



18
มกราคม
2561

การประชุมสังคมนศาสตร์วิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 14
“สังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแส
การเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand 4.0”
ณ โรงแรมโพธิ์วิลล รีสอร์ท แอนด์สปา อำเภอเมือง จังหวัดชัยราช

สำนักวิชาสังคมนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยราช
ถนนพหลโยธิน ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดชัยราช รหัสไปรษณีย์ 57100

☎ โทรศัพท์ : 053-702870 ต่อ 10
☎ โทรศัพท์มือถือ : 09-5126-8181, 08-8519-5290
✉ E-mail : jtongrak@gmail.com



สำนักวิชาสังคมนศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยราช



คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ที่ ๗๐๐๒/๒๕๖๐

เรื่อง แต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความวิชาการ/บทความวิจัย (Peer Review) ระดับชาติ
การประชุมสังคมนิติศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมนิติพัฒนธรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”

ด้วย สำนักวิชาสังคมนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มีความประสงค์แต่งตั้งคณะกรรมการ
กลั่นกรองบทความวิชาการ/บทความวิจัย (Peer Review) ระดับชาติ การประชุมสังคมนิติศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมนิติพัฒนธรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐” เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓๑ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ.๒๕๔๗
มหาวิทยาลัย จึงแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความวิชาการ/บทความวิจัย ประกอบด้วย

-ตามรายชื่อแนบท้ายคำสั่ง-

หน้าที่ พิจารณา กลั่นกรอง บทความวิชาการ/บทความวิจัย ของผู้เข้าร่วมนำเสนอผลงานทางวิชาการ และให้
ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็น ผลงานแต่ละเรื่องให้เป็นไปตามมาตรฐานระดับชาติ ทั้งเนื้อหา ภาษา และรูปแบบการ
เขียนผลงาน

ให้ผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถและบังเกิดผลดี
ต่อทางราชการ

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๑ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๐

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ ด้วงนคร)
รองอธิการบดี รักษาการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความวิชาการ/บทความวิจัย
การประชุมสังคมนานาชาติวิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”
แนบท้ายคำสั่งที่ ๗๐๐๒/๒๕๖๐

๑. ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

๑. ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.มนัส สุวรรณ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
๒. รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวารณ วิงวอน
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
๓. รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ชัย ปิฎกฤษดิ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยมหิดล
๔. รองศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์
ผู้ทรงคุณวุฒิ อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๕. รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา อุปโยคิน
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
๖. รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยนันท์ โชติวนิช
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
๗. รองศาสตราจารย์ ดร.สิริโฉม พิเชษฐบุญเกียรติ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทยา สุวคันธ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากวิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งนภา เทพภาพ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากวิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
๑๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัมรินทร์ เทวตา
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยศิลปากร
๑๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุกกลิน อุนวิจิตร
ผู้ทรงคุณวุฒิ อดีตคณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๒. อาจารย์ ดร.อภิสม อินทรลาวัณย์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
๑๓. อาจารย์ ดร.ปเนต มโนมัยวิบูลย์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
๑๔. อาจารย์ ดร.พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
๑๕. อาจารย์ ดร.สมเกียรติ อินทสิงห์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
๑๖. อาจารย์ ดร.กานต์รวี บุษยานนท์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง



๒. ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

๑. รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร ณะชัยจันทร์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๒. รองศาสตราจารย์พัชรา ก้อยชูสกุล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๓. รองศาสตราจารย์ประกายศรี ศรีรุ่งเรือง
ผู้ทรงคุณวุฒิ คณบดีสำนักวิชาบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๔. รองศาสตราจารย์มาลี หมวกกุล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัฒนา ยืนยง
ผู้ทรงคุณวุฒิ รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ลีตระกูล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลหล่า ตรีเอากานุกูล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณิดา ปิงเมือง
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาวัน พรหมใจสา
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์องอาจ อินทนิเวศ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภัทรีพันธ์ พันธุ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๒. อาจารย์ ดร.วรรณะ รัตนพงษ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ คณบดีสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๓. อาจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ นิเวรัตน์
ผู้ทรงคุณวุฒิ รองคณบดีคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๔. อาจารย์ ดร.อนันต์ แก้วตาดีบ
ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๕. อาจารย์ ดร.สุตาพร ปัญญาพฤษ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๖. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๗. อาจารย์ ดร.เบญจมาศ เมืองเกษม
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๘. อาจารย์ ดร.จิรนนต์ ไชยงาม นอกซ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๙. อาจารย์ ดร.กฤตเมธ บุญนุ่น
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย



๒๐. อาจารย์ ดร.ธัญญลักษณ์ แซ่เลี้ยว

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๑. อาจารย์เพชรสวัสดิ์ กันคำ

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๒. อาจารย์ศศิพัชร เมฆรา

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๓. อาจารย์อิทธิพิทธ์ เรืองกิจวัฒน์

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๔. อาจารย์ต้องรัก จิตรบรรเทา

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๕. อาจารย์จามรี พระสุนิล

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย





คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ที่ ๗๐๐๓/๒๕๖๐

เรื่อง แต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอบทความวิชาการ/บทความวิจัย
การประชุมสังคมนวัตกรรมวิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมนวัตกรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”

ด้วย สำนักวิชาสังคมนวัตกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มีความประสงค์แต่งตั้งคณะกรรมการ
วิพากษ์บทความวิชาการ/บทความวิจัยของผู้เข้าร่วมนำเสนอผลงานทางวิชาการระดับชาติ ทั้งภาคบรรยายและ
ภาคโปสเตอร์งานสังคมนวัตกรรมวิชาการครั้งที่ ๑๔ “สังคมนวัตกรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand
๔.๐”

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓๑ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ.๒๕๔๗
มหาวิทยาลัย จึงแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอบทความวิชาการ/บทความวิจัย ดังต่อไปนี้

