.70
ความทันสมัย	39	35.80	90	47.10	129	43.00
ความครบถ้วนของ เนื้อหาในโพสต์	54	49.50	80	41.90	134	44.70
ความเป็นทางการ	40	36.70	77	40.30	117	39.00
การมีแหล่งอ้างอิงอื่น สำหรับเปรียบเทียบ เนื้อหา ของโพสต์	66	60.60	117	61.30	183	61.00
อื่น ๆ	1	0.90	1	0.50	2	0.60

\*ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ



### 3.3 เหตุผลในการเลือกใช้วิธีการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

จากการสำรวจเหตุผลในการเลือกใช้วิธีการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 300 คน (ตารางที่ 18) ในภาพรวม พบว่า นิสิตจำนวนมากที่สุด 161 คน (ร้อยละ 53.70) เลือกใช้วิธีการตรวจสอบสารสนเทศเพราะเป็นความเคยชิน รองลงมาจำนวน 112 คน (ร้อยละ 37.30) เลือกใช้วิธีการที่คิดว่าเป็นวิธีที่ง่าย ไม่ซับซ้อน และอีกจำนวน 110 คน (ร้อยละ 36.70) เลือกใช้วิธีการตรวจสอบจากความชอบส่วนตัว ขณะที่นิสิตจำนวนน้อยที่สุด 55 คน (ร้อยละ 18.30) ที่เลือกใช้วิธีการตามที่เคยได้รับการฝึกฝนมา

เมื่อพิจารณาเหตุผลในการเลือกใช้วิธีการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กจำแนกตามเพศของนิสิต พบว่า นิสิตชายจำนวนมากที่สุด 58 คน (ร้อยละ 53.20) เลือกใช้วิธีการตรวจสอบเพราะเป็นความเคยชิน รองลงมาจำนวน 44 คน (ร้อยละ 40.40) เลือกใช้วิธีการที่คิดว่าเป็นวิธีที่ง่าย ไม่ซับซ้อน และอีก 43 คน (ร้อยละ 39.40) เลือกใช้วิธีการตรวจสอบที่เป็นความชอบส่วนตัว ขณะที่นิสิตชายจำนวนน้อยที่สุด 18 คน (ร้อยละ 16.50) เลือกใช้วิธีการตรวจสอบตามที่เคยได้รับการฝึกฝนมา

สำหรับเหตุผลในการเลือกใช้วิธีการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตหญิง พบว่า นิสิตจำนวนมากที่สุด 103 คน (ร้อยละ 53.90) เลือกใช้เลือกใช้วิธีการตรวจสอบสารสนเทศที่เป็นความเคยชิน รองลงมาจำนวน 68 คน (ร้อยละ 35.60) เลือกวิธีที่คิดว่าเป็นวิธีที่ง่าย ไม่ซับซ้อน และนิสิตอีก 67 คน (ร้อยละ 35.10) เลือกใช้วิธีการที่เป็นความชอบส่วนตัว ขณะที่นิสิตหญิงจำนวนน้อยที่สุด 37 คน (ร้อยละ 19.40) เลือกใช้วิธีการที่เคยได้รับการฝึกฝนมา

ตารางที่ 18 เหตุผลในการเลือกใช้วิธีการตรวจสอบสารสนเทศ

เหตุผลในการเลือกใช้ วิธีการตรวจสอบ	นิติต				รวม (N=300)	
	ชาย (N=109)		หญิง (N=191)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
- เป็นความเคยชิน	58	53.20	103	53.90	161	53.70
- เป็นความชอบส่วนตัว	43	39.40	67	35.10	110	36.70
- มีความรู้พื้นฐานที่ เกี่ยวกับวิธีการนั้น ๆ อยู่แล้ว	38	34.90	61	31.90	99	33.00
- คิดว่าเป็นวิธีที่ง่าย ไม่ซับซ้อน	44	40.40	68	35.60	112	37.30
- เคยได้รับการฝึกฝนมา	18	16.50	37	19.40	55	18.30
<b>*ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ</b>						



#### ตอนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 4 นี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศด้านโภชนาการของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 หัวข้อย่อย ได้แก่ การวิเคราะห์ปัจจัยในภาพรวม การวิเคราะห์จำแนกตามรายปัจจัย และการวิเคราะห์จำแนกตามชนิดของโพสต์

##### 4.1 ปัจจัยในภาพรวมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

ผลการวิเคราะห์เพื่อศึกษาว่าปัจจัยในภาพรวม 6 ปัจจัยใหญ่ปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยการคำนวณหาค่าเฉลี่ยรวม (Grand Mean – GM) ของทุกรายการในปัจจัยย่อย (ตารางที่ 19) ปรากฏว่าปัจจัยที่ส่งผลในระดับมากที่สุดต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศด้านโภชนาการของนิสิต คือ ความน่าเชื่อถือของโพสต์ ( $\bar{X}_{GM}$  2.81) และ ความรู้เดิม ( $\bar{X}_{GM}$  2.54) ส่วนอีก 4 ปัจจัยที่เหลือส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศด้านโภชนาการของนิสิต เรียงตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ การรับรองจากบุคคล ( $\bar{X}_{GM}$  2.41) องค์กรประกอบของโพสต์ ( $\bar{X}_{GM}$  2.32) ความพยายามในการทำความเข้าใจ ( $\bar{X}_{GM}$  2.31) และความเกี่ยวข้องกับตนเอง ( $\bar{X}_{GM}$  2.21) ตามลำดับ

ตารางที่ 19 ปัจจัยที่ส่งผลในระดับมากที่สุดต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศด้านโภชนาการของนิสิต

ปัจจัยที่ส่งผลในภาพรวม	ค่าเฉลี่ยรวม $\bar{X}_{GM}$	แปลความ
ความน่าเชื่อถือของโพสต์ (จำนวนปัจจัยย่อย 4 รายการ)	2.81	มาก
ความรู้เดิม (จำนวนปัจจัยย่อย 2 รายการ)	2.54	มาก
ความพยายามในการทำความเข้าใจ (จำนวนปัจจัยย่อย 3 รายการ)	2.31	น้อย
ความเกี่ยวข้องกับตนเอง (จำนวนปัจจัยย่อย 4 รายการ)	2.21	น้อย
องค์กรประกอบของโพสต์ (จำนวนปัจจัยย่อย 5 รายการ)	2.32	น้อย
การรับรองจากบุคคล (จำนวนปัจจัยย่อย 3 รายการ)	2.41	น้อย

## 4.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก จำแนกตามรายปัจจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในหัวข้อย่อย 4.2 นี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยจำแนกตามรายปัจจัย แบ่งออกเป็น 6 ปัจจัย ได้แก่

### 4.2.1 ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์

ผลการศึกษาปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิต (ตารางที่ 20) พบว่า ปัจจัยทั้ง 4 รายการส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศของนิสิตจำนวนระหว่าง 290 – 295 คน เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยดังนี้ ข้อมูลในโพสต์สามารถตรวจสอบกับแหล่งอื่นได้ ( $\bar{x} = 2.91$ ) โพสต์มีข้อเท็จจริงที่สำคัญต่อหัวข้อเรื่อง ( $\bar{x} = 2.87$ ) โพสต์ที่ได้อ่านมีเนื้อหาถูกต้อง ( $\bar{x} = 2.79$ ) และโพสต์ที่อ่านนำเสนอมุมมองที่เป็นกลางและปราศจากอคติ ( $\bar{x} = 2.67$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 20 ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์	f	$\bar{x}$	S.D.	แปล ความ
โพสต์ที่ได้อ่านมีเนื้อหาถูกต้อง	290	2.79	0.66	มาก
ข้อมูลในโพสต์สามารถตรวจสอบกับแหล่งอื่นได้	292	2.91	0.82	มาก
โพสต์มีข้อเท็จจริงที่สำคัญต่อหัวข้อเรื่อง	295	2.87	0.70	มาก
โพสต์ที่อ่านดูแล้วคิดว่าน่าเชื่อถือได้	294	2.67	0.79	มาก

#### 4.2.2 ปัจจัยด้านความรู้เดิม

จากการศึกษาปัจจัยด้านความรู้เดิมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตจำนวนระหว่าง 289 – 291 คน (ตารางที่ 21) พบว่า ปัจจัยด้านความรู้เดิมทั้ง 2 รายการส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศของนิสิต เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยคือ ความคุ้นเคยเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน ( $\bar{x} = 2.57$ ) และความรู้เดิมเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน ( $\bar{x} = 2.52$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 21 ปัจจัยด้านความรู้เดิม

ปัจจัยด้านความรู้เดิม	f	$\bar{x}$	S.D.	แปล ความ
ความรู้เดิมเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน	291	2.52	0.86	มาก
ความคุ้นเคยเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน	289	2.57	0.84	มาก

#### 4.2.3 ปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจ

จากการศึกษาปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตจำนวนระหว่าง 258 – 291 คน (ตารางที่ 22) พบว่า มีปัจจัยที่ส่งผลในระดับมาก 1 รายการ คือ ความจริงจังในการอ่านโพสต์ ( $\bar{x} = 2.53$ ) และปัจจัยที่ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศของนิสิต 2 รายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยคือ ความรู้สึกวอกแวกขณะอ่านโพสต์ ( $\bar{x} = 2.29$ ) และความเครียดในขณะที่อ่านโพสต์ ( $\bar{x} = 2.13$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 22 ปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจ

ปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจ	f	$\bar{x}$	S.D.	แปล ความ
ความเครียดในขณะที่อ่านโพสต์	258	2.13	0.83	น้อย
ความรู้สึกรอกแวกขณะอ่านโพสต์	266	2.29	0.87	น้อย
ความจริงจังในการอ่านโพสต์	291	2.53	0.80	มาก

#### 4.2.4 ปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเอง

สำหรับผลการศึกษปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเองที่มีผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตจำนวน 244 – 273 คน (ตารางที่ 23) พบว่า ปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเองทั้ง 4 รายการ ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศของนิสิตเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ หัวข้อของโพสต์สัมพันธ์กับตัวเอง ( $\bar{x} = 2.40$ ) เกิดแรงจูงใจในการค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน ( $\bar{x} = 2.33$ ) โพสต์นี้ทำให้นักถึงประเด็นที่อยู่ในความสนใจของตัวเอง ( $\bar{x} = 2.11$ ) และโพสต์นี้เป็นสิ่งที่ค้างคาใจมานานแล้ว ( $\bar{x} = 2.02$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 23 ปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเอง

ปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเอง	f	$\bar{x}$	S.D.	แปล ความ
หัวข้อของโพสต์สัมพันธ์กับตัวเอง	273	2.40	0.85	น้อย
โพสต์นี้เป็นสิ่งที่ค้างคาใจมานานแล้ว	244	2.02	0.94	น้อย
โพสต์นี้ทำให้นักถึงประเด็นที่อยู่ในความสนใจของตัวเอง	253	2.11	0.89	น้อย
เกิดแรงจูงใจในการค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน	267	2.33	0.90	น้อย

#### 4.2.5 ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโพสต์

จากการศึกษาปัจจัยด้านองค์ประกอบของโพสต์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตจำนวน 229 – 287 คน (ตารางที่ 24) พบว่า มีปัจจัยที่ส่งผลในระดับมากเพียง 1 รายการ คือ รายการอ้างอิงในเนื้อหา ( $\bar{x} = 2.61$ ) ส่วนปัจจัยด้านองค์ประกอบของโพสต์ที่ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศของนิสิตมี 4 รายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ลิงก์เพื่อเชื่อมโยงไปยังแหล่งอื่น ๆ ( $\bar{x} = 2.48$ ) ภาพประกอบในเนื้อหา ( $\bar{x} = 2.41$ ) และข้อความเตือนที่ปรากฏในโพสต์ ( $\bar{x} = 2.22$ ) และแฮชแท็ก (Hashtag) ( $\bar{x} = 1.88$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 24 ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโพสต์

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโพสต์	f	$\bar{x}$	S.D.	แปล ความ
รายการอ้างอิงในเนื้อหา	287	2.61	0.96	มาก
แฮชแท็ก (Hashtag)	229	1.88	0.76	น้อย
ข้อความเตือนที่ปรากฏในโพสต์	269	2.22	0.79	น้อย
ลิงก์เพื่อเชื่อมโยงไปยังแหล่งอื่น ๆ	269	2.48	0.93	น้อย
ภาพประกอบในเนื้อหา	271	2.41	0.91	น้อย

#### 4.2.6 ปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคล

จากการศึกษาปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิต (ตารางที่ 25) พบว่า มีปัจจัยที่ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศของนิสิต 1 รายการ คือ การรับรองจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่อง ( $\bar{x} = 2.86$ ) ขณะที่ปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคลที่ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศของนิสิตมี 2 รายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ การรับรองจากเพื่อนและ/หรือคนรู้จัก ( $\bar{x} = 2.28$ ) และการรับรองจากคนอื่นที่ไม่ใช่เพื่อนและ/หรือคนรู้จัก ( $\bar{x} = 2.10$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 25 ปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคล

ปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคล	f	$\bar{x}$	S.D.	แปล ความ
การรับรองจากเพื่อนและ/หรือคนรู้จัก	278	2.28	0.81	น้อย
การรับรองจากคนอื่นที่ไม่ใช่เพื่อนและ/หรือคนรู้จัก	273	2.10	0.77	น้อย
การรับรองจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่อง	285	2.86	0.99	มาก

#### 4.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการ จำแนกตามชนิดของโพสต์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในหัวข้อย่อย 4.3 นี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลกึ่งทดลอง (quasi-experiment) เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยจำแนกผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามชนิดของโพสต์ ซึ่งผู้วิจัยได้จำลองโพสต์ของเฟซบุ๊กที่ปรากฏชื่อผู้โพสต์สมมติพร้อมเนื้อหาด้านโภชนาการ ขึ้นมา 4 ชนิด เพื่อทดสอบการตัดสินใจเชื่อของนิสิตแต่ละกลุ่มภายใต้เงื่อนไข 4 ประการ ได้แก่

- ชุด A คือ โพสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้อง และเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ (ดูภาคผนวก ก)
- ชุด B คือ โพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง และเขียนโดยบุคคลทั่วไป (ดูภาคผนวก ข)
- ชุด C คือ โพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ (ดูภาคผนวก ค)
- ชุด D คือ โพสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้อง แต่เขียนโดยบุคคลทั่วไป (ดูภาคผนวก ง)

##### 4.3.1 ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์ จำแนกตามชนิดของโพสต์

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิต จำแนกตามชนิดของโพสต์ ในภาพรวม (ตารางที่ 26) พบว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์จำนวน 2 รายการ ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ชุด A (เนื้อหาถูกต้อง และเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ) ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย ข้อมูลในโพสต์สามารถตรวจสอบกับแหล่งอื่นได้ และโพสต์มีข้อเท็จจริงที่สำคัญต่อหัวข้อเรื่อง ส่วนอีก 2



รายการ คือ โปสต์ที่ได้อ่านมีเนื้อหาถูกต้อง และโปสต์ที่อ่านดูแล้วคิดว่าน่าจะเชื่อถือได้ เป็นปัจจัยที่ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศที่ปรากฏบนโปสต์ชุด C (มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ)

เมื่อพิจารณาตามชนิดของโปสต์ พบว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโปสต์ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศที่ปรากฏบนโปสต์ชุด A (เนื้อหาถูกต้อง และเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ) จำนวนทั้งหมด 4 รายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ข้อมูลในโปสต์สามารถตรวจสอบกับแหล่งอื่นได้ ( $\bar{x} = 3.13$ ) โปสต์มีข้อเท็จจริงที่สำคัญต่อหัวข้อเรื่อง ( $\bar{x} = 2.94$ ) โปสต์ที่ได้อ่านมีเนื้อหาถูกต้อง ( $\bar{x} = 2.93$ ) และโปสต์ที่อ่านดูแล้วคิดว่าน่าจะเชื่อถือได้ ( $\bar{x} = 2.88$ ) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโปสต์ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศที่ปรากฏบนโปสต์ชุด B (เนื้อหาไม่ถูกต้อง และเขียนโดยบุคคลทั่วไป) จำนวน 3 รายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ โปสต์มีข้อเท็จจริงที่สำคัญต่อหัวข้อเรื่อง ( $\bar{x} = 2.76$ ) และโปสต์ที่ได้อ่านมีเนื้อหาถูกต้อง ( $\bar{x} = 2.68$ ) และข้อมูลในโปสต์สามารถตรวจสอบกับแหล่งอื่นได้ ( $\bar{x} = 2.54$ ) ส่วนปัจจัยที่ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศมีจำนวน 1 รายการ คือ โปสต์ที่อ่านดูแล้วคิดว่าน่าจะเชื่อถือได้ ( $\bar{x} = 2.49$ ) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโปสต์ที่ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศที่ปรากฏบนโปสต์ชุด C (มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ) มีจำนวนทั้งหมด 4 รายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ข้อมูลในโปสต์สามารถตรวจสอบกับแหล่งอื่นได้ ( $\bar{x} = 3.11$ ) โปสต์ที่ได้อ่านมีเนื้อหาถูกต้อง ( $\bar{x} = 2.97$ ) โปสต์มีข้อเท็จจริงที่สำคัญต่อหัวข้อเรื่อง ( $\bar{x} = 2.93$ ) และโปสต์ที่อ่านดูแล้วคิดว่าน่าจะเชื่อถือได้ ( $\bar{x} = 2.91$ ) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโปสต์ที่ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศที่ปรากฏบนโปสต์ชุด D (เนื้อหาถูกต้อง แต่เขียนโดยบุคคลทั่วไป) มีจำนวน 3 รายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ข้อมูลในโปสต์สามารถตรวจสอบกับแหล่งอื่นได้ ( $\bar{x} = 2.83$ ) โปสต์มีข้อเท็จจริงที่สำคัญต่อหัวข้อเรื่อง ( $\bar{x} = 2.78$ ) และโปสต์ที่ได้อ่านมีเนื้อหาถูกต้อง ( $\bar{x} = 2.55$ ) ส่วนปัจจัยที่ส่งผลในระดับน้อยมี 1 รายการ คือ โปสต์ที่อ่านดูแล้วคิดว่าน่าจะเชื่อถือได้ ( $\bar{x} = 2.39$ )

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์ เฉพาะปัจจัย “โพสต์ที่ได้อ่านมีเนื้อหาถูกต้อง” จากโพสต์ทั้ง 4 ชนิด พบว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ เรียงตามลำดับตามค่าเฉลี่ย ดังนี้ โพสต์ชุด C ( $\bar{x} = 2.97$ ) ชุด A ( $\bar{x} = 2.93$ ) ชุด B ( $\bar{x} = 2.68$ ) และชุด D ( $\bar{x} = 2.55$ ) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์ เฉพาะปัจจัย “ข้อมูลในโพสต์สามารถตรวจสอบกับแหล่งอื่นได้” จากโพสต์ทั้ง 4 ชนิด พบว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ เรียงตามลำดับตามค่าเฉลี่ย ดังนี้ โพสต์ชุด A ( $\bar{x} = 3.13$ ) ชุด C ( $\bar{x} = 3.11$ ) และ ชุด D ( $\bar{x} = 2.83$ ) ชุด B ( $\bar{x} = 2.54$ ) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์ เฉพาะปัจจัย “โพสต์มีข้อเท็จจริงที่สำคัญต่อหัวข้อเรื่อง” จากโพสต์ทั้ง 4 ชนิด พบว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ดังนี้ โพสต์ชุด A ( $\bar{x} = 2.94$ ) ชุด C ( $\bar{x} = 2.93$ ) ชุด D ( $\bar{x} = 2.78$ ) และชุด B ( $\bar{x} = 2.76$ ) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์ เฉพาะปัจจัย “โพสต์ที่อ่านดูแล้วคิดว่าน่าเชื่อถือได้” จากโพสต์ทั้ง 4 ชนิด พบว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด C ( $\bar{x} = 2.91$ ) และ ชุด A ( $\bar{x} = 2.88$ ) แต่ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด B ( $\bar{x} = 2.49$ ) และ ชุด D ( $\bar{x} = 2.39$ )

ตารางที่ 26 ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์ จำแนกตามชนิดของโพสต์

ปัจจัย	จุด A			จุด B			จุด C			จุด D		
	(n = 69 - 70)			(n = 69 - 72)			(n = 73 - 74)			(n = 71 - 75)		
	$\bar{x}$	S.D.	ปค	$\bar{x}$	S.D.	ปค	$\bar{x}$	S.D.	ปค	$\bar{x}$	S.D.	ปค
- โพสต์ที่ได้ อ่านมีเนื้อหา ถูกต้อง	2.93	0.39	ม	2.68	0.78	ม	2.97	0.57	ม	2.55	0.73	ม
- ข้อมูลใน โพสต์สามารถ ตรวจสอบกับ แหล่งอื่นได้	3.13	0.65	ม	2.54	0.96	ม	3.11	0.67	ม	2.83	0.82	ม
- โพสต์มี ข้อเท็จจริงที่ สำคัญต่อ หัวข้อเรื่อง	2.94	0.63	ม	2.76	0.81	ม	2.93	0.62	ม	2.78	0.72	ม
- โพสต์ที่อ่าน ดูแล้วคิดว่า น่าเชื่อถือ ได้	2.88	0.58	ม	2.49	0.96	น	2.91	0.66	ม	2.39	0.77	น

