



รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

การใช้งานและการกระจายตัวของเทคโนโลยีประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์

ในเขตกรุงเทพมหานคร

Technology Adoption and Diffusion of Online Social Networks  
in Bangkok

นางสาวอนชนก ไชยสุนทร

ได้รับทุนสนับสนุนงานวิจัยจากเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ 2555

RCH

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ

TK

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ของหอสมุดกลางฯ หากท่านมีข้อสงสัยหรือต้องการขอใช้เอกสารนี้ กรุณาติดต่อสำนักหอสมุดกลางฯ โทร. 0-2607-0884

5105.886

03647

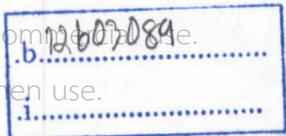
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

เลขหมู่.....131202

เลขทะเบียน.....

วัน,เดือน,ปี 2.6.1แถ...2557



## กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จากเงินรายได้ วิทยาลัยการบริหารและจัดการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2555

ผู้วิจัย ขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ให้ความสะดวกในการเก็บข้อมูลเป็นอย่างดี จึงขอขอบคุณไว้ ณ โอกาสนี้ และหวังว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์แก่นิสิต นักศึกษา ตลอดจนบุคคลทั่วไปที่มีความสนใจในเรื่องการใช้งานและการกระจายตัวของเทคโนโลยีประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ตามสมควร

วอนชนก ไชยสุนทร  
กันยายน 2555



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ชื่อโครงการ (ภาษาไทย).....การใช้งานและการกระจายตัวของเทคโนโลยีประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ในเขต

กรุงเทพมหานคร.....

แหล่งเงิน ทุนสนับสนุนงานวิจัยจากเงินรายได้.....

ประจำปีงบประมาณ..... 2555 จำนวนเงินที่ได้รับการสนับสนุน..... 100,000 บาท

ระยะเวลาทำการวิจัย..... 1 ปี ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2554 ถึง เดือนกันยายน 2555

ชื่อ-สกุล หัวหน้าโครงการ

นางสาวอนชนก ไชยสุนทร วิทยาลัยการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง kwornch@kmitl.ac.th

### บทคัดย่อ

การใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นได้เพิ่มมากขึ้นโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นและผู้ใหญ่ตอนต้น บางเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นได้ถูกใช้งานโดยชาวเอเชียมากกว่าชาวอเมริกัน สิ่งที่ควรศึกษาถัดมาจึงเป็นประเด็นที่ว่า เพราะเหตุใด คนเราถึงใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้ และการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้ได้กระจายเข้าไปยังกลุ่มคนต่างๆ มีลักษณะเป็นอย่างไร โดยวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้คือเพื่อตอบคำถามว่า เพราะเหตุใดคนเราถึงใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ และอะไรคือความแตกต่างระหว่างกลุ่ม โดยการสร้างกรอบแนวคิดทางการวิจัยนั้นได้นำเอาทฤษฎีการยอมรับการใช้งานของเทคโนโลยี The Technology Acceptance Model (TAM) ที่ซึ่งได้ประยุกต์มาจากทฤษฎีทางพฤติกรรมศาสตร์ที่มีชื่อว่าทฤษฎีการกระทำที่มีเหตุผล The Theory of Reasoned Action (TRA) มาประยุกต์ใช้ โดยการศึกษาครั้งนี้ มีการใช้งานตัวแปรหลายตัว เพื่อประกอบขึ้นมาเป็นกรอบแนวคิดทางการวิจัย คือ ความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรม Behavioral intention (BI) การรับรู้แรงผลักดันจากคนสำคัญ Subjective norms (SN) การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน Perceived ease of use (PEOU) การแสวงหาสถานะภาพทางสังคม Status-seeking (SS) และประโยชน์ที่ได้จากเครือข่ายสังคมออนไลน์ Perceived usefulness (PU) โดยงานวิจัยนี้มีผู้ตอบแบบสอบถาม 500 คน ในกรุงเทพมหานคร และนำสมการเชิงโครงสร้าง Structural Equation Modeling (SEM) มาใช้วิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรมทั้งทางตรงและทางอ้อมคือ ความง่ายในการใช้งานของเทคโนโลยี รองลงมาคืออิทธิพลจากแรงผลักดันจากคนบุคคลสำคัญ การแสวงหาสถานะภาพทางสังคม และความมีประโยชน์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ หากแต่ในงานวิจัยนี้ไม่พบเส้นอิทธิพลที่มีนัยสำคัญจากการแสวงหาสถานะทางสังคมไปยังการรับรู้ถึงความมีประโยชน์ นอกจากนี้การวิจัยครั้งนี้ ยังได้สนับสนุนการอธิบายพฤติกรรมที่มีผลมาจากปัจจัยที่เกิดจากมูลเหตุจูงใจจากภายใน (Intrinsic motivation) ที่อธิบายการใช้งานของเทคโนโลยี ซึ่งในส่วนของ การกระจายตัวของการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่ามีการใช้งานระหว่างเพศมีความใกล้เคียงกัน แต่งานวิจัยนี้พบความไม่เท่าเทียมกันระหว่างกลุ่มอายุน้อยกับกลุ่มที่มีอายุมาก และระหว่างกลุ่มที่ครอบครัวมีรายได้สูงและกลุ่มที่ครอบครัวมีรายได้ต่ำ พร้อมทั้งยังได้ทำการอภิปรายผลที่ได้จากการวิจัย และได้นำเสนอข้อแนะนำสำหรับการต่อยอดงานวิจัยในอนาคตไว้ในตอนท้าย

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี, การกระจายตัวของเทคโนโลยี, เครือข่ายสังคมออนไลน์, และ แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

**Research Title:** Technology Adoption and Diffusion of Online Social Networks in Bangkok.....

**Researcher:** Miss Wornchanok Chaiyasoonthron.....

**Faculty:** Administration and Management College **Department:** Management Science.....

## ABSTRACT

Social media are increasingly being used among people worldwide especially the young. The purpose of this research is to explain why Thai people use social media and how this technology diffuse among groups of people. Based on The Theory of Reasoned Action (TRA) and The Technology Acceptance Model (TAM), several latent constructs: behavioural intention (Bi), subjective norms (SN), perceived ease of use (PEOU), status-seeking (SS), and perceived usefulness (PU) are employed to answer the research question. Respondents (n=500) in Bangkok Thailand are selected and Structural Equation Modelling (SEM) is employed to analyze the data. The findings show that the main constructs that influence the intention of using social media both directly and indirectly is perceived ease of use, followed by subjective norm, status-seeking, and perceived usefulness respectively. The research encourages the use of intrinsic motivation in information systems research to investigate the use of information technology. Furthermore, the results show that there is equality between gender in terms of using social media. However, there are gaps between groups of different age and family income in the case of using this kind of technology. Limitations and suggestions for future research are addressed in this research.

**Keywords:** Technology adoption, Technology diffusion, Online social network and Structural Equation Modeling

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	I
บทคัดย่อ	II
สารบัญ	IV
สารบัญตาราง	VI
สารบัญภาพ	VIII
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.5 นิยามศัพท์และคำจำกัดความ	3
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรมและสมมุติฐาน	5
2.1 ทฤษฎีการยอมรับการใช้งานของเทคโนโลยี	5
2.2 ทฤษฎีการกระทำที่มีเหตุผล	6
2.3 ตัวแปรด้านความตั้งใจในการทำพฤติกรรม	7
2.4 ตัวแปรด้านการรับรู้ถึงความมีประโยชน์	7
2.5 ตัวแปรด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	8
2.6 ตัวแปรด้านบรรทัดฐานอัตวิสัย	9
2.7 ตัวแปรด้านการแสวงหาสถานะทางสังคม	9
2.8 สมมุติฐานการวิจัย	11
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย	12
3.1 การกำหนดประชากร	12
3.2 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่ม	12
3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	12
3.4 การตรวจสอบความเที่ยง	14
3.5 ความตรงเชิงโครงสร้าง	14
3.6 ความตรงเชิงการจำแนก	14
3.7 การประเมินค่าสมการ	14
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	15
4.1 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา	15
4.2 ผลการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้างโดยรวม	17
4.3 ผลการวิเคราะห์การกระจายตัวของการใช้งาน	19

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	28
5.1 อภิปรายผลสะท้อนต่อแนวคิดทางทฤษฎี	28
5.2 อภิปรายผลด้านการกระจายตัวของการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในกลุ่มต่างๆ	29
5.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย	30
5.4 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	30
บรรณานุกรม	31
ประวัติผู้วิจัย	35



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 ตารางแสดงตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้ รายละเอียดข้อคำถาม และที่มาของตัวแปร	13
4.1 ตารางแสดงลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	15
4.2 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean), น้ำหนักปัจจัยมาตรฐาน (Standardized loadings) และ ค่าความเที่ยง (Reliability)	16
4.3 ตารางแสดงกำลังสองของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และ AVE	16
4.4 ตารางแสดงเส้นทางอิทธิพล	18
4.5 ตารางแสดงผลกระทบมาตรฐานทางตรง ทางอ้อม และรวม	18
4.6 ตารางแสดงดัชนีความเข้ากันได้ของแบบจำลอง	19
4.7 ตารางแสดงเกณฑ์การแปลผลระดับความคิดเห็นที่ประกอบด้วยระดับ 7 ระดับ	20
4.8 ตารางแสดงการกระจายการใช้งานระหว่างเพศชายและหญิง ในประเด็นจำนวนวันที่ใช้งานต่อสัปดาห์	20
4.9 ตารางแสดงนัยสำคัญของการกระจายการใช้งานระหว่างเพศชายและหญิง ในประเด็นจำนวนวันที่ใช้งานต่อสัปดาห์	20
4.10 ตารางแสดงการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มอายุน้อยและอายุมาก ในประเด็นจำนวนวันที่ใช้งานต่อสัปดาห์	21
4.11 ตารางแสดงนัยสำคัญของการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มอายุน้อยและอายุมาก ในประเด็นจำนวนวันที่ใช้งานต่อสัปดาห์	21
4.12 ตารางแสดงการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวสูงและต่ำ ในประเด็นจำนวนวันที่ใช้งานต่อสัปดาห์	21
4.13 ตารางแสดงนัยสำคัญของการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มที่มี รายได้ครอบครัวสูงและต่ำ ในประเด็นจำนวนวันที่ใช้งานต่อสัปดาห์	22
4.14 ตารางแสดงเกณฑ์การแปลผลระดับความคิดเห็นที่ประกอบด้วยระดับ 10 ระดับ	22
4.15 ตารางแสดงการกระจายการใช้งานระหว่างเพศชายและหญิง ในประเด็นจำนวนนาที่ในการเข้าใช้งานในหนึ่งครั้ง	23
4.16 ตารางแสดงนัยสำคัญของการกระจายการใช้งานระหว่างเพศชายและหญิง ในประเด็นจำนวนนาที่ในการเข้าใช้งานในหนึ่งครั้ง	23
4.17 ตารางแสดงการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มอายุน้อยและอายุมาก ในประเด็นจำนวนนาที่ในการเข้าใช้งานในหนึ่งครั้ง	23
4.18 ตารางแสดงนัยสำคัญของการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มอายุน้อยและอายุมาก ในประเด็นจำนวนนาที่ในการเข้าใช้งานในหนึ่งครั้ง	24
4.19 ตารางแสดงการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวสูงและต่ำ ในประเด็นจำนวนนาที่ในการเข้าใช้งานในหนึ่งครั้ง	24

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้ใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.20 ตารางแสดงนัยสำคัญของการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ ครอบครัวสูงและต่ำในประเด็นจำนวนนาที่ในการเข้าใช้งานในหนึ่งครั้ง	24
4.21 ตารางแสดงการกระจายการใช้งานระหว่างเพศชายและหญิง ในจำนวนครั้งที่เข้าใช้งานในหนึ่งวัน	25
4.22 ตารางแสดงนัยสำคัญของการกระจายการใช้งานระหว่างเพศชายและหญิง ในจำนวนครั้งที่เข้าใช้งานในหนึ่งวัน	25
4.23 ตารางแสดงการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มอายุน้อยและอายุมาก ในจำนวนครั้งที่เข้าใช้งานในหนึ่งวัน	26
4.24 แสดงนัยสำคัญการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มอายุน้อยและอายุมาก ในจำนวนครั้งที่เข้าใช้งานในหนึ่งวัน	26
4.25 ตารางแสดงการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวสูงและต่ำ ในจำนวนครั้งที่เข้าใช้งานในหนึ่งวัน	26
4.26 ตารางแสดงนัยสำคัญการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ ครอบครัวสูงและต่ำในจำนวนครั้งที่เข้าใช้งานในหนึ่งวัน	27

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	ทฤษฎีการยอมรับการใช้งานของเทคโนโลยี	6
2.2	ทฤษฎีการกระทำที่มีเหตุผล	6
2.3	กรอบแนวคิดทางการวิจัย	10
4.1	สมการเชิงโครงสร้างโดยรวม	17



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย

เทคโนโลยีประเภทเครือข่ายสังคมบนอินเทอร์เน็ตหรือที่เรียกกันว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online social network) ได้ถือกำเนิดมาเป็นระยะเวลากว่า 10 ปีแล้ว (Kim et al. 2010) เครือข่ายสังคมบนออนไลน์ได้ถูกใช้งานเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มของนักเรียน นักศึกษา ซึ่งเทคโนโลยีประเภทดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของนักศึกษาในด้านต่างๆ (Yu et al. 2010) โดยบทบาทหลักที่เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้แสดงออกมาให้เห็นเด่นชัด คือ การลดกำแพงที่ขวางกั้นการสื่อสารระหว่างบุคคลลงได้ (Click and Petit 2010) ก่อให้เกิดการสื่อสารที่กว้างไกลมากยิ่งขึ้น ดังนั้น บุคคลจำพวกวัยรุ่นจึงร่วมกันสร้างและกระจายข่าวสาร ความรู้ไปทั่วโลก (Van Eecke and Truyens 2010) นั้นหมายรวมถึงในประเทศไทยด้วยอย่างแน่นอน

นอกเหนือจากนั้นในปัจจุบัน เทคโนโลยีประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้ ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตอย่างมาก โดยสามารถสังเกตได้ว่า เว็บไซต์ Facebook.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้กลายเป็นเว็บไซต์ที่มีการสำรวจค่าเฉลี่ยต่อวันของข้อมูลเดือนมกราคม 2554 จาก google.com ว่าเป็น เว็บไซต์ที่มีจำนวนผู้เข้ามาเยี่ยมชมและใช้งานมากที่สุดในประเทศไทย และเว็บไซต์ hi5.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ในกลุ่มเดียวกัน มีจำนวนผู้เข้าใช้งานอยู่ในอันดับ 4 ของประเทศไทย กล่าวคือ เว็บไซต์ที่มีคนไทยเข้าใช้สูงสุดลำดับที่ 1 คือ Facebook.com มีจำนวนผู้เข้าชม 8,100,000 คน อันดับที่ 2 คือเว็บไซต์ live.com มีจำนวนผู้เข้าชม 6,800,000 คน อันดับที่ 3 เท่ากันคือเว็บไซต์ sanook.com และ hi5.com คือ มีจำนวนผู้เข้าชม 4,600,000 คน และลำดับที่ 4 คือเว็บไซต์ kapook.com มีจำนวนผู้เข้าชม 4,200,000 คน (Google 2011)

นอกเหนือจากการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเผยแพร่ข่าวสารและความรู้ไปสู่บุคคลต่างๆ มากไปกว่านั้น เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ถูกใช้เพื่อการแสดงออกทางความคิดและเสรีภาพของนักศึกษาบนอินเทอร์เน็ต (Shaheen 2008) เนื่องจากเทคโนโลยีประเภทนี้ ทำให้ผู้ใช้งานสามารถแสดงและจัดการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวเอง หรือข้อมูลส่วนบุคคลเช่น อายุ ศาสนา ความเห็นทางการเมือง งานอดิเรก และความชื่นชอบหรือความสนใจในประเด็นต่างๆ เทคโนโลยีประเภทนี้จึงไม่เพียงกระจายตัวในกลุ่มนักเรียน นักศึกษาเท่านั้น แต่ยังมีความสำคัญกับผู้ใช้งานที่เป็นผู้ใหญ่ตอนต้น (Maranto and Barton 2010) ดังจะเห็นได้จากความสำเร็จของ Facebook.com และ Twitter.com นั้นได้ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ตลอดจนวงการการตลาดเป็นอย่างมาก

ประเด็นถัดไปคือการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้น ไม่เพียงแต่ได้รับความสนใจจากสาธารณชนเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงในส่วนของโลกวิชาการด้วย เนื่องจากเหตุผลที่ว่าจำนวนผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นได้เพิ่มจำนวนมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ยกตัวอย่างเช่น จำนวนคนที่ลงทะเบียนบน Facebook.com ได้เพิ่มขึ้นเป็น 800 ล้านคนในปี 2011 (Facebook 2011) จากเดิมปี 2010 มีจำนวนเพียงแค่ 500 ล้านคนเท่านั้น (Facebook 2010)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ไม่เพียงเท่านั้นเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ทำลายกำแพงของการสื่อสาร (Click and Petit 2010) ของคนจำนวนมากมายโดยเฉพาะวัยรุ่น เพราะพวกเขาได้ถูกเชื่อมต่อกันเพื่อที่จะสร้างและกระจายความรู้และสารสนเทศให้กระจายไปทั่วโลก (Van Eecke and Truyens 2010) นอกจากนั้นเครือข่ายสังคมออนไลน์ยังได้ให้อิสระภาพและสิทธิในการแสดงออกของนักเรียนนักศึกษาในโลกอินเทอร์เน็ต (Shaheen 2008)

มากไปกว่านั้นเครือข่ายสังคมออนไลน์ยังทำให้ผู้ใช้งานนำเสนอและจัดการข้อมูล ความเชื่อ คุณสมบัตินส่วนบุคคล เช่น อายุ ศาสนา การเมืองการปกครอง งานอดิเรกและความสนใจในเรื่องต่างๆ โดยที่เครือข่ายสังคมออนไลน์ยังสามารถสร้างสังคมขนาดเล็กๆ ภายใต้สังคมใหญ่ได้ (Shin 2010) โดยสรุปแล้วเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นที่ยอมรับกันว่าเป็นเทคโนโลยีที่สำคัญของคนรุ่นใหม่ (Maranto and Barton 2010)

สำหรับการประยุกต์ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในประเทศไทย เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ได้มีบทบาทสำคัญในการเป็นสื่อทางเลือกในประเทศไทย ยกตัวอย่าง เช่น ในปี 2554 ได้เกิดเหตุการณ์น้ำท่วมในประเทศไทย เครือข่ายสังคมออนไลน์พิสูจน์ให้เห็นว่าคนธรรมดาได้สามารถต่อสู้กับน้ำท่วมในครั้งนั้นด้วยการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการติดตามสถานการณ์ (Bangkokpost.com 2011) โดยจะเห็นได้ว่าอัตราการเพิ่มของการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้มาการใช้งานเพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงน้ำท่วม ในทางตรงกันข้ามเครื่องมือที่รัฐบาลใช้ในการบริหารงานของประเทศกลับได้สร้างความสับสนอย่างมากแต่สาธารณะชน (The Wall Street Journal 2011)

ไม่เพียงแต่การใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อเป็นช่องทางในการกระจายข่าวสารเท่านั้น เครือข่ายสังคมออนไลน์ยังมีอิทธิพลต่อทัศนคติของวัยรุ่นไทยในการเสพเรื่องตลกประเภทของมีนเมา (Bangkokpost.com 2012) ได้อีกด้วย

ดังนั้น การศึกษาเรื่องการใช้งานและการกระจายตัวของเทคโนโลยีประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ในประเทศไทยจึงเป็นเรื่องที่ควรค่าแก่การเรียนรู้ ว่าเพราะเหตุใดหรือปัจจัยใดที่เป็นเหตุให้เทคโนโลยีประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์กลายเป็นเทคโนโลยีที่มีการใช้งานจากผู้ใช้เป็นจำนวนมาก และยังกระจายตัวไปยังกลุ่มคนประเภทต่างๆ มากมาย และถึงแม้ว่ามีงานวิจัยที่ได้ทำการศึกษามาบ้างแล้วในประเทศตะวันตกแต่ก็มีส่วนน้อยที่ได้ทำการศึกษาในประเทศไทย โดยที่ความแตกต่างของผู้ใช้งานเทคโนโลยีนั้นจะส่งผลให้เกิดการประเมินการใช้งานที่แตกต่างกัน (Malhotra and Galletta 1999) และTAM นั้นควรจะได้รับพิจารณาด้วยความระมัดระวังในการนำไปใช้ในบริบทที่ต่างกัน (Turner et al. 2010) ดังนั้นแล้วความรู้ที่จะได้รับจากการศึกษาในครั้งนี้ สามารถนำไปใช้เป็นประโยชน์ได้หลากหลายมิติ ทั้งในด้านการนำไปปรับปรุงศักยภาพในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้อย่างถูกต้องและมีความเหมาะสม ตลอดจนสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีประเภทอื่นๆ ได้ และที่สำคัญยิ่งคือการนำไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนสำหรับนักศึกษาในสายงานการบริหารและจัดการ เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้ความสามารถเท่าทันเทคโนโลยีและใช้งานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ซึ่งจะก่อให้เกิดคุณประโยชน์อย่างมากในการพัฒนาทุนมนุษย์ต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการใช้งานและการกระจายตัวของเทคโนโลยีประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อพัฒนาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานเทคโนโลยีประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ให้สอดคล้องกับบริบทของสังคมไทย

## 1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย

ศึกษาเฉพาะประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีประชากรอยู่อาศัยสูงสุด

## 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบทฤษฎีการใช้งานและการกระจายตัวของเทคโนโลยีประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ในบริบทของสังคมไทย
2. สามารถนำไปปรับปรุงศักยภาพในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้อย่างถูกต้องและมีความเหมาะสมกับกลุ่มบุคคล และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ตลอดจนสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีประเภทอื่นๆ ได้
3. สามารถนำไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนสำหรับนักศึกษาในสายงานการบริหารและการจัดการ เพื่อให้นักศึกษามีความรู้ความสามารถเท่าทันเทคโนโลยีและใช้งานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

## 1.5 นิยามศัพท์และคำจำกัดความ

สำหรับการศึกษาวิจัยเรื่องการใช้งานและการกระจายตัวของเทคโนโลยีประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดนิยามศัพท์และให้คำจำกัดความเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดการสื่อความหมายที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยนิยามศัพท์และคำจำกัด มีดังต่อไปนี้

เครือข่ายสังคมออนไลน์ในงานวิจัยนี้ หมายถึง เครือข่ายสังคมออนไลน์แบบทั่วไป (General social media) เช่น Facebook Google+ และ Hi5 ทางผู้วิจัยได้ทำการจำแนกโดยใช้การจัดแบ่งของ (Findthebest.com 2012) ดังนั้น เครือข่ายสังคมออนไลน์แบบอื่นๆ เช่น Twitter LinkedIn หรือ Line ไม่ได้อยู่ในขอบเขตของงานวิจัยนี้

การยอมรับเทคโนโลยีนั้น (Technology Adoption) ในที่นี้ หมายถึง การที่ผู้ใช้เทคโนโลยีรับเอาเทคโนโลยีไปใช้งาน

การกระจายตัวทางเทคโนโลยี (Technology Diffusion) ในที่นี้ หมายถึง การที่เทคโนโลยีถูกนำไปใช้งานในกลุ่มต่างๆ ในงานวิจัยนี้ประกอบด้วยต่างๆ ที่ถูกแบ่งแยกออกจาก 3 ปัจจัยคือ เพศ (กลุ่มเพศชาย-หญิง) อายุ (กลุ่มอายุมาก-น้อย) และ รายได้ครอบครัว (กลุ่มรายได้ครอบครัวมาก-น้อย)

ความตั้งใจในการทำพฤติกรรม (Behavioural Intention) ในที่นี้ หมายถึง การประเมินความเข้มข้นของการที่บุคคลมีความตั้งใจที่จะทำพฤติกรรมในอนาคต

การรับรู้ถึงควมมีประโยชน์ (Perceived Usefulness) ในที่นี้ หมายถึง ระดับของการที่บุคคลเชื่อว่าการใช้งานเทคโนโลยีนั้นๆ เพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถของการทำงาน

การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ในที่นี้ หมายถึง การที่บุคคลเชื่อว่าผู้ใช้งานเทคโนโลยีนั้นๆ ใช้ความพยายามเพียงเล็กน้อย

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

บรรทัดฐานอัตวิสัย (Subjective Norm) ในที่นี้ หมายถึง บรรทัดฐานทางสังคม (Norm) เช่น มาตรฐานของพฤติกรรมภายในสังคม ที่ถูกแลกเปลี่ยนโดยสมาชิกของสังคม บรรทัดฐานอัตวิสัยเกิดจากการที่บุคคลถูกผลักดันจากบุคคลที่พวกเขาเหล่านั้นมีความยกย่องและชื่นชมยินดี

การแสวงหาสถานะ (Status-Seeking) ในที่นี้ หมายถึง แรงขับเคลื่อนเพื่อที่จะได้รับอำนาจและการยอมรับ บุคคลมีความต้องการที่จะยกระดับสถานะภาพทางสังคมที่ทั้งเกี่ยวเนื่องด้านการเงินและด้านที่ไม่เกี่ยวกับการเงิน เพื่อจะเป็นที่ถูกละเลียดจากสังคม ซึ่งในงานวิจัยนี้บางครั้ง จะเรียกว่า การแสวงหาสถานะทางสังคม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

## บทที่ 2

### การทบทวนวรรณกรรมและสมมุติฐาน

ในส่วนของการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องสำหรับงานวิจัยเรื่องการใช้งานและการกระจายตัวของเทคโนโลยีประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาสร้างเป็นสมมุติฐานสำหรับการวิจัย โดยทฤษฎีหลักที่ผู้วิจัยทบทวนเพื่อใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ทฤษฎีการยอมรับการใช้งานของเทคโนโลยี (The Technology Acceptance Model : TAM) และทฤษฎีการกระทำที่มีเหตุผล (The Theory of Reasoned Action : TRA) จากนั้นจะกล่าวถึงตัวแปรอื่นๆ ที่อาจเข้ามามีส่วนร่วมในการอธิบายการใช้งานและการกระจายตัวของเทคโนโลยีประเภทเครือข่ายสังคม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### 2.1 ทฤษฎีการยอมรับการใช้งานของเทคโนโลยี

ทฤษฎีการยอมรับการใช้งานของเทคโนโลยี (The Technology Acceptance Model : TAM) นั้นมีประโยชน์ในการพยากรณ์ และตรวจสอบการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ (Davis 1993) นอกจากนี้ TAM ยังสามารถนำมาใช้อธิบายว่าผู้ใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ มีลักษณะหรือเงื่อนไขในการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศเหล่านั้นอย่างไรบ้าง (Hossain and de Silva 2009, Teo et al. 2009, Turner et al. 2010)

โดยที่พื้นฐานแนวคิดของทฤษฎีนี้ มีรากฐานมาจากทฤษฎีการกระทำที่มีเหตุผล The Theory of Reasoned Action (TRA) (Fishbein and Ajzen 1975) โดยที่ในระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา TAM ได้ถูกนำมาใช้ในการอธิบายการยอมรับการใช้งานของเทคโนโลยี ซึ่งตัวแปรที่ประกอบขึ้นเป็น TAM นั้น ประกอบด้วยตัวแปรหลักๆ ดังนี้

1. ตัวแปรที่เกี่ยวกับความตั้งใจที่จะทำพฤติกรรม (Behavioural intention : BI)
2. ตัวแปรที่เกี่ยวกับการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use : PEOU)
3. ตัวแปรที่เกี่ยวกับการรับรู้ถึงควมมีประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived usefulness : PU)

โดยตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปรข้างต้นนั้น จะถูกนำมาอธิบายถึงพฤติกรรมการใช้งานของเทคโนโลยี ได้ดังภาพที่ 2.1 (Davis et al. 1989, Venkatesh and Davis 2000, Venkatesh and Bala 2008)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.