-ตามรายชื่อแนบท้ายคำสั่ง-

หน้าที่ วิพากษ์ ให้ข้อเสนอแนะ การนำเสนอบทความวิชาการ/บทความวิจัย ของผู้เข้าร่วมนำเสนอผลงาน
ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย และมีประสิทธิภาพ

ให้ผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถและบังเกิดผลดี
ต่อทางราชการ

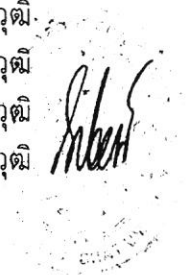
ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๑ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๐

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ ด้วนนคร)
รองอธิการบดี รักษาการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ
งานสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมพัฒนาธรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”
แนบท้ายคำสั่งที่ ๗๐๐๓/๒๕๖๐

- | | |
|---|---------------|
| ๑. รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริโฉม พิเชษฐบุญเกียรติ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒. รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร ณะชัยพันธ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๓. รองศาสตราจารย์พีชรา ก้อยชูสกุล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๔. รองศาสตราจารย์ประกายศรี ศรีรุ่งเรือง | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๕. รองศาสตราจารย์มาลี หมวกกุล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ลีตระกูล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิรุณศิริ ใจมา | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปวีณา ลีตระกูล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณิดา ปิงเมือง | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลหล่า ตริเอกานุกุล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาวิณ พรหมใจสา | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรชนก สนิทวงศ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๓. อาจารย์ ดร.พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๔. อาจารย์ ดร.อภิสม อินทรลาวัณย์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๕. อาจารย์ ดร.เปนต์ มโนมัยวิบูลย์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๖. อาจารย์ ดร.วรรณะ รัตนพงษ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๗. อาจารย์ ดร.ปรมินทร์ อริเดช | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๘. อาจารย์ ดร.อนันต์ แก้วตาดีบ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๙. อาจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ นิวัตน์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๐. อาจารย์ ดร.สุดาพร ปัญญาพฤษ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๑. อาจารย์ ดร.จิรนนต์ ไชยงาม นอกซ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๒. อาจารย์ ดร.กฤตเมธ บุญนุ่น | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๓. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๔. อาจารย์ ดร.ธัญญลักษณ์ แซ่เลี้ยว | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๕. อาจารย์ ดร.โอม พัฒนโชติ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๖. ดร.ยุทธศิลป์ ชุมณี | ผู้ทรงคุณวุฒิ |





คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ที่ ๗๐๐๔/๒๕๕๙

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการวิชาการจัดทำรูปเล่ม (Proceeding)
การประชุมสังคมนศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมนพวัตนธรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”

ด้วย สำนักวิชาสังคมนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มีความประสงค์แต่งตั้งคณะกรรมการวิชาการจัดทำรูปเล่ม (Proceeding) งานสังคมนศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๔ “สังคมนพวัตนธรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓๑ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ.๒๕๕๗ มหาวิทยาลัย จึงแต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำรูปเล่ม (Proceeding) ประกอบด้วย

- | | |
|------------------------------------|---------------------|
| ๑. อาจารย์ต้องรัก จิตรบรรเทา | ประธานกรรมการ |
| ๒. อาจารย์จามรี พระสุนิต | กรรมการ |
| ๓. อาจารย์ธนพัทธ์ จันทรพิพัฒน์พงศ์ | กรรมการ |
| ๔. อาจารย์ณัฐธิยา วัฒนศิริศาสตร์ | กรรมการ |
| ๕. อาจารย์นพชัย ฟองอิสสระ | กรรมการ |
| ๖. อาจารย์ทิพวรรณ เมืองใจ | กรรมการและเลขานุการ |

หน้าที่ รวบรวมบทความวิชาการ/บทความวิจัยของผู้นำเสนอที่ผ่านการพิจารณาถ่วงนกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิและจัดทำรูปเล่ม (Proceeding) ให้ถูกต้องตามมาตรฐานวิชาการ

ให้ผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถและบังเกิดผลดีต่อทางราชการ

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๑ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๐

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โพโรจน์ ด่วนนคร)

รองอธิการบดี รักษาราชการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

อิทธิพลค่านิยมที่มีต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟซบุ๊ก

The Values affecting showing status in Facebook's user

อนรรฆนง ศรีนวล^{1*} อารีวรรณ คำฝอย² และ เกตุวดี สมบูรณ์ทวี³

Anakkhanong Srinuan^{1*} Areewan Kamphoi² and Kedwadee Sombultawe³

¹นักศึกษา สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

²นักศึกษา สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

³อาจารย์ สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

*Corresponding author E-mail: wan_cawaii@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลค่านิยมที่มีต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟซบุ๊ก ซึ่งสร้างสมการพยากรณ์โดยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ กลุ่มของผู้ใช้งานบนเฟซบุ๊ก และมีการแสดงสถานะบนเฟซบุ๊ก ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.958 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยคือ ค่านิยมด้านสังคม (X_1) ค่านิยมด้านจิตใจ (X_2) อิทธิพลจากบุคคลผู้มีชื่อเสียง (X_4) ส่งผลต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟซบุ๊ก (Y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และสมการพยากรณ์คือ $\hat{Y} = 0.964 + (0.274) X_1 + (0.313) X_2 + (0.148) X_4$

คำสำคัญ : ค่านิยม อิทธิพลจากบุคคล การแสดงสถานะ

The purpose of this research was to study the values affecting showing status in Facebook's user that configuration the prediction equation by using quantitative methodology. The sample used in this research was user's group on Facebook and showing status in Facebook that don't know the exact number of population. The research instruments were questionnaire with reliability 0.958. The data was analyzed by multiple regression analysis. The results show Social values. (X_1) Mental values. (X_2) Influences of famous people (X_4) which affecting showing status in Facebook's user (Y) with a significance level of 0.05. The prediction equation was $\hat{Y} = 0.964 + (0.274) X_1 + (0.313) X_2 + (0.148) X_4$