#### 4.3.2 ปัจจัยด้านความรู้เดิม จำแนกตามชนิดของโพสต์

ปัจจัยด้านความรู้เดิมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการเมื่อจำแนกตามชนิดของโพสต์ ในภาพรวม (ตารางที่ 27) พบว่า ปัจจัยด้านความรู้เดิม จำนวน 2 รายการส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์จุด C (เนื้อหาไม่ถูกต้อง และเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ) ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย ความรู้เดิมเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน และ ความคุ้นเคยเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน

ปัจจัยด้านความรู้เดิมส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์จุด A (เนื้อหาถูกต้อง และเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ) จำนวน 2 รายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ

ความคุ้นเคยเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน ( $\bar{x} = 2.59$ ) และความรู้เดิมเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน ( $\bar{x} = 2.56$ ) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความรู้เดิมส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด B (เนื้อหาไม่ถูกต้อง และเขียนโดยบุคคลทั่วไป) จำนวน 2 รายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ความรู้เดิมเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน ( $\bar{x} = 2.42$ ) และ ความคุ้นเคยเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน ( $\bar{x} = 2.40$ ) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความรู้เดิมส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ชุด C (เนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ) จำนวน 2 รายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ความคุ้นเคยเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน ( $\bar{x} = 3.11$ ) และความรู้เดิมเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน ( $\bar{x} = 3.01$ ) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความรู้เดิมส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ชุด D (เนื้อหาถูกต้อง แต่เขียนโดยบุคคลทั่วไป) จำนวน 2 รายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ความคุ้นเคยเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน ( $\bar{x} = 2.15$ ) และความรู้เดิมเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน ( $\bar{x} = 2.03$ ) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความรู้เดิมจำแนกตามชนิดของโพสต์ เฉพาะปัจจัยความรู้เดิมเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน จากโพสต์ทั้ง 4 ชนิดนั้น พบว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด C ( $\bar{x} = 3.01$ ) และชุด A ( $\bar{x} = 2.56$ ) แต่ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด B ( $\bar{x} = 2.42$ ) และชุด D ( $\bar{x} = 2.03$ ) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความรู้เดิมจำแนกตามชนิดของโพสต์ เฉพาะปัจจัย “ความคุ้นเคยเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน” พบว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด C ( $\bar{x} = 3.11$ ) และชุด A ( $\bar{x} = 2.59$ ) แต่ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด B ( $\bar{x} = 2.40$ ) และชุด D ( $\bar{x} = 2.15$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 27 ปัจจัยด้านความรู้เดิมจำแนกชนิดของโพสต์

ปัจจัย	ชุด A			ชุด B			ชุด C			ชุด D		
	(n = 70)			(n = 73)			(n = 75)			(n = 66 - 68)		
	$\bar{x}$	S.D.	ปค	$\bar{x}$	S.D.	ปค	$\bar{x}$	S.D.	ปค	$\bar{x}$	S.D.	ปค
- ความรู้เดิมเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน	2.56	0.86	ม	2.42	0.84	น	3.01	0.64	ม	2.03	0.81	น
- ความคุ้นเคยเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน	2.59	0.89	ม	2.40	0.79	น	3.11	0.64	ม	2.15	0.76	น

#### 4.3.3 ปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจ จำแนกชนิดของโพสต์

ปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเพชบุ๊กของนิสิต จำแนกตามชนิดของโพสต์ ในภาพรวม (ตารางที่ 28) พบว่า ปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจจำนวน 2 รายการ ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด A (เนื้อหาถูกต้อง และเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ) ปัจจัยดังกล่าว คือ ความรู้สึกอวกแวกขณะอ่านโพสต์ และโพสต์ชุด D (เนื้อหาถูกต้อง แต่เขียนโดยบุคคลทั่วไป) คือ ความจริงจังในการอ่านโพสต์ ส่วนอีก 1 รายการเป็นปัจจัยที่ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ ปัจจัยดังกล่าว คือ ความเครียดในขณะที่อ่านโพสต์ชุด A (เนื้อหาถูกต้อง และเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ)

ปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด A (เนื้อหาถูกต้อง และเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ) จำนวน 1 รายการ คือ ความรู้สึกอวกแวกขณะอ่านโพสต์ ( $\bar{x} = 2.72$ ) ส่วนปัจจัยที่ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศมีจำนวน 2 รายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ความเครียดขณะอ่านโพสต์ ( $\bar{x} = 2.48$ ) และความจริงจังในการอ่านโพสต์ ( $\bar{x} = 2.46$ ) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด B (เนื้อหาไม่ถูกต้อง และเขียนโดยบุคคลทั่วไป) จำนวน 3 รายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ความจริงจรงในการอ่านโพสต์ ( $\bar{x} = 2.46$ ) ความรู้สึกวอกแวกขณะอ่านโพสต์ ( $\bar{x} = 2.13$ ) และ ความเครียดขณะอ่านโพสต์ ( $\bar{x} = 1.83$ ) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด C (เนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ) จำนวน 1 รายการ คือ ความจริงจรงในการอ่านโพสต์ ( $\bar{x} = 2.69$ ) ส่วนปัจจัยที่ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศมีจำนวน 2 รายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ความรู้สึกวอกแวกขณะอ่านโพสต์ ( $\bar{x} = 2.22$ ) และความเครียดขณะอ่านโพสต์ ( $\bar{x} = 2.13$ ) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด D (เนื้อหาถูกต้อง แต่เขียนโดยบุคคลทั่วไป) จำนวน 1 รายการ คือ ความจริงจรงในการอ่านโพสต์ ( $\bar{x} = 2.70$ ) ส่วนปัจจัยที่ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศมีจำนวน 2 รายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ความรู้สึกวอกแวกขณะอ่านโพสต์ ( $\bar{x} = 2.10$ ) และความเครียดขณะอ่านโพสต์ ( $\bar{x} = 2.09$ ) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจจำแนกตามชนิดของโพสต์ เฉพาะปัจจัย “ความเครียดในขณะอ่านโพสต์” พบว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด A ( $\bar{x} = 2.48$ ) ชุด C ( $\bar{x} = 2.13$ ) ชุด D ( $\bar{x} = 2.09$ ) ชุด และ ชุด B ( $\bar{x} = 1.83$ ) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจจำแนกตามชนิดของโพสต์ เฉพาะปัจจัย “ความรู้สึกวอกแวกขณะอ่านโพสต์” พบว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด A ( $\bar{x} = 2.72$ ) แต่ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด C ( $\bar{x} = 2.22$ ) ชุด B ( $\bar{x} = 2.13$ ) และ ชุด D ( $\bar{x} = 2.10$ ) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจจำแนกชนิดของโพสต์ เฉพาะปัจจัย “ความจริงจรงในการอ่านโพสต์” พบว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด D ( $\bar{x} = 2.70$ ) และ ชุด C ( $\bar{x} = 2.69$ ) แต่ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด A ( $\bar{x} = 2.46$ ) และ ชุด B ( $\bar{x} = 2.24$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 28 ปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจ จำแนกตามชนิดของโพสต์

ปัจจัย	จุด A			จุด B			จุด C			จุด D		
	(n = 65 - 69)			(n = 59 - 72)			(n = 62 - 72)			(n = 66 - 74)		
	$\bar{x}$	S.D.	ปค	$\bar{x}$	S.D.	ปค	$\bar{x}$	S.D.	ปค	$\bar{x}$	S.D.	ปค
- ความเครียด ในขณะอ่าน โพสต์	2.48	0.84	น	1.83	0.79	น	2.13	0.79	น	2.09	0.77	น
- ความรู้สึก วอกแวกขณะ อ่านโพสต์	2.72	0.82	ม	2.13	0.92	น	2.22	0.84	น	2.10	0.79	น
- ความจริงจัง ในการอ่าน โพสต์	2.46	0.81	น	2.24	0.86	น	2.69	0.78	ม	2.70	0.65	ม

#### 4.3.4 ปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเอง จำแนกตามชนิดของโพสต์

ปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเองที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิต จำแนกตามชนิดของโพสต์ ในภาพรวม (ตารางที่ 29) พบว่า ปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเองที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศด้านโภชนาการ จำนวนทั้ง 4 รายการ ส่งผลในระดับมากที่สุดต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศ และมีค่าเฉลี่ยสูงสุดทุกรายการ คือ โพสต์จุด C (เนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ) ได้แก่ หัวข้อของโพสต์สัมพันธ์กับตัวเอง โพสต์นี้เป็นสิ่งที่ค้างคาใจมานานแล้ว โพสต์นี้ทำให้นึกถึงประเด็นที่อยู่ในความสนใจของตัวเอง และเกิดแรงจูงใจในการค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน

ปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเองส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์จุด A (เนื้อหาถูกต้อง และเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ) จำนวนทั้ง 4 รายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ หัวข้อของโพสต์สัมพันธ์กับตัวเอง ( $\bar{x} = 2.20$ ) โพสต์นี้ทำให้นึกถึงประเด็น

ที่อยู่ในความสนใจของตัวเอง ( $\bar{x} = 2.14$ ) เกิดแรงจูงใจในการค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน ( $\bar{x} = 2.08$ ) และโพสต์นี้เป็นสิ่งที่ค้างคาใจมานานแล้ว ( $\bar{x} = 1.80$ ) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเองส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด B (เนื้อหาไม่ถูกต้อง และเขียนโดยบุคคลทั่วไป) จำนวนทั้ง 4 รายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ หัวข้อของโพสต์สัมพันธ์กับตัวเอง ( $\bar{x} = 2.31$ ) เกิดแรงจูงใจในการค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน ( $\bar{x} = 2.26$ ) โพสต์นี้ทำให้นึกถึงประเด็นที่อยู่ในความสนใจของตัวเอง ( $\bar{x} = 2.10$ ) และโพสต์นี้เป็นสิ่งที่ค้างคาใจมานานแล้ว ( $\bar{x} = 2.03$ ) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเองส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด C (เนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ) จำนวน 1 รายการ คือ หัวข้อของโพสต์สัมพันธ์กับตัวเอง ( $\bar{x} = 2.78$ ) ส่วนปัจจัยที่ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศมีจำนวน 3 รายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ เกิดแรงจูงใจในการค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน ( $\bar{x} = 2.50$ ) โพสต์นี้เป็นสิ่งที่ค้างคาใจมานานแล้ว ( $\bar{x} = 2.41$ ) และโพสต์นี้ทำให้นึกถึงประเด็นที่อยู่ในความสนใจของตัวเอง ( $\bar{x} = 2.34$ ) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเองส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด D (เนื้อหาถูกต้อง และเขียนโดยบุคคลทั่วไป) จำนวนทั้ง 4 รายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ เกิดแรงจูงใจในการค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน ( $\bar{x} = 2.48$ ) หัวข้อของโพสต์สัมพันธ์กับตัวเอง ( $\bar{x} = 2.25$ ) และโพสต์นี้ทำให้นึกถึงประเด็นที่อยู่ในความสนใจของตัวเอง ( $\bar{x} = 1.89$ ) และ โพสต์นี้เป็นสิ่งที่ค้างคาใจมานานแล้ว ( $\bar{x} = 1.80$ ) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเอง เฉพาะปัจจัย “หัวข้อของโพสต์สัมพันธ์กับตัวเอง” พบว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด C ( $\bar{x} = 2.78$ ) แต่ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด B ( $\bar{x} = 2.31$ ) ชุด D ( $\bar{x} = 2.25$ ) และชุด A ( $\bar{x} = 2.20$ ) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเอง เฉพาะปัจจัย “โพสต์นี้เป็นสิ่งที่ค้างคาใจมานานแล้ว” พบว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ทุกชุด เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ โพสต์ชุด C ( $\bar{x} = 2.41$ ) ชุด B ( $\bar{x} = 2.03$ ) ชุด A ( $\bar{x} = 1.80$ ) และ ชุด D ( $\bar{x} = 1.80$ ) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเอง เฉพาะปัจจัย “โพสต์นี้ทำให้นึกถึงประเด็นที่อยู่ในความสนใจของตัวเอง” พบว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื้อ



สารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ทั้ง 4 ชุด เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ โพสต์ชุด C ( $\bar{x} = 2.34$ ) ชุด A ( $\bar{x} = 2.14$ ) ชุด B ( $\bar{x} = 2.10$ ) และชุด D ( $\bar{x} = 1.89$ ) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเอง เฉพาะปัจจัย “เกิดแรงจูงใจในการค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน” พบว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ทั้ง 4 ชุด เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ โพสต์ชุด C ( $\bar{x} = 2.50$ ) ชุด D ( $\bar{x} = 2.48$ ) ชุด B ( $\bar{x} = 2.26$ ) และ ชุด A ( $\bar{x} = 2.08$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 29 ปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเองจำแนกตามชุดแบบสอบถาม

ปัจจัย	ชุด A			ชุด B			ชุด C			ชุด D		
	(n = 56 - 62)			(n = 60 - 71)			(n = 64 - 69)			(n = 60 - 71)		
	$\bar{x}$	S.D.	ปค	$\bar{x}$	S.D.	ปค	$\bar{x}$	S.D.	ปค	$\bar{x}$	S.D.	ปค
- หัวข้อของ โพสต์สัมพันธ์ กับตัวเอง	2.20	0.77	น	2.31	0.87	น	2.78	0.78	ม	2.25	0.83	น
- โพสต์นี้เป็นสิ่ง ที่ค้างคาใจมา นานแล้ว	1.80	0.79	น	2.03	1.04	น	2.41	0.92	น	1.80	0.84	น
- โพสต์นี้ทำให้ นึกถึงประเด็นที่ อยู่ในความ สนใจของ ตัวเอง	2.14	0.93	น	2.10	0.95	น	2.34	0.82	น	1.89	0.77	น
- เกิดแรงจูงใจ ในการค้นคว้า เพิ่มเติม เกี่ยวกับโพสต์ที่ ได้อ่าน	2.08	0.87	น	2.26	0.92	น	2.50	0.82	น	2.48	0.90	น

#### 4.3.5 ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโพสต์ จำแนกชนิดของโพสต์

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโพสต์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิต จำแนกตามชนิดของโพสต์ ในภาพรวม (ตารางที่ 30) พบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโพสต์ จำนวน 2 รายการ ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด A (เนื้อหาถูกต้อง และเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ) ปัจจัยดังกล่าว คือ รายการอ้างอิงในเนื้อหา และลิงก์เพื่อเชื่อมโยงไปยังแหล่งอื่น ๆ ส่วนอีก 1 รายการส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด B (เนื้อหาไม่ถูกต้อง และเขียนโดยบุคคลทั่วไป) คือ ภาพประกอบในเนื้อหา ขณะที่อีก 2 รายการส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด C (เนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ) คือ แฮชแท็ก และข้อความเตือนที่ปรากฏในโพสต์

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด A (เนื้อหาถูกต้อง และเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ) จำนวน 2 รายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ รายการอ้างอิงในเนื้อหา ( $\bar{x} = 2.97$ ) และลิงก์เพื่อเชื่อมโยงไปยังแหล่งอื่น ๆ ( $\bar{x} = 2.75$ ) ส่วนปัจจัยที่ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศมีจำนวน 3 รายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ภาพประกอบในเนื้อหา ( $\bar{x} = 2.44$ ) ข้อความเตือนที่ปรากฏในโพสต์ ( $\bar{x} = 2.32$ ) และ แฮชแท็ก ( $\bar{x} = 1.94$ ) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด B (เนื้อหาไม่ถูกต้อง และเขียนโดยบุคคลทั่วไป) จำนวน 1 รายการ คือ ภาพประกอบในเนื้อหา ( $\bar{x} = 2.75$ ) ส่วนปัจจัยที่ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศมีจำนวน 3 รายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ รายการอ้างอิงในเนื้อหา ( $\bar{x} = 2.17$ ) และลิงก์เพื่อเชื่อมโยงไปยังแหล่งอื่น ๆ ( $\bar{x} = 2.03$ ) และข้อความเตือนที่ปรากฏในโพสต์ ( $\bar{x} = 1.85$ ) ส่วนปัจจัยที่ส่งผลในระดับน้อยที่สุดต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด B มีจำนวน 1 รายการ คือ แฮชแท็ก ( $\bar{x} = 1.59$ )

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ชุด C (เนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ) จำนวน 1 รายการ คือ รายการอ้างอิงในเนื้อหา ( $\bar{x} = 2.63$ ) ส่วนปัจจัยที่ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศมีจำนวน 4 รายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ลิงก์เพื่อเชื่อมโยงไปยังแหล่งอื่น ๆ ( $\bar{x} = 2.42$ ) ข้อความเตือนที่ปรากฏในโพสต์ ( $\bar{x} = 2.37$ ) ภาพประกอบในเนื้อหา ( $\bar{x} = 2.18$ ) และ แฮชแท็ก ( $\bar{x} = 1.98$ ) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด D (เนื้อหาถูกต้อง แต่เขียนโดยบุคคลทั่วไป) จำนวน 2 รายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ลิงก์เพื่อเชื่อมโยงไปยังแหล่งอื่น ๆ ( $\bar{x} = 2.59$ ) และ รายการอ้างอิงในเนื้อหา ( $\bar{x} = 2.57$ ) ส่วนปัจจัยที่ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศมีจำนวน 3 รายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ภาพประกอบในเนื้อหา ( $\bar{x} = 2.29$ ) ข้อความเตือนที่ปรากฏในโพสต์ ( $\bar{x} = 2.25$ ) และ แฮชแท็ก ( $\bar{x} = 1.95$ ) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านองค์ประกอบของโพสต์ เฉพาะปัจจัย “รายการอ้างอิงในเนื้อหา” พบว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศ เรียงลำดับค่าเฉลี่ย คือ โพสต์ชุด A ( $\bar{x} = 2.97$ ) ชุด C ( $\bar{x} = 2.63$ ) และชุด D ( $\bar{x} = 2.57$ ) แต่ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด B ( $\bar{x} = 2.17$ )

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านองค์ประกอบของโพสต์ เฉพาะปัจจัย “แฮชแท็ก (Hashtag)” พบว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ โพสต์ชุด C ( $\bar{x} = 1.98$ ) ชุด A ( $\bar{x} = 1.94$ ) และชุด D ( $\bar{x} = 1.95$ ) แต่ส่งผลในระดับน้อยที่สุดต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด B ( $\bar{x} = 1.59$ )

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านองค์ประกอบของโพสต์ เฉพาะปัจจัย “ข้อความเตือนที่ปรากฏในโพสต์” พบว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ทั้ง 4 ชุด เรียงลำดับค่าเฉลี่ย คือ โพสต์ชุด C ( $\bar{x} = 2.37$ ) ชุด A ( $\bar{x} = 2.32$ ) ชุด D ( $\bar{x} = 2.25$ ) และ ชุด B ( $\bar{x} = 1.85$ ) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านองค์ประกอบของโพสต์ เฉพาะปัจจัย “ลิงก์เพื่อเชื่อมโยงไปยังแหล่งอื่น ๆ” พบว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด A ( $\bar{x} = 2.75$ ) และชุด D ( $\bar{x} = 2.59$ ) แต่ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด C ( $\bar{x} = 2.03$ ) และชุด B ( $\bar{x} = 2.42$ )

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านองค์ประกอบของโพสต์ เฉพาะปัจจัย “ภาพประกอบในเนื้อหา” พบว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ ชุด B ( $\bar{x} = 2.75$ ) และส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ 3 ชุด เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ โพสต์ชุด A ( $\bar{x} = 2.44$ ) ชุด D ( $\bar{x} = 2.29$ ) และ ชุด C ( $\bar{x} = 2.18$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 30 ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโพสต์ จำแนกตามชนิดของโพสต์

ปัจจัย	ชุด A			ชุด B			ชุด C			ชุด D		
	(n = 50 - 70)			(n = 54 - 73)			(n = 63 - 72)			(n = 75)		
	$\bar{x}$	S.D.	ปค	$\bar{x}$	S.D.	ปค	$\bar{x}$	S.D.	ปค	$\bar{x}$	S.D.	ปค
- รายการอ้างอิง ในเนื้อหา	2.97	0.76	ม	2.17	1.05	น	2.63	0.98	ม	2.57	0.87	ม
- แฮชแท็ก (Hashtag)	1.94	0.79	น	1.59	0.68	นส	1.98	0.83	น	1.95	0.68	น
- ข้อความเตือนที่ ปรากฏในโพสต์	2.32	0.85	น	1.85	0.78	น	2.37	0.83	น	2.25	0.62	น
- ลิงก์เพื่อ เชื่อมโยงไปยัง แหล่งอื่น ๆ	2.75	1.00	ม	2.03	0.96	น	2.42	0.85	น	2.59	0.77	ม
- ภาพประกอบใน เนื้อหา	2.44	0.78	น	2.75	0.96	ม	2.18	0.93	น	2.29	0.83	น