จากทฤษฎีข้างต้นแสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมที่บุคคลนั้นๆ กระทำอยู่ หรือการกระทำอย่างมีเหตุผลของบุคคลที่ลงมือปฏิบัติ หรือใช้งานสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นเกิดจากทั้งความตั้งใจที่กระทำพฤติกรรมนั่นเอง ทศนคติที่มีต่อพฤติกรรม บรรทัดฐานทางสังคม ความเชื่อที่มีต่อกระทำพฤติกรรม ตลอดจนบรรทัดฐานทางความเชื่อเกี่ยวกับการกระทำพฤติกรรมนั้น

นอกจากนี้แล้วตัวแปรอื่นๆ ที่ในบางโอกาสตัวแปรเหล่านั้นอาจจะเข้ามามีส่วนร่วมในการอธิบายการใช้งานเทคโนโลยี เช่น แรงผลักดันทางสังคม ภาพลักษณ์ ความเกี่ยวข้องกับงาน คุณภาพของสื่อที่ได้รับการแสดงออกถึงผลลัพธ์ การควบคุมตนเองในเรื่องการใช้งานคอมพิวเตอร์ การรับรู้ถึงการควบคุมสภาพแวดล้อมภายนอก ความซับซ้อนของคอมพิวเตอร์ ความสนุกสนาน และความสามารถในการนำมาใช้งาน

อย่างไรก็ตามในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ โครงสร้างของตัวแปรประกอบด้วย สามารถแบ่งได้ดังนี้

- ตัวแปรด้านพฤติกรรมการใช้งาน (Use Behaviour : UB)
- ตัวแปรด้านความตั้งใจในการทำพฤติกรรม (Behavioural Intention : BI)
- ตัวแปรด้านการรับรู้ถึงควมมีประโยชน์ (Perceived Usefulness : PU)
- ตัวแปรด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use : PEOU)
- ตัวแปรด้านบรรทัดฐานอัตวิสัย (Subjective norm : SN)

นอกเหนือจากนั้น ในงานวิจัยนี้ได้ประยุกต์นำเอาตัวแปรด้านการแสวงหาสถานะทางสังคม (Status Seeking : SS) นำมาใช้ในการวิเคราะห์ร่วมกับ TAM ตัวแปรนี้เป็นส่วนหนึ่งของทฤษฎี Use and Gratified Theory (Lee and Ma 2011) เพื่อนำมาอธิบายการใช้งานของเครือข่ายสังคมออนไลน์

### 2.3 ตัวแปรด้านความตั้งใจในการทำพฤติกรรม (Behavioural Intention : BI)

ความตั้งใจในการทำพฤติกรรมโดยปกติจะถูกมองเป็นส่วนหนึ่งของทศนคติ โดยที่ความตั้งใจในการทำพฤติกรรมนั้น หมายถึง การที่บุคคลมีความตั้งใจที่จะทำพฤติกรรมที่เฉพาะเจาะจงต่อบุคคลหรือสิ่งต่าง (Robbins 2005) กล่าวคือแนวคิดของ TRA และ TAM ได้ใช้ประโยชน์จากความตั้งใจในการทำพฤติกรรมเป็นตัวแปรที่ส่งผลทางตรงต่อการทำพฤติกรรมในขณะที่ตัวแปรอื่นๆจะส่งผลได้แค่ทางอ้อมเท่านั้น (Davis et al. 1989) แต่ในบางครั้งความตั้งใจในการทำพฤติกรรมจะถูกมองเสมือนหนึ่งขององค์ประกอบทางด้าน Cognitive และความตั้งใจในการทำพฤติกรรมถูกสมมุติให้มีความสัมพันธ์กับส่วนของความรู้สึ (Fishbein and Ajzen 1975)

โดยความตั้งใจในการทำพฤติกรรมนั้น คือ การประเมินความเข้มข้นของการที่บุคคลมีความตั้งใจที่จะทำพฤติกรรม (Malhotra and Galletta 1999) ดังนั้นการศึกษาทางด้านกรยอมรับการใช้งานของเทคโนโลยีก็พบว่าความตั้งใจในการทำพฤติกรรมนั้นเป็นปัจจัยที่สามารถใช้ในการอธิบายการใช้งานของเทคโนโลยี (Kaenprakob 2010, Legris et al. 2003)

### 2.4 ตัวแปรด้านการรับรู้ถึงควมมีประโยชน์ (Perceived Usefulness : PU)

การรับรู้ถึงควมมีประโยชน์ (Perceived usefulness : PU) คือระดับของการที่บุคคลเชื่อว่าการใช้งานเทคโนโลยีนั้นๆ ช่วยให้เพิ่มประสิทธิภาพและเพิ่มความสามารถของการทำงานได้ (Davis 1989) ซึ่งจากงานวิจัยหลายเรื่องที่อยู่บนแขนงเทคโนโลยีสารสนเทศนั้นก็พยายามเอาแนวคิดเกี่ยวกับแรงกระตุ้นภายใน

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

(Intrinsic motivation) และ แรงกระตุ้นภายนอก (Extrinsic motivation) มาใช้เพื่ออธิบายการใช้งานของเทคโนโลยี (Lin and Lu 2011, Hung et al. 2011)

หากพิจารณาถึงแนวคิดทางทฤษฎีแรงกระตุ้นจากตัวเอง (Self-Determination Theory) นั้น ได้กล่าวไว้ว่า มนุษย์มีมูลเหตุจูงใจในการทำพฤติกรรมสองสาเหตุ คือ แรงจูงใจจากภายนอกและภายใน (Deci and Ryan 2000, Ryan and Deci 2000) และหากพิจารณาการรับรู้ถึงความมีประโยชน์ของเทคโนโลยีเรา จะพบว่าประโยชน์ที่ได้รับนั้นเป็นชนิดหนึ่งของมูลเหตุการจูงใจภายนอก (Malhotra et al. 2008, Lin and Lu 2011, Davis et al. 1989, Vroom 1964)

อย่างไรก็ตาม ตัวแปรการรับรู้ถึงความมีประโยชน์นี้ ยังมีความคล้ายกับความได้เปรียบที่สัมพันธ์กับการใช้เทคโนโลยี (Relative advantage) ในทฤษฎีการกระจายตัวของนวัตกรรม (Rogers 1983, Hernandez et al. 2008) ในประเด็นของชุมชนออนไลน์ ที่บอกว่า การรับรู้การได้ประโยชน์นั้น จะถูกมองมาในประเด็นของการได้รับข้อมูลข่าวสาร การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และการพัฒนาความสัมพันธ์ (Chung et al. 2010) โดยการรับรู้ถึงความมีประโยชน์นั้นถูกนำมาใช้ในการพยากรณ์ความตั้งใจในการทำพฤติกรรม (Davis et al. 1989, Davis 1993) ดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานว่า

H 1: การรับรู้ถึงความมีประโยชน์นั้นส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการทำพฤติกรรม

## 2.5 ตัวแปรด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use : PEOU)

การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน คือการที่บุคคลเชื่อว่าผู้ใช้งานเทคโนโลยีนั้น ใช้ความพยายามเพียงเล็กน้อย (Davis 1989) ตัวแปรนี้จะมีความหมายในทางตรงกันข้ามกับตัวแปรที่มีชื่อว่า ความซับซ้อนของนวัตกรรมในทฤษฎีการกระจายตัวของนวัตกรรม (Rogers 1983) ซึ่งความง่ายในการใช้งานนั้น ได้ส่งผลกระทบต่อ การรับรู้ถึงความมีประโยชน์ โดยที่เทคโนโลยียิ่งง่ายต่อการใช้งาน ก็ส่งผลทำให้ผู้ใช้งานมองว่าเทคโนโลยีนั้นๆ มีประโยชน์ (Chung et al. 2010, Davis 1989, Davis 1993, Hossain and de Silva 2009, Kwon and Wen 2010, Kaenprakob 2010)

การรับรู้ความง่ายในการใช้งานนั้น คือ ตัวแปรหลักที่ส่งผลกระทบต่อ การรับรู้ถึงความมีประโยชน์ และเป็นหัวใจสำคัญที่นักพัฒนาเทคโนโลยี เพราะการรับรู้ความง่ายในการใช้งานและความมีประโยชน์เป็นปัจจัยสำคัญในการการรับรู้ระดับความตั้งใจในการทำพฤติกรรม (Hossain and de Silva 2009)

การรับรู้ความง่ายในการใช้งานและการรับรู้ถึงความมีประโยชน์นั้นมักไม่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้ (Turner et al. 2010) งานวิจัยจำนวนหนึ่งได้สนับสนุนว่าการรับรู้ความง่ายในการใช้งานนั้นได้ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจและการรับรู้ถึงความมีประโยชน์ (Bueno and Salmeron 2008, Davis 1993, Yang and Yoo 2004, Venkatesh and Bala 2008)

สำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยยังได้พยากรณ์ว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานนั้น ยังส่งผลกระทบต่อ การแสวงหาสถานะ ที่ซึ่งถือได้ว่าเป็นแรงจูงใจภายใน ในขณะที่การรับรู้ถึงความมีประโยชน์คือแรงจูงใจภายนอก ดังนั้นเราจึงสร้างสมมติฐานอีก 2 ข้อ

H 2: การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการทำพฤติกรรม

H 3: การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลกระทบต่อ การรับรู้ถึงความมีประโยชน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

## 2.6 ตัวแปรด้านบรรทัดฐานอัตวิสัย (Subjective norm :SN)

บรรทัดฐานอัตวิสัยมีหลายความหมาย แต่ในงานวิจัยนี้เลือกนำเอารูปแบบของบรรทัดฐานอัตวิสัย (Subjective norm) มาใช้เป็นตัวแทนแรงผลักดันทางสังคม เนื่องจากได้ถูกนำไปใช้ในหลากหลายสาขาวิชา โดยที่ บรรทัดฐานทางสังคม (Norm) คือ มาตรฐานของพฤติกรรมภายในสังคม ที่ถูกแลกเปลี่ยนโดยสมาชิกของสังคม (Robbins 2005) บรรทัดฐานอัตวิสัย คือตัวแทนของแรงผลักดันทางสังคมที่ผลักดันคนให้ใช้งานเทคโนโลยีนั้นๆ (Vannoy and Palvia 2010, Venkatesh et al. 2003) บรรทัดฐานอัตวิสัยหมายถึง การที่บุคคลได้กังวลเกี่ยวกับการกระทำที่ควรกระทำซึ่งบุคคลสำคัญของพวกเขาเหล่านั้นเห็นสมควรว่าควรกระทำ (Fishbein and Ajzen 2010)

ในแนวคิดของ TRA และ TPB บรรทัดฐานอัตวิสัยนั้นได้ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการทำพฤติกรรมโดยตรง (Fishbein and Ajzen 2010, Fishbein and Ajzen 1975, Ajzen 1991) Malhotra and Galletta (1999) ได้เสนอแนะการประยุกต์ใช้งาน TAM1 ว่าควรจะนำเอาแรงผลักดันทางสังคมมาพิจารณาเพราะว่าแรงผลักดันประเภทนี้สามารถทำให้คนยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้ เพราะว่าคุณใช้งานเทคโนโลยีอาจจะใช้เทคโนโลยีเนื่องมาจากบุคคลที่ซึ่งสำคัญของพวกเขานั้นได้เอามาใช้ถึงแม้ว่าคุณใช้งานไม่มีความประสงค์ในการใช้งานเทคโนโลยีเลย และหากพิจารณาใน TAM จะพบว่า TAM2-3 นั้นได้เอาแนวคิดเรื่อง บรรทัดฐานอัตวิสัย ยังนำมาใช้งานแบบจำลอง (Venkatesh and Davis 2000, Venkatesh and Bala 2008) อีกด้วย

นอกจากนี้ในงานวิจัยยืนยันว่าแรงผลักดัน (Subjective norm) นั้นได้มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการทำพฤติกรรมและการรับรู้ถึงความมีประโยชน์ของเทคโนโลยี (Featherman and Fuller 2003) จึงเป็นเหตุให้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ บรรทัดฐานอัตวิสัยนั้น หมายถึง มุมมองของบุคคลที่มองว่าบุคคลที่ซึ่งสำคัญของพวกเขานั้นได้คิดว่าเขาควรกระทำหรือไม่ควรกระทำกิจกรรมนั้นๆ (Fishbein and Ajzen 1975) ดังนั้น เราพยากรณ์และสร้างสมมุติฐานว่า บรรทัดฐานอัตวิสัยอาจจะส่งผลกระทบต่อการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน

H 4: บรรทัดฐานอัตวิสัยมีผลทางบวกต่อการรับรู้ถึงความมีประโยชน์

H 5: บรรทัดฐานอัตวิสัยมีผลทางบวกต่อความตั้งใจในการทำพฤติกรรม

## 2.7 ตัวแปรด้านการแสวงหาสถานะทางสังคม (Status-seeking :SS)

การแสวงหาสถานะ ในความหมายตามลายลักษณ์อักษร หมายถึง แรงผลักดันเพื่อที่จะได้รับอำนาจ (Thefreedictionary.com 2011) บุคคลนั้นมีความต้องการที่จะยกระดับสถานภาพทางสังคมที่ทั้งเกี่ยวเนื่องด้านการเงินและด้านที่ไม่เกี่ยวกับการเงิน (Jin et al. 2011)

โดยการแสวงหาสถานะ นั้นมีความสำคัญกับบุคคลอย่างยิ่งยวดเพื่อที่จะได้มาซึ่งการยอมรับทางสังคม (Brekke et al. 2003) ดังนั้นแล้ว เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น e-mail สามารถเพิ่มความเท่าเทียมกันทางสังคม ลดช่องว่างของระดับชั้นทางสังคม และการได้รับทรัพยากรจากบุคคลอื่นๆ (Sherif et al. 2009)

ดังนั้นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในสังคมออนไลน์นั้น จึงถูกขับเคลื่อนโดยการที่สมาชิกของสังคมนั้นได้พยายามมองหาสถานะภาพทางสังคม โดยที่สมาชิกเหล่านั้นพัฒนาสถานะของตนเองเพื่อจะได้รับชื่อเสียงในหมู่เพื่อนและสมาชิกในสังคมนั้น (Lampel and Bhalla 2007)

ในการศึกษานี้การแสวงหาสถานะทางสังคมนั้นถูกมองในสถานะแรงจูงใจภายใน การแสวงหาสถานะทางสังคม หมายถึง ระดับของการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่สามารถที่จะ

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

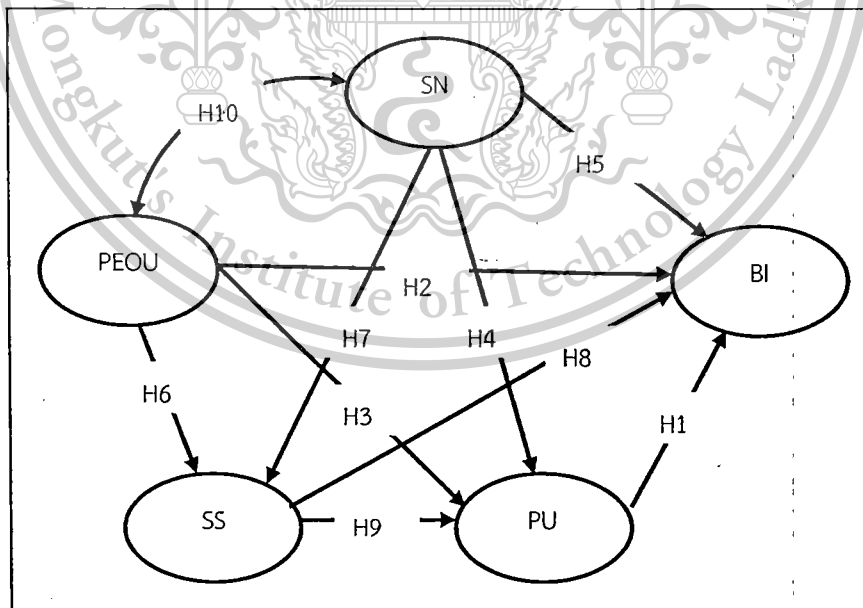
สร้างสถานะในหมู่เพื่อนฝูง การแสวงหาสถานะนั้นเป็นแรงผลักดันต่อความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรม (Lee and Ma 2011) มากกว่านั้น นอกเหนือจากนั้นการแสวงหาสถานะยังถูกจัดให้อยู่ในรูปแบบของแรงจูงใจในภายในที่สามารถถูกผลักดันโดยความง่ายในการใช้งานเพราะว่าแรงจูงใจภายในนั้นต้องการการสนับสนุนจากปัจจัยที่เติมเต็มความต้องการทางจิตวิทยา (Deci and Vansteenkiste 2004)

