



COLA

COLLEGE OF LOCAL ADMINISTRATION KHON KAEN UNIVERSITY

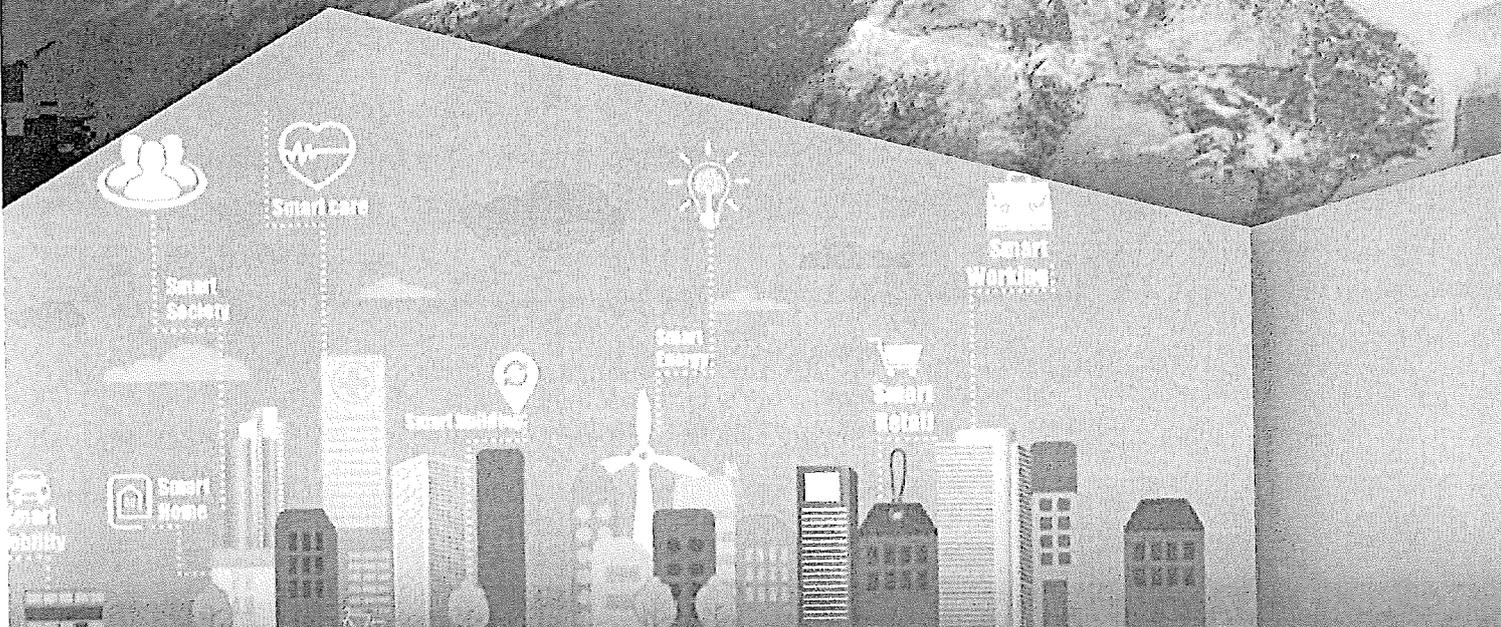
บทความฉบับเต็ม

งานประชุมวิชาการระดับชาติ
ด้านการบริหารกิจการสาธารณะ

ภายใต้ **ประเทศไทย 4.0**

*The 4th National Conference on Public Affairs Management
"Public Affairs Management Under Thailand 4.0"*
ณ วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น

4 สิงหาคม 2560



<https://conference.kku.ac.th/cola/conference/r/pm2017>

โทรศัพท์ 0-4320-3124 โทรสาร 0-4320-3875 E-mail: cola.conference@gmail.com



คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในการพิจารณาและคัดเลือกบทความในการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4

ตามที่วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น มีนโยบายในการนำผลงานวิจัยจากวิทยานิพนธ์หรือการค้นคว้าอิสระระดับบัณฑิตศึกษา และผลงานทางวิชาการ ออกเผยแพร่สู่ชุมชนและสังคม เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ได้อย่างแท้จริงภายใต้การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4 (The 4th National Conference on Public Affairs Management) “การบริหารกิจการสาธารณะภายใต้ประเทศไทย 4.0” (Public Affairs Management Under Thailand 4.0) นั้น

เพื่อให้การดำเนินการพิจารณาบทความในการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4 (The 4th National Conference on Public Affairs Management) “การบริหารกิจการสาธารณะภายใต้ประเทศไทย 4.0” (Public Affairs Management Under Thailand 4.0) ในวันที่ 4 สิงหาคม 2560 โดยวิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นไปด้วยความเรียบร้อย เกิดประสิทธิภาพและบรรลุตามวัตถุประสงค์ จึงแต่งตั้งให้บุคคลที่มีรายชื่อดังต่อไปนี้เป็นคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาและคัดเลือกบทความในการประชุมวิชาการระดับชาติดังกล่าว ดังนี้