#### 4.2.6 ปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคล จำแนกตามชนิดของโพสต์

ปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิต จำแนกตามชนิดของโพสต์ ในภาพรวม (ตารางที่ 31) พบว่า ปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคลจำนวน 2 รายการ ส่งผลในระดับมากที่สุดต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด C (เนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ) ปัจจัยดังกล่าว คือ การรับรองจากเพื่อนและ/หรือคนรู้จัก และการรับรองจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่อง ส่วนอีก 1 รายการ คือ การรับรองจากคนอื่นที่ไม่ใช่เพื่อนและ/หรือคนรู้จัก เป็นปัจจัยที่ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ชุด C

ปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคลส่งผลในระดับมากที่สุดต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด A (เนื้อหาถูกต้อง และเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ) จำนวน 1 รายการ คือ การรับรองจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่อง ( $\bar{x} = 2.93$ ) ส่วนปัจจัยที่ส่งผลในระดับน้อยมีจำนวน 2 รายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ การรับรองจากเพื่อนและ/หรือคนรู้จัก ( $\bar{x} = 2.24$ ) และการรับรองจากคนอื่นที่ไม่ใช่เพื่อนและ/หรือคนรู้จัก ( $\bar{x} = 2.17$ ) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคลส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด B (เนื้อหาไม่ถูกต้อง และเขียนโดยบุคคลทั่วไป) จำนวน 1 รายการ คือ การรับรองจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่อง ( $\bar{x} = 2.77$ ) ส่วนปัจจัยที่ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศมีจำนวน 2 รายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ การรับรองจากเพื่อนและ/หรือคนรู้จัก ( $\bar{x} = 2.20$ ) และการรับรองจากคนอื่นที่ไม่ใช่เพื่อนและ/หรือคนรู้จัก ( $\bar{x} = 1.87$ ) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคลส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด C (เนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ) จำนวน 2 รายการ คือ การรับรองจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่อง ( $\bar{x} = 3.22$ ) และ การรับรองจากเพื่อนและ/หรือคนรู้จัก ( $\bar{x} = 2.54$ ) ส่วนปัจจัยที่ส่งผลในระดับน้อยมีจำนวน 1 รายการ คือ การรับรองจากคนอื่นที่ไม่ใช่เพื่อนและ/หรือคนรู้จัก ( $\bar{x} = 2.39$ ) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคลส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด D (เนื้อหาถูกต้อง แต่เขียนโดยบุคคลทั่วไป) จำนวนทั้ง 3 รายการ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ การรับรองจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่อง ( $\bar{x} = 2.49$ ) การรับรองจากเพื่อนและ/หรือคนรู้จัก ( $\bar{x} = 2.10$ ) และการรับรองจากคนอื่นที่ไม่ใช่เพื่อนและ/หรือคนรู้จัก ( $\bar{x} = 1.99$ ) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคล เฉพาะปัจจัย “การรับรองจากเพื่อนและ/หรือคนรู้จัก” พบว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด C ( $\bar{x} = 2.54$ ) แต่ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศในระดับน้อยที่ปรากฏในโพสต์อีก 3 ชุด เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ โพสต์ชุด A ( $\bar{x} = 2.24$ ) ชุด B ( $\bar{x} = 2.20$ ) และ ชุด D ( $\bar{x} = 2.10$ ) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคล เฉพาะปัจจัย “การรับรองจากคนอื่นที่ไม่ใช่เพื่อนและ/หรือคนรู้จัก” พบว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ทั้ง 4 ชุด เรียงลำดับค่าเฉลี่ย คือ โพสต์ชุด C ( $\bar{x} = 2.39$ ) ชุด A ( $\bar{x} = 2.17$ ) ชุด D ( $\bar{x} = 1.99$ ) และ ชุด B ( $\bar{x} = 1.87$ ) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคล เฉพาะปัจจัย “การรับรองจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่อง” พบว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ 2 ชุด เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ โพสต์ชุด C ( $\bar{x} = 3.22$ ) และชุด A ( $\bar{x} = 2.93$ ) แต่ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ชุด B ( $\bar{x} = 2.77$ ) และชุด D ( $\bar{x} = 2.49$ )

ตารางที่ 31 ปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคล จำแนกตามชนิดของโพสต์

ปัจจัย	ชุด A			ชุด B			ชุด C			ชุด D		
	(n = 64 - 68)			(n = 63 - 66)			(n = 71 - 74)			(n = 71 - 72)		
	$\bar{x}$	S.D.	ปค	$\bar{x}$	S.D.	ปค	$\bar{x}$	S.D.	ปค	$\bar{x}$	S.D.	ปค
- การรับรองจาก เพื่อน และ/หรือคน รู้จัก	2.24	0.76	น	2.20	0.93	น	2.54	0.80	ม	2.10	0.67	น
- การรับรองจากคน อื่นที่ไม่ใช่เพื่อนและ/ หรือคนรู้จัก	2.17	0.76	น	1.87	0.85	น	2.39	0.72	น	1.99	0.64	น
- การรับรองจาก ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ เรื่อง	2.93	0.99	ม	2.77	1.07	น	3.22	0.72	ม	2.49	1.02	น

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

บทนี้เป็นการสรุปผลการวิจัยเรื่อง การตรวจสอบและการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศด้าน โภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตปริญญาตรีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ประกอบด้วย วัตถุประสงค์การวิจัย สมมติฐานของการวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย สรุปผลการวิจัย และอภิปรายผล ข้อเสนอแนะ และแนวทางสำหรับการวิจัยในอนาคต

#### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

เพื่อศึกษาการตรวจสอบและการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ด้านลักษณะการเปิดรับสารสนเทศ วิธีการตรวจสอบสารสนเทศ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศ

#### สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศบนเฟซบุ๊กของนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ คือ การได้รับจากเพื่อน
2. นิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ตรวจสอบสารสนเทศบนเฟซบุ๊กโดยพิจารณาความทันสมัย
3. ปัจจัยที่ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศด้านโภชนาการของนิสิต คือ การรับรองจากเพื่อนและ/หรือคนรู้จัก

## วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ศึกษาเอกสารเกี่ยวกับทฤษฎีการตรวจสอบและการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศและแบบจำลองเชิงจิตวิทยาเพื่อประเมินความเชื่อถือได้ของสารสนเทศออนไลน์จากทรัพยากรสารสนเทศต่าง ๆ ได้แก่ หนังสือ บทความวารสาร บทความวิจัย วิทยานิพนธ์ ฐานข้อมูล เว็บไซต์ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
2. กำหนดขอบเขตและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
3. พัฒนาเครื่องมือการวิจัยเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่
  - ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าร่วมการวิจัย
  - ตอนที่ 2 ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศบนเฟซบุ๊ก
  - ตอนที่ 3 วิธีการตรวจสอบสารสนเทศ
  - ตอนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ
4. ทดสอบเครื่องมือการวิจัยกับนิสิตปริญญาตรีที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 32 คน เพื่อวัดความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficiency) จากนั้นจึงปรับปรุงแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์
5. นำเครื่องมือการวิจัยฉบับสมบูรณ์ไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 300 คน

รวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สรุปผลการวิจัยและอภิปรายได้ดังนี้



## สรุปผลการวิจัยและอภิปราย

### ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตอนที 1 นั้น ประกอบด้วย เพศ อายุ คณะที่กำลังศึกษา ชั้นปี และประสบการณ์การใช้เฟซบุ๊ก รายละเอียดดังนี้

#### 1.1 เพศและอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการสำรวจผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน จำแนกตามอายุและเพศ (ตารางที่ 5) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เป็นนิสิตหญิงมีจำนวน 191 คน (ร้อยละ 63.67) ส่วนนิสิตชายมีจำนวน 109 คน (ร้อยละ 36.33)

สำหรับอายุของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวม พบว่า นิสิตจำนวนมากที่สุด 80 คน (ร้อยละ 26.70) มีอายุ 21 ปี

เมื่อพิจารณาข้อมูลด้านอายุ จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นิสิตชายจำนวนมากที่สุด 30 คน (ร้อยละ 27.50) มีอายุ 21 ปี สำหรับอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนิสิตหญิง พบว่า นิสิตจำนวนมากที่สุด 51 คน (ร้อยละ 26.7) มีอายุ 19 ปี

#### 1.2 คณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามกำลังศึกษาอยู่

จากการสำรวจผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน เกี่ยวกับคณะที่กำลังศึกษาอยู่ในจุฬาลงกรณ์-มหาวิทยาลัย (ตารางที่ 6) พบว่า นิสิตจำนวนมากที่สุด 80 คน (ร้อยละ 26.70) กำลังศึกษาอยู่ในคณะอักษรศาสตร์

#### 1.3 ชั้นปีที่กำลังศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการสำรวจผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน จำแนกตามชั้นปีที่กำลังศึกษาอยู่ (ตารางที่ 7) พบว่า นิสิตส่วนใหญ่ จำนวน 91 คน (ร้อยละ 30.30) กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1

#### 1.4 ประสบการณ์การใช้เฟซบุ๊กของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการสำรวจผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน เกี่ยวกับประสบการณ์ในการใช้เฟซบุ๊ก (ตารางที่ 8) พบว่า นิสิตส่วนใหญ่จำนวน 285 คน (ร้อยละ 95.00) มีประสบการณ์ในการใช้เฟซบุ๊กเป็นระยะเวลา 4 ปีขึ้นไป

## ตอนที่ 2 การเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

ผลการวิจัยเกี่ยวกับการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้แก่ เนื้อหาสารสนเทศที่เปิดรับ ความถี่ในการเปิดรับสารสนเทศ เวลาที่ใช้ในการเปิดรับสารสนเทศ อุปกรณ์ที่ใช้ในการเปิดรับสารสนเทศ ประเภทของสารสนเทศที่เปิดรับ ปริมาณของสารสนเทศที่เปิดรับ และลักษณะการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก สรุปผลได้ดังนี้

### 2.1 เนื้อหาสารสนเทศที่เปิดรับ

ผลการสำรวจเนื้อหาสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กที่นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 300 คน เปิดรับ ในภาพรวม (ตารางที่ 9) พบว่า เนื้อหาที่นิสิตส่วนใหญ่จำนวน 226 คน (ร้อยละ 75.30) เปิดรับมากที่สุดคือเรื่องอาหารเพื่อสุขภาพ

### 2.2 ความถี่ในการเปิดรับสารสนเทศ

ความถี่ในการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 300 คน ในภาพรวม (ตารางที่ 10) พบว่า นิสิตส่วนใหญ่ จำนวน 122 คน (ร้อยละ 40.70) เปิดรับสารสนเทศน้อยกว่า 2 วันต่อสัปดาห์

### 2.3 เวลาที่ใช้ในการเปิดรับสารสนเทศ

ระยะเวลาที่นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยใช้เพื่อเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก ต่อวัน (ตารางที่ 11) ในภาพรวม พบว่า นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยส่วนใหญ่จำนวน 188 คน (ร้อยละ 62.70) เปิดรับสารสนเทศด้วยระยะเวลาน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน

### 2.4 อุปกรณ์ที่ใช้ในการเปิดรับสารสนเทศ

ผลการสำรวจอุปกรณ์ที่นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยใช้เพื่อเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบน เฟซบุ๊ก (ตารางที่ 12) ในภาพรวม พบว่า อุปกรณ์ที่นิสิตส่วนใหญ่จำนวน 288 คน (ร้อยละ 96.00) ใช้เพื่อเปิดรับสารสนเทศคือ สมาร์ทโฟน

## 2.5 ประเภทของสารสนเทศที่เปิดรับ

ประเภทของสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กที่นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจำนวน 300 คน เปิดรับ (ตารางที่ 13) ในภาพรวม พบว่า นิสิตส่วนใหญ่จำนวน 193 คน (ร้อยละ 64.30) เปิดรับสารสนเทศประเภทวิดีโอ

## 2.6 ปริมาณของสารสนเทศที่เปิดรับ

ปริมาณของสารสนเทศด้านโภชนาการที่นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจำนวน 300 คน เปิดรับในแต่ละครั้งบนเฟซบุ๊ก ในภาพรวม (ตารางที่ 14) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำนวน 266 คน (ร้อยละ 88.70) จะเปิดรับแต่สารสนเทศเฉพาะที่สนใจจริง ๆ เท่านั้น

## 2.7 ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจำนวน 300 คน (ตารางที่ 15) ในภาพรวม พบว่า ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศของนิสิตส่วนใหญ่จำนวน 234 คน (ร้อยละ 78.00) คือการได้รับจากเพื่อน (เช่น เพื่อนเป็นผู้โพสต์ แชร์โพสต์บนฟีดข่าว แชร์โพสต์นั้นมาให้)

จากผลการศึกษา พบว่านิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีลักษณะการเปิดรับสารสนเทศบนเฟซบุ๊กโดยการได้รับจากเพื่อนนั้น **จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 ที่กำหนดไว้ว่า ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศบนเฟซบุ๊กของนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คือ การได้รับจากเพื่อน** ซึ่งต่างจากผลการศึกษาการพิจารณาความน่าเชื่อถือสารสนเทศสุขภาพของ (Syn & Kim, 2013) พบว่าผู้ใช้สารสนเทศพิจารณาความน่าเชื่อถือสารสนเทศสุขภาพจากองค์การทางการแพทย์มากที่สุด และเชื่อถือสารสนเทศด้านสุขภาพจากเพื่อนน้อยที่สุด อาจเพราะสื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงวิธีการเข้าถึง เชื่อมต่อ และสื่อสารสารสนเทศอย่างสิ้นเชิง

อีกประการหนึ่ง คือ ประเภทของสื่อสังคมมีให้เลือกอย่างหลากหลาย ครอบคลุมทั้งบล็อก เว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์สำหรับแบ่งปันภาพถ่าย และ เครือข่ายผู้เชี่ยวชาญ ในปัจจุบัน เครือข่ายสังคมยอดนิยม ได้แก่ Facebook Twitter YouTube Snapchat Instagram และ LinkedIn เครือข่ายสังคมนั้นมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชนในทุกแง่มุม และแน่นอนว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ย่อมส่งผลหรือมีอิทธิพลอย่างสูงต่อสุขภาพและโภชนาการ

นิสิตซึ่งเป็นวัยรุ่นยังมีการใช้งานสื่อสังคมเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ ในชีวิตประจำวันด้วย โดยใช้สื่อดิจิทัล เช่น เว็บไซต์เครือข่ายสังคม การสร้างกลุ่มสนทนา การเล่นเกม อีเมล และส่งข้อความหากัน การเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพจากเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มีการเปิดรับสารสนเทศสุขภาพมาจากหลายแหล่ง ทั้งแบบดั้งเดิม (โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร)

อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์สื่อสังคม และการส่งข้อความ นิสิตซึ่งเป็นวัยรุ่นนั้นอาจมีความไวใจในสื่อดิจิทัลมากกว่าผู้ใหญ่ มีการใช้สื่อเพื่อสื่อสารต่อกันเองมากกว่าผู้ใหญ่ จากการศึกษาแสดงให้เห็นว่า สังคมและกลุ่มคนที่ใช้แอปพลิเคชันจากสื่อดิจิทัล เช่น เว็บไซต์เครือข่ายสังคม ได้รับความนิยมจากวัยรุ่นมาก และวัยรุ่นอาจจะรู้สึกต้องการโอกาสในการขยายความต้องการติดต่อสื่อสาร และค้นหาผู้ที่ชี้้นำความคิดจากสื่อเหล่านี้ ที่สำคัญข้อได้เปรียบที่น่าสนใจสำหรับวัยรุ่น หรือนิสิตซึ่งมักมีการเชื่อมต่อกันมากกว่าเมื่อเทียบกับผู้ใหญ่ ในกรณีนี้ผู้ใช้ที่เป็นวัยรุ่นอาจมีความพร้อมมากกว่าผู้ใหญ่ในการเผยแพร่สารสนเทศที่เกี่ยวข้องได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพผ่านเครือข่ายสังคมของตนเอง

### ตอนที่ 3 การตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

ผลการวิจัยเกี่ยวกับการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก ได้แก่ คุณสมบัติเบื้องต้นของสารสนเทศที่นำมาตรวจสอบ วิธีการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก และเหตุผลในการเลือกใช้วิธีการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก สรุปผลได้ดังนี้

#### 3.1 คุณสมบัติเบื้องต้นของสารสนเทศที่นำมาตรวจสอบ

คุณสมบัติเบื้องต้นของสารสนเทศที่นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นำมาประกอบการตรวจสอบด้วยตนเอง (ตารางที่ 16) ในภาพรวม พบว่า นิสิตส่วนใหญ่จำนวน 180 คน (ร้อยละ 60.00) ตรวจสอบคุณสมบัติเกี่ยวกับรูปแบบนำเสนอและภาษาในการเขียนโพสต์ที่ชวนติดตาม

#### 3.2 วิธีการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

วิธีการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กที่นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยใช้ (ตารางที่ 17) พบว่านิสิตส่วนใหญ่จำนวน 186 คน (ร้อยละ 62.00) จะใช้วิธีการแยกแยะเรื่องจริงหรือความคิดเห็นส่วนตัวของผู้โพสต์

**จากผลการศึกษา พบว่านิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ ตรวจสอบสารสนเทศบนเฟซบุ๊กโดยใช้วิธีการแยกแยะเรื่องจริงหรือความคิดเห็นส่วนตัวของผู้โพสต์ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 ที่กำหนดว่านิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ ตรวจสอบสารสนเทศบนเฟซบุ๊กโดยพิจารณาความทันสมัย** อาจเพราะเฟซบุ๊ก นั้น ทำให้ผู้ใช้งานสามารถแบ่งปันสารสนเทศด้านสุขภาพกับผู้ใช้คนอื่น ๆ ได้ ช่วยยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้ป่วยอย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน ทั้งการดูแลผู้ป่วย การวิจัยเกี่ยวกับสุขภาพ และการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ป่วยกับนักวิชาชีพด้านสุขภาพด้วยวิธีการทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ นิสิตจึงมีการแยกแยะเรื่องจริง หรือเรื่องที่เป็นความคิดเห็นส่วนตัว ซึ่งเดิมนั้นการตรวจสอบสารสนเทศนั้น ก็เป็น

กระบวนการหนึ่งในกิจกรรมการรวบรวมสารสนเทศ และเป็นกระบวนการที่มีความต่อเนื่อง และเป็นระบบ ช่วยในการตัดสินใจที่น่าเชื่อถือขึ้น เมื่อเป็นบริบทในการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการ การตรวจสอบสารสนเทศจึงกลายเป็นวิธีการที่ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กหรือในบริบทนี้ คือ นิสิตปริญญาตรีนั้น ได้พิจารณาสารสนเทศด้านโภชนาการตามที่ปรากฏบนโพสต์ว่ามีความน่าเชื่อถือหรือไม่

นอกจากนี้แล้ว ในปัจจุบันการแสวงหาสารสนเทศได้พัฒนากลยุทธ์ที่จะลดการพึ่งพาตัวกลาง หรือคนกลางที่เป็นนักวิชาชีพ/ผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพ แล้วหันมารับคำแนะนำจากสื่อเอกเทศ เช่น กระบวนการกลั่นกรองสารสนเทศร่วมกันบนเครือข่ายที่เชื่อมโยงทั้งคนที่มีความรู้ คนที่เชี่ยวชาญ และ คนที่มีประสบการณ์ตรง มารวมกันไว้ ณ จุดเดียวมากขึ้น ซึ่งมีส่วนให้ผู้ใช้จะเป็นคนที่พิจารณาตัดสินใจเชื่อหรือไม่เชื่อสารสนเทศนั้น ๆ ด้วยตัวเองมากขึ้น

สำหรับการตรวจสอบสารสนเทศนั้น ผู้ใช้ให้ความสำคัญกับสารสนเทศที่มีแหล่งที่มาชัดเจน ซึ่งในข้อนี้มีความสัมพันธ์กับผลการศึกษาของ กรุณา จินถนอม (2558) ได้ศึกษาการรับรู้ความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์สุขภาพ และศึกษาแนวทางการสืบค้นข้อมูลสุขภาพของผู้ใช้เว็บไซต์สุขภาพในการทำวิจัย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้เว็บไซต์ให้ความสำคัญปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความน่าเชื่อถือเรียงลำดับคะแนนลำดับแรก คือ ข้อมูลที่เผยแพร่มาจากแหล่งที่มาชัดเจน ตรวจสอบได้