การแสวงหาสถานะทางสังคมยังถูกกระทบต่อแรงผลักดันทางสังคมเพราะปัจจัยทางสังคมและสิ่งแวดล้อมนั้นสามารถกระตุ้นคนให้หันไปหาเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อที่จะเติมเต็มความคาดหวัง (Katz et al. 1973)

Malhotra et al.(2008) ได้พิสูจน์ว่าแรงจูงใจภายในนั้นสามารถสนับสนุนการรับรู้ถึงความมีประโยชน์ ดังนั้นในงานวิจัยนี้ การรับรู้ถึงความมีประโยชน์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นถูกผลักดันโดยการแสวงหาสถานะ ซึ่งเราจึงสร้างสมมติฐานดังนี้

- H 6: ความรู้ความง่ายในการใช้งานมีผลกระทบทางบวกต่อการแสวงหาสถานะ
- H 7: บรรทัดฐานอัตวิสัยมีผลกระทบทางบวกต่อการแสวงหาสถานะ
- H 8: การแสวงหาสถานะมีผลกระทบทางบวกต่อความตั้งใจในการทำพฤติกรรม
- H 9: การแสวงหาสถานะมีผลกระทบทางบวกต่อความรู้ความมีประโยชน์

จากนั้นเมื่อนำเองสมมติฐานที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมทั้ง 9 ข้อ มาประยุกต์รวมกับทฤษฎีการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี หรือ TAM ผสมเข้ากับกลุ่มตัวแปรด้านการแสวงหาสถานะทางสังคม (Status seeking) สามารถนำมาเขียนเป็นกรอบแนวคิดทางการวิจัยของงานวิจัยเรื่องการใช้งานและการกระจายตัวของเทคโนโลยีประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ดังภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดทางการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

โดยสัญลักษณ์ในภาพที่ 2.3 สามารถแทนความหมายในการวัดไว้ดังนี้

- ความตั้งใจในการทำพฤติกรรม (BI)
- การรับรู้ถึงควมมีประโยชน์ (PU)
- การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (PEOU)
- บรรทัดฐานอัตวิสัย (SN)
- การแสวงหาสถานะทางสังคม (SS)

และสัญลักษณ์ H1 ถึง H9 หมายถึงสมมุติฐานที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งจะกล่าวสรุปอีกครั้งในหัวข้อถัดไป

## 2.8 สมมุติฐานการวิจัย

ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยจึงนำมาสร้างเป็นสมมุติฐาน ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 (H1) : การรับรู้ถึงควมมีประโยชน์นั้นส่งผลกระทบบางทงบวกแก่ความตั้งใจในการทำพฤติกรรม

สมมุติฐานที่ 2 (H2) : การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลกระทบบางทงบวกต่อความตั้งใจในการทำพฤติกรรม

สมมุติฐานที่ 3 (H3) : การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลกระทบบางทงบวกต่อการรับรู้ถึงควมมีประโยชน์

สมมุติฐานที่ 4 (H4) : บรรทัดฐานอัตวิสัยมีผลทางบวกต่อการรับรู้ถึงควมมีประโยชน์

สมมุติฐานที่ 5 (H5) : บรรทัดฐานอัตวิสัยมีผลทางบวกต่อความตั้งใจในการทำพฤติกรรม

สมมุติฐานที่ 6 (H6) : ความรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีผลกระทบบางทงบวกต่อการแสวงหาสถานะ

สมมุติฐานที่ 7 (H7) : บรรทัดฐานอัตวิสัยมีผลกระทบบางทงบวกต่อการแสวงหาสถานะ

สมมุติฐานที่ 8 (H8) : การแสวงหาสถานะมีผลกระทบบางทงบวกต่อความตั้งใจในการทำพฤติกรรม

สมมุติฐานที่ 9 (H9) : การแสวงหาสถานะมีผลกระทบบางทงบวกต่อความรับรู้ถึงควมมีประโยชน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

### บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาการใช้งานและการกระจายตัวของเทคโนโลยีประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

#### 3.1 การกำหนดประชากร

ประชากรเป้าหมายในการวิจัยนี้ หมายถึง ประชากรที่อยู่อาศัยในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยไม่จำกัดเฉพาะบุคคลที่มีทะเบียนบ้านในกรุงเทพมหานคร ดังนั้นจึงนำข้อมูลโดยประมาณจากการสำรวจของ Citypopulation ซึ่งพบว่า มีประชากรที่อยู่อาศัยจริงในกรุงเทพมหานคร จำนวน 12,390,000 คน (www.citypopulation.de)

#### 3.2 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่ม

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้างควรมีขนาดขั้นต่ำ 200 ตัวอย่าง (Kelloway 1998) กล่าวคือมีจำนวนของกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 500 ตัวอย่าง และสำหรับการสุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา โดยเน้นจำนวนชายใกล้เคียงกับหญิง

#### 3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในงานวิจัยนี้ เครื่องมือที่พัฒนาเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยเป็นแบบสอบถามปลายปิด ที่ใช้วิเคราะห์ โดยที่ข้อคำถามเกือบทั้งหมดแบ่งเป็น 7 ระดับ ยกเว้นตัวแปรเพศ อายุ และอาชีพ แบบสอบถามประกอบด้วยข้อคำถามแบบประเมินความเห็นของผู้ตอบเป็นแบบ Semantic differential scale จำนวน 7 ระดับค่า (7 scales) สำหรับความตั้งใจในการทำพฤติกรรม (BI) การรับรู้ถึงความมีประโยชน์ (PU) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (PEOU) บรรทัดฐานอัตวิสัย (SN) และการแสวงหาสถานะทางสังคม (SS) ซึ่งลักษณะการใช้ มาตรฐานแบบนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Fishbein & Ajzen (2010)

- โดยที่
- 1 หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความทางซ้ายมืออย่างมาก
  - 2 หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความทางซ้ายมือ
  - 3 หมายถึง ค่อนข้างเห็นด้วยกับข้อความทางซ้ายมือ
  - 4 หมายถึง ความเห็นที่เป็นกลาง
  - 5 หมายถึง ค่อนข้างเห็นด้วยกับข้อความทางขวามือ
  - 6 หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความทางขวามือ และ
  - 7 หมายถึง เห็นด้วยกับข้อความทางขวามืออย่างมาก

โดยเครื่องมือที่พัฒนาขึ้นมาเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ สามารถอธิบายถึงตัวแปรแฝง ตัวแปรที่สังเกตได้ รายละเอียดของข้อคำถามแต่ละข้อที่ใช้ในการวิจัย และที่มีของตัวแปร ได้ดังตารางที่ 3.1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ตารางที่ 3.1 แสดงตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้ รายละเอียดข้อคำถาม และที่มาของตัวแปร

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	รายละเอียดข้อคำถาม	ตัดแปลงมาจาก
BI	BI01	ฉันตั้งใจที่จะใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์แห่งนี้ในเดือนหน้า	(Chung et al. 2010, Brown and Venkatesh 2005, Fishbein and Ajzen 2010)
	BI02	ฉันคาดหวังว่าในเดือนหน้าฉันจะใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้อย่างต่อเนื่อง	
	BI03	มีความเป็นไปได้เท่าใดที่คุณจะเข้าไปใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้ในเดือนหน้า	
SN	SN01	คนที่สำคัญสำหรับฉันส่วนมากคิดว่าฉันควรจะ/ ไม่ควรจะใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้	(Fishbein and Ajzen 2010)
	SN02	คนที่สำคัญสำหรับฉันส่วนมากต้องการให้ฉันใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้	
	SN03	คนส่วนมากที่ความคิดเห็นมีคุณค่าต่อฉันคิดว่าเป็นสิ่งเหมาะสมที่จะใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้	
PU	PU01	เครือข่ายสังคมออนไลน์นี้มีประโยชน์ในการรับข้อมูลข่าวสาร	(Chung et al. 2010)
	PU02	เครือข่ายสังคมออนไลน์นี้มีประโยชน์ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร	
	PU03	เครือข่ายสังคมออนไลน์นี้มีประโยชน์ในการสื่อสาร	
PEOU	PEOU01	มันง่ายมากที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้	(Davis et al. 1989, Venkatesh and Davis 2000, Venkatesh and Bala 2008)
	PEOU02	การเรียนรู้ที่จะใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้เป็นเรื่องง่ายสำหรับฉัน	
	PEOU03	โครงสร้างของเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้เข้าใจง่าย	
SS	SS01	เครือข่ายสังคมออนไลน์นี้เพิ่มพูนความสำคัญของฉันต่อสังคมเมื่อฉันได้แบ่งปันข้อมูลข่าวสาร	(Lee and Ma 2011)
	SS02	ทำให้ฉันรู้สึกดีขึ้นเมื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารและเรื่องราวต่างๆ	
	SS03	การใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้ทำให้ฉันได้รู้จักคนมากขึ้น	หน้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการศึกษาและการวิจัยเท่านั้น ไม่สามารถนำออกจำหน่ายหรือทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

### 3.4 การตรวจสอบความเที่ยง (Reliability)

ในงานวิจัยนี้ได้นำค่าค่าอัลฟาของคอนบาคมาใช้เป็นเครื่องมือตรวจสอบความเที่ยง เป็นที่ยอมรับกันว่าค่าอัลฟาของคอนบาค (Cronbach's Alpha) ควรจะมีค่ามากกว่า 0.7 สำหรับค่าความเที่ยงของเครื่องมือวัด (Hair et al. 2010) ในงานวิจัยนี้ค่าความเที่ยงของทุกเครื่องมือวัดมีค่าเกิน 0.7

### 3.5 ความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity)

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ใช้น้ำหนักปัจจัย (Factor loadings) และ ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ได้มา (The average variance extracted : AVE) เป็นค่าที่แสดงถึงความตรงเชิงโครงสร้าง โดยค่าของน้ำหนักปัจจัย (Factor loading) ควรจะมีค่าเกินกว่า 0.5 ในการเป็นตัวแทนของตัวแปรที่จะวัดแต่ถ้าจะดีหากมีค่าเกิน 0.7 (Hair et al. 2010) สำหรับค่า AVE ควรจะมีค่าเกิน 0.50 สำหรับตัวแปรแฝงที่จะทำการวัด (Hair et al. 2010)

### 3.6 ความตรงเชิงการจำแนก (Discriminant validity)

งานวิจัยนี้เปรียบเทียบค่า AVE กับค่ากำลังสองของค่าสหสัมพันธ์ โดยที่ค่า AVE ควรจะมีค่าเกินกำลังสองสหสัมพันธ์ จะเห็นการพิสูจน์ให้เป็นที่ว่าตัวแปรสังเกตที่จะวัดตัวแปรแฝงนั้นมีความความสามารถในการจำแนกให้ตัวแปรแฝงนั้นแตกต่างจากตัวแปรอื่นๆ (Hair et al. 2010)

### 3.7 การประเมินค่าสมการ (The estimation)

การประเมินแบบ The maximum likelihood estimation ถูกนำมาใช้ในการวิจัยนี้ในการหาสมการการวัด และสมการเชิงโครงสร้างผลการพิสูจน์ความเป็นเส้นโค้งปกติ นั้นได้รับความพึงพอใจเพราะค่าความโด่ง (Kurtosis) และ ค่าความเบ้ (Skewness) นั้นถูกนำมาใช้ในการวัดความเป็นเส้นโค้งปกติและทั้งสองค่า เป็นค่าที่น่าพอใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

## บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาการใช้งานและการกระจายตัวของเทคโนโลยีประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 คน แล้วนำเอาข้อมูลที่ได้อมาวิเคราะห์ โดยสามารถแสดงผลการวิเคราะห์ตามเงื่อนไขของความสัมพันธ์ในแต่ละสมมุติฐานได้ดังนี้

### 4.1 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา

ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามระหว่างเดือนธันวาคม 2554 ถึงเดือนพฤษภาคม 2555 เพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผลการวิเคราะห์พบว่าได้จำนวนเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือเพศหญิงมีจำนวน 271 คน และเพศชายจำนวน 229 คนตามลำดับ คิดเป็น 54.2 % ต่อ 45.8 % ตามลำดับ ในส่วนของรายต่อครอบครัว พบว่าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้้น้อย คือมีจำนวน 254 คน คิดเป็น 50.8% ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้สูง จำนวน 246 คน คิดเป็น 49.8% ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และหากพิจารณาจากอายุของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุตั้งแต่ 23 ปีขึ้นไป คือมีจำนวน 252 คน คิดเป็น 50.4% ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 18-23 ปี มีจำนวน 248 คน คิดเป็น 49.6% ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้งานคือ Facebook คือมีจำนวน 426 คน คิดเป็น 85.2% ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ Google+ คือมีจำนวน 74 คน คิดเป็น 14.8% ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังสามารถสรุปข้อมูลได้ในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (n=500)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ(%)
เพศ		
ชาย	229	45.8
หญิง	271	54.2
รายได้ต่อครอบครัว		
รายได้สูง (เกิน 64,000บาท/เดือน)	246	49.2
รายได้น้อย (ต่ำกว่า 64,000บาท/เดือน)	254	50.8
อายุ		
อายุระหว่าง 18-23 ปี	248	49.6
ตั้งแต่ 23 ปี ขึ้นไป	252	50.4
เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้งาน		
Facebook	426	85.2
Google+	74	14.8

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean), น้ำหนักปัจจัยมาตรฐาน (Standardized loadings) และค่าความเที่ยง (Reliability)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	ค่าเฉลี่ย	ค่าความเบ้	ค่าความโด่ง	น้ำหนักปัจจัย	อัลฟา
BI	BI01	5.73	-1.113	.674	.85	.904
	BI02	5.59	-.921	.160	.92	
	BI03	5.93	-1.288	1.001	.85	
SN	SN01	5.14	-.498	.185	.90	.911
	SN02	5.07	-.494	.013	.89	
	SN03	5.07	-.562	.293	.85	
PU	PU01	5.14	-1.173	1.335	.90	.894
	PU02	5.99	-1.254	1.592	.91	
	PU06	5.93	-1.212	1.188	.83	
PEOU	PEOU01	5.95	-1.322	1.799	.86	.871
	PEOU10	5.61	-.888	.736	.79	
	PEOU11	5.52	-1.052	1.481	.75	
SS	SS01	5.23	-.723	.236	.95	.840
	SS02	4.96	-.583	-.125	.73	
	SS03	5.41	-.951	.693	.87	