- | | |
|---|--|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร.พีรสิทธิ์ คำนวนศิลป์ | 15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชญาณ์ นักพ่อน |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภวัฒน์ วงศ์ธนวิสุ | 16. ดร.สิริภาพรรณ ลีภัยเจริญ |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ | 17. ดร.ประเทือง ม่วงอ่อน |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญนี แนนรอก | 18. ดร.วิษณุ สมิตสุวรรณค์ |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.ชนะพล ศรีฤาชา | 19. ดร.กฤษวรรธน์ โล่ห์วัชรินทร์ |
| 6. รองศาสตราจารย์ เวียงรัฐ เนติโพธิ์ | 20. ดร.นคร เสรีรักษ์ |
| 7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมศักดิ์ พิทักษานุรัตน์ | 21. ดร.อนุชา โสมาบุตร |
| 8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิสรา ก้านจักร | 22. ดร.ณรินทร์ เจริญทรัพย์านนท์ |
| 9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวัช ศรีโสภางกุล | 23. ดร.ณรุจน์ วศินปิยมงคล |
| 10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กตัญญู แก้วทานาม | 24. ดร.พัฒน์พงษ์ โตภาคงาม |
| 11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิษฐา ขุสุข | 25. อาจารย์ณรงค์ เกียรติคุณวงศ์ |
| 12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศักดิ์สุริยา ไตรยราช | 26. อาจารย์ศิริศักดิ์ เหล่าจันทร์ขาม |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณี สันฐิตวิวัฒน์ | 27. อาจารย์อจิราภาส เพียรขุนทด |
| 14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธินี อัดถาวร | |

โดยให้คณะกรรมการดังกล่าว มีหน้าที่รับผิดชอบในการพิจารณาและคัดเลือกบทความในด้านต่างๆ สำหรับการนำเสนอผลงานในการประชุมวิชาการระดับชาติให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการทำงาน และให้คณะกรรมการมีอำนาจวินิจฉัย ตัดสินใจ และสั่งการใดๆ ที่เกี่ยวกับการพิจารณาบทความในการจัดประชุมวิชาการดังกล่าว เพื่อเป็นเกียรติและชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยฯ ต่อไป



การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4 (The 4th National Conference on Public Affairs Management)
 “การบริหารกิจการสาธารณะภายใต้ประเทศไทย 4.0” (Public Affairs Management Under Thailand 4.0)

คณะกรรมการดำเนินงานจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4
 (The 4th National Conference on Public Affairs Management)
 “การบริหารกิจการสาธารณะภายใต้ประเทศไทย 4.0” (Public Affairs Management Under Thailand 4.0)

เพื่อให้การดำเนินงานในการจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4 (The 4th National Conference on Public Affairs Management) “การบริหารกิจการสาธารณะภายใต้ประเทศไทย 4.0” (Public Affairs Management Under Thailand 4.0) ระหว่างวันที่ 4 สิงหาคม 2560 โดยวิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นไปด้วยความเรียบร้อย เกิดประสิทธิภาพและบรรลุตามวัตถุประสงค์

ฉะนั้น อาศัยอำนาจตามความในข้อ 15(3) แห่งระเบียบมหาวิทยาลัยขอนแก่น ว่าด้วยวิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น พ.ศ. 2557 จึงแต่งตั้งบุคคลที่มีรายชื่อต่อไปนี้เป็นคณะกรรมการดำเนินงานจัดการประชุมวิชาการระดับชาติดังกล่าว ประกอบด้วย