### 3.3 เหตุผลในการเลือกใช้วิธีการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

จากการสำรวจเหตุผลในการเลือกใช้วิธีการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก ของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 300 คน (ตารางที่ 18) ในภาพรวม พบว่า นิสิตส่วนใหญ่ จำนวน 161 คน (ร้อยละ 53.70) เลือกใช้วิธีการตรวจสอบสารสนเทศเพราะเป็นความเคยชิน

#### ตอนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย แบ่งสรุปผลการวิจัยออกเป็น 3 หัวข้อย่อย ได้แก่ การวิเคราะห์ปัจจัยในภาพรวม การวิเคราะห์จำแนกตามรายปัจจัย และการวิเคราะห์จำแนกตามชนิดของโพสต์

#### 4.1 ปัจจัยในภาพรวมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยของทุกรายการในปัจจัยย่อย (ตารางที่ 19) ปรากฏว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ส่งผลในระดับมากที่สุดต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการของนิสิต คือ ความน่าเชื่อถือของโพสต์

## 4.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศด้านโภชนาการของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยจำแนกตามรายปัจจัย แบ่งออกเป็น 6 ปัจจัย ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของเนื้อหาบนโพสต์ ความรู้เดิมที่สัมพันธ์กับเนื้อหาบนโพสต์ ความพยายามที่จะทำความเข้าใจเนื้อหาบนโพสต์ เนื้อหาบนโพสต์มีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมประจำวัน การพิจารณาองค์ประกอบของโพสต์อย่างผิวเผิน และการรับรองโดยบุคคลอื่นที่ยืนยันเนื้อหาบนโพสต์

### 4.2.1 ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิต (ตารางที่ 20) พบว่า ปัจจัยทั้ง 4 รายการส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศของนิสิต โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อมูลในโพสต์สามารถตรวจสอบกับแหล่งอื่นได้ ( $\bar{x} = 2.91$ )

### 4.2.2 ปัจจัยด้านความรู้เดิม

ปัจจัยด้านความรู้เดิมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิต (ตารางที่ 21) พบว่า ปัจจัยด้านความรู้เดิมทั้ง 2 รายการส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศของนิสิต โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คือ ความคุ้นเคยเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน ( $\bar{x} = 2.57$ )

### 4.2.3 ปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจ

ปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิต (ตารางที่ 22) พบว่า ปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจทั้ง 3 รายการ ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศของนิสิต โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความจริงจังในการอ่านโพสต์ ( $\bar{x} = 2.53$ )

### 4.2.4 ปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเอง

ปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเองที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิต (ตารางที่ 23) พบว่า ปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเองทั้ง 4 รายการส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศของนิสิต โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คือ หัวข้อของโพสต์สัมพันธ์กับตัวเอง ( $\bar{x} = 2.18$ )

#### 4.2.5 องค์ประกอบของโพสต์

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโพสต์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิต (ตารางที่ 24) พบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโพสต์ ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศของนิสิต 1 รายการ คือ รายการอ้างอิงในเนื้อหา ( $\bar{x} = 2.61$ )

#### 4.2.6 การรับรองจากบุคคล

ปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิต (ตารางที่ 25) พบว่า ปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคลที่ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศของนิสิตมี 1 รายการ คือ การรับรองจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่อง ( $\bar{x} = 2.86$ )

จากผลการศึกษาข้อ 4.2.6 **จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3 ที่ว่าปัจจัยที่ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการของนิสิต คือ การรับรองจากเพื่อนและ/หรือคนรู้จัก** สัมพันธ์กับผลการศึกษาการพิจารณาความน่าเชื่อถือสารสนเทศสุขภาพของ Syn & Kim (2013) ที่พบว่า ผู้ใช้สารสนเทศพิจารณาความน่าเชื่อถือสารสนเทศสุขภาพจากองค์การทางการแพทย์มากที่สุด และสัมพันธ์กับผลการศึกษาของ Lee & Sundar (2013) ซึ่งพบว่าหากข้อความหรือสารสนเทศที่เผยแพร่มาจากผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก เมื่อเปรียบเทียบกับบุคคลทั่วไปที่มีผู้ติดตามจำนวนมากเช่นเดียวกัน ผู้เชี่ยวชาญนั้นจะได้รับความน่าเชื่อถือมากกว่าบุคคลทั่วไป อาจเพราะนิสิตสามารถตระหนักได้ว่าการเผยแพร่สารสนเทศหรือข้อมูลที่ผิดบนสื่อสังคมออนไลน์นั้นไม่ใช่ข้อเสียเพียงข้อเดียวของการใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมในฐานะแหล่งสารสนเทศด้านสุขภาพและโภชนาการ

ในปัจจุบันการเผยแพร่สารสนเทศด้านโภชนาการผ่านสื่อสังคมของผู้ปฏิบัติงานด้านโภชนาการและนักกำหนดอาหารนั้น ยังมีการใช้บล็อกและเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการเพื่อให้ความรู้แก่ประชาชน ดึงดูดผู้ใช้สารสนเทศหน้าใหม่ มีการสร้างเครือข่ายเพื่อส่งเสริมความรู้มากขึ้น ซึ่งการใช้สื่อสังคมในลักษณะนี้ เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงสารสนเทศด้านสุขภาพและโภชนาการได้ง่ายมากขึ้นด้วย ที่สำคัญในปัจจุบันนั้น เครือข่ายสังคมยอดนิยม ไม่ว่าจะเป็น Facebook Twitter YouTube Snapchat และ Instagram เป็นต้น เครือข่ายสังคมนั้นมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชนในหลายแง่มุม และแน่นอนว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ย่อมส่งผลหรือมีอิทธิพลอย่างสูงต่อสุขภาพและโภชนาการในท้ายที่สุด อย่างไรก็ตามแม้จะมีการพัฒนาของการสื่อสารด้วยสื่อเอกเทศ อาจเป็นจุดสมดุลงของการลดการพึ่งพาผู้เชี่ยวชาญ สามารถชี้แนะและแนะนำผู้ใช้ไปสู่สารสนเทศที่เกี่ยวข้องและมีความถูกต้องได้เช่นเดิม

#### 4.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการ จำแนกตามชนิดของโพสต์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในหัวข้อย่อย 4.3 นี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยจำแนกผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามชนิดของโพสต์ 4 ชนิด ได้แก่

ชุด A คือ โพสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้องและเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ

ชุด B คือ โพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้องและเขียนโดยบุคคลทั่วไป

ชุด C คือ โพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ

ชุด D คือ โพสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้อง แต่เขียนโดยบุคคลทั่วไป

##### 4.3.1 ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์จำแนกตามชนิดของโพสต์

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิต จำแนกตามชนิดของโพสต์ ในภาพรวม (ตารางที่ 26) พบว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์จำนวน 2 รายการ ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้องและเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย ข้อมูลในโพสต์สามารถตรวจสอบกับแหล่งอื่นได้ และโพสต์มีข้อเท็จจริงที่สำคัญต่อหัวข้อเรื่อง

เมื่อพิจารณาตามชนิดของโพสต์ พบว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้องและเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 4 รายการ โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อมูลในโพสต์สามารถตรวจสอบกับแหล่งอื่นได้ ( $\bar{x} = 3.13$ )

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้องและเขียนโดยบุคคลทั่วไป จำนวน 3 รายการ โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ โพสต์มีข้อเท็จจริงที่สำคัญต่อหัวข้อเรื่อง ( $\bar{x} = 2.76$ )

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 4 รายการ โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อมูลในโพสต์สามารถตรวจสอบกับแหล่งอื่นได้ ( $\bar{x} = 3.11$ )



ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้อง แต่เขียนโดยบุคคลทั่วไป จำนวน 3 รายการ โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อมูลในโพสต์สามารถตรวจสอบกับแหล่งอื่นได้ ( $\bar{x} = 2.83$ )

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์ เฉพาะปัจจัยโพสต์ที่ได้อ่านมีเนื้อหาถูกต้อง จากแบบสอบถามทั้ง 4 ชุดแล้วนั้น พบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศในระดับมากทั้ง 4 ชุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ โพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ ( $\bar{x} = 2.97$ )

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์ เฉพาะปัจจัยข้อมูลในโพสต์สามารถตรวจสอบกับแหล่งอื่นได้จากแบบสอบถามทั้ง 4 ชุดแล้วนั้น พบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศในระดับมากทั้ง 4 ชุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ที่มีเนื้อหาถูกต้องและเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ ( $\bar{x} = 3.13$ )

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์ เฉพาะปัจจัยโพสต์มีข้อเท็จจริงที่สำคัญต่อหัวข้อเรื่อง จากแบบสอบถามทั้ง 4 ชุดแล้วนั้น พบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศในระดับมากทั้ง 4 ชุดแบบสอบถาม โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ที่มีเนื้อหาถูกต้องและเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ ( $\bar{x} = 2.94$ )

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์ เฉพาะปัจจัยโพสต์ที่อ่านดูแล้วคิดว่าน่าเชื่อถือได้จากแบบสอบถามทั้ง 4 ชุดแล้วนั้น พบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศในระดับมาก 2 ชุดแบบสอบถาม โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ โพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ ( $\bar{x} = 2.91$ )

#### 4.3.2 ปัจจัยด้านความรู้เดิมจำแนกตามชุดแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านความรู้เดิมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการเมื่อจำแนกตามชนิดของโพสต์ ในภาพรวม (ตารางที่ 27) พบว่า ปัจจัยด้านความรู้เดิม จำนวน 2 รายการ ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏบนที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้องและเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย ความรู้เดิมเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน และ ความคุ้นเคยเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน

ปัจจัยด้านความรู้เดิมส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้องและเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 2 รายการ โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความคุ้นเคยเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน ( $\bar{x} = 2.59$ )

ปัจจัยด้านความรู้เดิมส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้องและเขียนโดยบุคคลทั่วไป จำนวน 2 รายการ โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความรู้เดิมเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน ( $\bar{x} = 2.42$ )

ปัจจัยด้านความรู้เดิมส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 2 รายการ โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความคุ้นเคยเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน ( $\bar{x} = 3.11$ )

ปัจจัยด้านความรู้เดิมส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้อง แต่เขียนโดยบุคคลทั่วไป จำนวน 2 รายการ โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความคุ้นเคยเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน ( $\bar{x} = 2.15$ )

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความรู้เดิมจำแนกตามชุดแบบสอบถาม เฉพาะปัจจัยความรู้เดิมเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่าน จากแบบสอบถามทั้ง 4 ชุดแล้วนั้น พบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศในระดับมาก 2 ชุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ โพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ ( $\bar{x} = 3.01$ )

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความรู้เดิมจำแนกตามชุดแบบสอบถาม เฉพาะปัจจัยความคุ้นเคยเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่านจากแบบสอบถามทั้ง 4 ชุดแล้วนั้น พบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศในระดับมาก 2 ชุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ โพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ ( $\bar{x} = 3.11$ )

#### 4.3.3 ปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจจำแนกตามชุดแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิต จำแนกตามชนิดของโพสต์ ในภาพรวม (ตารางที่ 28) พบว่าปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจจำนวน 2 รายการส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้อง และเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ ปัจจัยดังกล่าว คือ

ความรู้สึกวอกแวกขณะอ่านโพสต์ และโพสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้อง และเขียนโดยบุคคลทั่วไป คือ ความจริงใจในการอ่านโพสต์ ส่วนอีก 1 รายการเป็นปัจจัยที่ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศ ปัจจัยดังกล่าว คือ ความเครียดในขณะอ่านโพสต์ที่ปรากฏบนโพสต์ชุด A ที่มีเนื้อหาถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ

ปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้องและเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 1 รายการ คือ ความรู้สึกวอกแวกขณะอ่านโพสต์ ( $\bar{x} = 2.72$ )

ปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้องและเขียนโดยบุคคลทั่วไป จำนวน 3 รายการ โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความจริงใจในการอ่านโพสต์ ( $\bar{x} = 2.46$ )

ปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 1 รายการ คือ ความจริงใจในการอ่านโพสต์ ( $\bar{x} = 2.69$ )

ปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้อง แต่เขียนโดยบุคคลทั่วไปจำนวน 1 รายการ คือ ความจริงใจในการอ่านโพสต์ ( $\bar{x} = 2.70$ )

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจจำแนกตามชุดแบบสอบถาม เฉพาะปัจจัยความเครียดในขณะอ่านโพสต์จากแบบสอบถามทั้ง 4 ชุดแล้วนั้น พบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศในระดับน้อย 4 ชุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ โพสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้องและเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ ( $\bar{x} = 2.48$ )

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจจำแนกตามชุดแบบสอบถาม เฉพาะความรู้สึกวอกแวกขณะอ่านโพสต์จากแบบสอบถามทั้ง 4 ชุดแล้วนั้น พบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศในระดับมาก 1 ชุด คือ โพสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้องและเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ ( $\bar{x} = 2.72$ )

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความพยายามในการทำความเข้าใจจำแนกตามชุดแบบสอบถาม เฉพาะความจริงใจในการอ่านโพสต์จากแบบสอบถามทั้ง 4 ชุดแล้วนั้น พบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจ

เชื้อสารสนเทศในระดับมาก 2 ชุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ โปสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้อง แต่เขียนโดยบุคคลทั่วไป ( $\bar{x} = 2.70$ )

#### 4.3.4 ปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเองจำแนกตามชุดแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเองที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตจำแนกตามชนิดของโปสต์ในภาพรวม (ตารางที่ 29) พบว่า ปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเองที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศด้านโภชนาการ จำนวน 1 รายการ ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศที่ปรากฏบนโปสต์ชุด ปัจจัยดังกล่าว คือ หัวข้อของโปสต์สัมพันธ์กับตัวเอง ส่วนอีก 3 รายการ คือ โปสต์นี้เป็นสิ่งที่ค้างคาใจมานานแล้ว โปสต์นี้ทำให้นึกถึงประเด็นที่อยู่ในความสนใจของตัวเอง และเกิดแรงจูงใจในการค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับโปสต์ที่ได้อ่าน เป็นปัจจัยที่ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศที่ปรากฏบนโปสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ

ปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเองส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศที่ปรากฏบนโปสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้องและเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 4 รายการ โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ หัวข้อของโปสต์สัมพันธ์กับตัวเอง ( $\bar{x} = 2.20$ )

ปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเองส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศที่ปรากฏบนโปสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้องและเขียนโดยบุคคลทั่วไป จำนวน 4 รายการ โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ หัวข้อของโปสต์สัมพันธ์กับตัวเอง ( $\bar{x} = 2.31$ )

ปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเองส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศที่ปรากฏบนโปสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 1 รายการ คือ หัวข้อของโปสต์สัมพันธ์กับตัวเอง ( $\bar{x} = 2.78$ )

ปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเองส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศที่ปรากฏบนโปสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้อง แต่เขียนโดยบุคคลทั่วไป จำนวน 4 รายการ โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เกิดแรงจูงใจในการค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับโปสต์ที่ได้อ่าน ( $\bar{x} = 2.48$ )

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเอง เฉพาะปัจจัยหัวข้อของโปสต์สัมพันธ์กับตัวเองจากแบบสอบถามทั้ง 4 ชุดแล้วนั้น พบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศในระดับมาก 1 ชุด คือ โปสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ ( $\bar{x} = 2.78$ )

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเอง เฉพาะปัจจัยโพสต์นี้เป็นสิ่งที่ค้างคาใจมานานแล้วจากแบบสอบถามทั้ง 4 ชุดแล้วนั้น พบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศในระดับน้อยทั้ง 4 ชุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ โพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ ( $\bar{x} = 2.41$ )

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเอง เฉพาะปัจจัยโพสต์นี้ทำให้นักถึงประเด็นที่อยู่ในความสนใจของตัวเองจากแบบสอบถามทั้ง 4 ชุดแล้วนั้น พบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศในระดับน้อยทั้ง 4 ชุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ โพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ ( $\bar{x} = 2.34$ )

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องกับตนเอง เฉพาะปัจจัยเกิดแรงจูงใจในการค้นคว้าเพิ่มเติมเกี่ยวกับโพสต์ที่ได้อ่านจากแบบสอบถามทั้ง 4 ชุดแล้วนั้น พบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศในระดับน้อยทั้ง 4 ชุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ โพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ ( $\bar{x} = 2.50$ )

#### 4.3.5 ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโพสต์จำแนกตามชุดแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของโพสต์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิต จำแนกตามชนิดของโพสต์ ในภาพรวม (ตารางที่ 30) พบว่าปัจจัยด้านองค์ประกอบของโพสต์ จำนวน 2 รายการ ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้องและเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ ปัจจัยดังกล่าว คือ รายการอ้างอิงในเนื้อหา และลิงก์เพื่อเชื่อมโยงไปยังแหล่งอื่น ๆ อีก 1 รายการ ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้องและเขียนโดยบุคคลทั่วไป คือ ภาพประกอบในเนื้อหา ส่วนอีก 2 รายการส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้องแต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญคือ แฮชแท็ก และข้อความเตือนที่ปรากฏในโพสต์

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้องและเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 2 รายการ โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ รายการอ้างอิงในเนื้อหา ( $\bar{x} = 2.97$ )

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้องและเขียนโดยบุคคลทั่วไป จำนวน 1 รายการ คือ ภาพประกอบในเนื้อหา ( $\bar{x} = 2.75$ )

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 1 รายการ คือ รายการอ้างอิงในเนื้อหา ( $\bar{x} = 2.63$ )

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโพสต์ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้อง แต่เขียนโดยบุคคลทั่วไป จำนวน 2 รายการ โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 5 เพื่อเชื่อมโยงไปยังแหล่งอื่น ๆ ( $\bar{x} = 2.59$ )

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านองค์ประกอบของโพสต์เฉพาะปัจจัยรายการอ้างอิงในเนื้อหา จากแบบสอบถามทั้ง 4 ชุด พบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศในระดับมาก จำนวน 3 ชุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ โพสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้องและเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ ( $\bar{x} = 2.97$ )

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านองค์ประกอบของโพสต์ เฉพาะปัจจัยแฮชแท็ก (Hashtag) จากแบบสอบถามทั้ง 4 ชุด พบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศในระดับน้อย จำนวน 3 ชุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ โพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ ( $\bar{x} = 1.98$ )

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านองค์ประกอบของโพสต์ เฉพาะปัจจัยข้อความเตือนที่ปรากฏในโพสต์ จากแบบสอบถามทั้ง 4 ชุดแล้วนั้น พบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศในระดับน้อย จำนวน 4 ชุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ โพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ ( $\bar{x} = 2.37$ )

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านองค์ประกอบของโพสต์เฉพาะปัจจัยลิงก์เพื่อเชื่อมโยงไปยังแหล่งอื่น ๆ จากแบบสอบถามทั้ง 4 ชุดแล้วนั้น พบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศในระดับมาก จำนวน 2 ชุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ โพสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้องและเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ ( $\bar{x} = 2.75$ )

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านองค์ประกอบของโพสต์เฉพาะปัจจัยภาพประกอบในเนื้อหาจากแบบสอบถามทั้ง 4 ชุดแล้วนั้น พบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศในระดับมาก 1 ชุดคือ โพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้องและเขียนโดยบุคคลทั่วไป ( $\bar{x} = 2.75$ )

#### 4.2.6 ปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคลจำแนกตามชุดแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิต จำแนกตามชนิดของโพสต์ ในภาพรวม (ตารางที่ 31) พบว่า ปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคลจำนวน 3 รายการ ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง และเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ ปัจจัยดังกล่าว คือ การรับรองจากเพื่อนและ/หรือคนรู้จัก และการรับรองจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่อง ส่วนอีก 1 รายการ คือ การรับรองจากคนอื่นที่ไม่ใช่เพื่อนและ/หรือคนรู้จัก เป็นปัจจัยที่ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ เช่นกัน

ปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคลส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้องและเขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 1 รายการ คือ การรับรองจากผู้เชี่ยวชาญ

เฉพาะเรื่อง ( $\bar{x} = 2.93$ ) ส่วนปัจจัยที่ส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศมีจำนวน 2 รายการ โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การรับรองจากเพื่อนและ/หรือคนรู้จัก ( $\bar{x} = 2.24$ )

ปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคลส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้องและเขียนโดยบุคคลทั่วไป จำนวน 1 รายการ คือ การรับรองจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่อง ( $\bar{x} = 2.77$ )

ปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคลส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 2 รายการ โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การรับรองจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่อง ( $\bar{x} = 3.22$ )

ปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคลส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศที่ปรากฏบนโพสต์ที่มีเนื้อหาถูกต้อง แต่เขียนโดยบุคคลทั่วไป จำนวน 3 รายการ โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การรับรองจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่อง ( $\bar{x} = 2.49$ )