อ้างอิงตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ CFA แสดงให้เห็นว่าค่า standardized loadings ของตัวแปรสังเกตได้มีค่าเกิน 0.7. งานวิจัยนี้ได้ค่าน้ำหนักปัจจัยเกิน 0.7 ตามคำแนะนำของ Hair et al.(2010)

ในตารางที่ 4.3 ค่าของ AVE ในทุกๆตัวแปรแฝงมีค่าเกิน 0.5 (0.64-0.78) โดยจะเห็นว่าค่าความเที่ยงและความตรงนั้นเป็นที่น่าพึงพอใจ และในส่วนของความตรงเชิงจำแนก พบว่าค่า AVE มีค่าเกินกว่าค่ากำลังสองของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ตารางที่ 4.3 แสดงกำลังสองของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และ AVE

	BI	SN	PU	PEOU	SS
BI	<b>0.76</b>				
SN	0.23	<b>0.77</b>			
PU	0.25	0.30	<b>0.78</b>		
PEOU	0.29	0.35	0.58	<b>0.64</b>	
SS	0.23	0.24	0.30	0.43	<b>0.73</b>

ค่าแนวทแยงคือ AVE และ ค่าที่ไม่อยู่ในแนวทแยงกำลังสองของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

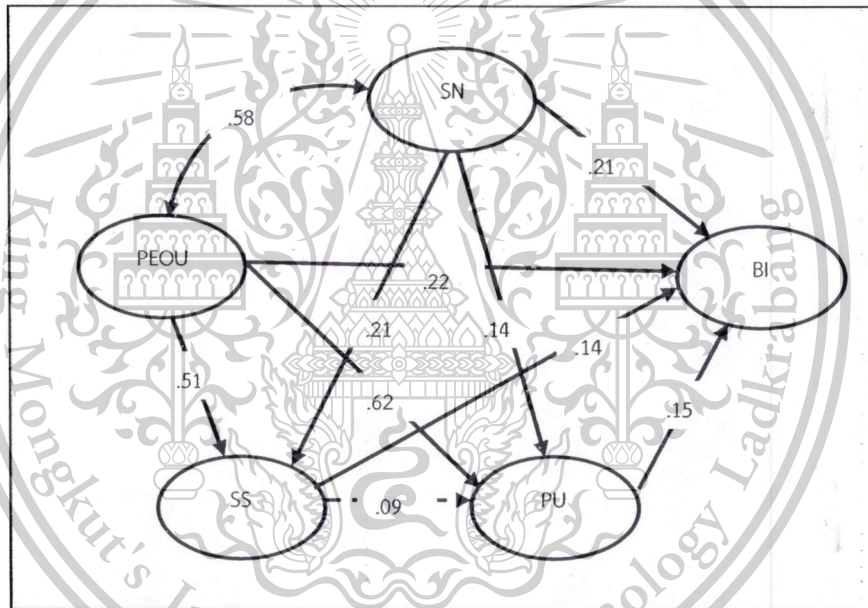
This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ซึ่งหากพิจารณาผลลัพธ์ในตารางที่ 4.3 นั้น แสดงให้เห็นว่าค่าของ AVE ในทุกๆ ตัวแปรแฝงมีค่าเกิน 0.5 (0.64-0.78) แสดงว่าค่าความเที่ยงและความตรงนั้นเป็นที่น่าพึงพอใจ และในส่วนของความตรงเชิงจำแนก พบว่าค่า AVE มีค่าเกินกว่าค่ากำลังสองของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ค่าความสัมพันธ์ (correlation) กำลังสองระหว่าง ตัวแปรมีค่าน้อยกว่าค่า AVE แสดงให้เห็นว่าตัวแปรแฝง (Latent variable) ไม่เป็นตัวแปรเดียวกันและมีความแตกต่างกัน

#### 4.2 ผลการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้างโดยรวม

หากพิจารณาผลจากการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้างพบว่า เส้นทางอิทธิพลตามข้อสมมุติฐานเกือบทั้งหมดมีนัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 ยกเว้น เส้นทางจากการแสวงหาสถานะทางสังคม ไปยังการรับรู้ถึงความมีประโยชน์ ดังนั้นสมมุติฐานข้อที่ 10 จึงถูกปฏิเสธ ส่วนสมมุติฐานข้อที่เหลือไม่สามารถปฏิเสธได้ (Fail to reject) ซึ่งแสดงได้ดังภาพที่ 4.1 และข้อมูลในตารางที่ 4.4



ภาพที่ 4.1 สมการเชิงโครงสร้างโดยรวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

131202

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ตารางที่ 4.4 แสดงเส้นทางอิทธิพล

เส้นทาง	สมมุติฐาน	ค่าสัมประสิทธิ์ มาตรฐาน	ความ น่าจะเป็น	R2
จาก PU ไปยัง BI	H2	.15	0.043	.354
จาก PEOU ไปยัง BI	H3	.22	0.011	
จาก SN ไปยัง BI	H6	.21	0.000	
จาก SS ไปยัง BI	H9	.14	0.010	
จาก PEOU ไปยัง PU	H4	.62	0.000	.599
จาก SN ไปยัง PU	H5	.14	0.002	
จาก SS ไปยัง PU	H10	.09	0.061	
จาก PEOU ไปยัง SS	H7	.51	0.000	.423
จาก SN ไปยัง SS	H8	.21	0.000	

ในประเด็นของตัวแปรการรับรู้ถึงควมมีประโยชน์ การแสวงหาสถานะทางสังคม บรรทัดฐานอัตวิสัย และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานนั้น สามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจในการทำพฤติกรรมได้ 35.4% ในส่วนของการแสวงหาสถานะทางสังคม บรรทัดฐานอัตวิสัย และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานสามารถอธิบายความแปรปรวนของการรับรู้ถึงควมมีประโยชน์ได้มากถึง 59.9% และในส่วนของ การแสวงหาสถานะทางสังคม ถูกอธิบายผ่านทางบรรทัดฐานอัตวิสัยและการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานได้ถึง 43.2% ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ผลกระทบมาตรฐานทางตรง ทางอ้อม และรวม

ตัวแปรแฝงภายในที่ ถูกกระทบ	ถูกกระทบโดย	ตัวแปรแฝงภายนอก		ตัวแปรแฝงภายใน	
		PEOU	SN	PU	SS
BI	ทางตรง	.220	.207	.146	.136
	ทางอ้อม	.167	.052	-	.012
	รวม	.387	.258	.146	.149
PU	ทางตรง	.624	.143	-	.085
	ทางอ้อม	.043	.018	-	-
	รวม	.667	.161	-	.085
SS	ทางตรง	.509	.206	-	-
	ทางอ้อม	-	-	-	-
	รวม	.509	.206	-	-

ในลำดับถัดมาเมื่อพิจารณาถึงตัวแปรที่เข้าไปมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการทำพฤติกรรม โดยหลักการนั้นจะมาจากตัวแปรการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ตามมาด้วยบรรทัดฐานอัตวิสัย การแสวงหาสถานะทางสังคม และการรับรู้ถึงควมมีประโยชน์ ในส่วนของตารางที่ 4.6 แสดงคุณสมบัติของแบบจำลองสมการ โดยที่ถึงแม้ว่าค่า P จะมีนัยสำคัญต่ำกว่า 0.05 (see Joreskog and Sorbom 2001) แต่หา

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

พิจารณาจากผลการวิเคราะห์จะพบว่าอัตราส่วนระหว่าง ค่าไคสแควร์และองศาอิสระ ( $\chi^2 / df$ ) น้อยกว่า 2 ซึ่งตัวเลขนี้นับว่าเป็นค่าที่ดี (Hair et al. 2010) โดยรายละเอียดนั้น สามารถแสดงได้ในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 แสดงดัชนีความเข้ากันได้ของแบบจำลอง

ดัชนี	ค่าที่แนะนำ	ผลลัพธ์
$\chi^2 / df$	$\leq 2$	1.94
P-value	$\geq 0.05$	Less than 0.001
RMSEA	$\leq 0.05$	0.043
GFI	$\geq 0.90$	0.963
AGFI	$\geq 0.90$	0.942
PGFI	$\geq 0.50$	0.618
CFI	$\geq 0.90$	0.987

จากผลการวิเคราะห์ที่ได้ในตารางที่ 4.6 จะเห็นได้ว่าค่า RMSEA นั้นอธิบายถึงความเข้ากันได้ดีของแบบจำลอง ในงานวิจัยนี้ได้ค่า RMSEA ต่ำกว่า 0.05 แสดงออกถึงการเข้ากันได้ดีของสมการ (Prasith-rathsint et al. 2008)

ส่วนของค่า GFI, AGFI และ PGFI เป็นค่าที่แสดงถึงความเข้ากันได้สมบูรณ์และค่าความเข้ากันได้ดีเชิงสัมพัทธ์ (Absolute fit indices and relative fit indices) โดยค่า GFI และ AGFI ควรมีค่ามากกว่า 0.9 และ PGFI ควรมีค่ามากกว่า 0.05 (Prasith-rathsint et al. 2008) ดังนั้นทางผู้วิจัยจึงสามารถสรุปว่าข้อมูลนั้นเข้ากันได้ดีกับแบบจำลอง

ในส่วนของ CFI ซึ่งถือเป็นดัชนีที่แสดงถึงความพอเพียงของตัวอย่างพบว่ามีค่า 0.987 ค่า CFI มีค่ามากกว่า 0.90 อธิบายว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพียงพอต่อความซับซ้อนของแบบจำลอง (Hair et al. 2010)

#### 4.3 ผลการวิเคราะห์การกระจายตัวของการใช้งาน

ในส่วนของการกระจายตัวในการใช้งาน ทางผู้วิจัยได้จัดแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มย่อยๆ ต่างประกอบด้วย เพศ อายุ และรายได้ครอบครัว จากนั้นผู้วิจัยเปรียบเทียบกลุ่มต่างๆ ข้างต้นเป็นตัวแปรอิสระ โดยให้ตัวแปรตามเป็น 3 ตัวแปร เป็นจำนวนวันที่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ใน 1 สัปดาห์ (AU1) จำนวนนาฬิกาที่ใช้งาน ในหนึ่งครั้ง (AU2) และ จำนวนครั้งที่เข้าใช้งานในหนึ่งวัน (AU3) จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า

##### จำนวนวันที่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ใน 1 สัปดาห์ (AU1)

โดยการวัดจำนวนวันที่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์วัดเป็นช่วงคือ คะแนน 1 คือ ช่วง 0-1 วันต่อสัปดาห์, คะแนน 2 คือ ช่วง 1-2 วันต่อสัปดาห์, คะแนน 3 คือ ช่วง 2-3 วันต่อสัปดาห์, คะแนน 4 คือ ช่วง 3-4 วันต่อสัปดาห์, คะแนน 5 คือ ช่วง 4-5 วันต่อสัปดาห์, คะแนน 6 คือ ช่วง 5-6 วันต่อสัปดาห์, คะแนน 7 คือ ช่วง 6-7 วันต่อสัปดาห์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

สำหรับเกณฑ์การแปลความหมายตัวแปรแบบช่วง 1 ถึง 7 สามารถนำคะแนนเฉลี่ยไปเทียบเคียงกับตารางที่ 4.7 โดยที่เกณฑ์การแปลความหมายสามารถหาได้จาก ระดับช่วงห่าง = ระดับคะแนนสูงสุด - ระดับคะแนนต่ำสุด ทหารด้วย จำนวนระดับ ได้ค่าเท่ากับ 0.86

ตารางที่ 4.7 เกณฑ์การแปลผลระดับความคิดเห็นที่ประกอบด้วยระดับ 7 ระดับ (1-7)

คะแนนเฉลี่ย	ระดับเกณฑ์
1.00-1.86	ระดับ 1
1.87-2.71	ระดับ 2
2.72-3.57	ระดับ 3
3.58-4.43	ระดับ 4
4.44-5.29	ระดับ 5
5.30-6.14	ระดับ 6
6.15-7.00	ระดับ 7

โดยการแปลความหมายของการกระจายการใช้งานระหว่างเพศชายและหญิง พบว่า ค่าเฉลี่ยของชายอยู่ที่ 5.704 หรือระดับคะแนน 6 และหญิงค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.98 หรือระดับคะแนน 6 หากทดสอบสถิติโดยใช้ F-Test พบว่า ค่าความแตกต่างไม่มีนัยสำคัญ (0.067) ดังแสดงผลในตารางที่ 4.8 และ 4.9

ตารางที่ 4.8 แสดงการกระจายการใช้งานระหว่างเพศชายและหญิงในประเด็นจำนวนวันที่ใช้งานต่อสัปดาห์

ตัวแปร		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Minimum	Maximum
AU1	ชาย	229	5.7074	1.69027	.11170	1.00	7.00
	หญิง	271	5.9779	1.60077	.09724	1.00	7.00
	รวม	500	5.8540	1.64624	.07362	1.00	7.00

ตารางที่ 4.9 แสดงนัยสำคัญของการกระจายการใช้งานระหว่างเพศชายและหญิงในประเด็นจำนวนวันที่ใช้งานต่อสัปดาห์

ตัวแปร		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
AU1	Between Groups	9.077	1	9.077	3.365	.067
	Within Groups	1343.265	498	2.697		
	Total	1352.342	499			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

เมื่อพิจารณาในประเด็นของการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มอายุน้อยและอายุมาก จำนวนวันที่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในหนึ่งสัปดาห์ ซึ่งจากการแปลความหมาย พบว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มอายุน้อยอยู่ที่ 6.065 หรือระดับคะแนน 6 และกลุ่มอายุมากมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.64 หรือระดับคะแนน 6 หากทดสอบสถิติโดยใช้ F-Test พบว่า ค่าความแตกต่างมีนัยสำคัญ (0.004) ดังแสดงในตารางที่ 4.10 และ 4.11

ตารางที่ 4.10 แสดงการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มอายุน้อยและอายุมาก ในประเด็นจำนวนวันที่ใช้งานต่อสัปดาห์

ตัวแปร	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Minimum	Maximum	
AU1	อายุน้อย	248	6.0645	1.46893	.09328	1.00	7.00
	อายุมาก	252	5.6468	1.78257	.11229	1.00	7.00
	รวม	500	5.8540	1.64624	.07362	1.00	7.00