Keywords : values, influences of individuals, showing status

บทนำ

ในยุคปัจจุบันอินเทอร์เน็ต ได้เข้ามามีบทบาทและมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของประชาชนมากขึ้น จนกลายเป็นการสื่อสารสมัยใหม่ที่เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน โดยมีจุดประสงค์เพื่อพูดคุยหรือแลกเปลี่ยนความคิดกับผู้อื่น ทำให้มีช่องทางในการติดต่อสื่อสารออนไลน์มาเป็นตัวเลือกอีกทางหนึ่งที่มีความสะดวกสบายและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ผู้คนเลือกใช้บริการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น สามารถเข้าถึงได้ง่ายและร่วมกันเป็นเครือข่าย เพื่อให้สามารถใช้ทรัพยากรร่วมกัน แลกเปลี่ยนแบ่งปันทรัพยากร ข้อมูลข่าวสาร สร้างสังคมของตนเองหรือสร้างชุมชนที่สนใจในสิ่งเดียวกัน และสามารถเลือกเปิดรับในสิ่งที่สนใจอย่างจำเพาะเจาะจงได้ (ฟิลลิป คอตเลอร์, 2554) โดยเฉพาะในกลุ่มของวัยรุ่น ทั้งเรื่อง การศึกษา การค้นคว้าหาข้อมูลที่ตนเองสนใจ ดูหนัง ฟังเพลง หรือเรียนกัน ผ่านอินเทอร์เน็ต หรือ เพื่อการสื่อสาร ซึ่งใช้เว็บไซต์ หรือ แอปพลิเคชันต่างๆ เป็นสื่อกลางในการสื่อสาร หรือจะเป็นในรูปแบบของกระดานแสดงความคิดเห็น เช่น Facebook ซึ่งสื่อให้เห็นถึงเทคโนโลยีที่ทันสมัย

เฟซบุ๊ก(Facebook) เป็นซอฟต์แวร์แอปพลิเคชันตัวหนึ่ง ที่เป็นเครื่องมือในการสร้างเครือข่ายสังคมในโลกออนไลน์ ที่ได้รับความนิยมจากคนไทยมากที่สุด(Tana, 2016) ที่ใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารและผู้ใช้งานยังสามารถสร้างพื้นที่ส่วนตัว และเขียนข้อความที่แสดงถึงความรู้สึก ความคิดเห็นของตัวเองได้ทั้งในรูปแบบของตัวอักษร ภาพ เสียง รวมไปถึง วิดีโอ รวมไปถึงแสดงให้เห็นสิ่งที่ผู้ใช้งานสนใจหรือไม่สนใจ เช่น กดถูกใจ เพื่อแบ่งปันให้เพื่อนในเฟซบุ๊กของผู้ใช้งานได้รับรู้ (Quinn, 2016) อีกทั้งยังเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่มีปัญหาในการเข้าสังคม และเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญในการทำธุรกิจต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของธุรกิจตนเอง เฟซบุ๊กจึงเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารอีกตัวเลือกหนึ่ง ที่ช่วยเพิ่มความสะดวกให้กับผู้ใช้งานและเอื้ออำนวยต่อการแสวงหาผลประโยชน์ของธุรกิจในยุคดิจิทัลอีกด้วย

ถึงแม้ว่าเฟซบุ๊กจะถูกสร้างขึ้นมาเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้งาน แต่ในขณะเดียวกันเฟซบุ๊กก็ได้ซ่อนโทษไว้เช่นกัน ซึ่งโทษของเฟซบุ๊กนั้น ส่วนใหญ่จะมาจากตัวผู้ใช้งานเอง เนื่องจากบางกิจกรรมบนเฟซบุ๊กมีการให้ผู้ใช้งานเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวลงไปโดยไม่รู้ตัว เช่น การบอกที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ของผู้ใช้งาน บางกิจกรรมแสดงให้เห็นถึงความคิด ทัศนคติของผู้ใช้งาน เช่น การเขียนข้อความต่างๆ ลงไปบนพื้นที่ส่วนตัวของผู้ใช้งานเอง การแสดงความคิดเห็นบนพื้นที่ส่วนตัวของผู้อื่น ซึ่งผู้ใช้งานมักจะลืมไปว่า เฟซบุ๊กเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้งานอยู่เป็นจำนวนมาก การที่แสดงความคิดเห็นลงไปโดยไม่ได้นึกถึงรอบคอบจะส่งผลเสียต่อผู้ใช้งานเองในที่สุด (เพ็ญทิมล คงมนต์ ,2558) ส่งผลถึงปัญหาเรื่องสิทธิส่วนบุคคล การละเมิด การทะเลาะวิวาท การใช้คำพูดและการนำรูปที่ไม่เหมาะสมลงในเว็บไซต์ รวมถึงการใส่ข้อมูลในเชิงไม่สร้างสรรค์ แม้กระทั่งการหลอกลวงต่างๆ

การที่ผู้ใช้งานได้ตัดสินใจเขียนข้อความหรือทำกิจกรรมต่างๆบนเฟซบุ๊ก ที่แสดงให้เห็นถึงความคิดของตัวเอง การทำดังกล่าวย่อมมาจากค่านิยมที่ผู้ใช้งานได้ซึมซับและยึดปฏิบัติอยู่โดยปกติแล้ว จากงานวิจัยของ ธัญชนก สุขแสง(2558) สรุปได้ว่า “ค่านิยม(Value) หมายถึง ความต้องการและความรู้สึกที่เกิดขึ้นในจิตใฝ่มนุษย์ รวมทั้งการกระทำที่บุคคลยึดถือแล้วนำไปปฏิบัติในลักษณะเหมือนกันหรือคล้ายกัน” ในยุคของเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตประจำวันมาก ทำให้ค่านิยมนั้นเปลี่ยนแปลงไปด้วย คงไม่มีใครในโลกเสรีที่ไม่มีใครรู้จักว่า เฟซบุ๊ก” ผู้ให้บริการเครือข่ายทางสังคมรายใหญ่ของโลก ซึ่งมีผู้ใช้ชุกมากมาย เริ่มตั้งแต่เด็ก วัยรุ่น วัยทำงาน หรือแม้กระทั่งผู้สูงอายุ เกิดเป็นกลุ่มก้อนทางสังคมใหม่ที่มีอิทธิพลต่อโลกปัจจุบันอย่างปฏิเสธไม่ได้ไม่ว่าจะทำอะไร เราสามารถแลกเปลี่ยนความคิดให้ผู้อื่นสามารถรับรู้ได้ โดยใช้โซเชียลเน็ตเวิร์คในการแสดงออกถึงการกระทำ ความคิด และกิจกรรมต่างๆ จากการกระทำของคนคนเดียว กลายเป็นการกระทำของคนทั่วโลก