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคล เฉพาะปัจจัยการรับรองจากเพื่อนและ/หรือคนรู้จักจากแบบสอบถามทั้ง 4 ชุดแล้วนั้น พบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศในระดับมาก 1 ชุด คือ โพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ ( $\bar{x} = 2.54$ )

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคล เฉพาะปัจจัยการรับรองจากคนอื่นที่ไม่ใช่เพื่อนและ/หรือคนรู้จักจากแบบสอบถามทั้ง 4 ชุดแล้วนั้น พบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศในระดับน้อยทุกชุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ โพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ ( $\bar{x} = 2.39$ )

เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคล เฉพาะปัจจัยการรับรองจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่องจากแบบสอบถามทั้ง 4 ชุดแล้วนั้น พบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศในระดับมากจำนวน 2 ชุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ โพสต์ที่มีเนื้อหาไม่ถูกต้อง แต่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญ ( $\bar{x} = 3.22$ )

### สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

จากผลการศึกษการวิจัยครั้งนี้มีทั้งที่เป็นไปตามสมมติฐาน 1 ข้อ และไม่เป็นไปตามสมมติฐาน 2 ข้อ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ผลการวิจัยที่เป็นไปตามสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 1** ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศบนเฟซบุ๊กของนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ คือ การได้รับจากเพื่อน

2. ผลการวิจัยที่ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ได้แก่

**สมมติฐานข้อที่ 2** ที่กำหนดว่า นิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ตรวจสอบสารสนเทศบนเฟซบุ๊กโดยพิจารณาความทันสมัย แต่ผลการศึกษครั้งนี้ พบว่านิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ ตรวจสอบสารสนเทศบนเฟซบุ๊กโดยแยกแยะเรื่องจริงหรือความคิดเห็นส่วนตัวของผู้โพสต์ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานดังกล่าว

**สมมติฐานข้อที่ 3** ที่กำหนดว่า ปัจจัยที่ส่งผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการของนิสิต คือ การรับรองจากเพื่อนและ/หรือคนรู้จัก แต่ผลการศึกษครั้งนี้พบว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลในระดับน้อยต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการของนิสิต โดยรายการ “การรับรองจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่อง” เป็นปัจจัยด้านการรับรองจากบุคคลที่ส่งผลในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ผลการศึกษครั้งนี้จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการศึกษา “การตรวจสอบและการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย” ผู้วิจัยเห็นว่าสามารถนำข้อค้นพบจากการวิจัยมาปรับใช้ หรือนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาวิธีการสอนการประเมินสารสนเทศบนเฟซบุ๊กแก่นิสิตและบุคคลทั่วไป ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับลักษณะการเปิดรับสารสนเทศ วิธีการตรวจสอบสารสนเทศ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ ได้ดังนี้

1. จากการที่นิสิตปริญญาตรีส่วนใหญ่มีลักษณะการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก คือ การเปิดรับจากเพื่อน ดังนั้น ในการสอนการประเมินสารสนเทศบนเฟซบุ๊ก



นั้น ผู้สอนจึงควรพัฒนาวิธีการสอนจากเดิมที่เน้นการสอนโดยยึดผู้สอนเป็นศูนย์กลาง มาเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ร่วมกันจากเพื่อน แบ่งปันประสบการณ์ในการประเมินสารสนเทศกับเพื่อน และมอบหมายงานหรือให้ทำกิจกรรมในชั้นเรียนที่เน้นการทำงานกลุ่มมากขึ้น

2. ในการสอนการประเมินสารสนเทศบนเฟซบุ๊ก ควรเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากตัวอย่างโพสต์จริง รวมทั้งเน้นการฝึกฝนวิธีการตรวจสอบสารสนเทศโดยใช้การแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากข้อคิดเห็นจากโพสต์ต่าง ๆ โดยมีผู้สอนคอยแนะนำแนวทางในการตรวจสอบที่เหมาะสม
3. ผู้สอนควรแนะนำแหล่งสารสนเทศบุคคลที่เป็นผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีเพจบนสื่อสังคม ให้แก่ผู้เรียนได้รับทราบ และเรียนรู้วิธีการตรวจสอบและการตัดสินใจเชื่อโดยอาศัยแหล่งที่น่าเชื่อถือเหล่านี้ในการพัฒนาทักษะการรู้สารสนเทศออนไลน์ของตนเอง

#### แนวทางสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้ยังคงมีข้อจำกัดเพราะเป็นการทำวิจัยเชิงสำรวจ แม้จะมีการทดสอบความเชื่อมั่นและปรับปรุงแบบสอบถามแล้วก็ตาม แต่ใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล โดยข้อคำถามหลายข้อนั้นเป็นข้อคำถามแบบปลายปิด กลุ่มตัวอย่างเป็นเพียงนักศึกษาระดับปริญญาตรีเท่านั้น หากมีการขยายกลุ่มตัวอย่างเป็นช่วงวัยอื่น ๆ เพิ่มขึ้น และปรับปรุงข้อคำถามให้สามารถแสดงความคิดเห็นแบบเปิดกว้าง หรือปรับเปลี่ยนวิธีวิจัยให้เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เหมาะสมกับบริบทของสังคมไทย และนำคำตอบที่ได้มาวิเคราะห์เชิงคุณภาพ จะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยเรื่องที่เกี่ยวข้องต่อไปในอนาคตต่อไป โดยเฉพาะเรื่องการตรวจสอบและการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศจากสื่อสังคม หรือการประเมินสารสนเทศจากสื่อสังคมต่าง ๆ

## รายการอ้างอิง

- Adzharuddin, N. A., & Ramly, N. M. (2015). Nourishing Healthcare Information over Facebook. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 172, 383-389.  
doi:10.1016/j.sbspro.2015.01.384
- Andrew J, F., & Miriam J, M. (2008). Digital Media and Youth: Unparalleled Opportunity and Unprecedented Responsibility. In *Digital Media, Youth, and Credibility*. Cambridge: The MIT Press.
- Borah, P. (2015). Blog Credibility: Examining the Influence of Author Information and Blog Reach. *Atlantic Journal of Communication*, 23(5), 298-313.  
doi:10.1080/15456870.2015.1092740
- Eysenbach, G. (2008). Medicine 2.0: Social Networking, Collaboration, Participation, Apomediation, and Openness. In: Gunther Eysenbach.
- Flanagin, A. J., & Metzger, M. J. (2000). Perceptions of Internet Information Credibility. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77(3), 515-540.  
doi:10.1177/107769900007700304
- Gréa Krause, C., Beer-Borst, S., Sommerhalder, K., Hayoz, S., & Abel, T. (2018). A short food literacy questionnaire (SFLQ) for adults: Findings from a Swiss validation study. *Appetite*, 120, 275-280. doi:<https://doi.org/10.1016/j.appet.2017.08.039>
- Hilligoss, B., & Rieh, S. Y. (2008). Developing a unifying framework of credibility assessment: Construct, heuristics, and interaction in context. *Information Processing & Management*, 44(4), 1467-1484.  
doi:<https://doi.org/10.1016/j.ipm.2007.10.001>
- Kaeodumkoeng, k., & Thummaku, d. (2015). การเสริมสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพในประชากรผู้สูงอายุ *Health literacy promoting in aging population* (Vol. 9): วารสารวิจัยทางวิทยาศาสตร์สุขภาพ
- JOURNAL OF HEALTH SCIENCE RESEARCH.

- Kim, K. S., Sin, S. C. J., & Yoo-Lee, E. Y. (2014). Undergraduates' Use of Social Media as Information Sources. *College & Research Libraries*, 75(4), 442-457.  
doi:10.5860/crl.75.4.442
- Klapper, J. T. (1960). *The effects of mass communications*. Oxford, England: Free Press of Glencoe.
- Lee, J. Y., & Sundar, S. S. (2013). To Tweet or to Retweet? That Is the Question for Health Professionals on Twitter. *Health Communication*, 28(5), 509-524.  
doi:10.1080/10410236.2012.700391
- Lim, S. (2013). College students' credibility judgments and heuristics concerning Wikipedia. *Information Processing & Management*, 49(2), 405-419.  
doi:10.1016/j.ipm.2012.10.004
- Lim, S., & Steffel, N. (2015). Influence of User Ratings, Expert Ratings and Purposes of Information Use on the Credibility Judgments of College Students. *Information Research: An International Electronic Journal*, 20(1).
- Martin, N. (2016). *Information Verification in the Digital Age : The News Library Perspective*. San Rafael, California: Morgan & Claypool Publishers.
- Metzger, A. J. F. a. M. J. (2008). Digital Media and Youth: Unparalleled Opportunity and Unprecedented Responsibility. In *Digital Media, Youth, and Credibility* (pp. 5 - 28). The MIT Press: Cambridge.
- Metzger, M. J. (2007). Making sense of credibility on the Web: Models for evaluating online information and recommendations for future research. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58(13), 2078-2091.  
doi:10.1002/asi.20672
- Metzger, M. J., & Flanagin, A. J. (2013). Credibility and trust of information in online environments: The use of cognitive heuristics. *Journal of Pragmatics*, 59, 210-220. doi:10.1016/j.pragma.2013.07.012
- Metzger, M. J., & Flanagin, A. J. (2015). Psychological Approaches to Credibility Assessment Online. In S. S. Sundar (Ed.), *The Handbook of the Psychology of Communication Technology* (pp. 445-466). Chichester, UK: John Wiley & Sons, Ltd.

- Metzger, M. J., Flanagin, A. J., Eyal, K., Lemus, D. R., & McCann, R. M. (2003). Credibility for the 21st Century: Integrating Perspectives on Source, Message, and Media Credibility in the Contemporary Media Environment. *Annals of the International Communication Association*, 27(1), 293-335.  
doi:10.1080/23808985.2003.11679029
- Song, H., Omori, K., Kim, J., Tenzek, K. E., Hawkins, J. M., Lin, W.-Y., . . . Jung, J.-Y. (2016). Trusting Social Media as a Source of Health Information: Online Surveys Comparing the United States, Korea, and Hong Kong. *Journal of Medical Internet Research*, 18(3), e25. doi:10.2196/jmir.4193
- Stacks, D. W., & Salwen, M. B. (2009). *An integrated approach to communication theory and research*: New York : Routledge, 2009.  
2nd ed.
- Syn, S. Y., & Kim, S. U. (2013). The impact of source credibility on young adults' Health information activities on facebook: Preliminary findings: The Impact of Source Credibility on Young Adults' Health Information Activities on Facebook: Preliminary Findings. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 50(1), 1-4. doi:10.1002/meet.14505001122
- Theresa Senft, J. H. (2014). *The social media handbook*. New York: Routledge.
- Zhang, Y. (2012). College students' uses and perceptions of social networking sites for health and wellness information.
- กรรณมา จินณนอม. (2551). การรับรู้ความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์สุขภาพ. (ThesesNon-fiction), 2551., Retrieved from <http://ezproxy.car.chula.ac.th/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=cat05085a&AN=chu.b1836903&site=eds-live>  
<http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/14268> Available from EBSCOhost cat05085a database.
- ฉัฐมณฑน์ ตั้งกิจถาวร. (2558). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับข้อมูลที่ถูกระบุ (Shared) ผ่านเฟซบุ๊ก. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ. Retrieved from <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/1635>

ดาวนภา เนาวรังษี. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์เฟซบุ๊กของนิสิตนักศึกษา.

(ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ. Retrieved from  
<http://dx.doi.org/10.14457/KU.the.2012.424> Available from DataCite

ธรา วิริยะพานิช. (2531, 2531). ยากับภาวะโภชนาการ. ข้อมูลสุขภาพ มูลนิธิหมอชาวบ้าน.

บรรลุ ศิริพานิช. (2550). อาหารและโภชนาการ. หมอชาวบ้าน. Retrieved from

<http://www.doctor.or.th/article/detail/1077>

files/111/1077.html

สรรรถธณพงศ์ วงษ์ทองดี. (2556). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก (facebook) ของนักศึกษา

ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. (ครุศาสตร์อุตสาหกรรม

มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, กรุงเทพฯ. Retrieved from

files/175/1319843.html

สายฤดี พัฒนพวงสานนท์. (2555). การรับรู้วิธีการส่งเสริมการขายบนเฟซบุ๊กแฟนเพจและผลต่อ

พฤติกรรมผู้บริโภค. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, Retrieved from

<http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/42055>

files/179/42055.html Available from cuir.car.chula.ac.th

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558). สำรองการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน

พ.ศ. 2558 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ Ed.). กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

สุจิตรา สุคนธ์ทรัพย์. (2547). การส่งเสริมสุขภาพ: เอกสารประกอบการสอน รายวิชา 3904308.

กรุงเทพฯ: สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



## แบบสอบถาม

### เรื่อง การตรวจสอบและการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก ของนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

#### คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยในการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "การตรวจสอบและการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย" จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาลักษณะการเปิดรับสารสนเทศ วิธีการตรวจสอบสารสนเทศ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ ของนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยจะนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้สอนและบรรณารักษ์ในการพัฒนาวิธีการสอนการประเมินสารสนเทศบนเฟซบุ๊กต่อไป

สำหรับข้อคำถามจำนวนทั้งหมด 36 ข้อ ที่ปรากฏในแบบสอบถามรวม 12 หน้า แบ่งออกได้เป็น 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม (คำถามข้อที่ 1 – 5)
- ตอนที่ 2 ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศ (คำถามข้อที่ 6 – 12)
- ตอนที่ 3 วิธีการตรวจสอบสารสนเทศ (คำถามข้อที่ 13 – 15)
- ตอนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ (คำถามข้อที่ 16 – 36)

ผู้ตอบแบบสอบถามจะใช้เวลาประมาณ 20 นาที ในการตอบ และข้อมูลจากการเก็บรวบรวมครั้งนี้จะนำมาวิเคราะห์เพื่อแสดงผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น หากมีข้อสงสัยประการใดโปรดติดต่อได้ที่นายกานต์พงศ์ เกียรติวัชรธารา โทร. 08-9453-7153 หรือ email:

kiatwatcharathara@gmail.com

ขอขอบคุณที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

### คำอธิบายศัพท์ในการวิจัย

**สารสนเทศด้านโภชนาการ** หมายถึง ข้อความ ตัวเลข ภาพ เสียง วิดีโอ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ ความเปลี่ยนแปลงของอาหารที่เข้าสู่ร่างกาย การพัฒนาของร่างกายหลังจากได้รับอาหาร รวมทั้งการ ประชุมแต่งอาหารที่เหมาะสมกับความต้องการตามสภาพร่างกายและวัย

**ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศ** หมายถึง การอ่าน ฟัง ดู ชม กดลิงก์ ฯลฯ หรือสื่อสารกับ ผู้อื่นเกี่ยวกับสารสนเทศด้านโภชนาผ่านเฟซบุ๊ก

**การตรวจสอบสารสนเทศ** หมายถึง วิธีการที่ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กนำมาใช้พิจารณาสารสนเทศด้าน โภชนาการตามที่ปรากฏบนโพสต์จบบว่ามีที่น่าเชื่อถือหรือไม่

**การตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ** หมายถึง การที่ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กเลือกที่จะเชื่อสารสนเทศด้าน โภชนาการบนเฟซบุ๊กตามที่ปรากฏบนโพสต์หลังจากที่ได้ตรวจสอบสารสนเทศ ด้วยวิธีการต่าง ๆ เป็น ที่เรียบร้อยแล้ว



เรื่อง การตรวจสอบและการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก  
ของนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ลงในช่อง  หน้าคำตอบตามความเป็นจริง  
และ/หรือกรอกข้อความลงในช่องว่างที่กำหนดให้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ  ชาย  หญิง
2. คณะที่กำลังศึกษา .....
3. กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ .....
4. อายุ ..... ปี
5. ท่านใช้เฟซบุ๊กมานานเท่าไร
  - น้อยกว่า 1 ปี
  - 1 – 3 ปี
  - 4 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

6. ท่านเปิดรับ (อ่าน ฟัง ดู ชม กดลิงก์ กดไลค์ ฯลฯ) เนื้อหาสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก ในเรื่องอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
  - อาหารเพื่อสุขภาพ
  - ยาและอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ
  - อุปกรณ์เครื่องใช้ตรวจสุขภาพ
  - การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ
  - เครื่องครัวเพื่อสุขภาพ
  - อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

7. ใน 1 สัปดาห์ที่ผ่านมา ท่านเปิดรับ (อ่าน ฟัง ดู ชม กดลิงก์ กดไลค์ ฯลฯ) สารสนเทศด้าน  
โภชนาการบนเฟซบุ๊กบ่อยแค่ไหน
- ทุกวัน
- 4 – 5 วัน/สัปดาห์
- 2 – 3 วัน/สัปดาห์
- น้อยกว่า 2 วัน/สัปดาห์
8. ใน 1 สัปดาห์ที่ผ่านมา ท่านใช้เวลากับการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กต่อวัน  
นานเพียงใด
- มากกว่า 4 ชั่วโมง/วัน
- 3 – 4 ชั่วโมง/วัน
- 1 – 2 ชั่วโมง/วัน
- น้อยกว่า 1 ชั่วโมง/วัน
9. ปกติแล้วท่านเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กผ่านอุปกรณ์อะไรบ้าง  
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- สมาร์ทโฟน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- แท็บเล็ต CHULALONGKORN UNIVERSITY
- โน้ตบุ๊ก
- คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

10. ท่านเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ข่าวสารความเคลื่อนไหว (เช่น การแจ้งข่าว บทความที่อยู่ในความสนใจ ณ ปัจจุบัน)
- ถาม-ตอบปัญหา
- ภาพนิ่ง ภาพกราฟิกเคลื่อนไหว (เช่น ภาพอาหาร ภาพ GIF หรือ ตารางประกอบ)
- วิดีโอ
- เรื่องเล่าจากประสบการณ์ส่วนตัวของผู้โพสต์
- ลิงก์เชื่อมโยงไปยังเพจอื่นหรือเว็บไซต์อื่น
- โฆษณาเกี่ยวกับอาหาร ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกิจกรรม
- ข้อความโต้ตอบ คำติชม หรือข้อเสนอแนะภายในโพสต์
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

11. ในแต่ละครั้งที่ท่านเปิดรับสารสนเทศประเภทต่าง ๆ ด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก ปริมาณของสารสนเทศที่ท่านเปิดรับมีมากน้อยเพียงใด

- เปิดรับสารสนเทศทั้งหมดที่ปรากฏบนเฟซบุ๊ก
- เปิดรับแต่สารสนเทศที่สนใจจริง ๆ เท่านั้น

12. ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของท่านมีอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- การได้รับจากเพื่อน (เช่น เพื่อนเป็นผู้โพสต์ แชร์โพสต์บนฟีดข่าว แชร์โพสต์นั้นมาให้)
- การได้รับจากสมาชิกในครอบครัว (เช่น สมาชิกในครอบครัวเป็นผู้โพสต์ แชร์โพสต์บนฟีดข่าว แชร์โพสต์นั้นมาให้โดยตรง )
- การได้รับจากบุคลากรทางการแพทย์ (เช่น แพทย์ เภสัชกร นักเทคนิคการแพทย์)
- การได้รับจากนักโภชนาการ ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ให้คำปรึกษาด้านโภชนาการ
- การได้รับจากบุคคลซึ่งเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางบนสื่อสังคมออนไลน์
- การได้รับจากเพจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโภชนาการ
- การได้รับจากเพจของสถาบันการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนด้านโภชนาการ
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

### ตอนที่ 3 วิธีการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

13. เมื่อเปิดรับสารสนเทศที่มีเนื้อหาด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กแล้ว คุณสมบัติเบื้องต้นของสารสนเทศอะไรบ้าง ที่ท่านมักนำมาตรวจสอบ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เพจหรือโปรไฟล์ที่มีชื่อเสียง
- เพจหรือโปรไฟล์ที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก
- รูปแบบนำเสนอและภาษาในการเขียนโพสต์ที่ชวนติดตาม
- คะแนนความนิยมของเพจ
- การระบุที่มาของสารสนเทศที่ใช้ในการเขียนโพสต์
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

14. ท่านมีวิธีการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กโดยพิจารณาจากอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- การแยกแยะเรื่องจริงหรือความคิดเห็นส่วนตัวของผู้โพสต์
- การมีอยู่จริงของผู้โพสต์
- เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของผู้โพสต์
- คุณสมบัติของผู้โพสต์ (เช่น การศึกษา คุณวุฒิ)
- ข้อมูลสำหรับติดต่อที่ปรากฏในโพสต์ (เช่น ชื่อบุคคล ชื่อสถานที่)
- ความทันสมัย (เช่น วันที่โพสต์ วันที่แก้ไขเนื้อหาล่าสุด)
- ความครบถ้วนของเนื้อหาในโพสต์ (เช่น เนื้อหาจบในโพสต์เดียว เนื้อหาครบถ้วนทุกประเด็นในเรื่องนั้นแล้ว ไม่ต้องหาจากที่อื่นอีก)
- ความเป็นทางการ (เช่น เนื้อหาที่ได้รับอนุญาตให้เผยแพร่ การแนะนำจากคนรู้จัก การรับรองจากผู้อื่นในรูปแบบของการรีวิว การให้คะแนน)
- การมีแหล่งอ้างอิงอื่นสำหรับเปรียบเทียบเนื้อหาของโพสต์ (เช่น หนังสือ เว็บไซต์)
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

15. จากคำตอบในข้อ 14 เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกใช้วิธีการตรวจสอบสารสนเทศด้าน

โภชนาการดังกล่าว


(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เป็นความเคยชิน
- เป็นความชอบส่วนตัว
- มีความรู้พื้นฐานที่เกี่ยวกับวิธีการนั้น ๆ อยู่แล้ว
- คิดว่าเป็นวิธีที่ง่าย ไม่ซับซ้อน
- เคยได้รับการฝึกฝนมา
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....



#### ตอนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศด้านโภชนาการ

แบบสอบถามในตอนี่ 4 นี้ ท่านจะได้อ่านโพสต์บนเฟซบุ๊กที่นำเสนอสารสนเทศด้านโภชนาการจำนวน 1 โพสต์ เมื่ออ่านจบแล้วกรุณาทำเครื่องหมาย X ลงในช่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อหาในโพสต์ของท่าน



**ความรู้สึกภาพกับหมอหมู**

2 พฤศจิกายน 2016 · กรุงเทพมหานคร · 🌐

⋮

การกินหนังไก่ ขาหมู ช่วยลดความอ้วนและเบาหวานได้จริง ๆ หรือ

จากกรณีมีคนส่งต่อบทความว่าของมัน ๆ สามารถช่วยลดความอ้วนและเบาหวานได้ทำให้หลายคนสงสัยว่าจริง ๆ เรื่องราวมันอะไรยังไง เรื่องจริงหรือโกหก ถ้าโกหกทำไมมีคนที่ยืนยันว่าได้ผล ถ้าเรื่องจริง แปลว่าการแพทย์แผนปัจจุบันที่รักษาไม่ถูกต้องใช่หรือไม่

ปัญหาคือบทความที่นั่นไม่ได้ผิดไปเสียทีเดียวครับ – และการแพทย์แผนปัจจุบันก็ไม่ได้ผิดเช่นเดียวกัน แต่สิ่งที่ไม่ถูกต้องคือการยกตัวอย่างในบทความ คือ ในบทความยกตัวอย่างผู้ป่วยเบาหวานรายหนึ่ง ที่เดิมรักษาด้วยวิธี(คล้าย)แผนปัจจุบัน ใช้การงดอาหารมัน และคุมอาหารหวาน แต่ไม่ได้ผล จากนั้นเปลี่ยนมาเป็นวิธีที่กล่าวถึงในบทความ แล้วปรากฏว่าน้ำหนักลด คุมน้ำตาลและไขมันได้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ดูเผิน ๆ เหมือนว่าเป็นวิธีที่ดีกว่า แต่ถ้าอ่านดูจะรู้ว่าเป็นการเปรียบเทียบกันคนละแบบ เพราะผู้ป่วยในตัวอย่าง ไม่ได้รักษาตามแบบแผนปัจจุบันจริง ๆ ผู้ป่วยที่ยกตัวอย่างมา กินผลไม้ กินขนมหวาน และเขียนไว้ว่ากินเกินมากกว่าปกติ

มีการยกตัวอย่างทำนองว่าให้ผู้ป่วยเบาหวานกินแต่ผัก กินแต่สลัด ก็เลยเกิดปัญหา ทำให้ห้ามใจตนเองไม่ได้ในที่สุดก็ต้องไปกินของหวานแล้วลอบใจตนเองว่าไม่ได้กินมัน ในขณะที่การกินอีกแบบหนึ่ง ให้กินเนื้อสัตว์+มันได้ และต้องกินผัก 2 เท่า นั่นคือการ กินเนื้อสัตว์+ไขมัน 33% ต้องกินผัก 66% และงดผลไม้ งดอาหารในหมวดแบ่ง น้ำตาล ทั้งหมด

ปัญหาในเรื่องนี้มีสองประเด็น คือ

1. ในการแพทย์แผนปัจจุบัน ไม่มีหมอที่ไหนบอกให้ผู้ป่วยเบาหวานกินแต่ผัก กินแต่สลัด ในหลักการของการคุมเบาหวาน ความดัน ไขมันสูง โรคหัวใจ สัดส่วนอาหารที่แนะนำ ก็คล้ายๆกัน ถ้าคิดคร่าว ๆ ผัก+ผลไม้ 50-60% คาร์โบไฮเดรต 20-30% เนื้อสัตว์+ไขมัน ประมาณ 20%

ในการแพทย์แผนปัจจุบัน แบบปัจจุบันจริง ๆ ไขมันที่ร้ายกาจที่สุดคือกลุ่ม Trans fat ส่วนไขมันอิ่มตัว ปัจจุบันเริ่มพบว่าอาจจะไม่ได้ร้ายกาจเท่าที่เคยกลัวกัน ดังนั้นถ้าปริมาณไม่ได้กินมากเกินไป จะกินบ้างก็ไม่ได้ห้าม เวลาผู้ป่วยเบาหวานเรียนรู้เรื่องอาหาร ก็ไม่ใช่ว่ารู้แค่นี้ ยังมีเรื่องการนับคาร์บ -หรือการเรียนรู้เรื่องการแลกเปลี่ยนอาหาร ฯลฯ เป็นต้น

ถ้าผู้ป่วยเบาหวานไม่ได้เรียน อย่างน้อยที่สุดก็คือควรรู้ว่า ในแต่ละวันควรกินอย่างไรก็ได้ แต่อย่าให้พลังงานที่ได้รับในแต่ละวันกินที่ร่างกายต้องการจนไปสะสมเป็นความอ้วน

2. ในบทความนั้น เปรียบเทียบคนที่รักษาแผนปัจจุบันแต่ควบคุมอาหารไม่ได้ เามาเทียบกับคนที่คุมอาหารด้วยวิธีนี้แล้วทำได้ เป็นการเปรียบเทียบที่ไม่ยุติธรรม เพราะเอาคนที่ควบคุมเบาหวานได้ดี รักษาแบบแผนปัจจุบันจริง ๆ นั่นคือคุมอาหารตามหลักการแพทย์แผนปัจจุบันจริง ๆ กินผักมากกว่ากินข้าวและมากกว่ากินเนื้อสัตว์

ถ้ากินเนื้อสัตว์ที่ติดมัน ก็ให้ลดไขมันตัวอื่นลง ออกกำลังกาย ลดน้ำหนัก กินอาหารให้ครบทุกมื้อ และสร้างวินัยการกินที่ดีเอาไปเปรียบเทียบกับคนที่กินอาหารสูตรที่ว่า กินหนึ่งไก่ กินขาหมู แต่ดันพลาดกินของหวานกินผลไม้กินข้าวด้วย ผมว่าเทียบแบบนี้ก็ไม่ยุติธรรม

สรุปแล้ว กินแบบใดก็ได้ครับ แต่สำคัญว่าต้องมีวินัยในการกิน และต้องรู้ผลดีผลเสีย และที่มาที่ไป กินอาหารแบบแผนปัจจุบัน มีสถิติชัดเจนว่าเรื่องเบาหวานไขมันความดันเป็นแบบไหน

กินตามบทความที่แชร์กันก็ได้ แต่ก็ต้องรู้ข้อห้ามของการกินแบบนี้ ว่าผู้ป่วยเบาหวานแบบไหน ห้ามกิน กินแล้ว ไม่ลำบากกับชีวิต, ไม่ยุ่งยากวุ่นวายทะเลาะกับคนในบ้าน , ไม่ต้องจับจ่ายเงินทองเพิ่มขึ้นจนเกินไป เอาสักแบบ เอาให้พอดี เอาให้มีความสุขครับ

สำหรับผู้สนใจงานวิจัยเกี่ยวกับว่าการกินแบบ Atkins แท้ๆแล้วอัตราการตายหรือเจ็บป่วยเป็นยังไง

สามารถอ่านเพิ่มเติมได้จากบทความนี้ครับ

Low-Carbohydrate Diets and All-Cause and Cause-Specific Mortality: Two Cohort Studies

โดย Fung, T. T., van Dam, R. M., Hankinson, S. E., Stampfer, M., Willett, W. C., & Hu, F. B.

วารสาร Annals Of Internal Medicine ปี 2010 Vol.153(5) หน้า 289-298.

doi:10.7326/0003-4819-153-5-201009070-00003



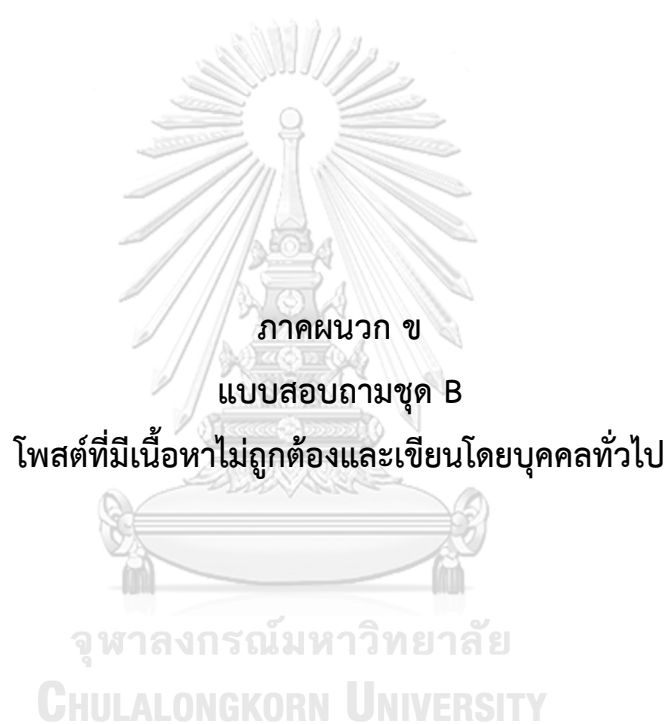


ปัจจัยต่อไปนี้ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ที่ท่านได้อ่านในระดับใด

ปัจจัย	ระดับ				
	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	ไม่ส่งผล ใดๆ (0)
<u>ความน่าเชื่อถือของโพสต์</u>					
16. โพสต์ที่ท่านได้อ่านมีเนื้อหาถูกต้อง	-----	-----	-----	-----	-----
17. ข้อมูลในโพสต์สามารถตรวจสอบ กับแหล่งอื่นได้	-----	-----	-----	-----	-----
18. โพสต์มีข้อเท็จจริงที่สำคัญต่อหัวข้อ เรื่อง	-----	-----	-----	-----	-----
19. โพสต์ที่ท่านอ่านดูแล้วคิดว่าน่าจะ เชื่อถือได้	-----	-----	-----	-----	-----
<u>ความรู้เดิม</u>					
20. ความรู้เดิมเกี่ยวกับเรื่อง การกิน หนังไก่ และ ชาหมี	-----	-----	-----	-----	-----
21. ความคุ้นเคยเกี่ยวกับเรื่อง การกิน หนังไก่ และ ชาหมี	-----	-----	-----	-----	-----
<u>ความพยายามในการทำความเข้าใจ</u>					
22. ความเครียดในขณะที่อ่านโพสต์	-----	-----	-----	-----	-----
23. ความรู้สีกวอกแวกขณะอ่านโพสต์	-----	-----	-----	-----	-----
24. ความจริงจังในการอ่านโพสต์	-----	-----	-----	-----	-----
<u>ความเกี่ยวข้องกับตนเอง</u>					
25. หัวข้อของโพสต์สัมพันธ์กับตัวเอง	-----	-----	-----	-----	-----
26. โพสต์นี้เป็นสิ่งที่ค้างคาใจมานาน แล้ว	-----	-----	-----	-----	-----
27. โพสต์นี้ทำให้นึกถึงประเด็นที่อยู่ใน ความสนใจของตัวเอง	-----	-----	-----	-----	-----

ระดับ ปัจจัย	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	ไม่ส่งผล ใดๆ (0)
28. เกิดแรงจูงใจในการค้นคว้าเพิ่มเติม เกี่ยวกับเรื่อง การกินหนังไก่ และ ชาหมู	-----	-----	-----	-----	-----
<u>องค์ประกอบของโพสต์</u>					
29. รายการอ้างอิงในเนื้อหา	-----	-----	-----	-----	-----
30. แฮชแท็ก (Hashtag)	-----	-----	-----	-----	-----
31. ข้อความเตือนที่ปรากฏในโพสต์	-----	-----	-----	-----	-----
32. ลิงก์เพื่อเชื่อมโยงไปยังแหล่งอื่น ๆ	-----	-----	-----	-----	-----
33. ภาพประกอบในเนื้อหา	-----	-----	-----	-----	-----
<u>การรับรองจากบุคคล</u>					
34. การรับรองจากเพื่อนและ/หรือคน รู้จัก	-----	-----	-----	-----	-----
35. การรับรองจากคนอื่นที่ไม่ใช่เพื่อน และ/หรือคนรู้จัก	-----	-----	-----	-----	-----
36. การรับรองจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ เรื่อง	-----	-----	-----	-----	-----

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามนี้



## แบบสอบถาม

### เรื่อง การตรวจสอบและการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก ของนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

#### คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยในการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "การตรวจสอบและการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย" จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาลักษณะการเปิดรับสารสนเทศ วิธีการตรวจสอบสารสนเทศ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ ของนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยจะนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้สอนและบรรณารักษ์ในการพัฒนาวิธีการสอนการประเมินสารสนเทศบนเฟซบุ๊กต่อไป

สำหรับข้อคำถามจำนวนทั้งหมด 36 ข้อ ที่ปรากฏในแบบสอบถามรวม 11 หน้า แบ่งออกได้เป็น 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม (คำถามข้อที่ 1 – 5)
- ตอนที่ 2 ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศ (คำถามข้อที่ 6 – 12)
- ตอนที่ 3 วิธีการตรวจสอบสารสนเทศ (คำถามข้อที่ 13 – 15)
- ตอนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ (คำถามข้อที่ 16 – 36)

ผู้ตอบแบบสอบถามจะใช้เวลาประมาณ 20 นาที ในการตอบ และข้อมูลจากการเก็บรวบรวมครั้งนี้จะนำมาวิเคราะห์เพื่อแสดงผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น หากมีข้อสงสัยประการใดโปรดติดต่อได้ที่ นายกานต์พงศ์ เกียรติวัชรธารา โทร. 08-9453-7153 หรือ email:

kiatwatcharathara@gmail.com

ขอขอบคุณที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

### คำอธิบายศัพท์ในการวิจัย

**สารสนเทศด้านโภชนาการ** หมายถึง ข้อความ ตัวเลข ภาพ เสียง วิดีโอ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ ความเปลี่ยนแปลงของอาหารที่เข้าสู่ร่างกาย การพัฒนาของร่างกายหลังจากได้รับอาหาร รวมทั้งการ ประชุมแต่งอาหารที่เหมาะสมกับความต้องการตามสภาพร่างกายและวัย

**ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศ** หมายถึง การอ่าน ฟัง ดู ชม กดลิงก์ ฯลฯ หรือสื่อสารกับ ผู้อื่นเกี่ยวกับสารสนเทศด้านโภชนาการผ่านเฟซบุ๊ก

**การตรวจสอบสารสนเทศ** หมายถึง วิธีการที่ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กนำมาใช้พิจารณาสารสนเทศด้าน โภชนาการตามที่ปรากฏบนโพสต์จบบว่ามีที่น่าเชื่อถือหรือไม่

**การตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ** หมายถึง การที่ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กเลือกที่จะเชื่อสารสนเทศด้าน โภชนาการบนเฟซบุ๊กตามที่ปรากฏบนโพสต์หลังจากที่ได้ตรวจสอบสารสนเทศ ด้วยวิธีการต่าง ๆ เป็น ที่เรียบร้อยแล้ว

เรื่อง การตรวจสอบและการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก  
ของนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ลงในช่อง  หน้าคำตอบตามความเป็นจริง  
และ/หรือกรอกข้อความลงในช่องว่างที่กำหนดให้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ  ชาย  หญิง
2. คณะที่กำลังศึกษา .....
3. กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ .....
4. อายุ ..... ปี
5. ท่านใช้เฟซบุ๊กมานานเท่าไร
  - น้อยกว่า 1 ปี
  - 1 – 3 ปี
  - 4 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

6. ท่านเปิดรับ (อ่าน ฟัง ดู ชม กดลิงก์ กดไลค์ ฯลฯ) เนื้อหาสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก ในเรื่องอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
  - อาหารเพื่อสุขภาพ
  - ยาและอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ
  - อุปกรณ์เครื่องใช้ตรวจสุขภาพ
  - การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ
  - เครื่องครัวเพื่อสุขภาพ
  - อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

7. ใน 1 สัปดาห์ที่ผ่านมา ท่านเปิดรับ (อ่าน ฟัง ดู ชม กดลิงก์ กดไลค์ ฯลฯ) สารสนเทศด้าน  
โภชนาการบนเฟซบุ๊กบ่อยแค่ไหน
- ทุกวัน
  - 4 – 5 วัน/สัปดาห์
  - 2 – 3 วัน/สัปดาห์
  - น้อยกว่า 2 วัน/สัปดาห์
8. ใน 1 สัปดาห์ที่ผ่านมา ท่านใช้เวลากับการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กต่อวัน  
นานเพียงใด
- มากกว่า 4 ชั่วโมง/วัน
  - 3 – 4 ชั่วโมง/วัน
  - 1 – 2 ชั่วโมง/วัน
  - น้อยกว่า 1 ชั่วโมง/วัน
9. ปกติแล้วท่านเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กผ่านอุปกรณ์อะไรบ้าง  
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- สมาร์ทโฟน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
  - แท็บเล็ต CHULALONGKORN UNIVERSITY
  - โน้ตบุ๊ก
  - คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ
  - อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

10. ท่านเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ข่าวสารความเคลื่อนไหว (เช่น การแจ้งข่าว บทความที่อยู่ในความสนใจ ณ ปัจจุบัน)
- ถาม-ตอบปัญหา
- ภาพนิ่ง ภาพกราฟิกเคลื่อนไหว (เช่น ภาพอาหาร ภาพ GIF หรือ ตารางประกอบ)
- วิดีโอ
- เรื่องเล่าจากประสบการณ์ส่วนตัวของผู้โพสต์
- ลิงก์เชื่อมโยงไปยังเพจอื่นหรือเว็บไซต์อื่น
- โฆษณาเกี่ยวกับอาหาร ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกิจกรรม
- ข้อความโต้ตอบ คำติชม หรือข้อเสนอแนะภายในโพสต์
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

11. ในแต่ละครั้งที่ท่านเปิดรับสารสนเทศประเภทต่าง ๆ ด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก ปริมาณของสารสนเทศที่ท่านเปิดรับมีมากน้อยเพียงใด

- เปิดรับสารสนเทศทั้งหมดที่ปรากฏบนเฟซบุ๊ก
- เปิดรับแต่สารสนเทศที่สนใจจริง ๆ เท่านั้น

12. ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของท่านมีอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- การได้รับจากเพื่อน (เช่น เพื่อนเป็นผู้โพสต์ แชร์โพสต์บนฟีดข่าว แชร์โพสต์นั้นมาให้)
- การได้รับจากสมาชิกในครอบครัว (เช่น สมาชิกในครอบครัวเป็นผู้โพสต์ แชร์โพสต์บนฟีดข่าว แชร์โพสต์นั้นมาให้โดยตรง )
- การได้รับจากบุคลากรทางการแพทย์ (เช่น แพทย์ เภสัชกร นักเทคนิคการแพทย์)
- การได้รับจากนักโภชนาการ ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ให้คำปรึกษาด้านโภชนาการ
- การได้รับจากบุคคลซึ่งเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางบนสื่อสังคมออนไลน์
- การได้รับจากเพจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโภชนาการ
- การได้รับจากเพจของสถาบันการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนด้านโภชนาการ
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....