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ที่ปรึกษาและฝ่ายอำนวยการ	ฝ่ายวิชาการ	ฝ่ายเลขานุการและประสานงาน	ฝ่ายเตรียมเอกสาร	ฝ่ายต้อนรับ พิธีกร และประชาสัมพันธ์	ฝ่ายลงทะเบียนและประเมินผล	ฝ่ายการเงิน บัญชี และพัสดุ	ฝ่ายโสตทัศนูปกรณ์และเทคโนโลยีสารสนเทศ	ฝ่ายอาคารสถานที่และยานพาหนะ	คณะทำงานฝ่ายอำนวยการและสวัสดิการ
1	รศ.ดร.พีรสิทธิ์ คำนวนศิลป์	✓									
2	รศ.ดร.ศุภวัฒน์กร วงศ์ธนวิสุ	☑	☑	✓				✓			
3	อาจารย์สุรเดช ทวีแสงสกุลไทย	✓						☑			
4	ดร.กฤษฎวรรณ โสฬ์วัชรินทร์	*	*	☑	☑						
5	รศ.ดร.เพ็ญณี แนนรท		✓								
6	อาจารย์ณรินทร์ เจริญทรัพย์านนท์		✓				☑				
7	อาจารย์ณรงค์เดช มหาศิริกุล	✓	✓						☑	☑	☑
8	ดร.พัฒนพงษ์ ไตภาคงาม	✓	✓								
9	อาจารย์ณรงค์ เกียรติคุณวงศ์	✓	✓								
10	ผศ.ดร.ศิวัช ศรีโสภากุล		✓								
11	ดร.วิษณุ สุमितสุวรรณค์		✓								
12	อาจารย์ ศิริศักดิ์ เหล่าจันทาม		✓			☑					
13	อาจารย์ อจิรภาส เพียรขุนทด		✓								
14	นายเฉลิมพงษ์ พงษ์ประชา			*		✓					
15	นางสุภาวดี แก้วคำแสน			✓	*	✓	✓				✓

หมายเหตุ: ☑ = ประธานกรรมการ ✓ = กรรมการ * = กรรมการและเลขานุการ



การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4 (The 4th National Conference on Public Affairs Management)
 “การบริหารกิจการสาธารณะภายใต้ประเทศไทย 4.0” (Public Affairs Management Under Thailand 4.0)

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ที่ปรึกษาและผู้อำนวยการ	ฝ่ายวิชาการ	ฝ่ายเลขานุการและประสานงาน	ฝ่ายเตรียมเอกสาร	ฝ่ายต้อนรับ พิธีกร และประชาสัมพันธ์	ฝ่ายลงทะเบียนและประเมินผล	ฝ่ายการเงิน บัญชี และพัสดุ	ฝ่ายโสตทัศนอุปกรณ์และเทคโนโลยีสารสนเทศ	ฝ่ายอาคารสถานที่และยานพาหนะ	คณะทำงานฝ่ายอาหารและสวัสดิการ
16	นางสาวจิตรลัดดา แสนตา			✓	✓	✓					✓
17	นางสาวภาภรณ์ เรืองวิชา			✓	✓	*					
18	นางสาวดวงฤดี แก้ววิศิษฐ์			✓		✓					
19	นางสาวพรพลอย หาวิชิต				✓						
20	นายอุเทน บัวแสง				✓		*				
21	นางสาวเกวรี แสงสว่าง				✓	✓					
22	นางสาวนิตยา วิชาชัย					✓					
23	นางนันทนา สุทธิประภา					✓					*
24	นางสาวภักจิรา แสนใจ					✓	✓				
25	นางสาวณัตยา สีหานาม						✓				
26	นางนวลจันทร์ งามธนะ							✓			✓
27	นายพิพัฒน์ นาคาเกียรติภัทร์							✓	✓	✓	
28	นางปวีณา สุวรรณไตรย์							*			
29	นายพีชานนท์ ระนาด								✓	✓	
30	นายณัฐพงษ์ วัฒนบุตร								*		
31	นายพิสิทธิ์ ถ้าวาปี								✓	*	
32	นายทวี เลพล								✓	✓	
33	นายวัชระ สิทธิ						✓			✓	
34	นายกลาง ดงกลาง									✓	
35	นายวราสันต์ นิมแก่น								✓	✓	
36	ทีมงานแม่บ้านวิทยาลัยฯ									✓	✓

หมายเหตุ: = ประธานกรรมการ ✓ = กรรมการ * = กรรมการและเลขานุการ

โดยให้คณะกรรมการดังกล่าว มีหน้าที่รับผิดชอบในการดำเนินงานจัดการประชุมวิชาการระดับชาติในด้านต่าง ๆ ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการจัดงาน และให้คณะกรรมการ มีอำนาจในการวินิจฉัย ตัดสินใจ และสั่งการใด ๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานจัดการประชุมวิชาการดังกล่าว เพื่อเป็นเกียรติและชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยฯ ต่อไป

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

A Study of Factors Affecting the Intention to Purchase on Facebook of the Elderly Person in Bangkok

ศุภณัฐ กรประเสริฐการ^{1*} และธาดาธิเบศร์ ภูทอง^{2**}

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้สูงอายุที่มีประสบการณ์ใช้เฟซบุ๊กจำนวน 153 คน ในเขตกรุงเทพมหานคร เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบบออนไลน์และกระดาษ การศึกษานี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ทดสอบความเที่ยงของแต่ละตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค (Cronbach's alpha) และนำมาผลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติต่างๆ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ทำการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ มีทั้งหมด 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) การรับรู้ถึงความเคลื่อนไหวทางหน้าฟีดกิจกรรม 2) ความไว้วางใจในการซื้อ และ 3) การมีส่วนร่วมทางสังคม

ABSTRACT

The main purposes of this study are to investigate the factors affecting intention to purchase on Facebook of the elderly person in Bangkok. The sample used in this research is a group of the elderly person who experienced use Facebook 153 samples in Bangkok. This study is a quantitative research. An online and paper questionnaire survey was administrated and data were collected to test the reliability of each variable with coefficient alpha. The data were analyzed through statistic methods such as descriptive statistics and test the hypothesis by using the multiple regression analysis. Results showed the factors that influence the intention to purchase of the elderly person are 1) perceived movement of feed page activity 2) trust in buying and 3) social involvement.