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลค่านิยมที่มีต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟสบุ๊ก ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเรื่องค่านิยมทางสังคมของ สุมลวดี แสนโยชน์ (2555) และค่านิยมทางจิตใจของ จุฑารัตน์ เอื้ออำนวย (2549) โดยศึกษาจากผู้ใช้งานบนเฟสบุ๊ก เนื่องจากเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใหญ่และเป็นที่ยอมรับ จึงเป็นที่น่าสนใจในการทำการศึกษเป็นอย่างยิ่ง เพื่อทราบถึงค่านิยมที่มีอิทธิพลต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟสบุ๊ก

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้แอปพลิเคชันเฟสบุ๊ก
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านค่านิยมที่มีต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟสบุ๊ก

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยค่านิยมทางสังคมส่งผลต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟสบุ๊ก
2. ปัจจัยค่านิยมทางจิตใจส่งผลต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟสบุ๊ก
3. ปัจจัยอิทธิพลจากบุคคลใกล้ชิดส่งผลต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟสบุ๊ก
4. ปัจจัยอิทธิพลจากบุคคลผู้มีชื่อเสียงส่งผลต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟสบุ๊ก

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านค่านิยมที่มีต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟสบุ๊ก โดยใช้วิธีการสำรวจ(Survey Research) โดยมีวิธีการดำเนิน ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาค้างครั้งนี้ คือ กลุ่มของผู้ใช้งานบนเฟสบุ๊ก และมีการแสดงสถานะบนเฟสบุ๊ก ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

- กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มของผู้ใช้งานบนเฟสบุ๊ก และมีการแสดงสถานะบนเฟสบุ๊ก ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากร(Non Population) ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยมีค่าระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% หรือ 0.05 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550) โดยสามารถคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมได้ดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{Z^2}{4E^2}$$

กำหนดให้

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

Z = ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ คือ 95% หรือ $1-\alpha/2 = 0.475$ (โดยที่ค่าความคลาดเคลื่อน (α) = 0.05)

เมื่อนำไปเปิดตารางค่า Z ได้เท่ากับ 1.96

e = ค่าความคลาดเคลื่อน ซึ่งในที่นี้กำหนดไว้ที่ 5% หรือ 0.05

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าสูตรได้ดังนี้} \quad n &= \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2} \\ &= 384.16 \text{ หรือประมาณ } 385 \text{ ตัวอย่าง} \end{aligned}$$

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง อย่างไรก็ตามเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูลในงานวิจัยนี้จะดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก(Convenience Sampling) โดยออกแบบถามสอบถามแจกตามสถานที่ต่างๆ และแบบสอบถามออนไลน์เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม(Questionnaire Form) ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ส่วน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามลักษณะปลายปิด โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบได้เพียงข้อเดียว จำนวน 7 ข้อ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพการสมรส ที่อยู่อาศัย ปัจจุบัน และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการแสดงสถานะบนเฟซบุ๊ก(Facebook) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 10 ข้อ โดยเป็นคำถามปลายเปิดและสามารถเลือกตอบได้เพียงข้อเดียว เช่น ความถี่ในการแสดงสถานะบนเฟซบุ๊ก(Facebook), ช่วงเวลาใดที่ท่านใช้แสดงสถานะบนเฟซบุ๊ก(Facebook)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับค่านิยมที่มีต่อการแสดงสถานะบนเฟซบุ๊ก(Facebook) โดยแบ่งค่านิยมออกเป็น 2 ด้าน ค่านิยมทางสังคม จำนวน 6 ข้อ และค่านิยมทางจิตใจ จำนวน 5 ข้อ โดยใช้วิธีวัดแบบ Interval Scale 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยสามารถเลือกคำตอบได้เพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับอิทธิพลที่มีต่อการแสดงสถานะบนเฟซบุ๊ก(Facebook) โดยแบ่งอิทธิพลออกเป็น 2 ด้าน อิทธิพลจากบุคคลใกล้ชิด จำนวน 3 ข้อ และอิทธิพลจากบุคคลมีชื่อเสียง จำนวน 3 ข้อ โดยใช้วิธีวัดแบบ Interval Scale 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยสามารถเลือกคำตอบได้เพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟซบุ๊ก(Facebook) จำนวน 5 ข้อ สามารถเลือกคำตอบได้เพียงข้อเดียว โดยใช้วิธีวัดแบบ Interval Scale 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งในส่วนที่ 3, 4 และ 5 มีการให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยการสร้างตามมาตรวัดของลิเคิร์ต(Likert Scale)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม โดยการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมเรื่องที่ต้องการศึกษา และนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ทำการตรวจสอบความถูกต้อง และนำกลับมาปรับปรุง เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ไปทำการทดสอบ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง แต่ที่มีลักษณะประชากรใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน และหาความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha) โดยคำนวณผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และนำข้อบกพร่องมาปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2551) ซึ่งผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้ค่าระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.958 แสดงว่า เครื่องมือมีความเชื่อมั่นค่อนข้างสูง และแบบสอบถามมีความเที่ยงตรง

การรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

- การรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณาแล้วมาเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการแสดงสถานะบนเฟซบุ๊ก(Facebook) และนำมาทำการวิเคราะห์โดยใช้คอมพิวเตอร์และโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