ตารางที่ 4.11 แสดงนัยสำคัญของการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มอายุน้อยและอายุมาก ในประเด็นจำนวนวันที่ใช้งานต่อสัปดาห์

ตัวแปร	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
AU1	Between Groups	21.807	1	21.807	8.162	.004
	Within Groups	1330.535	498	2.672		
	Total	1352.342	499			

เมื่อพิจารณาในประเด็นของการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวสูงและต่ำ จากการแปลความหมาย พบว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวต่ำอยู่ที่ 5.67 หรือระดับคะแนน 6 และกลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวสูงมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.07 หรือระดับคะแนน 6 หากทดสอบสถิติโดยใช้ F-Test พบว่า ค่าความแตกต่างมีนัยสำคัญ (0.006) ดังแสดงในตารางที่ 4.12 และ 4.13

ตารางที่ 4.12 แสดงการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวสูงและต่ำ ในประเด็นจำนวนวันที่ใช้งานต่อสัปดาห์

ตัวแปร	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Minimum	Maximum	
AU1	กลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวต่ำ	269	5.6654	1.76607	.10768	1.00	7.00
	กลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวสูง	231	6.0736	1.46814	.09660	1.00	7.00
	รวม	500	5.8540	1.64624	.07362	1.00	7.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีเหตุตแบลงเนื้อหา และตยงยงองเงงเจของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ตารางที่ 4.13 แสดงนัยสำคัญของการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวสูงและต่ำ ในประเด็นจำนวนวันที่ใช้งานต่อสัปดาห์

ตัวแปร		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
AU1	Between Groups	20.705	1	20.705	7.743	.006
	Within Groups	1331.637	498	2.674		
	Total	1352.342	499			

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ไม่พบความแตกต่างที่มีนัยสำคัญระหว่างเพศชายและหญิงที่มีต่อจำนวนวันการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญ พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อย (18-23 ปี) และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมาก (มากกว่า 23 ปี) โดยที่กลุ่มอายุน้อยนั้น มีจำนวนวันในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อสัปดาห์มากกว่ากลุ่มผู้ที่มีอายุมาก

แต่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวสูงและกลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวต่ำ โดยที่กลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวสูง มีจำนวนวันในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อสัปดาห์มากกว่ากลุ่มผู้ที่มีรายได้ครอบครัวต่ำ

#### จำนวนนาที่ที่ใช้งาน ในหนึ่งครั้ง (AU2)

ในกรณีของการวัดจำนวนนาที่ในการเข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในหนึ่งครั้งทางผู้วิจัยได้ใช้ระดับช่วง 10 อันดับในการวัด คือ เกณฑ์การแปลผลระดับความคิดเห็นที่ประกอบด้วยระดับ 10 ระดับ (1-10) คือ คะแนน 1 คือ ช่วง 0-15 นาทีต่อครั้ง, คะแนน 2 คือ ช่วง 16-30 นาทีต่อครั้ง, คะแนน 3 คือ ช่วง 31-45 นาทีต่อครั้ง, คะแนน 4 คือ ช่วง 46-60 นาทีต่อครั้ง, คะแนน 5 คือ ช่วง 61-75 นาทีต่อครั้ง, คะแนน 6 คือ ช่วง 76-90 นาทีต่อครั้ง, คะแนน 7 คือ ช่วง 91-105 นาทีต่อครั้ง, คะแนน 8 คือ ช่วง 106-120 นาทีต่อครั้ง, คะแนน 9 คือ ช่วง 121-135 นาทีต่อครั้ง และ คะแนน 10 คือ มากกว่า 135 นาทีต่อครั้ง ดังแสดงในตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 แสดงเกณฑ์การแปลผลระดับความคิดเห็นที่ประกอบด้วยระดับ 10 ระดับ (1-10)

คะแนนเฉลี่ย	ระดับเกณฑ์
1.00-1.90	ระดับ 1
1.91-2.80	ระดับ 2
2.81-3.70	ระดับ 3
3.71-4.60	ระดับ 4
4.61-5.50	ระดับ 5
5.51-6.40	ระดับ 6
6.41-7.30	ระดับ 7
7.31-8.20	ระดับ 8
8.21-9.10	ระดับ 9
9.11-10.0	ระดับ 10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีจุดประสงค์เพื่อเผยแพร่และต้องอ้างอิงถึงชื่อของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

โดยการแปลความหมายของการกระจายตัวในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ระหว่างเพศชายและหญิงในจำนวนนาทีก่อนการใช้งานในหนึ่งครั้ง จากการแปลความหมาย พบว่าค่าเฉลี่ยของชายอยู่ที่ 4.415 หรือระดับคะแนน 4 และหญิงค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.347 หรือระดับคะแนน 4 หากทดสอบสถิติโดยใช้ F-Test พบว่า ค่าความแตกต่างไม่มีนัยสำคัญ (0.800) ดังแสดงในตารางที่ 4.15 และ 4.16

ตารางที่ 4.15 แสดงการกระจายการใช้งานระหว่างเพศชายและหญิงในประเด็นจำนวนนาทีก่อนการใช้งานในหนึ่งครั้ง

ตัวแปร	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Minimum	Maximum	
AU2	ชาย	229	4.4148	3.00992	.19890	1.00	10.00
	หญิง	271	4.3469	2.96610	.18018	1.00	10.00
	รวม	500	4.3780	2.98344	.13342	1.00	10.00

ตารางที่ 4.16 แสดงนัยสำคัญของการกระจายการใช้งานระหว่างเพศชายและหญิงในประเด็นจำนวนนาทีก่อนการใช้งานในหนึ่งครั้ง

ตัวแปร	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
AU2	Between Groups	.574	1	.574	.064	.800
	Within Groups	4440.984	498	8.918		
	Total	4441.558	499			

จากนั้นเมื่อพิจารณาประเด็นของการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มอายุน้อยและอายุมาก จำนวนนาทีก่อนการใช้งานในหนึ่งครั้ง จากการแปลความหมาย พบว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มอายุน้อยอยู่ที่ 5.35 หรือระดับคะแนน 5 และกลุ่มอายุมากมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.42 หรือระดับคะแนน 3 หากทดสอบสถิติโดยใช้ F-Test พบว่า ค่าความแตกต่างมีนัยสำคัญ (0.000) ดังแสดงในตารางที่ 4.17 และ 4.18

ตารางที่ 4.17 แสดงการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มอายุน้อยและอายุมาก ในประเด็นจำนวนนาทีก่อนการใช้งานในหนึ่งครั้ง

ตัวแปร	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Minimum	Maximum	
AU2	อายุน้อย	248	5.3468	3.01291	.19132	1.00	10.00
	อายุมาก	252	3.4246	2.63108	.16574	1.00	10.00
	รวม	500	4.3780	2.98344	.13342	1.00	10.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำเป็นประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ตารางที่ 4.18 แสดงนัยสำคัญของการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มอายุน้อยและอายุมาก ในประเด็นจำนวนนาที่ในการเข้าใช้งานในหนึ่งครั้ง

ตัวแปร		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
AU2	Between Groups	461.813	1	461.813	57.788	.000
	Within Groups	3979.745	498	7.991		
	Total	4441.558	499			

เมื่อพิจารณาการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวสูงและต่ำในจำนวนนาที่ที่เข้าใช้งานในหนึ่งครั้ง จากการแปลความหมาย พบว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวต่ำอยู่ที่ 4.47 หรือระดับคะแนน 4 และกลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวสูงมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.27 หรือระดับคะแนน 4 หากทดสอบสถิติโดยใช้ F-Test พบว่า ค่าความแตกต่างไม่มีนัยสำคัญ (0.447) ดังแสดงในตารางที่ 4.19 และ 4.20

ตารางที่ 4.19 แสดงการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวสูงและต่ำ ในประเด็นจำนวนนาที่ในการเข้าใช้งานในหนึ่งครั้ง

ตัวแปร	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Minimum	Maximum	
AU2	ครอบครัวที่มีรายได้ต่ำ	269	4.4721	2.86971	.17497	1.00	10.00
	ครอบครัวที่มีรายได้สูง	231	4.2684	3.11334	.20484	1.00	10.00
	รวม	500	4.3780	2.98344	.13342	1.00	10.00

ตารางที่ 4.20 แสดงนัยสำคัญของการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวสูงและต่ำ ในประเด็นจำนวนนาที่ในการเข้าใช้งานในหนึ่งครั้ง

ตัวแปร		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
AU2	Between Groups	5.158	1	5.158	.579	.447
	Within Groups	4436.400	498	8.908		
	Total	4441.558	499			

สรุปในประเด็นจำนวนนาที่ที่ใช้งานในหนึ่งครั้ง (AU2) ไม่พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างที่มีนัยสำคัญในประเด็นจำนวนนาที่ที่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบความแตกต่างที่มีนัยสำคัญระหว่างกลุ่มที่มีอายุน้อยและกลุ่มที่มีอายุมาก โดยที่กลุ่มอายุน้อยมีการใช้เวลาต่อหนึ่งครั้ง (จำนวนนาที่ต่อครั้ง) มากกว่ากลุ่มที่มีอายุมาก

แต่ไม่พบความแตกต่างที่มีนัยสำคัญว่ากลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวสูงมีการใช้เวลาต่อหนึ่งครั้งไม่ว่า (จำนวนนาที่ต่อครั้ง) มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวต่ำอย่างถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

### จำนวนครั้งที่เข้าใช้งานในหนึ่งวัน (AU3)

สำหรับการวัดจำนวนนาทีก่อนการใช้งานสื่อสังคมในหนึ่งครั้งทางผู้วิจัยได้ใช้ ระดับช่วง 10 อันดับ ในการวัด คือ ดังในตารางที่ 15 เกณฑ์การแปลผลระดับความคิดเห็นที่ประกอบด้วยระดับ 10 ระดับ (1-10) คือ คะแนน 1 คือ ช่วง 0-1 ครั้งต่อวัน คะแนน 2 คือ ช่วง 1.1-2 ครั้งต่อวัน คะแนน 3 คือ ช่วง 2.1-3 ครั้งต่อวัน คะแนน 4 คือ ช่วง 3.1-4 ครั้งต่อวัน คะแนน 5 คือ ช่วง 4.1-5 ครั้งต่อวัน คะแนน 6 คือ ช่วง 5.1-6 ครั้งต่อวัน คะแนน 7 คือ ช่วง 6.1-7 ครั้งต่อวัน คะแนน 8 คือ ช่วง 7.1-8 ครั้งต่อวัน คะแนน 9 คือ ช่วง 8.1-9 ครั้งต่อวัน และ คะแนน 10 คือ มากกว่า 9 ครั้งต่อวัน

โดยการแปลความหมายของการกระจายตัวในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ระหว่างเพศชาย และหญิงในจำนวนครั้งที่เข้าใช้งานในหนึ่งวัน จากการแปลความหมาย พบว่าค่าเฉลี่ยของชายอยู่ที่ 4.466 หรือระดับคะแนน 5 และหญิงค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.70 หรือระดับคะแนน 5 หากทดสอบสถิติโดยใช้ F-Test พบว่า ค่าความแตกต่างไม่มีนัยสำคัญ (0.877) ดังแสดงในตารางที่ 4.21 และ 4.22

ตารางที่ 4.21 แสดงการกระจายการใช้งานระหว่างเพศชายและหญิงในจำนวนครั้งที่เข้าใช้งานในหนึ่งวัน

ตัวแปร	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Minimum	Maximum	
AU3	ชาย	229	4.6638	2.64667	.17490	1.00	10.00
	หญิง	271	4.7011	2.72627	.16561	1.00	10.00
	รวม	500	4.6840	2.68749	.12019	1.00	10.00

ตารางที่ 4.22 แสดงนัยสำคัญของการกระจายการใช้งานระหว่างเพศชายและหญิงในจำนวนครั้งที่เข้าใช้งานในหนึ่งวัน

ตัวแปร	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
AU3	Between Groups	.173	1	.173	.024	.877
	Within Groups	3603.899	498	7.237		
	Total	3604.072	499			

เมื่อพิจารณาในประเด็นการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มอายุน้อยและอายุมากจำนวนครั้งที่เข้าใช้งานในหนึ่งวัน จากการแปลความหมาย พบว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มอายุน้อยอยู่ที่ 4.90 หรือระดับคะแนน 5 และกลุ่มอายุมากมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.48 หรือระดับคะแนน 4 หากทดสอบสถิติโดยใช้ F-Test พบว่า ค่าความแตกต่างไม่มีนัยสำคัญ (0.081) ดังแสดงในตารางที่ 4.23 และ 4.24

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ตารางที่ 4.23 แสดงการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มอายุน้อยและอายุมากในจำนวนครั้งที่เข้าใช้งานในหนึ่งวัน

ตัวแปร	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Minimum	Maximum	
AU3	อายุน้อย	248	4.8952	2.71990	.17271	1.00	10.00
	อายุมาก	252	4.4762	2.64414	.16657	1.00	10.00
	รวม	500	4.6840	2.68749	.12019	1.00	10.00

ตารางที่ 4.24 แสดงนัยสำคัญการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มอายุน้อยและอายุมากในจำนวนครั้งที่เข้าใช้งานในหนึ่งวัน

ตัวแปร	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
AU3	Between Groups	21.941	1	21.941	3.050	.081
	Within Groups	3582.131	498	7.193		
	Total	3604.072	499			

สำหรับการพิจารณาในประเด็นของการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวสูงและต่ำในจำนวนครั้งที่เข้าใช้งานในหนึ่งวัน จากการแปลความหมาย พบว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวต่ำอยู่ที่ 4.30 หรือระดับคะแนน 4 และกลุ่มที่มีรายได้ครัวสูงมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.13 หรือระดับคะแนน 5 หากทดสอบสถิติโดยใช้ F-Test พบว่า ค่าความแตกต่างมีนัยสำคัญ (0.001) ดังแสดงในตารางที่ 4.25 และ 4.26

ตารางที่ 4.25 แสดงการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวสูงและต่ำในจำนวนครั้งที่เข้าใช้งานในหนึ่งวัน

ตัวแปร	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Minimum	Maximum	
AU3	ครอบครัวที่มีรายได้ต่ำ	269	4.3048	2.50149	.15252	1.00	10.00
	ครอบครัวที่มีรายได้สูง	231	5.1255	2.83101	.18627	1.00	10.00
	รวม	500	4.6840	2.68749	.12019	1.00	10.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ตารางที่ 4.26 แสดงนัยสำคัญการกระจายการใช้งานระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวสูงและต่ำในจำนวนครั้งที่เข้าใช้งานในหนึ่งวัน

ตัวแปร		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
AU3	Between Groups	83.709	1	83.709	11.842	.001
	Within Groups	3520.363	498	7.069		
	Total	3604.072	499			