คำสำคัญ : ความตั้งใจในการเลือกซื้อ, เฟซบุ๊ก, ผู้สูงอายุ

Key Words : Intention to Purchase, Facebook, Elderly Person

* นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

** อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทนำ

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (2558) ได้กล่าวถึง การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ เมื่อก้าวเข้าสู่วัยสูงอายุแล้ว ร่างกายและสังขารย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามธรรมชาติ จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนตัวเองเพื่อให้เป็นผู้สูงอายุที่มีความสุข ผู้สูงอายุมักประสบปัญหาความโดดเดี่ยวจากความคิดถึงลูกหลาน หรือไม่ค่อยมีโอกาสในการพูดคุยกับผู้อื่น การได้พูดคุยหรือพบเจอสังคมจึงเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความสุขและสุขภาพที่ดีขึ้นได้ ดังนั้นเทคโนโลยีที่สามารถตอบสนองและแก้ไขปัญหาด้านนี้ ได้จึงเปรียบเสมือนยาชั้นดีที่ช่วยเยียวยาจิตใจของผู้สูงอายุ (บริษัท อินเทล เล็คชวล ดีไซน์ กรุ๊ป จำกัด, Online)

สังคมออนไลน์มีอิทธิพลและเข้ามามีบทบาทในชีวิตของมนุษย์มากขึ้น ซึ่งเฟซบุ๊กเป็นสังคมออนไลน์ที่กำลังได้รับความนิยมมากเป็นอันดับ 1 ของโลก โดยเฟซบุ๊กเป็นแหล่งชุมชนของสังคมออนไลน์ เป็นเครื่องมือทำการตลาดที่ดี ใช้ต้นทุนต่ำ มีประสิทธิภาพสูงและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายพร้อมทั้งขยายกลุ่มลูกค้าทั้งใหม่และเก่าได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว จะเห็นได้ว่าบริษัท ห้างร้านต่างๆ หันมาใช้การตลาดออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กมากขึ้น ช่วยโปรโมทสินค้าและบริการใหม่ มีการนำเสนอข้อมูลองค์กรและสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่จำนวนมากในระยะเวลาสั้น ทำให้สินค้าให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น (บริษัท vcommerce, 2560)

ปัจจุบันปัจจัยในการใช้อินเทอร์เน็ตของแต่ละคนแตกต่างกัน บางคนใช้เพื่อหาข้อมูล เพื่อเล่นโซเชียลเน็ตเวิร์ก เพื่อติดตามข่าวสารและสิ่งที่กำลังได้รับความนิยมคือ การซื้อขายสินค้าและบริการผ่านสื่อออนไลน์ กลุ่มผู้สูงอายุวัย 40 ปีขึ้นไปมีแนวโน้มในการซื้อขายสินค้าออนไลน์ที่มากขึ้น (สมาคมผู้ค้าปลีกไทย, 2556) การใช้งานของเฟซบุ๊กได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเด็ก วัยรุ่น ผู้ใหญ่ หรือแม้แต่ผู้สูงอายุส่วนมากก็จะมีบัญชีเฟซบุ๊ก เพื่อใช้งานในด้านต่างๆ เช่น ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความบันเทิง ด้านการติดตามเรื่องราวข่าวสาร รวมไปถึงการโพสต์บอกเรื่องราวกิจกรรมหรือรูปภาพของตนเองให้กับผู้อื่นได้รับรู้ พฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ ถือว่าเป็นกลุ่มสังคมที่มีขนาดใหญ่และในปัจจุบันผู้สูงอายุส่วนมากได้เริ่มให้ความสนใจและหันมาใช้งานเฟซบุ๊กกันเพิ่มมากขึ้น (บริษัท เน็กซ์ทริกซ์ จำกัด, 2557)

จากบทความข้างต้นที่กล่าวมาแสดงให้เห็นว่าเทคโนโลยีมีความสำคัญต่อทุกคน รวมทั้งผู้สูงอายุด้วย เพราะว่าเป็นการสร้างสังคมขนาดเล็กที่มีการติดต่อสื่อสารกัน และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการซื้อขายสินค้าออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก ช่วยให้ผู้ประกอบการที่ต้องการขายสินค้าให้แก่ผู้สูงอายุ ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ ดังนั้นจึงเป็นตัวช่วยที่ดีที่ทำให้ผู้สูงอายุใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์มีความสุขและเสริมสร้างสุขภาพจิตที่ดี