- การวิเคราะห์ข้อมูล การกำหนดค่าสถิติสำหรับการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา ผู้วิจัยใช้สำหรับอธิบายผลของการศึกษาวิจัย ดังนี้

1.1 การวิเคราะห์ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและพฤติกรรมการแสดงสถานะบนเฟซบุ๊ก(Facebook) ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการใช้สถิติวัดตัวแปรเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย ค่าความถี่ จำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยของตัวอย่าง

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยค่านิยม อิทธิพล และการเชื่อมตัวตนกับการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟซบุ๊ก (Facebook) โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติเชิงอ้างอิง ผู้วิจัยใช้สำหรับอธิบายผลของการศึกษาวิจัย ในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านค่านิยมที่มีต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟซบุ๊ก(Facebook) โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ(Multiple Regression Analysis)

การแปลผลคะแนนแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ลิเคิร์ต (Likert's rating scale) โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายตามวิธีการแปลผลแบบสอบถามโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ตามเกณฑ์คะแนนดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	เกณฑ์
4.21-5.00	มากที่สุด
3.41-4.20	มาก
2.61-3.40	ปานกลาง
1.81-2.60	น้อย
1.00-1.80	น้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยค่านิยมและอิทธิพลที่มีผลต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟซบุ๊กด้วยค่า Sig. ตามแนวทางของประสพชัย พสุนนท์ (2553) หากค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 73.0 มีอายุระหว่าง 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 59.5 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 71.3 เป็นกลุ่มนิสิตหรือนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 52.3 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 76.5 อาศัยอยู่ในบ้านพักของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 47.8 มีรายได้ น้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 55.5

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟซบุ๊ก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการแสดงสถานะบนเฟซบุ๊กอยู่ที่เดือนละครึ่ง คิดเป็นร้อยละ 26.3 มีการตัดสินใจแสดงสถานะบนเฟซบุ๊กด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 97.5 โดยช่วงเวลาที่แสดงสถานะบนเฟซบุ๊กอยู่ในช่วงหลัง 18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 58.5 รูปแบบในการแสดงสถานะคือ รูปภาพ คิดเป็นร้อยละ 40.5 มีจุดประสงค์ในการแสดงสถานะเพื่อบอกเล่าเรื่องราวที่ได้พบเจอ คิดเป็นร้อยละ 61.5 โดยต้องการให้เพื่อนเป็นผู้รับรู้สถานะที่ตนแสดง คิดเป็นร้อยละ 57.8 มีการรู้จักช่องทางการแสดงสถานะนี้จากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 53.5 โดยสถานที่ที่มีการแสดงสถานะ คือ สถานที่ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 45.3

ส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านค่านิยมที่มีผลต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟซบุ๊กของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ค่านิยมทางสังคม และค่านิยมทางจิตใจ พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านค่านิยมที่มีผลต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.38 และ S.D. = 0.81) และเมื่อพิจารณาปัจจัยค่านิยมในแต่ละด้าน พบว่า ค่านิยมที่มีผลต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟซบุ๊กในระดับมาก คือ ค่านิยมทางสังคม (Mean = 3.55 และ S.D. = 0.73) และค่านิยมทางจิตใจ (Mean = 3.22 และ S.D. = 0.89) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่านิยมกับการแสดงสถานะบนเฟซบุ๊ก

ปัจจัยด้านค่านิยม	\bar{X}	S.D.	แปล
ค่านิยมทางสังคม	3.55	0.73	มาก
ค่านิยมทางจิตใจ	3.22	0.89	มาก
รวม	3.38	0.81	ปานกลาง

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านอิทธิพลที่มีผลต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟซบุ๊กของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อิทธิพลจากบุคคลใกล้ชิด และอิทธิพลจากบุคคลผู้มีชื่อเสียง พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านอิทธิพลที่ส่งผลต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟซบุ๊กอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 2.89 และ S.D. = 1.07) และเมื่อพิจารณาปัจจัยด้านอิทธิพลในแต่ละด้าน พบว่า อิทธิพลที่มีผลต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟซบุ๊กในระดับปานกลาง คือ อิทธิพลจากบุคคลใกล้ชิด (Mean = 2.91 และ S.D. = 1.03) และอิทธิพลจากบุคคลผู้มีชื่อเสียง (Mean = 2.88 และ S.D. = 1.11) ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลอิทธิพลกับการแสดงสถานะบนเฟซบุ๊ก

ปัจจัยด้านอิทธิพล	\bar{X}	S.D.	แปล
อิทธิพลจากบุคคลใกล้ชิด	2.91	1.03	ปานกลาง
อิทธิพลจากบุคคลผู้มีชื่อเสียง	2.88	1.11	ปานกลาง
รวม	2.89	1.07	ปานกลาง

ส่วนที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟสบุ๊คของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า มีการเชื่อมตัวตนกับการแสดงสถานะบนเฟสบุ๊คโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.40 และ S.D. = 0.93) และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่าการเชื่อมตัวตนกับการแสดงสถานะบนเฟสบุ๊คในระดับมาก คือ การแสดงสถานะบนเฟสบุ๊คเป็นกิจกรรมที่สะท้อนความเป็นตัวตนของผู้ใช้งาน (Mean = 3.60 และ S.D. = 0.87) ผู้ใช้งานสามารถระบุตัวตนกับการแสดงสถานะบนเฟสบุ๊ค (Mean = 3.50 และ S.D. = 0.87) และผู้ใช้งานสามารถใช้การแสดงสถานะบนเฟสบุ๊คในการสื่อสารกับคนอื่นๆ ว่าตนเองคือใคร (Mean = 3.42 และ S.D. = 0.93) และพบว่าการเชื่อมตัวตนกับการแสดงสถานะบนเฟสบุ๊คในระดับปานกลาง คือ การรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งหรือเชื่อมต่อดังกล่าวกับการแสดงสถานะบนเฟสบุ๊ค (Mean = 3.31 และ S.D. = 0.94) และการรู้สึกเป็นคนทันสมัย เมื่อได้แสดงสถานะบนเฟสบุ๊ค (Mean = 3.18 และ S.D. = 1.03) ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเชื่อมตัวตนกับการแสดงสถานะบนเฟสบุ๊ค Self-brand connection