สรุปในประเด็นจำนวนครั้งที่เข้าใช้งานในหนึ่งวัน (AU3) ไม่พบว่าเพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างที่มีนัยสำคัญ ในประเด็นจำนวนครั้งที่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในหนึ่งวัน และไม่พบความแตกต่างที่มีนัยสำคัญระหว่าง ว่ากลุ่มอายุน้อยและกลุ่มมีอายุมากในประเด็นของจำนวนครั้งที่ใช้งานในหนึ่งวัน

แต่พบว่ามีความแตกต่างที่มีนัยสำคัญว่ากลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวสูงและต่ำ โดยที่กลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวสูงมีจำนวนครั้งที่เข้าใช้งานในหนึ่งวันมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวต่ำ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

## บทที่ 5

### อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้การศึกษากาการใช้งานและการกระจายตัวของเทคโนโลยีประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามไปยังคนจำนวน 500 คน แล้วนำเอาข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และสรุป โดยผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นการอภิปราย 2 ประเด็น นั้นคือ

- อภิปรายผลสะท้อนต่อแนวคิดทางทฤษฎี
- อภิปรายผลด้านการกระจายตัวของกาการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในกลุ่มต่างๆ

#### 5.1 อภิปรายผลสะท้อนต่อแนวคิดทางทฤษฎี

การประยุกต์ใช้งานทฤษฎีการยอมรับกาใช้งานของเทคโนโลยี (TAM) นั้น อ้างอิงอยู่บนพื้นฐานที่ว่า ความตั้งใจจะส่งผลให้เกิดการกระทำในอนาคต แต่อย่างไรก็ตามในงานวิจัยหลายเรื่อง ได้นำเอาความตั้งใจในการทำพฤติกรรมมาใช้อธิบายกาใช้งานจริงของบุคคลซึ่งไม่เป็นไปตามทฤษฎีการกระทำที่มีเหตุผล (TRA) ซึ่งเป็นรากฐานของ TAM (Fishbein and Ajzen 2010)

ดังนั้นทางผู้วิจัยจึงกำหนดความตั้งใจในการทำพฤติกรรมเป็นตัวแปรตามตามแนวทางของ TRA และ TAM (Fishbein and Ajzen 1975, Fishbein and Ajzen 2010, Davis et al. 1989, Davis 1989, Venkatesh and Davis 2000) ประกอบกับการที่ผู้วิจัยไม่สามารถทำการวัดหรือติดตามกาใช้งานจริงของกลุ่มตัวอย่างในอีก 1 เดือนข้างหน้าได้

จากผลการศึกษาพบว่าตัวแปรที่เป็นแรงกระตุ้นภายนอก ซึ่งในงานวิจัยนี้คือความรับรู้ความมีประโยชน์ ไม่พบความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญในการเป็นสาเหตุของความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรม จึงเป็นการขัดแย้งกับทฤษฎี TAM (Davis et al. 1989) และทฤษฎี TAM ก็ไม่ได้นำเสนอแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่เป็นปัจจัยภายใน ซึ่งทำให้การอธิบายซึ่งสาเหตุของการใช้เทคโนโลยีไม่ครอบคลุมเท่าที่ควร

โดยตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับแรงกระตุ้นภายในนั้นมีความสำคัญของแรงจูงใจ (Vroom 1964, Ryan and Deci 2000, Deci 1975) ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงเลือกเอาตัวแปรการแสวงหาสถานะทางสังคม มาเป็นตัวแทนของแรงกระตุ้นจากภายใน และในกรณีของการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้น แรงกระตุ้นจากภายในส่งผลต่อการรับรู้ถึงอรรถประโยชน์ของเทคโนโลยี

ในงานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าบุคคลที่มีแรงจูงใจในการแสวงหาสถานะทางสังคม ย่อมมองเห็นถึงคุณประโยชน์ของเทคโนโลยีประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ แต่อย่างไรก็ตามอิทธิพลของแรงจูงใจภายในที่มีผลต่อแรงจูงใจภายนอกนั้นยังไม่ถือว่าเด่นชัดนัก ถึงแม้ว่าผลการวิจัยที่ได้มานั้นได้แสดงนัยสำคัญทางสถิติและผู้วิจัยนั้นต้องการหลักฐานสนับสนุนเพิ่มเติมในอิทธิพลของการแสวงหาสถานะกับการรับรู้ถึงความมีประโยชน์ ถ้าหากทิศทางของความสัมพันธ์เป็นไปในทางตรงกันข้ามกล่าวคือการับรู้ความมีประโยชน์เป็นเหตุของการแสวงหาสถานะผลงานวิจัยนี้จะขาดน้ำหนัก

นอกเหนือจากนั้น ผู้วิจัยพบงานวิจัยที่ศึกษาแรงจูงใจภายในที่มีผลต่อการรับรู้ถึงความมีประโยชน์ของเทคโนโลยี เช่น Kwon and Wen (2010) ได้นำเอาตัวแปร Social identity ซึ่งมีลักษณะเหมือนกับการแสวงหาสถานะทางสังคม โดยผู้วิจัยทั้งสองท่านนั้น พบว่า การรับรู้ถึงความมีประโยชน์ถูกผลักดันโดย Social identity ในประเด็นของการใช้งานเครือข่ายออนไลน์ในประเทศเกาหลีใต้ Malhotra et al (2008) ได้ใช้ Internal PLOC ซึ่งเป็นตัวแปรที่ผู้วิจัยเองมองว่าเป็นแรงจูงใจภายในที่มีลักษณะสัมพันธ์กับ Feelings of volition สามารถมีผลต่อการรับรู้ถึงความมีประโยชน์ อย่างไรก็ตามงานวิจัยนี้ไม่พบเส้นอิทธิพลที่มี

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ความสำคัญจากแรงจูงใจภายใน (การแสวงหาสถานะทางสังคม) และแรงจูงใจภายนอก (การรับรู้ถึงประโยชน์) อย่างไรก็ตาม เหมือนกับแรงจูงใจภายนอก แรงจูงใจภายในต้องการเงื่อนไข (ในงานวิจัยนี้คือความง่ายต่อการใช้งาน) ที่เอาไปหล่อเลี้ยงแรงจูงใจภายใน (Deci and Vansteenkiste 2004)

ในงานวิจัยนี้นำเสนอแนวคิดที่ว่า ความง่ายต่อการใช้งานนั้นมีส่วนสนับสนุนแรงจูงใจทั้งภายในและภายนอก ประกอบกับมีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรม ความง่ายในการใช้งาน จึงนับได้ว่าเป็นแนวคิดที่สำคัญในการออกแบบเทคโนโลยี เนื่องจากว่าสามารถเป็นได้ทั้งปัจจัยที่มีผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการใช้งานเทคโนโลยี ตามด้วยบรรทัดฐานอัตวิสัย ในส่วนของแรงจูงใจภายในนั้นมีส่วนในการผลักดันผู้ใช้เทคโนโลยี ซึ่งถือได้ว่ามีอิทธิพลใกล้เคียงกับแรงจูงใจภายนอก และจากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าเทคโนโลยีประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้น ได้ถูกผลักดันจากความง่ายโดยที่ผู้ที่รับรู้ว่าเป็นเทคโนโลยีที่มีความง่ายในการใช้งานจะมีแนวโน้มจะใช้งานมากกว่าผู้ที่รับรู้ว่าเป็นเทคโนโลยีที่มีความยากต่อการใช้งาน ส่วนในประเด็นของคนสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพวกเขาเหล่านั้น เห็นว่าผู้ใช้งานนั้นควรใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ชนิดนั้นๆ มีแนวโน้มที่จะใช้งานมากกว่าผู้ใช้งานที่ซึ่งคนสำคัญของพวกเขาไม่เห็นด้วยต่อการใช้งาน แรงจูงใจทั้งแรงจูงใจภายในและภายนอก มีผลต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์

ส่วนของการแสวงหาสถานะนั้นช่วยให้ผู้วิจัยนั้นอธิบายความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรมร่วมกับทฤษฎี TAM ได้ การแสวงหาสถานะทางสังคมนั้น อาจจะเป็นแรงผลักดันให้เครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นอยู่รอดเนื่องจากว่า 90% ของข้อมูลข่าวสารในเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นถูกสร้างขึ้นจากผู้ที่ต้องการสร้างสถานะของตนเองต่อสังคมออนไลน์นั้นๆ (Lampel and Bhalla 2007) ดังนั้นเมื่อเพื่อนของผู้ใช้งานได้แลกเปลี่ยนเนื้อหาสาระผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผู้ใช้งานจะได้บริโภคข่าวสารที่มาจากเพื่อนคนดังกล่าว อย่างปัจจุบันทันด่วน ดังนั้นผู้ใช้งานจะถูกกระตุ้นให้เข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างตลอดเวลาตนเอง (Burke et al. 2009) โดยตัวแปรนี้สามารถมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรมได้อีกด้วย ผลงานวิจัยนี้สอดคล้องกับนักวิจัยบางท่านที่มีข้อเสนอแนะเหมือนกัน (Malhotra et al. 2008, Lampel and Bhalla 2007) ที่แสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจภายในนั้นมีอิทธิพลต่อการใช้เทคโนโลยีเช่นเดียวกับแรงจูงใจภายนอก

## 5.2 อภิปรายผลด้านการกระจายตัวของการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในกลุ่มต่างๆ

งานวิจัยนี้ได้แสดงให้เห็นว่าการกระจายตัวในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นไปอย่างใกล้เคียงกัน โดยที่ไม่พบความแตกต่างที่มีนัยสำคัญระหว่างกลุ่มชายและหญิง จำนวนวันที่ใช้งานในหนึ่งสัปดาห์ จำนวนนาทีที่เข้าใช้งานในหนึ่งครั้ง และจำนวนครั้งที่เข้าใช้งานในหนึ่งวัน

หากพิจารณาจากกลุ่มอายุพบว่า มีความเหลื่อมล้ำในประเด็นของผู้ที่มีอายุน้อยมีจำนวนวันที่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่ากลุ่มที่มีอายุมาก โดยพบความแตกต่างที่มีนัยสำคัญ และยังพบว่าผู้ที่มีอายุน้อยใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยคิดเป็นนาทีต่อครั้งมากกว่ากลุ่มที่มีอายุมาก

กรณีประเด็นของช่องว่างระหว่างรายได้ครอบครัว พบว่า การกระจายการใช้งานของผู้ที่ครอบครัวมีรายได้สูง มีจำนวนวันที่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อสัปดาห์มากกว่า กลุ่มที่มีครอบครัวมีรายได้น้อย และยังมีจำนวนครั้งที่เข้าใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในหนึ่งวัน มากกว่า กลุ่มที่มีรายได้ครอบครัวน้อย ดังนั้น การเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง จึงมีความไม่เท่าเทียมในกลุ่มอายุน้อยและอายุมาก และกลุ่มของครอบครัวที่มีรายได้มากและครอบครัวที่มีรายได้น้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

### 5.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย

ในงานวิจัยนี้ได้นิยามเครือข่ายสังคมออนไลน์ว่าเป็นแบบ General social media เช่น Facebook.com, Google+ และ Hi5.com อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยมีความตั้งใจที่จะเก็บข้อมูลให้ได้หลายหลายเครือข่ายสังคมออนไลน์ แต่ผลการสำรวจพบว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีชื่อว่า Facebook.com นั้นได้ครอบงำตลาดเครือข่ายสังคมออนไลน์ ดังนั้น ผลงานวิจัยนี้จึงอ้างอิงอยู่กับผู้ใช้ Facebook.com เป็นหลัก จึงเป็นการยากที่จะอ้างอิงข้อสรุปไปยังผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์อื่นๆ

### 5.4 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ข้อเสนอแนะประการแรกสำหรับงานวิจัยนี้ คือ เนื่องจากเป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ต้องการงานวิจัยที่มีลักษณะถึงการแสดงความเป็นเหตุเป็นผลของคู่ความสัมพันธ์ (Path) ดังนั้น จึงต้องการหลักฐานประกอบว่าคู่ความสัมพันธ์ของตัวแปรใหม่นั้นเป็นจริงตามทิศทางนั้น (Path) โดยงานวิจัยที่มีส่วนสนับสนุนได้ดี คือ งานวิจัยเชิงคุณภาพประเภทงานวิจัยที่ทฤษฎีฐานราก (Grounded theory) (Glaser and Strauss 1967, Charmaz 2006) โดยที่งานวิจัยรูปแบบนี้ จะให้ Semantic network เพื่อสนับสนุนเส้นทางอิทธิพลหรือแม้กระทั่งได้ปัจจัยใหม่ ตลอดจนได้กรอบแนวคิดใหม่ หรือ ผู้วิจัยอาจจะเลือกทำการทดลอง (Experimental research) รายคู่ความสัมพันธ์ เพราะจะแสดงให้เห็นความมีอยู่จริงของเส้นทางปัจจัย (Validity) ประกอบกับเป็นการทำให้งานวิจัยมีความแข็งแกร่งขึ้นเพราะเป็นการค้นหาความจริงจากระเบียบวิธีวิจัยที่แตกต่างกัน (Triangulation) หากผลยืนยันมาตรงกัน (Creswell 2009)

ประการที่สอง งานวิจัยในอนาคตควรประยุกต์ใช้ทฤษฎีใหม่ๆ เช่น Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) (Venkatesh et al. 2012) เพื่อที่จะได้นำเอาตัวแปรใหม่ๆมาใช้ โดยที่อาจจะปรับปรุงโมเดลของงานวิจัยได้ดียิ่งขึ้น

ประการที่สาม สมมุติฐานในเรื่องของ Mediating factors ที่เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นระหว่างกลุ่มต่างๆ ควรได้นำมาศึกษาเพราะในการใช้เทคโนโลยีนั้น บทบาทของ เพศ และ อายุ นั้นเข้าไป Mediate เส้นทางอิทธิพลของปัจจัยทำให้แบบจำลองของสมการเชิงโครงสร้างระหว่างกลุ่มไม่เหมือนกัน (Venkatesh et al. 2012, Venkatesh et al. 2003)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

## บรรณานุกรม

- Ajzen, I. 1991. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Bangkokpost.com, 2011. *Floods: Facebook helps Nakhon Sawan* [online]. Available from: <http://www.bangkokpost.com/learning/learning-from-news/269901/floods-facebook-helps-nakhon-sawan> 3/29/2012].
- Bangkokpost.com, 2012. *Social media' push youth to alcohol'* [online]. Available from: <http://www.bangkokpost.com/news/local/280207/social-media-push-youth-to-alcohol> 4/10/2012].
- Brekke, K. A., Howarth, R. B. and Nyborg, K. 2003. Status-seeking and material affluence: evaluating the Hirsch hypothesis. *Ecological Economics*, 45, 29-39.
- Brown, S. A. and Venkatesh, V. 2005. Model of Adoption of Technology in Households: A Baseline Model Test and Extension Incorporating Household Life Cycle. *MIS Quarterly*, 29, 399-426.
- Bueno, S. and Salmeron, J. L. 2008. TAM-based success modeling in ERP. *Interacting with Computers*, 20(6), 515-523.
- Burke, M., Marlow, C. and Lento, T., 2009. Feed me: motivating newcomer contribution in social network sites. *Proceedings of the 27th international conference on Human factors in computing systems*. Boston, MA, USA: ACM.
- Charmaz, K., 2006. *Constructing Grounded Theory: A Practical Guide Through Qualitative Analysis*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Chung, J. E., et al. 2010. Age differences in perceptions of online community participation among non-users: An extension of the Technology Acceptance Model. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1674-1684.
- Click, A. and Petit, J. 2010. Social networking and Web 2.0 in information literacy. *The International Information & Library Review*, 42(2), 137-142.
- Creswell, J. W., 2009. *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. 3rd ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
- Davis, F. D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Davis, F. D. 1993. User acceptance of information technology: system characteristics, user perceptions and behavioral impacts. *International Journal of Man-Machine Studies*, 38, 475-487.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P. and Warshaw, P. R. 1989. User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35, 982-1003.
- Deci, E. L., 1975. *Intrinsic Motivation*. New York: Plenum.