จุดเด่นของเฟซบุ๊ก คือ สามารถสร้างแฟนเพจซึ่งก็คือหน้าโปรไฟล์ของร้านค้า กลุ่ม หรือบริษัทต่างๆ การทำแฟนเพจมีประโยชน์ เพราะทำให้ลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมกับทางร้านค้ามากขึ้น โดยเปิดให้ทุกคนเข้ามาอ่านหรือดูโปรไฟล์ ธุรกิจได้โดยไม่ต้องเป็นสมาชิก ซึ่งลูกค้าทุกคนสามารถโพสต์ แชร์ หรือคอมเมนต์ข้อความบนหน้าเฟซบุ๊ก แฟนเพจ จึงเป็นการเข้าถึงข้อมูลสินค้าหรือบริการได้อย่างง่ายดายและยังสามารถส่งข้อความถึงลูกค้าโดยตรง ผ่านทางกล่องข้อความเกิดการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและทำให้ทัศนคติของลูกค้าต่อแบรนด์ดียิ่งขึ้น ฉะนั้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าที่คืนั้นจึงช่วยเป็นกระบอกเสียงให้กับสินค้า

ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่สำคัญและน่าสนใจในการศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่จะส่งผลต่อความตั้งใจการเลือกซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กในบริบทของผู้สูงอายุ เพื่อที่จะเป็นแนวทางในการพัฒนา รูปแบบสินค้าและบริการบนแฟนเพจ ของเฟซบุ๊กให้เหมาะสมกับการใช้งานและความต้องการของผู้สูงอายุให้มากที่สุด

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

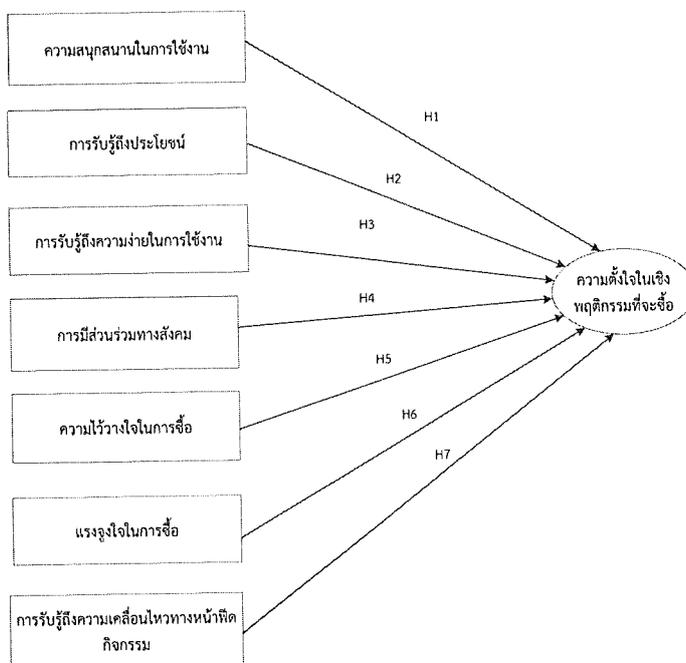
1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนารูปแบบของแฟนเพจเฟซบุ๊ก ในการขายสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ

วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้สูงอายุที่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านทางเฟซบุ๊ก กลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้โปรแกรม G * Power (Version 3) (Faul, Erdfelder, Lang and Buchner, 2007) เป็นเครื่องมือในการคำนวณ ด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% ผลการคำนวณทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 153 ตัวอย่าง ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่เป็นเอกสารและแบบออนไลน์ จากผู้สูงอายุที่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านทางเฟซบุ๊ก แบบสอบถามประกอบด้วยชุดคำถาม 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ จำนวน 21 ข้อคำถาม ส่วนที่ 2 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมาตรวัดที่ใช้เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้คือ มาตรวัด 5 ระดับ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถนำมาสร้างกรอบงานวิจัยได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานงานวิจัย

จากกรอบแนวคิดในการวิจัยข้างต้นสามารถนำมาสร้างสมมติฐานงานวิจัยได้ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐาน	รายละเอียด
H1	ความสนุกสนานในการใช้งาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในเชิงพฤติกรรมที่จะซื้อ
H2	การรับรู้ถึงประโยชน์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในเชิงพฤติกรรมที่จะซื้อ
H3	การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในเชิงพฤติกรรมที่จะซื้อ
H4	การมีส่วนร่วมทางสังคม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในเชิงพฤติกรรมที่จะซื้อ
H5	ความไว้วางใจในการซื้อ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในเชิงพฤติกรรมที่จะซื้อ
H6	แรงจูงใจในการซื้อ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ความตั้งใจในเชิงพฤติกรรมที่จะซื้อ
H7	การรับรู้ถึงความเคลื่อนไหวทางหน้าฟีดกิจกรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในเชิงพฤติกรรมที่จะซื้อ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษานี้มีจำนวน 153 ตัวอย่าง โดยเน้นเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุที่ใช้บริการซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยมากที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้จะทำการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามแบบกระดาษและออนไลน์ในการเก็บข้อมูล (Paper and Online Questionnaire) และส่งแบบสอบถามผ่านทาง E-mail และ ชุมชนเครือข่ายสังคม Facebook (www.facebook.com) เป็นต้น โดยทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนเมษายน 2560

การวิจัยมีการทดสอบเครื่องมือ โดยทดสอบความเหมาะสม (Pre-Test) ของแบบสอบถามงานวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน เพื่อประเมินถึงความเข้าใจและความง่ายของคำถาม หลังจากปรับปรุงแบบสอบถามแล้ว ทำการเก็บข้อมูลเพื่อทดสอบความเหมาะสมเบื้องต้น (Pilot Test) กับกลุ่มตัวอย่างอีก 30 คน โดยทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนแบค (Cronbach's alpha) เพื่อทดสอบความเที่ยงของแต่ละ Construct และปรับปรุงคำถาม

อีกครั้ง เพื่อให้แบบสอบถามครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา และปัจจัยทั้งหมดที่ต้องการศึกษา ก่อนการเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 153 คน

วิธีวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

งานวิจัยนี้หลังจากได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว จะทำการตรวจสอบเพื่อให้คะแนนและทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อหาค่าสถิติและวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนแบค (Cronbach's alpha) เพื่อทดสอบความเที่ยงของแต่ละ Construct
2. การทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ใช้ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 95 ($\alpha = .05$) เป็นเกณฑ์ในการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
3. การวิเคราะห์สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำเสนอข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง เช่น การคำนวณจำนวนร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย

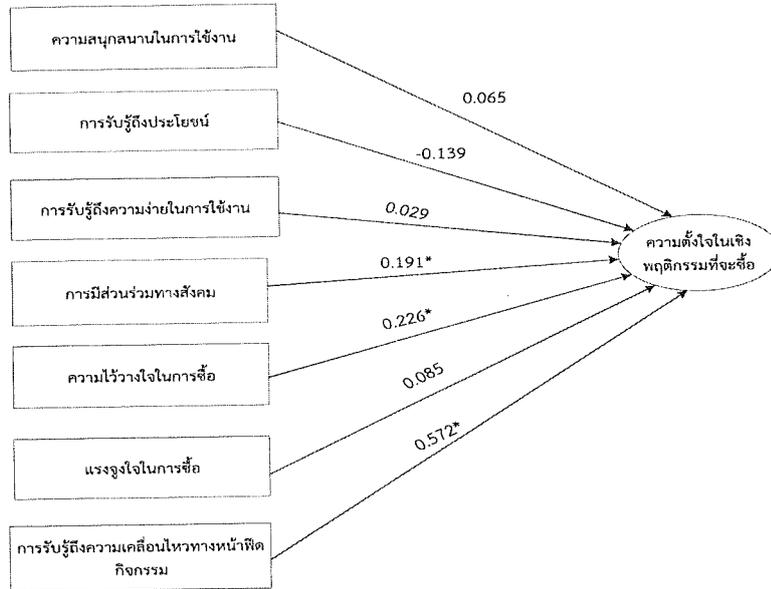
ผลการวิจัย

ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 52 ช่วงอายุระหว่าง 60-64 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.9 กลุ่มตัวอย่างอยู่ในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 37.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนบุคคล 20,001-30,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 31.6 ส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก คิดเป็นร้อยละ 60.5 ใช้สมาร์ตโฟนเป็นอุปกรณ์หลักในการเข้าใช้งานเฟซบุ๊ก คิดเป็นร้อยละ 53.9 ส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ในการใช้งานเฟซบุ๊กเพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 47.4 และโดยภาพรวมมีความถี่ในการเข้าใช้งานเฟซบุ๊กมากกว่า 11-15 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.3

ข้อมูลทางสถิติของงานวิจัยและการทดสอบสมมติฐาน

จากผลการวิจัยข้างต้น สามารถสร้างตัวแบบของผลการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 2