การแสดงสถานะบนเฟสบุ๊ค	\bar{X}	S.D.	แปล
1. การแสดงสถานะบนเฟสบุ๊ค(Facebook)เป็นกิจกรรมที่สะท้อนความเป็นตัวตน	3.60	0.87	มาก
2. สามารถระบุตัวตนกับการแสดงสถานะบนเฟสบุ๊ค(Facebook)	3.50	0.87	มาก
3. รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งหรือเชื่อมต่อดังกล่าวกับการแสดงสถานะบนเฟสบุ๊ค(Facebook)	3.31	0.94	ปานกลาง
4. สามารถใช้การแสดงสถานะบนเฟสบุ๊ค(Facebook) ในการสื่อสารกับคนอื่นๆ	3.42	0.93	มาก
5. รู้สึกเป็นคนทันสมัย เมื่อได้แสดงสถานะบนเฟสบุ๊ค(Facebook)	3.18	1.03	ปานกลาง
รวม	3.40	0.93	ปานกลาง

ส่วนที่ 5 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนการถดถอยเชิงพหุของปัจจัยด้านค่านิยมและอิทธิพลที่มีต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟสบุ๊ค

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนการถดถอยเชิงพหุของอิทธิพลค่านิยมที่มีต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟสบุ๊ค

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df.	Std. Error	F	Sig.
การถดถอย(Regression)	134.668	4	33.667	119.289	.000 ^b
ส่วนที่เหลือ(Residual)	111.482	395	0.282		
รวม	246.150	399			

^b คือ ค่าน้ำหนักคะแนนหรือสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ (ตัวพยากรณ์)

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 4 พบว่าปัจจัยด้านค่านิยมและอิทธิพลที่มีผลต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟสบุ๊คทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ ค่านิยมทางสังคม ค่านิยมทางจิตใจ อิทธิพลจากบุคคลใกล้ชิด และอิทธิพลจากบุคคลผู้มีชื่อเสียง มีผลต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟสบุ๊คของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลค่านิยมที่มีต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟซบุ๊ก โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ

ตัวแปรพยากรณ์	ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)		0.964	0.133		7.236	0.000
ค่านิยมทางสังคม	X ₁	0.274	0.062	0.255	4.418	0.000
ค่านิยมทางจิตใจ	X ₂	0.313	0.055	0.358	5.658	0.000
อิทธิพลจากบุคคลใกล้ชิด	X ₃	0.012	0.045	0.016	0.268	0.789
อิทธิพลจากบุคคลผู้มีชื่อเสียง	X ₄	0.148	0.040	0.209	3.732	0.000

R = 0.740a, R square =0.547, Adjusted R square = 0.543, Std. Error of the Estimate = .53126

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 5 โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคุณสามารถนำมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์ความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลและค่านิยมที่มีต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟซบุ๊กทั้ง 4 ด้านดังนี้

$$\hat{Y} = 0.964 + (0.274) X_1 + (0.313) X_2 + (0.148) X_4$$

เมื่อ \hat{Y} แทน การแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟซบุ๊ก

X₁ แทน ค่านิยมที่มีผลต่อการแสดงสถานะบนเฟซบุ๊กทางด้านสังคม

X₂ แทน ค่านิยมที่มีผลต่อการแสดงสถานะบนเฟซบุ๊กทางด้านจิตใจ

X₄ แทน อิทธิพลที่มีผลต่อการแสดงสถานะบนเฟซบุ๊กจากบุคคลผู้มีชื่อเสียง

พบว่า อิทธิพลค่านิยมที่ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ค่านิยมทางสังคม ค่านิยมทางจิตใจ และอิทธิพลจากบุคคลผู้มีชื่อเสียงนั้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการแสดงสถานะผู้ใช้งานของเฟซบุ๊ก กล่าวคือ ปัจจัยด้านค่านิยมทางสังคม ค่านิยมทางจิตใจ และอิทธิพลจากบุคคลผู้มีชื่อเสียง จะส่งผลให้ผู้ใช้งานบนเฟซบุ๊กมีการแสดงสถานะมากยิ่งขึ้น ซึ่งสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยได้ดังแสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการวิจัย
ปัจจัยค่านิยมทางสังคมส่งผลต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟซบุ๊ก	สนับสนุน
ปัจจัยค่านิยมทางจิตใจส่งผลต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟซบุ๊ก	สนับสนุน
ปัจจัยอิทธิพลจากบุคคลใกล้ชิดส่งผลต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟซบุ๊ก	ไม่สนับสนุน
ปัจจัยอิทธิพลจากบุคคลผู้มีชื่อเสียงส่งผลต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟซบุ๊ก	สนับสนุน

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้แอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการแสดงสถานะบนเฟซบุ๊กอยู่ที่เดือนละครั้ง มีการตัดสินใจแสดงสถานะบนเฟซบุ๊กด้วยตนเอง โดยช่วงเวลาที่แสดงสถานะบนเฟซบุ๊กอยู่ในช่วงหลัง 18.00 น. รูปแบบในการแสดงสถานะคือ รูปภาพ มีจุดประสงค์ในการแสดงสถานะเพื่อบอกเล่า