### ตอนที่ 3 วิธีการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

13. เมื่อเปิดรับสารสนเทศที่มีเนื้อหาด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กแล้ว คุณสมบัติเบื้องต้นของสารสนเทศอะไรบ้าง ที่ท่านมักนำมาตรวจสอบ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เพจหรือโปรไฟล์ที่มีชื่อเสียง
- เพจหรือโปรไฟล์ที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก
- รูปแบบนำเสนอและภาษาในการเขียนโพสต์ที่ชวนติดตาม
- คะแนนความนิยมของเพจ
- การระบุที่มาของสารสนเทศที่ใช้ในการเขียนโพสต์
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

14. ท่านมีวิธีการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กโดยพิจารณาจากอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- การแยกแยะเรื่องจริงหรือความคิดเห็นส่วนตัวของผู้โพสต์
- การมีอยู่จริงของผู้โพสต์
- เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของผู้โพสต์
- คุณสมบัติของผู้โพสต์ (เช่น การศึกษา คุณวุฒิ)
- ข้อมูลสำหรับติดต่อที่ปรากฏในโพสต์ (เช่น ชื่อบุคคล ชื่อสถานที่)
- ความทันสมัย (เช่น วันที่โพสต์ วันที่แก้ไขเนื้อหาล่าสุด)
- ความครบถ้วนของเนื้อหาในโพสต์ (เช่น เนื้อหาจบในโพสต์เดียว เนื้อหาครบถ้วนทุกประเด็นในเรื่องนั้นแล้ว ไม่ต้องหาจากที่อื่นอีก)
- ความเป็นทางการ (เช่น เนื้อหาที่ได้รับอนุญาตให้เผยแพร่ การแนะนำจากคนรู้จัก การรับรองจากผู้อื่นในรูปแบบของการรีวิว การให้คะแนน)
- การมีแหล่งอ้างอิงอื่นสำหรับเปรียบเทียบเนื้อหาของโพสต์ (เช่น หนังสือ เว็บไซต์)
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

15. จากคำตอบในข้อ 14 เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกใช้วิธีการตรวจสอบสารสนเทศด้าน

โภชนาการดังกล่าว

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เป็นความเคยชิน
- เป็นความชอบส่วนตัว
- มีความรู้พื้นฐานที่เกี่ยวกับวิธีการนั้น ๆ อยู่แล้ว
- คิดว่าเป็นวิธีที่ง่าย ไม่ซับซ้อน
- เคยได้รับการฝึกฝนมา
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....



#### ตอนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการ

แบบสอบถามในตอนี่ 4 นี้ ท่านจะได้อ่านโพสต์บนเฟซบุ๊กที่นำเสนอสารสนเทศด้านโภชนาการจำนวน 1 โพสต์ เมื่ออ่านจบแล้วกรุณาทำเครื่องหมาย X ลงในช่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อเนื้อหาในโพสต์ของท่าน



**ปากิมเอ็ง บ้านสมุนไพรร** ได้เพิ่มรูปภาพใหม่ 15 ภาพจาก  
เมื่อ 19 เมษายน ลงในอัลบั้ม: **แปะก๊วย**  
19 เมษายน · 🌐 · 📍

⋮

วันนี้มาทำความรู้จักกับ แปะก๊วย พืชสมุนไพรบำรุงร่างกายจากจีนกันค่ะ  
แปะก๊วยเป็นสมุนไพรจีนเพื่อบำรุงพลังที่สำคัญมากๆ ตัวหนึ่ง คนจีนมักทานเพื่อบำรุงร่างกาย  
กันเป็นประจำ จนมีประโยคที่พูดถึงแปะก๊วยไว้ว่า "กินแปะก๊วยวันละ 3 เม็ด อายุ 100 ปี ก็ยังไม่แก่"

**(日食三颗白果, 百岁不显老)**

วันนี้เรามาดูกันว่าแปะก๊วยนั้นดียังไง ถ้าพร้อมแล้ว เชิญเลยค่ะ

แปะก๊วย



ของดีที่ว่ามันคือ...  
"แปะก๊วย" นั่นเอง



หลายคนคงเคยได้ยิน  
แต่ไม่รู้จักแปะก๊วยมากนัก



แปะก๊วยเป็นพืชสมุนไพร  
ชนิดหนึ่งจากประเทศจีน



ตอนอยู่บนต้น  
เรามีหน้าตาแบบนี้



ใบของเราหน้าตาแบบนี้



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บางคนก็เรียกแปะก๊วย  
ว่า “กิงโกะ”



คนไทยอาจจะเคยเห็นเรา  
เป็นส่วนหนึ่งของขนมหวาน



บางครั้งก็ไปเป็นส่วนหนึ่ง  
ของอาหารคาว



รู้ไหม? แปะก๊วย  
ช่วยลดน้ำหนัก



ช่วยให้ผิวพรรณ  
เปล่งปลั่ง แลดูขาวใส



ช่วยบำรุงสายตา  
และบำรุงเส้นผมให้แข็งแรง



<p>ใบสดนำมาต้มดื่ม ช่วยให้นอนหลับสบาย</p> 	<p>อย่างไรก็ตามประโยชน์ ของแปะก๊วยอยู่ที่ ใบน้อยกว่าผล</p> 
<p>รู้ประโยชน์และข้อเท็จจริงแล้ว ไปหาแปะก๊วยมารับประทาน เพื่อบำรุงร่างกายกันได้เลย</p> 	

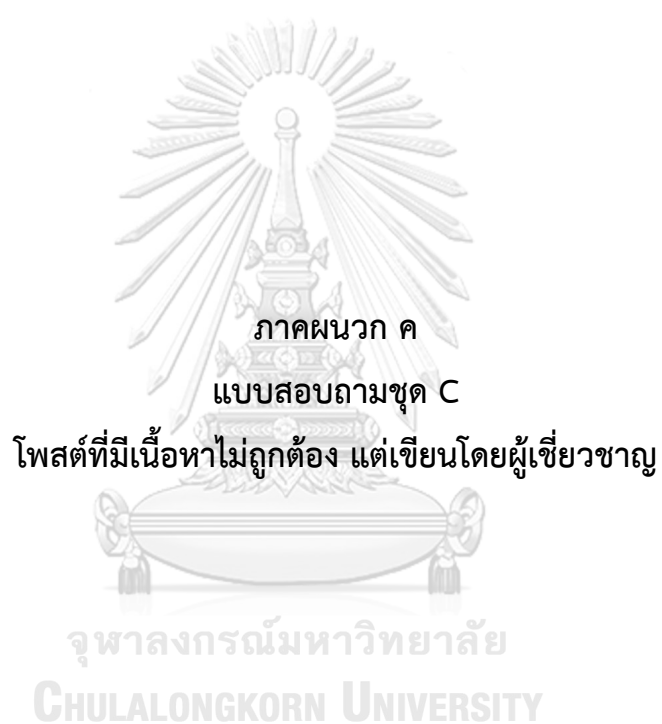
ปัจจัยต่อไปนี้ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ที่ท่านได้อ่านในระดับใด

ปัจจัย	ระดับ				
	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	ไม่ส่งผล ใดๆ (0)
<u>ความน่าเชื่อถือของโพสต์</u>					
16. โพสต์ที่ท่านได้อ่านมีเนื้อหาถูกต้อง	-----	-----	-----	-----	-----
17. ข้อมูลในโพสต์สามารถตรวจสอบ กับแหล่งอื่นได้	-----	-----	-----	-----	-----
18. โพสต์มีข้อเท็จจริงที่สำคัญต่อหัวข้อ เรื่อง	-----	-----	-----	-----	-----
19. โพสต์ที่ท่านอ่านดูแล้วคิดว่าน่าจะ เชื่อถือได้	-----	-----	-----	-----	-----
<u>ความรู้เดิม</u>					
20. ความรู้เดิมเกี่ยวกับเรื่อง แพะก๊วย	-----	-----	-----	-----	-----
21. ความคุ้นเคยเกี่ยวกับเรื่อง แพะก๊วย	-----	-----	-----	-----	-----
<u>ความพยายามในการทำความเข้าใจ</u>					
22. ความเครียดในขณะที่อ่านโพสต์	-----	-----	-----	-----	-----
23. ความรู้สึกวอกแวกขณะอ่านโพสต์	-----	-----	-----	-----	-----
24. ความจริงจังในการอ่านโพสต์	-----	-----	-----	-----	-----
<u>ความเกี่ยวข้องกับตนเอง</u>					
25. หัวข้อของโพสต์สัมพันธ์กับตัวเอง	-----	-----	-----	-----	-----
26. โพสต์นี้เป็นสิ่งที่ค้างคาใจมานาน แล้ว	-----	-----	-----	-----	-----
27. โพสต์นี้ทำให้นึกถึงประเด็นที่อยู่ใน ความสนใจของตัวเอง	-----	-----	-----	-----	-----
28. เกิดแรงจูงใจในการค้นคว้าเพิ่มเติม เกี่ยวกับเรื่อง แพะก๊วย	-----	-----	-----	-----	-----

ระดับ ปัจจัย	มาก ที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	ไม่ส่งผล ใดๆ (0)
องค์ประกอบของโพสต์ 1. รายการอ้างอิงในเนื้อหา 2. แฮชแท็ก (Hashtag) 3. ข้อความเตือนที่ปรากฏในโพสต์ 4. ลิงก์เพื่อเชื่อมโยงไปยังแหล่งอื่น ๆ 5. ภาพประกอบในเนื้อหา	-----	-----	-----	-----	-----
การรับรองจากบุคคล 6. การรับรองจากเพื่อนและ/หรือคน รู้จัก 7. การรับรองจากคนอื่นที่ไม่ใช่เพื่อน และ/หรือคนรู้จัก 8. การรับรองจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ เรื่อง	-----	-----	-----	-----	-----

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามนี้  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY





## แบบสอบถาม

### เรื่อง การตรวจสอบและการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก ของนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

#### คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยในการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "การตรวจสอบและการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย" จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาลักษณะการเปิดรับสารสนเทศ วิธีการตรวจสอบสารสนเทศ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ ของนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยจะนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้สอนและบรรณารักษ์ในการพัฒนาวิธีการสอนการประเมินสารสนเทศบนเฟซบุ๊กต่อไป

สำหรับข้อคำถามจำนวนทั้งหมด 36 ข้อ ที่ปรากฏในแบบสอบถามรวม 11 หน้า แบ่งออกได้เป็น 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม (คำถามข้อที่ 1 – 5)
- ตอนที่ 2 ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศ (คำถามข้อที่ 6 – 12)
- ตอนที่ 3 วิธีการตรวจสอบสารสนเทศ (คำถามข้อที่ 13 – 15)
- ตอนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ (คำถามข้อที่ 16 – 36)

ผู้ตอบแบบสอบถามจะใช้เวลาประมาณ 20 นาที ในการตอบ และข้อมูลจากการเก็บรวบรวมครั้งนี้จะนำมาวิเคราะห์เพื่อแสดงผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น หากมีข้อสงสัยประการใดโปรดติดต่อได้ที่ นาย กานต์ พงศ์ เกียรติ วัชรธारा โทร. 08-9453-7153 หรือ email: [kiatwatcharathara@gmail.com](mailto:kiatwatcharathara@gmail.com)

ขอขอบคุณที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

### คำอธิบายศัพท์ในการวิจัย

**สารสนเทศด้านโภชนาการ** หมายถึง ข้อความ ตัวเลข ภาพ เสียง วิดีโอ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ ความเปลี่ยนแปลงของอาหารที่เข้าสู่ร่างกาย การพัฒนาของร่างกายหลังจากได้รับอาหาร รวมทั้งการ ประชุมแต่งอาหารที่เหมาะสมกับความต้องการตามสภาพร่างกายและวัย

**ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศ** หมายถึง การอ่าน ฟัง ดู ชม กดลิงก์ ฯลฯ หรือสื่อสารกับ ผู้อื่นเกี่ยวกับสารสนเทศด้านโภชนาผ่านเฟซบุ๊ก

**การตรวจสอบสารสนเทศ** หมายถึง วิธีการที่ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กนำมาใช้พิจารณาสารสนเทศด้าน โภชนาการตามที่ปรากฏบนโพสต์จบบว่ามีที่น่าเชื่อถือหรือไม่

**การตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ** หมายถึง การที่ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กเลือกที่จะเชื่อสารสนเทศด้าน โภชนาการบนเฟซบุ๊กตามที่ปรากฏบนโพสต์หลังจากที่ได้ตรวจสอบสารสนเทศ ด้วยวิธีการต่าง ๆ เป็น ที่เรียบร้อยแล้ว

เรื่อง การตรวจสอบและการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก  
ของนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ลงในช่อง  หน้าคำตอบตามความเป็นจริง  
และ/หรือกรอกข้อความลงในช่องว่างที่กำหนดให้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ  ชาย  หญิง
2. คณะที่กำลังศึกษา .....
3. กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ .....
4. อายุ ..... ปี
5. ท่านใช้เฟซบุ๊กมานานเท่าไร
  - น้อยกว่า 1 ปี
  - 1 – 3 ปี
  - 4 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

6. ท่านเปิดรับ (อ่าน ฟัง ดู ชม กดลิงก์ กดไลค์ ฯลฯ) เนื้อหาสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก ในเรื่องอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
  - อาหารเพื่อสุขภาพ
  - ยาและอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ
  - อุปกรณ์เครื่องใช้ตรวจสุขภาพ
  - การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ
  - เครื่องครัวเพื่อสุขภาพ
  - อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

7. ใน 1 สัปดาห์ที่ผ่านมา ท่านเปิดรับ (อ่าน ฟัง ดู ชม กดลิงก์ กดไลค์ ฯลฯ) สารสนเทศด้าน  
โภชนาการบนเฟซบุ๊กบ่อยแค่ไหน
- ทุกวัน
  - 4 – 5 วัน/สัปดาห์
  - 2 – 3 วัน/สัปดาห์
  - น้อยกว่า 2 วัน/สัปดาห์
8. ใน 1 สัปดาห์ที่ผ่านมา ท่านใช้เวลากับการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กต่อวัน  
นานเพียงใด
- มากกว่า 4 ชั่วโมง/วัน
  - 3 – 4 ชั่วโมง/วัน
  - 1 – 2 ชั่วโมง/วัน
  - น้อยกว่า 1 ชั่วโมง/วัน
9. ปกติแล้วท่านเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กผ่านอุปกรณ์อะไรบ้าง  
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- สมาร์ทโฟน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
  - แท็บเล็ต CHULALONGKORN UNIVERSITY
  - โน้ตบุ๊ก
  - คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ
  - อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

10. ท่านเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ข่าวสารความเคลื่อนไหว (เช่น การแจ้งข่าว บทความที่อยู่ในความสนใจ ณ ปัจจุบัน)
- ถาม-ตอบปัญหา
- ภาพนิ่ง ภาพกราฟิกเคลื่อนไหว (เช่น ภาพอาหาร ภาพ GIF หรือ ตารางประกอบ)
- วิดีโอ
- เรื่องเล่าจากประสบการณ์ส่วนตัวของผู้โพสต์
- ลิงก์เชื่อมโยงไปยังเพจอื่นหรือเว็บไซต์อื่น
- โฆษณาเกี่ยวกับอาหาร ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกิจกรรม
- ข้อความโต้ตอบ คำติชม หรือข้อเสนอแนะภายในโพสต์
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

11. ในแต่ละครั้งที่ท่านเปิดรับสารสนเทศประเภทต่าง ๆ ด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก ปริมาณของสารสนเทศที่ท่านเปิดรับมีมากน้อยเพียงใด

- เปิดรับสารสนเทศทั้งหมดที่ปรากฏบนเฟซบุ๊ก
- เปิดรับแต่สารสนเทศที่สนใจจริง ๆ เท่านั้น

12. ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของท่านมีอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- การได้รับจากเพื่อน (เช่น เพื่อนเป็นผู้โพสต์ แชร์โพสต์บนฟีดข่าว แชร์โพสต์นั้นมาให้)
- การได้รับจากสมาชิกในครอบครัว (เช่น สมาชิกในครอบครัวเป็นผู้โพสต์ แชร์โพสต์บนฟีดข่าว แชร์โพสต์นั้นมาให้โดยตรง )
- การได้รับจากบุคลากรทางการแพทย์ (เช่น แพทย์ เภสัชกร นักเทคนิคการแพทย์)
- การได้รับจากนักโภชนาการ ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ให้คำปรึกษาด้านโภชนาการ
- การได้รับจากบุคคลซึ่งเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางบนสื่อสังคมออนไลน์
- การได้รับจากเพจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโภชนาการ
- การได้รับจากเพจของสถาบันการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนด้านโภชนาการ
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

### ตอนที่ 3 วิธีการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

13. เมื่อเปิดรับสารสนเทศที่มีเนื้อหาด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กแล้ว คุณสมบัติเบื้องต้นของสารสนเทศอะไรบ้าง ที่ท่านมักนำมาตรวจสอบ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เพจหรือโปรไฟล์ที่มีชื่อเสียง
- เพจหรือโปรไฟล์ที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก
- รูปแบบนำเสนอและภาษาในการเขียนโพสต์ที่ชวนติดตาม
- คะแนนความนิยมของเพจ
- การระบุที่มาของสารสนเทศที่ใช้ในการเขียนโพสต์
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

14. ท่านมีวิธีการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กโดยพิจารณาจากอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- การแยกแยะเรื่องจริงหรือความคิดเห็นส่วนตัวของผู้โพสต์
- การมีอยู่จริงของผู้โพสต์
- เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของผู้โพสต์
- คุณสมบัติของผู้โพสต์ (เช่น การศึกษา คุณวุฒิ)
- ข้อมูลสำหรับติดต่อที่ปรากฏในโพสต์ (เช่น ชื่อบุคคล ชื่อสถานที่)
- ความทันสมัย (เช่น วันที่โพสต์ วันที่แก้ไขเนื้อหาล่าสุด)
- ความครบถ้วนของเนื้อหาในโพสต์ (เช่น เนื้อหาจบในโพสต์เดียว เนื้อหาครบถ้วนทุกประเด็นในเรื่องนั้นแล้ว ไม่ต้องหาจากที่อื่นอีก)
- ความเป็นทางการ (เช่น เนื้อหาที่ได้รับอนุญาตให้เผยแพร่ การแนะนำจากคนรู้จัก การรับรองจากผู้อื่นในรูปแบบของการรีวิว การให้คะแนน)
- การมีแหล่งอ้างอิงอื่นสำหรับเปรียบเทียบเนื้อหาของโพสต์ (เช่น หนังสือ เว็บไซต์)
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

15. จากคำตอบในข้อ 14 เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกใช้วิธีการตรวจสอบสารสนเทศด้าน

โภชนาการดังกล่าว

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)


- เป็นความเคยชิน
- เป็นความชอบส่วนตัว
- มีความรู้พื้นฐานที่เกี่ยวกับวิธีการนั้น ๆ อยู่แล้ว
- คิดว่าเป็นวิธีที่ง่าย ไม่ซับซ้อน
- เคยได้รับการฝึกฝนมา
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....





#### ตอนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสารสนเทศด้านโภชนาการ

แบบสอบถามในตอนี่ 4 นี้ ท่านจะได้อ่านโพสต์บนเฟซบุ๊กที่นำเสนอสารสนเทศด้านโภชนาการจำนวน 1 โพสต์ เมื่ออ่านจบแล้วกรุณาทำเครื่องหมาย X ลงในช่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อหาในโพสต์ของท่าน



**Sukkha Channel**

9 ตุลาคม 2016 · 🌐

⋮

ผู้คนต่างรู้ว่า การดื่มน้ำอัดลมทำให้เกิดลำไส้อักเสบ ระบายเคืองระบบทางเดินอาหารถึงขั้นท้องทะลุเสียชีวิต โดยเฉพาะเด็ก ๆ เพราะตัวน้ำอัดลมเองมีความซ่า และเข้าใจว่ามันคือน้ำกรดที่อันตราย เรามักจะเห็นในสื่อต่าง ๆ ว่ามีการนำซอไปแช่น้ำอัดลมแล้วซอกร่อน หรือว่าเอาน้ำอัดลมไปขัดห้องน้ำแล้วสะอาด ซึ่งสิ่งพวกนี้มันเป็นเรื่องที่ “จริง”

นพ.दनัย เทพคุ้มครอง วิทยาลัยแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัย M กล่าวว่า การดื่มน้ำอัดลมไม่ใช่สาเหตุหลักของการเกิดลำไส้อักเสบ และเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นได้ หากเราจะดื่มน้ำอัดลมอาจทำให้ถึงขนาดเกิดอาการระคายเคืองระบบทางเดินอาหารถึงขั้นท้องทะลุเสียชีวิต

เพราะน้ำอัดลมเป็นน้ำที่มีกรดอ่อนๆ เกิดจากก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ผสมกับน้ำ แต่อาจมีฤทธิ์รุนแรงขนาดกัดเนื้อเยื่อจนทำให้เกิดอาการอักเสบ เมื่อรวมกับกรดในกระเพาะอาหารของเรามีความรุนแรงกว่าน้ำอัดลมเป็น 10 เท่า ฉะนั้นโอกาสที่เราจะดื่มน้ำอัดลมแล้วเกิดกระเพาะอักเสบ ลำไส้อักเสบ หรือท้องแตก "จึงมีความเป็นไปได้"

เราเคยได้ยินว่าเวลาเราท้องว่างห้ามดื่มน้ำอัดลม เพราะจะทำให้เกิดอาการปวดท้อง กรณีนี้ไม่ได้เกิดจากตัวกรดในน้ำอัดลม แต่เกิดจากลมหรือก๊าซมีปฏิกิริยาในกระเพาะของเรานั้นเอง

อย่างไรก็ตามสิ่งที่เราควรกังวลเกี่ยวกับเจ้าน้ำอัดลมเพิ่มเติม คือ "น้ำตาล วัตถุกันเสีย คาเฟอีนและสี" ของมัน ที่หากเราดื่มมาก ๆ จะส่งผลเสียต่อร่างกายได้

นอกจากนี้แล้วน้ำอัดลมกับเด็กนั้น ในระยะยาวถือว่ามีความเสี่ยงเหมือนกัน เพราะว่าน้ำอัดลมมีส่วนผสมหลัก คือ "น้ำตาล" อาจจะทำให้เกิดโรคอ้วน ไขมันในเลือดสูงในอนาคตได้ แนะนำให้ควรดื่มแต่พอดี คุณพ่อคุณแม่ควรจะทำตัวให้เป็นตัวอย่างที่ดี เช่น ไม่ดื่มให้เด็ก ๆ เห็น หรือพยายามอธิบายถึงผลเสียที่จะเกิดขึ้น ตรงนี้ก็จะช่วยให้เด็ก ๆ หลีกเลี่ยงในการดื่มน้ำอัดลมได้ไม่ยากนัก

ข้อมูลและคำแนะนำจาก :

นพ.दनัย เทพคุ้มครอง วิทยาลัยแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัย M



ปัจจัยต่อไปนี้ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ที่ท่านได้อ่านในระดับใด

ระดับ ปัจจัย	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่ส่งผล ใดๆ (0)
<u>ความน่าเชื่อถือของโพสต์</u>					
16. โพสต์ที่ได้อ่านมีเนื้อหาถูกต้อง	-----	-----	-----	-----	-----
17. ข้อมูลในโพสต์สามารถ ตรวจสอบกับแหล่งอื่นได้	-----	-----	-----	-----	-----
18. โพสต์มีข้อเท็จจริงที่สำคัญต่อ หัวข้อเรื่อง	-----	-----	-----	-----	-----
19. โพสต์ที่อ่านดูแล้วคิดว่าน่าจะ เชื่อถือได้	-----	-----	-----	-----	-----
<u>ความรู้เดิม</u>					
20. ความรู้เดิมเกี่ยวกับเรื่อง การดื่ม น้ำอัดลม	-----	-----	-----	-----	-----
21. ความคุ้นเคยเกี่ยวกับเรื่อง การ ดื่มน้ำอัดลม	-----	-----	-----	-----	-----
<u>ความพยายามในการทำความเข้าใจ</u>					
22. ความเครียดในขณะที่อ่านโพสต์	-----	-----	-----	-----	-----
23. ความรู้สึกกวนแวกขณะอ่าน โพสต์	-----	-----	-----	-----	-----
24. ความจริงจังในการอ่านโพสต์	-----	-----	-----	-----	-----
<u>ความเกี่ยวข้องกับตนเอง</u>					
25. หัวข้อของโพสต์สัมพันธ์กับ ตัวเอง	-----	-----	-----	-----	-----
26. โพสต์นี้เป็นสิ่งที่ค้างคาใจมา นานแล้ว	-----	-----	-----	-----	-----
27. โพสต์นี้ทำให้นึกถึงประเด็นที่อยู่ ในความสนใจของตัวเอง	-----	-----	-----	-----	-----

ระดับ ปัจจัย	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่ส่งผล ใดๆ (0)
28. เกิดแรงจูงใจในการค้นคว้า เพิ่มเติมเกี่ยวกับเรื่อง การดื่ม น้ำอัดลม	-----	-----	-----	-----	-----
<u>องค์ประกอบของโพสต์</u>					
29. รายการอ้างอิงในเนื้อหา	-----	-----	-----	-----	-----
30. แฮชแท็ก (Hashtag)	-----	-----	-----	-----	-----
31. ข้อความเตือนที่ปรากฏในโพสต์	-----	-----	-----	-----	-----
32. ลิงก์เพื่อเชื่อมโยงไปยังแหล่งอื่น ๆ	-----	-----	-----	-----	-----
33. ภาพประกอบในเนื้อหา	-----	-----	-----	-----	-----
<u>การรับรองจากบุคคล</u>					
34. การรับรองจากเพื่อนและ/หรือ คนรู้จัก	-----	-----	-----	-----	-----
35. การรับรองจากคนอื่นที่ <u>ไม่ใช่</u> เพื่อนและ/หรือคนรู้จัก	-----	-----	-----	-----	-----
36. การรับรองจากผู้เชี่ยวชาญ เฉพาะเรื่อง	-----	-----	-----	-----	-----

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามนี้



## แบบสอบถาม

### เรื่อง การตรวจสอบและการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก ของนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

#### คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยในการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "การตรวจสอบและการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย" จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาลักษณะการเปิดรับสารสนเทศ วิธีการตรวจสอบสารสนเทศ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ ของนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยจะนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้สอนและบรรณารักษ์ในการพัฒนาวิธีการสอนการประเมินสารสนเทศบนเฟซบุ๊กต่อไป

สำหรับข้อคำถามจำนวนทั้งหมด 36 ข้อ ที่ปรากฏในแบบสอบถามรวม 11 หน้า แบ่งออกได้เป็น 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม (คำถามข้อที่ 1 – 5)
- ตอนที่ 2 ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศ (คำถามข้อที่ 6 – 12)
- ตอนที่ 3 วิธีการตรวจสอบสารสนเทศ (คำถามข้อที่ 13 – 15)
- ตอนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ (คำถามข้อที่ 16 – 36)

ผู้ตอบแบบสอบถามจะใช้เวลาประมาณ 20 นาที ในการตอบ และข้อมูลจากการเก็บรวบรวมครั้งนี้จะนำมาวิเคราะห์เพื่อแสดงผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น หากมีข้อสงสัยประการใดโปรดติดต่อได้ที่ นายกานต์พงศ์ เกียรติวัชรธारा โทร. 08-9453-7153 หรือ email:

kiatwatcharathara@gmail.com

ขอขอบคุณที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

### คำอธิบายศัพท์ในการวิจัย

**สารสนเทศด้านโภชนาการ** หมายถึง ข้อความ ตัวเลข ภาพ เสียง วิดีโอ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ ความเปลี่ยนแปลงของอาหารที่เข้าสู่ร่างกาย การพัฒนาของร่างกายหลังจากได้รับอาหาร รวมทั้งการ ประชุมแต่งอาหารที่เหมาะสมกับความต้องการตามสภาพร่างกายและวัย

**ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศ** หมายถึง การอ่าน ฟัง ดู ชม กดลิงก์ ฯลฯ หรือสื่อสารกับ ผู้อื่นเกี่ยวกับสารสนเทศด้านโภชนาการผ่านเฟซบุ๊ก

**การตรวจสอบสารสนเทศ** หมายถึง วิธีการที่ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กนำมาใช้พิจารณาสารสนเทศด้าน โภชนาการตามที่ปรากฏบนโพสต์จบบว่ามีที่น่าเชื่อถือหรือไม่

**การตัดสินใจเชื่อสารสนเทศ** หมายถึง การที่ผู้ใช้งานเฟซบุ๊กเลือกที่จะเชื่อสารสนเทศด้าน โภชนาการบนเฟซบุ๊กตามที่ปรากฏบนโพสต์หลังจากที่ได้ตรวจสอบสารสนเทศ ด้วยวิธีการต่าง ๆ เป็น ที่เรียบร้อยแล้ว

เรื่อง การตรวจสอบและการตัดสินใจเชื้อสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก  
ของนิสิตปริญญาตรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ลงในช่อง  หน้าคำตอบตามความเป็นจริง  
และ/หรือกรอกข้อความลงในช่องว่างที่กำหนดให้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ  ชาย  หญิง
2. ขณะที่กำลังศึกษา .....  
.....
3. กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ .....  
.....
4. อายุ ..... ปี
5. ท่านใช้เฟซบุ๊กมานานเท่าไร  
 น้อยกว่า 1 ปี  
 1 – 3 ปี  
 4 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

6. ท่านเปิดรับ (อ่าน ฟัง ดู ชม กดลิงก์ กดไลค์ ฯลฯ) เนื้อหาสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก ในเรื่องอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 อาหารเพื่อสุขภาพ  
 ยาและอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ  
 อุปกรณ์เครื่องใช้ตรวจสุขภาพ  
 การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ  
 เครื่องครัวเพื่อสุขภาพ  
 อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....



7. ใน 1 สัปดาห์ที่ผ่านมา ท่านเปิดรับ (อ่าน ฟัง ดู ชม กดลิงก์ กดไลค์ ฯลฯ) สารสนเทศด้าน  
โภชนาการบนเฟซบุ๊กบ่อยแค่ไหน
- ทุกวัน
- 4 – 5 วัน/สัปดาห์
- 2 – 3 วัน/สัปดาห์
- น้อยกว่า 2 วัน/สัปดาห์
8. ใน 1 สัปดาห์ที่ผ่านมา ท่านใช้เวลากับการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กต่อวัน  
นานเพียงใด
- มากกว่า 4 ชั่วโมง/วัน
- 3 – 4 ชั่วโมง/วัน
- 1 – 2 ชั่วโมง/วัน
- น้อยกว่า 1 ชั่วโมง/วัน
9. ปกติแล้วท่านเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กผ่านอุปกรณ์อะไรบ้าง  
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- สมาร์ทโฟน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- แท็บเล็ต CHULALONGKORN UNIVERSITY
- โน้ตบุ๊ก
- คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

10. ท่านเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ข่าวสารความเคลื่อนไหว (เช่น การแจ้งข่าว บทความที่อยู่ในความสนใจ ณ ปัจจุบัน)
- ถาม-ตอบปัญหา
- ภาพนิ่ง ภาพกราฟิกเคลื่อนไหว (เช่น ภาพอาหาร ภาพ GIF หรือ ตารางประกอบ)
- วิดีโอ
- เรื่องเล่าจากประสบการณ์ส่วนตัวของผู้โพสต์
- ลิงก์เชื่อมโยงไปยังเพจอื่นหรือเว็บไซต์อื่น
- โฆษณาเกี่ยวกับอาหาร ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกิจกรรม
- ข้อความโต้ตอบ คำติชม หรือข้อเสนอแนะภายในโพสต์
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

11. ในแต่ละครั้งที่ท่านเปิดรับสารสนเทศประเภทต่าง ๆ ด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก ปริมาณของสารสนเทศที่ท่านเปิดรับมีมากน้อยเพียงใด

- เปิดรับสารสนเทศทั้งหมดที่ปรากฏบนเฟซบุ๊ก
- เปิดรับแต่สารสนเทศที่สนใจจริง ๆ เท่านั้น

12. ลักษณะการเปิดรับสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กของท่านมีอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- การได้รับจากเพื่อน (เช่น เพื่อนเป็นผู้โพสต์ แชร์โพสต์บนฟีดข่าว แชร์โพสต์นั้นมาให้)
- การได้รับจากสมาชิกในครอบครัว (เช่น สมาชิกในครอบครัวเป็นผู้โพสต์ แชร์โพสต์บนฟีดข่าว แชร์โพสต์นั้นมาให้โดยตรง )
- การได้รับจากบุคลากรทางการแพทย์ (เช่น แพทย์ เภสัชกร นักเทคนิคการแพทย์)
- การได้รับจากนักโภชนาการ ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ให้คำปรึกษาด้านโภชนาการ
- การได้รับจากบุคคลซึ่งเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางบนสื่อสังคมออนไลน์
- การได้รับจากเพจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโภชนาการ
- การได้รับจากเพจของสถาบันการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนด้านโภชนาการ
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

### ตอนที่ 3 วิธีการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊ก

13. เมื่อเปิดรับสารสนเทศที่มีเนื้อหาด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กแล้ว คุณสมบัติเบื้องต้นของสารสนเทศอะไรบ้าง ที่ท่านมักนำมาตรวจสอบ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เพจหรือโปรไฟล์ที่มีชื่อเสียง
- เพจหรือโปรไฟล์ที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก
- รูปแบบนำเสนอและภาษาในการเขียนโพสต์ที่ชวนติดตาม
- คะแนนความนิยมของเพจ
- การระบุที่มาของสารสนเทศที่ใช้ในการเขียนโพสต์
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

14. ท่านมีวิธีการตรวจสอบสารสนเทศด้านโภชนาการบนเฟซบุ๊กโดยพิจารณาจากอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- การแยกแยะเรื่องจริงหรือความคิดเห็นส่วนตัวของผู้โพสต์
- การมีอยู่จริงของผู้โพสต์
- เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของผู้โพสต์
- คุณสมบัติของผู้โพสต์ (เช่น การศึกษา คุณวุฒิ)
- ข้อมูลสำหรับติดต่อที่ปรากฏในโพสต์ (เช่น ชื่อบุคคล ชื่อสถานที่)
- ความทันสมัย (เช่น วันที่โพสต์ วันที่แก้ไขเนื้อหาล่าสุด)
- ความครบถ้วนของเนื้อหาในโพสต์ (เช่น เนื้อหาจบในโพสต์เดียว เนื้อหาครบถ้วนทุกประเด็นในเรื่องนั้นแล้ว ไม่ต้องหาจากที่อื่นอีก)
- ความเป็นทางการ (เช่น เนื้อหาที่ได้รับอนุญาตให้เผยแพร่ การแนะนำจากคนรู้จัก การรับรองจากผู้อื่นในรูปแบบของการรีวิว การให้คะแนน)
- การมีแหล่งอ้างอิงอื่นสำหรับเปรียบเทียบเนื้อหาของโพสต์ (เช่น หนังสือ เว็บไซต์)
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

15. จากคำตอบในข้อ 14 เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกใช้วิธีการตรวจสอบสารสนเทศด้าน

โภชนาการดังกล่าว


(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เป็นความเคยชิน
- เป็นความชอบส่วนตัว
- มีความรู้พื้นฐานที่เกี่ยวกับวิธีการนั้น ๆ อยู่แล้ว
- คิดว่าเป็นวิธีที่ง่าย ไม่ซับซ้อน
- เคยได้รับการฝึกฝนมา
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....



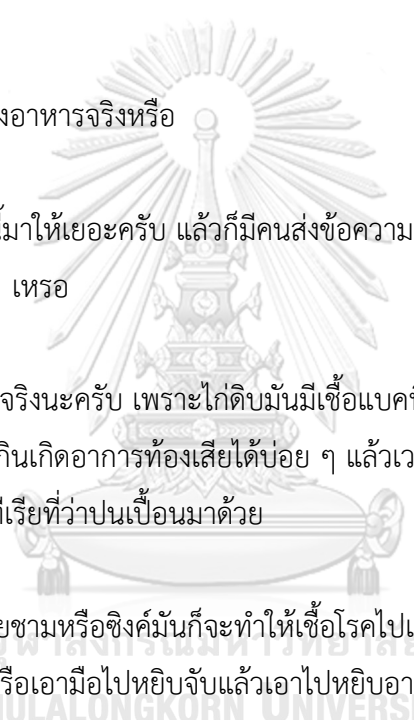
#### ตอนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศด้านโภชนาการ

แบบสอบถามในตอนี่ 4 นี้ ท่านจะได้อ่านโพสต์บนเฟซบุ๊กที่นำเสนอสารสนเทศด้านโภชนาการจำนวน 1 โพสต์ เมื่ออ่านจบแล้วกรุณาทำเครื่องหมาย X ลงในช่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อเนื้อหาในโพสต์ของท่าน



**Food & Nutrition addict**  
26 กันยายน 2016 · 🌐

⋮



ไม่ควรล้างไก่ดิบก่อนปรุงอาหารจริงหรือ

เมื่อวานคนส่งต่อโพสต์นี้มาให้เยอะครับ แล้วก็มีคนส่งข้อความมาถามว่าจริงไหม ไม่ควรล้างไก่ดิบก่อนปรุงอาหารจริงๆ เหรอ

สำหรับเรื่องนี้ก็มีมูลความจริงนะครับ เพราะไก่ดิบมันมีเชื้อแบคทีเรีย campylobacter กับ samonella ที่ทำให้คนกินเกิดอาการท้องเสียได้บ่อย ๆ แล้วเวลานำเนื้อไก่มาล้างน้ำนี้ น้ำที่ล้างไก่ดิบอาจจะมีเชื้อแบคทีเรียที่ว่าปนเปื้อนมาด้วย

ถ้ามันกระเซ็นไปโดนถ้วยชามหรือซิงค์มันก็จะทำให้เชื้อโรคไปเจริญเติบโตบนนั้น หากมีคนหยิบจานชามพวกนั้นไปใช้ หรือเอามือไปหยิบจับแล้วเอาไปหยิบอาหารอื่นกินต่อ ก็ติดเชื้อ และท้องเสียได้ครับ

ดังนั้นในต่างประเทศเลยแนะนำกันว่า ไม่จำเป็นก็ไม่ต้องล้างไก่ก็สามารถนำไปปรุงอาหารได้เลย เพียงแต่เวลาเก็บไก่ดิบในตู้เย็น ให้วางไว้ล่าง ๆ น้อยๆ เพื่อให้ น้ำจากเนื้อไก่มันไม่หยดไปโดนอาหารอื่น ๆ ทำให้ปนเปื้อนเชื้อแบคทีเรียที่ว่าได้

หรือถ้าไก่ดิบที่จะเอามาทำอาหารมีเมือกหรือคราบสกปรก ก็ใช้กระดาษเช็ดเอา และเมื่อทำอาหารแล้วควรทำความสะอาดเขียงหรือมีดที่ใช้หั่นไก่ดิบทุกครั้ง เท่านั้นก็ปลอดภัยแล้วครับ

อ้างอิง

<https://www.food.gov.uk/news-updates/campaigns/campylobacter/fsw-2014>

<http://www.telegraph.co.uk/news/health/news/10902126/Dont-wash-raw-chicken-health-experts-warn.html>



ปัจจัยต่อไปนี้ส่งผลต่อการตัดสินใจเชื่อสารสนเทศที่ปรากฏในโพสต์ที่ท่านได้อ่านในระดับใด

ปัจจัย ระดับ	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	ไม่ ส่งผล ใดๆ (0)
<u>ความน่าเชื่อถือของโพสต์</u> 16. โพสต์ที่ได้อ่านมีเนื้อหาถูกต้อง 17. ข้อมูลในโพสต์สามารถตรวจสอบ กับแหล่งอื่นได้ 18. โพสต์มีข้อเท็จจริงที่สำคัญต่อหัวข้อ เรื่อง 19. โพสต์ที่อ่านดูแล้วคิดว่าน่าจะ เชื่อถือได้	-----	-----	-----	-----	-----
<u>ความรู้เดิม</u> 20. ความรู้เดิมเกี่ยวกับเรื่อง การล้างไก่อ่ ดิบ 21. ความคุ้นเคยเกี่ยวกับเรื่อง การล้าง ไก่อ่ดิบ	-----	-----	-----	-----	-----
<u>ความพยายามในการทำความเข้าใจ</u> 22. ความเครียดในขณะที่อ่านโพสต์ 23. ความรู้สึกวอกแวกขณะอ่านโพสต์ 24. ความจริงจังในการอ่านโพสต์	-----	-----	-----	-----	-----
<u>ความเกี่ยวข้องกับตนเอง</u> 25. หัวข้อของโพสต์สัมพันธ์กับตัวเอง 26. โพสต์นี้เป็นสิ่งที่ค้างคาใจมานาน แล้ว 27. โพสต์นี้ทำให้นึกถึงประเด็นที่อยู่ใน ความสนใจของตัวเอง 28. เกิดแรงจูงใจในการค้นคว้าเพิ่มเติม เกี่ยวกับเรื่อง การล้างไก่อ่ดิบ	-----	-----	-----	-----	-----

ระดับ ปัจจัย	มากที่สุด (4)	มาก (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	ไม่ส่งผล ใดๆ (0)
<u>องค์ประกอบของโพสต์</u> 29. รายการอ้างอิงในเนื้อหา 30. แฮชแท็ก (Hashtag) 31. ข้อความเตือนที่ปรากฏในโพสต์ 32. ลิงก์เพื่อเชื่อมโยงไปยังแหล่งอื่น ๆ 33. ภาพประกอบในเนื้อหา	-----	-----	-----	-----	-----
<u>การรับรองจากบุคคล</u> 34. การรับรองจากเพื่อนและ/หรือคน รู้จัก 35. การรับรองจากคนอื่นที่ <u>ไม่ใช่</u> เพื่อน และ/หรือคนรู้จัก 36. การรับรองจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ เรื่อง	-----	-----	-----	-----	-----

  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
 ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามนี้  
 CHULALONGKORN UNIVERSITY



### ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายกานต์พงศ์ เกียรติวัชรธारा เกิดเมื่อวันที่ 6 กันยายน พ.ศ. 2529 กรุงเทพมหานคร

สำเร็จการศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปีการศึกษา 2550

สำเร็จการศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต แขนงวิชาสารนิเทศศาสตร์ วิชาเอกสารนิเทศสำนักงาน จากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช ปีการศึกษา 2554

จากนั้นเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรอักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2557