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

- Deci, E. L. and Ryan, R. M. 2000. The 'what' and 'why' of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11, 227-268.
- Deci, E. L. and Vansteenkiste, M. 2004. Self-Determination Theory and Basic Need Satisfaction: Understanding Human Development in Positive Psychology. *Ricerche di Psicologia*, 27(1), 23-40.
- Facebook, 2010. *Statistics* [online]. Available from: <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics> 11/14/2010].
- Facebook, 2011. *Statistics* [online]. Available from: <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics> 12/23/2011].
- Featherman, M. and Fuller, M., Applying TAM to e-services adoption: the moderating role of perceived risk. ed. *System Sciences, 2003. Proceedings of the 36th Annual Hawaii International Conference on*, 6-9 Jan. 2003 2003, 11 pp.
- Findthebest.com, 2012. *Compare Social Networking* [online]. Available from: <http://social-networking.findthebest.com/> 1/11/2012].
- Fishbein, M. and Ajzen, I., 1975. *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fishbein, M. and Ajzen, I., 2010. *Predicting And Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*. New York: Psychology Press.
- Glaser, B. G. and Strauss, A. L., 1967. *The Discovery of Grounded Theory Strategies for Qualitative Research* Chicago: Aldine Publishing Company.
- Google, 2011. *The 100 most-visited sites: Thailand* [online]. Available from: <http://www.google.com/adplanner/static/top100countries/th.html> 2/28/2011].
- Hair, J. F., et al., 2010. *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. 7th ed. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hernandez, B., Jimenez, J. and Martin, M. J. 2008. Extending the technology acceptance model to include the IT decision-maker: A study of business management software. *Technovation*, 28(3), 112-121.
- Hossain, L. and de Silva, A. 2009. Exploring user acceptance of technology using social networks. *The Journal of High Technology Management Research*, 20(1), 1-18.
- Hung, S.-Y., et al. 2011. The influence of intrinsic and extrinsic motivation on individuals' knowledge sharing behavior. *International Journal of Human-Computer Studies*, 69(6), 415-427.
- Jin, Y., Li, H. and Wu, B. 2011. Income inequality, consumption, and social-status seeking. *Journal of Comparative Economics*, 39, 191-204.
- Joreskog, K. and Sorbom, D., 2001. *LISREL 8: User's Reference Guide*. Scientific Software International, Inc.
- เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
Kaenprakob, S. 2010. Determinats of User Acceptance of Wikipedia. *Chulalongkorn Review*, 87(5), 68-90.  
ไม่ว่ากรณีใดก็ตาม ผู้เขียนนี้ขอสงวนสิทธิ์ที่ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

- Katz, E., Blumler, J. G. and Gurevitch, M. 1973. Uses and Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509.
- Kelloway, E. K., 1998. *Using LISREL for Structural Equation Modeling: A Researcher's Guide*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- Kim, W., Jeong, O.-R. and Lee, S.-W. 2010. On social Web sites. *Information Systems*, 35(2), 215-236.
- Kwon, O. and Wen, Y. 2010. An empirical study of the factors affecting social network service use. *Computers in Human Behavior*, 26(2), 254-263.
- Lampel, J. and Bhalla, A. 2007. The Role of Status Seeking in Online Communities: Giving the Gift of Experience. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(2).
- Lee, C. S. and Ma, L. 2011. News sharing in social media: The effect of gratifications and prior experience. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 331-339.
- Legris, P., Ingham, J. and Collette, P. 2003. Why do people use information technology? A critical review of the technology acceptance model. *Information & Management*, 40(3), 191-204.
- Lin, K.-Y. and Lu, H.-P. 2011. Why people use social networking sites: An empirical study integrating network externalities and motivation theory. *Computers in Human Behavior*, 27(3), 1152-1161.
- Malhotra, Y. and Galletta, D. F., Extending the Technology Acceptance Model to Account for Social Influence: Theoretical Base and Empirical Validation. ed. *the 32nd Hawaii International Conference on System Sciences*, 1999 Hawaii.
- Malhotra, Y., Galletta, D. F. and Kirsch, L. J. 2008. How Endogenous Motivations Influence User Intentions: Beyond the Dichotomy of Extrinsic and Intrinsic User Motivations. *Journal of Management Information Systems*, 25, 267-299.
- Maranto, G. and Barton, M. 2010. Paradox and Promise: MySpace, Facebook, and the Sociopolitics of Social Networking in the Writing Classroom. *Computers and Composition*, 27(1), 36-47.
- Prasith-rathsint, S., et al., 2008. *Structural Equation Modeling Using LISREL, PRELIS and SIMPLIS*. Bangkok: Samlada Part., Limited.
- Robbins, S. P., 2005. *Organizational Behavior*. 11st ed. Upper Saddle River: Pearson Education, Inc.
- Rogers, E. M., 1983. *Diffusion of Innovations*. 3rd ed. New York: The Free Press.
- Ryan, R. M. and Deci, E. L. 2000. Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25, 54-67.
- Shaheen, M. A. 2008. Use of social networks and information seeking behavior of students during political crises in Pakistan: A case study. *The International Information & Library Review*, 40(3), 142-147.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษานานาชาติ ไม่อนุญาตให้ทำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ผู้เขียนขอสงวนสิทธิ์ในเอกสารฉบับนี้ และขอสงวนสิทธิ์ในเอกสารฉบับนี้ไว้สำหรับใช้เองถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

- Sherif, K., Song, J. and Wilcox, J. 2009. A social status perspective of network utility over electronic channels in academic communities. *International Journal of Information Management*, 29, 262-271.
- Shin, D.-H. 2010. The effects of trust, security and privacy in social networking: A security-based approach to understand the pattern of adoption. *Interacting with Computers*, 22(5), 428-438.
- Teo, T., et al. 2009. Assessing the intention to use technology among pre-service teachers in Singapore and Malaysia: A multigroup invariance analysis of the Technology Acceptance Model (TAM). *Computers & Education*, 53(3), 1000-1009.
- The Wall Street Journal, 2011. *Thais Turn to Social Media for Flood Updates* [online]. Available from: <http://blogs.wsj.com/searealtime/2011/11/02/thais-turn-to-social-media-for-flood-updates/> 3/29/2012].
- Thefreedictionary.com, 2011. *status seeking* [online]. Available from: <http://www.thefreedictionary.com/status+seeking> 3/12/2012].
- Turner, M., et al. 2010. Does the technology acceptance model predict actual use? A systematic literature review. *Information and Software Technology*, 52(5), 463-479.
- Van Eecke, P. and Truyens, M. 2010. Privacy and social networks. *Computer Law & Security Review*, 26(5), 535-546.
- Vannoy, S. A. and Palvia, P. 2010. The Social Influence Model of Technology Adoption. *Communications of the ACM*, 53(6), 149-153.
- Venkatesh, V. and Bala, H. 2008. Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions. *Decision Sciences*, 39(2), 273-315.
- Venkatesh, V. and Davis, F. D. 2000. A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46, 186.
- Venkatesh, V., L. Thong, J. Y. and Xu, X. 2012. Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of technology. *MIS Quarterly*, 36, 157-178.
- Venkatesh, V., et al. 2003. User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Vroom, V. H., 1964. *Work and Motivation*. New York: John Wiley & Sons, Inc. .
- Yang, H.-d. and Yoo, Y. 2004. It's all about attitude: revisiting the technology acceptance model. *Decision Support Systems*, 38(1), 19-31.
- Yu, A. Y., et al. 2010. Can learning be virtually boosted? An investigation of online social networking impacts. *Computers & Education*, 55(4), 1494-1503.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

## ข้อมูลประวัติคณะผู้วิจัย

## ประวัติส่วนตัว

ชื่อ-สกุล.....นางสาววอนชนก ไชยสุนทร.....

เพศ  ชาย  หญิง วันเดือนปีเกิด.....3 มีนาคม 2524.....อายุ.....31.....ปีสถานภาพ  โสด  สมรส

ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์.....

## ประวัติการศึกษา

ชื่อย่อปริญญา	สาขา	สถาบันที่จบ	ปีที่จบ
วท.ม.	การศึกษาวិทยาศาสตร์ คอมพิวเตอร์	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง	2545
วท.บ.	วิทยาการคอมพิวเตอร์	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง	2543

## ทุนการศึกษาและทุนวิจัยที่เคยได้รับ

ปี พ.ศ.	ทุนการศึกษาและทุนวิจัย	สถาบันที่ให้
2555	ทุนวิจัยเงินรายได้	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2554	ทุนวิจัยเงินรายได้	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2553	ทุนวิจัยเงินรายได้	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

## ผลงานวิจัย

-วิจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจเกษตรอินทรีย์เพื่อสร้างให้เป็นองค์การแห่งการเรียนรู้

## ผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์เผยแพร่ (ระดับชาติและนานาชาติ)

-Wornchanok Chaiyasoonthorn. 2009. "Thai Tourists' Satisfaction: A CASE STUDY OF Talingchan Floating Market Tourism Management" King Mongkut's Agricultural Journal 27(1), 76-85.

-วอนชนก ไชยสุนทร. 2552. "การสำรวจสภาพการจัดการเรียนการสอนวิชาการบนฐานข้อมูลโดยใช้เทคนิคเดลฟายของสถาบันอุดมศึกษารัฐบาล เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล" วารสารเกษตรพระจอมเกล้า 27(2) , 60-71.

-Watanyoo Suksa-ngiam and Wornchanok Chaiyasoonthorn. 2011. "Hi Technology

Acceptance Model: A Study of Thai Students Using Facebook.com" Journal of

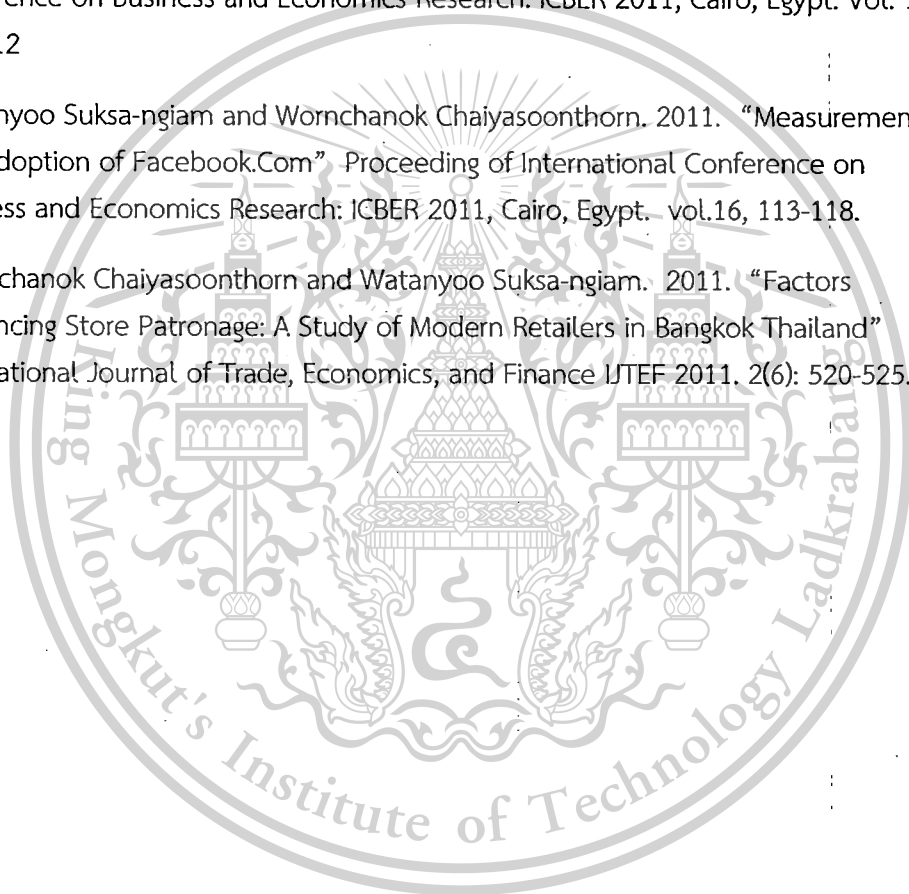
Accountancy and Management (Special Issue on the Asian Forum on Business

Education Conference (AFBE), No.1, 17-33.

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

- Wornchanok Chaiyasoonthorn and Watanyoo Suksa-ngiam. 2011. "Determinants Influence Behavior of Knowledge Sharing on The Internet: A Study of Thai University Students" *International Journal of Arts and Sciences*, 4(25), 239-248.
- Watanyoo Suksa-ngiam and Wornchanok Chaiyasoonthorn. 2011. "Development of Technology Acceptance Model Explaining Thai Students Using an Online Social Network Site" *International Journal of Arts and Sciences*, 4(25), 249-267.
- Wornchanok Chaiyasoonthorn and Watanyoo Suksa-ngiam. 2011. "Factors Affecting Customers Using Modern Retail Stores In Bangkok" *Proceeding of International Conference on Business and Economics Research: ICBER 2011, Cairo, Egypt. Vol. 16, 108-112*
- Watanyoo Suksa-ngiam and Wornchanok Chaiyasoonthorn. 2011. "Measurement of The Adoption of Facebook.Com" *Proceeding of International Conference on Business and Economics Research: ICBER 2011, Cairo, Egypt. vol.16, 113-118.*
- Wornchanok Chaiyasoonthorn and Watanyoo Suksa-ngiam. 2011. "Factors Influencing Store Patronage: A Study of Modern Retailers in Bangkok Thailand" *International Journal of Trade, Economics, and Finance IJTEF 2011, 2(6): 520-525.*



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.