เรื่องราวที่ได้พบเจอ โดยต้องการให้เพื่อนเป็นผู้รับรู้สถานะที่ตนแสดง มีการรู้จักช่องทางการแสดงสถานะนี้จากเพื่อน โดยสถานที่ที่มีการแสดงสถานะ คือ สถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกุลนารี เสือโรจน์ (2556) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการสื่อสารของวัยรุ่นในพื้นที่สาธารณะบนเว็บไซต์ เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุ๊ค พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากเฟสบุ๊คในฐานะสื่อกลางการสื่อสารเพื่อ ความบันเทิง โดยเฟสบุ๊คมีแอปพลิเคชันที่หลากหลายทำให้ผู้ใช้งานเกิดความสุขสนุกสนานเพลิดเพลินได้ ไม่ว่าจะเป็นการอัปโหลดรูปภาพต่างๆโซเชียล ที่เอื้อให้ผู้ใช้เป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร เป็นช่องทางการสื่อสารประเด็นอ่อนไหว 2 ลักษณะคือ ในประเด็นส่วนตัว ใช้เฟสบุ๊คเป็นพื้นที่ระบายนามณ์ความรู้สึก อีกทั้งยังใช้เฟสบุ๊คเป็นพื้นที่สะท้อนความเป็นตัวตนตามความเป็นจริงผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ ประกอบกับการสร้างสิ่งที่ยากเป็นและอยากให้คนอื่นรับรู้

จากการศึกษาเรื่อง อิทธิพลค่านิยมที่มีต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟสบุ๊ค พบว่า ปัจจัยค่านิยมทางสังคมส่งผลต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟสบุ๊ค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ(2557) ที่ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการใช้เฟสบุ๊ค (Facebook) ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ผู้ใช้งานเฟสบุ๊คมีการสนทนากับเพื่อนและเขียนแสดงความคิดเห็นกับเพื่อนในโอกาสต่างๆ ทั้งนี้ เนื่องจากเฟสบุ๊คเป็นสื่อออนไลน์ที่ผู้สนทนาสามารถสื่อสารกับเพื่อนและโต้ตอบกัน ได้แบบฉับพลัน (Interactive) ซึ่งเป็นช่องทางหนึ่งในการเข้าถึงคนของผู้ใช้งาน โดยเกิดจากการแสดงสถานะต่างๆ เช่น การเข้าไปเขียนแสดงความคิดเห็นกับเพื่อน ถือว่าเป็นการแสดงสถานะเพื่อการสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนในเฟสบุ๊ค

จากการศึกษาเรื่อง ค่านิยมที่มีต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟสบุ๊ค พบว่า ปัจจัยค่านิยมทางจิตใจส่งผลต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟสบุ๊ค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลนารี เสือโรจน์ (2556) ที่ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการสื่อสารของวัยรุ่นในพื้นที่สาธารณะบน เว็บไซต์ เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุ๊ค พบว่า เฟสบุ๊คมีแอปพลิเคชันที่หลากหลายทำให้ผู้ใช้งานเกิดความสุขสนุกสนานเพลิดเพลินได้ ทั้งการสนทนา เกม การอัปโหลดรูปภาพ คลิปวิดีโอต่างๆ ซึ่งถือว่าเป็นการแสดงสถานะที่เอื้อให้ผู้ใช้เป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่าความบันเทิงที่กลุ่มตัวอย่างได้รับจากเฟสบุ๊คมากที่สุด คือ การทำหน้าที่เป็นสื่อกลางของการรวมตัวของกลุ่มเพื่อนและเกิดการพูดคุยซึ่งกันและกัน นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมีการใช้การแสดงสถานะบนเฟสบุ๊คเป็นช่องทางในการระบายความคับข้องใจและตั้งคำถามต่างๆ ขึ้น

จากการศึกษาเรื่องอิทธิพลที่มีต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้เฟสบุ๊ค พบว่า ปัจจัยอิทธิพลจากบุคคลใกล้ชิดไม่ส่งผลต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟสบุ๊ค ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Solomon (1996) ที่กล่าวไว้ว่า กลุ่มอ้างอิง ซึ่งประกอบด้วย ครอบครัว คนรัก หรือกลุ่มเพื่อน ต่างมีลักษณะทั้งทางกายภาพและบุคลิกภาพ ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนเองที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละบุคคล รวมไปถึงความคิดและอารมณ์ภายในตัวของแต่ละบุคคลด้วย จึงส่งผลให้การตัดสินใจของแต่ละบุคคล สุดท้ายแล้วนั้นล้วนมาจากการตัดสินใจของตนเอง

จากการศึกษาเรื่องอิทธิพลที่มีต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้เฟสบุ๊ค พบว่า ปัจจัยอิทธิพลจากบุคคลผู้มีชื่อเสียงส่งผลต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟสบุ๊ค ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเรื่องแรงจูงใจและอิทธิพลจากบุคคลของ สุรางค์ โค้วตระกูล (2544) ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าอิทธิพลจากบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือบุคคลที่เรายึดเป็นต้นแบบจูงใจให้แสดงสถานะบนเฟสบุ๊ค(Facebook), นักแสดงหรือนักร้องจากประเทศไทยจูงใจให้แสดงสถานะบนเฟสบุ๊ค(Facebook) และนักแสดงหรือนักร้องจากต่างประเทศจูงใจให้แสดงสถานะบนเฟสบุ๊ค(Facebook)

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย และข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่าปัจจัยค่านิยมทางสังคม ค่านิยมทางจิตใจ และอิทธิพลจากบุคคลผู้มีชื่อเสียง มีผลต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟซบุ๊ก กล่าวคือ การแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟซบุ๊กถูกกระตุ้นโดยค่านิยมทางสังคม ค่านิยมทางจิตใจ รวมไปถึงอิทธิพลที่ได้จากบุคคลผู้มีชื่อเสียง ทำให้เกิดการตัดสินใจแสดงสถานะบนเฟซบุ๊ก จากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นข้อมูลสำคัญต่อผู้ประกอบการรวมถึงผู้ใช้งานบนเฟซบุ๊ก ในการนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์กับธุรกิจของผู้ประกอบการเอง ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

ค่านิยมกับการแสดงสถานะบนเฟซบุ๊ก (Facebook) ด้านค่านิยมทางสังคม พบว่า ในปัจจุบันสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ถือว่าเป็นกระแสสังคมอย่างหนึ่ง ซึ่งการแสดงสถานะบนเฟซบุ๊ก (Facebook) ช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพทำให้เข้าสังคมได้ง่ายกับกลุ่มคนในประเภทเดียวกัน และสามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ได้รวดเร็วกว่าการไปมาหาสู่กัน การใช้ชีวิต หรือการทำกิจกรรมต่างๆร่วมกับผู้อื่นได้ง่ายขึ้น สร้างการยอมรับจากกลุ่มเพื่อนและสังคม ทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น และ สร้างความสัมพันธ์ที่มีความใกล้ชิด รวมไปถึงด้านค่านิยมทางจิตใจ ที่การแสดงสถานะบนเฟซบุ๊ก (Facebook) นั้นช่วยให้ตนเองรู้สึกมีคุณค่า และภาคภูมิใจ รู้สึกว่ามีความสุข สบายใจ มั่นใจเมื่อได้พบปะกับบุคคลอื่น และยังสร้างความเชื่อมั่น แรงผลักดันให้ประสบความสำเร็จในอนาคตมากยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการสามารถใช้ช่องทางสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ธุรกิจของตนให้เป็นที่รู้จัก โดยผ่านจากการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนเฟซบุ๊กในการบอกต่อข่าวสารของธุรกิจตน อาจจะสร้างสิ่งที่ประทับใจและมีค่าต่อจิตใจของผู้ใช้งาน จนผู้ใช้งานเกิดการบอกเล่าถึงภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจ

อิทธิพลกับการแสดงสถานะบนเฟซบุ๊ก (Facebook) อิทธิพลจากผู้มีชื่อเสียง นักแสดงหรือนักร้องที่เป็นแรงจูงใจให้เกิดการแสดงสถานะบนเฟซบุ๊ก (Facebook) ดังนั้นผู้ประกอบการที่มีการใช้ช่องทางสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือในการทำธุรกิจ สามารถใช้อิทธิพลจากบุคคลผู้มีชื่อเสียง เป็นสิ่งจูงใจให้ผู้ใช้งานสร้างการรับรู้ให้กับธุรกิจของผู้ประกอบการได้ เช่น การใช้กลุ่มดาราหรือนักร้องจากเกาหลีมาเป็นพรีเซนเตอร์ให้กับแบรนด์ และจัดกิจกรรมบนสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ให้ผู้ใช้งานที่เป็นกลุ่มลูกค้าได้ร่วมกิจกรรมจนเกิดการบอกต่อ

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถขยายต่อไปในทัศนะที่กว้างมากขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ในการอธิบายปรากฏการณ์และปัญหาทางด้านค่านิยมและอิทธิพลที่มีผลต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) หรือปัญหาอื่นๆที่มีความเกี่ยวข้องกัน ผู้ทำวิจัยจึงขอเสนอแนะประเด็นสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

แนะนำให้ทำการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มประชากร/กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มอื่นๆ ในสถานที่แตกต่างกัน เพื่อข้อมูลที่ได้นั้นจะได้มีความคิดเห็นหลากหลาย มีทัศนคติที่แตกต่างกัน และมีความน่าเชื่อถือ

แนะนำให้ทำการศึกษาตัวแปรอื่นที่อาจมีความเกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ทำการศึกษายู่ว่าตัวแปรใดส่งผลในการจูงใจ ให้บุคคลแสดงสถานะบนเฟซบุ๊ก (Facebook) มากที่สุด

แนะนำให้ทำการศึกษาคือการศึกษาค่านิยมที่มีอิทธิพลต่อการแสดงสถานะของผู้ใช้งานบนช่องทางออนไลน์อื่นๆ เช่น อินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์(Twitter) เป็นต้น รวมถึงการศึกษาถึงพฤติกรรมการเข้าใช้สื่อออนไลน์นั้นๆ

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับบริหารและวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กุลนารี เสือโรจน์. (2556). *พฤติกรรมการณ์สื่อสารของวัยรุ่นในพื้นที่สาธารณะบน เว็บไซต์ เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟสบุ๊ก*. รายงานวิจัยภายใต้งบประมาณ สนับสนุนคณะกรรมการศาสตราจารย์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จุฑารัตน์ เอื้ออำนวย. (2549). *จิตวิทยาสังคม*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธัญชนก สุขแสง. (2558). *ค่านิยมและอิทธิพลจากบุคคลที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจคล้ายกรรมความงาม*. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ. (2557). *พฤติกรรมการณ์ใช้เฟสบุ๊ก (Facebook) ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร*. วารสารร่วมพฤษ มหวิทยาลัยเกริก.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2553). *สถิติธุรกิจ พิมพ์ครั้งที่ 1*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ท็อป.
- เพ็ญพิมล คงมนต์. (2558). *ข้อดีและข้อเสียของ facebook (เฟซบุ๊ก)*. สืบค้นเมื่อ 4 กันยายน 2560. เข้าถึงได้จาก <http://www.newsletter.ipsr.mahidol.ac.th/index.php/component/content/article/103-popdev-vol35-no5/295-vol35-no5-article08.html>
- ฟิลลิป คอตเลอร์. (2554). *การตลาด 3.0. แปลโดย ณงลักษณ์ จารุวัฒน์*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: เนชั่นบุ๊คส์
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2551). *การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์*. พิมพ์ครั้งที่ 19. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุมลวดี แสนโยชน์. (2555). *พฤติกรรมมนุษย์-ปัจจัยพื้นฐานด้านสังคมวิทยา*. สืบค้นเมื่อ 9 กันยายน 2560. เข้าถึงได้จาก http://www.novabizz.com/NovaAce/Behavior/Factor_Social.htm#ixzz21p8Cyu T1.
- สุรางค์ ไคว์ตระกูล. (2554). *จิตวิทยาการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 9)*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- Quinn, K. (2016). *Why We Share: A Uses and Gratifications Approach to Privacy Regulation in Social Media Use*. *Journal of Broadcasting & Electronic Media Research*, 60(1), 61-86.
- Solomon, Michael R. (1996). *Consumer Behavior*. 3d ed. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall., Inc.
- Tana. (2016). *เผยสถิติการใช้ Internet และ Social Media ล่าสุด*. สืบค้นเมื่อ 4 กันยายน 2560. เข้าถึงได้จาก <http://www.9tana.com/node/thailand-social-stat-2016/>