หมายเหตุ: * ตัวแปรอิสระมีผลต่อตัวแปรตามที่ระดับนัยสำคัญ $p < 0.05$

ภาพที่ 2 ตัวแบบของผลการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติวิธีการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ใช้ความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 95 ($\alpha = .05$) เป็นเกณฑ์ในการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐาน เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในภาพที่ 2 จะเห็นได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุ มีทั้งหมด 3 ปัจจัย จาก 7 ปัจจัย โดยปัจจัยที่ส่งผลทางตรงต่อความตั้งใจของผู้ซื้อมากที่สุดคือ การรับรู้ถึงความเคลื่อนไหวทางหน้าพิคกิจกรรม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.572 แสดงให้เห็นว่าความถี่ในการอัปเดตหรือความเคลื่อนไหวหน้าพิคมีส่วนให้ผู้ซื้อเกิดความตั้งใจในการเลือกซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊ก รองลงมาคือความไว้วางใจในการซื้อ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.226 แสดงให้เห็นว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ขายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้ขายจะต้องทำให้ผู้ซื้อเกิดความเชื่อถือและความไว้วางใจที่จะซื้อสินค้าและบริการ และสุดท้ายคือ การมีส่วนร่วมทางสังคม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.191 แสดงให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมของผู้ใช้ ไม่ว่าจะเป็นการโพสต์แชร์หรือคอมเมนต์ได้รูปหรือข้อความมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อสินค้า

ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐานของการวิจัย

สมมุติฐาน	รายละเอียด	ผลการทดสอบ
H1	ความสนุกสนานในการใช้งาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในเชิงพฤติกรรมที่จะซื้อ	ไม่ยืนยัน
H2	การรับรู้ถึงประโยชน์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในเชิงพฤติกรรมที่จะซื้อ	ไม่ยืนยัน
H3	การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในเชิงพฤติกรรมที่จะซื้อ	ไม่ยืนยัน
H4	การมีส่วนร่วมทางสังคม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในเชิงพฤติกรรมที่จะซื้อ	ยืนยัน
H5	ความไว้วางใจในการซื้อ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในเชิงพฤติกรรมที่จะซื้อ	ยืนยัน
H6	แรงจูงใจในการซื้อ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ความตั้งใจในเชิงพฤติกรรมที่จะซื้อ	ไม่ยืนยัน
H7	การรับรู้ถึงความเคลื่อนไหวทางหน้าผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในเชิงพฤติกรรมที่จะซื้อ	ยืนยัน

อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

เนื่องจากสังคมปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้ผู้คนสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีได้ง่ายขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเด็ก วัยรุ่น ผู้ใหญ่ หรือผู้สูงอายุ สำหรับประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศที่กำลังเริ่มปรับตัวและพัฒนาโดยการนำเทคโนโลยีมาใช้ ทำให้เกิดแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของผู้ใช้งานผ่านสังคมออนไลน์พร้อมกับความนิยมในโทรศัพท์อัจฉริยะ (Smart Phone) ส่งผลให้เกิดการซื้อขายสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น จึงเป็นเรื่องที่สำคัญและน่าสนใจในการศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่จะส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊กในบริบทของผู้สูงอายุ เพราะว่าเฟซบุ๊กเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างทั่วถึง

และเพื่อให้สอดคล้องกับการที่รัฐบาลได้กำหนดนโยบายในการวางรากฐานและผลักดันเศรษฐกิจของประเทศให้เข้าสู่เศรษฐกิจในยุคดิจิทัล (Digital Economy) และการมุ่งไปสู่ Thailand 4.0 หรือ ประเทศไทย 4.0 ซึ่งเป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย ของผู้นำรัฐบาลชุดปัจจุบันบนวิสัยทัศน์ที่ว่า “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ที่มีภารกิจสำคัญในการขับเคลื่อนปฏิรูปประเทศด้านต่างๆ เพื่อปรับแก้ จักรระบบ ปรับทิศทาง และสร้างหนทางพัฒนาประเทศให้เจริญ สามารถรับมือกับโอกาส และภัยคุกคามแบบใหม่ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยวางแผนงานทิศทางการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลในระยะ 20 ปี เพื่อเป็นการสร้างความยั่งยืนให้กับประเทศไทยและ ยกระดับประเทศ

ไปสู่กลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วให้สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสร้างมูลค่าในทางเศรษฐกิจ คุณค่าทางสังคมอย่างยั่งยืน เพื่อให้ทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว

ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่สำคัญและน่าสนใจในการศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่จะส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กในบริบทของผู้สูงอายุ เพื่อที่จะเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการบนแพลตฟอร์มของเฟซบุ๊กให้เหมาะกับการใช้งานและความต้องการของผู้สูงอายุให้มากที่สุด

โดยกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ ได้แก่ ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นผู้ที่เคยใช้งานบนเครือข่ายสังคม (Facebook) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรทั้งหมดว่ามีจำนวนเท่าไร ในการวิจัยครั้งนี้ จึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างจากการประมาณค่าเฉลี่ยประชากร และสร้างแบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูลเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการวาง URL ของแบบสอบถามไว้บนเครือข่ายสังคม (Facebook) ของผู้วิจัย และกระจายไปยังกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 156 ชุด และได้ตัดข้อมูลที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่แท้จริงออก เหลือแบบสอบถามทั้งสิ้น 153 ชุด จึงนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยมีการประเมินความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค (Cronbach's Alpha) รวมทั้งการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัวกับตัวแปรตาม เพื่อนำไปพยากรณ์ค่าของตัวแปรตามด้วย Multiple Regression Analysis

ผลที่ได้รับจากงานวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อสินค้าผ่านทางเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครนั้น ขึ้นอยู่กับการรับรู้ถึงความเคลื่อนไหวทางหน้าฟีดกิจกรรม รองลงมาคือความไว้วางใจในการซื้อ และการมีส่วนร่วมทางสังคม ตามลำดับ

ขณะที่ปัจจัยด้านความสนุกสนานในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และแรงจูงใจในการซื้อ ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในเชิงพฤติกรรมที่จะซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กของผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญ

ประโยชน์ของงานวิจัย

ประโยชน์ที่ได้จากงานวิจัยแบ่งเป็นด้านทฤษฎีและด้านการนำไปปฏิบัติ

1. ประโยชน์ในด้านทฤษฎี

ผลของงานวิจัยทำให้เกิดการสร้างตัวแบบที่ใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อความต่อความตั้งใจในเชิงพฤติกรรมที่จะเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก โดยสามารถนำทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) มาเป็นประกอบทางการศึกษาและสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต อีกทั้งผลของงานวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อต่อยอดงานวิจัยในอนาคตได้ เช่น ศึกษาถึงกลุ่มในช่วงอายุต่างๆ ให้เกิดผลงานวิจัยที่หลากหลาย

2. ประโยชน์ด้านการนำไปปฏิบัติ

2.1. 1. ผลจากการเก็บข้อมูลพบว่าผู้ใช้ระบบสังคมออนไลน์ ส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลและเลือกซื้อสินค้า โดยใช้ Computer, Smart Phone และ Tablet ซึ่งตัวอุปกรณ์ของ Smart Phone เป็นอุปกรณ์ที่ผู้สูงอายุใช้ในการเข้าใช้ระบบสังคมออนไลน์มากที่สุด ดังนั้น ผู้พัฒนาระบบหรือแอปพลิเคชันควรพัฒนาแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการค้นหาและซื้อสินค้าออนไลน์ โดยเฉพาะสำหรับอุปกรณ์เหล่านี้ เพื่อให้ผู้ใช้ ค้นหาและซื้อสินค้าได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงการพัฒนาฟังก์ชันต่างๆ ในแอปพลิเคชัน เป็นต้น โดยสามารถนำผลจากงานวิจัยนี้ ในส่วนของปัจจัยการมีส่วนร่วมทางสังคม ไปประยุกต์ใช้เพื่อการดำเนินงานพัฒนาแอปพลิเคชันให้ดีขึ้นต่อไปได้ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการค้นหาและการแสดง

ความคิดเห็นที่ง่าย สีสัน และ สื่อมัลติมีเดียต่างๆ ในแอปพลิเคชันซื้อสินค้าออนไลน์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุโดยเฉพาะ

2.2. ผู้ประกอบการและผู้จัดจำหน่ายสินค้าบนเฟซบุ๊ก เฟซเพจ สามารถนำผลจากงานวิจัยนี้ในส่วนของปัจจัยด้านความไว้วางใจในการซื้อ นำมาพัฒนาในด้านคุณภาพสินค้าและความน่าเชื่อถือของผู้ขายให้ตอบสนองความต้องการซื้อสินค้าของผู้บริโภคได้ตรงจุดมากขึ้น ซึ่งจะเน้นกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้บริโภคบนเฟซบุ๊ก (Facebook) โดยสนับสนุนให้ผู้ขายมีความซื่อสัตย์และกระตือรือร้นต่อลูกค้า รวมถึงปัจจัยการรับรู้ถึงความเคลื่อนไหวทางหน้าฟีดกิจกรรม ผู้ประกอบการสามารถสร้างความน่าสนใจให้ธุรกิจของตนเองเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าที่เป็นผู้สูงอายุ โดยการอัปเดตข้อมูลสินค้าหรือกิจกรรมร่วมสนุกต่างๆ ผ่านทาง Facebook ให้บ่อยขึ้น เพื่อให้ลูกค้าจะสามารถติดตามความเคลื่อนไหวของข่าวสารได้ตลอดเวลา

ข้อจำกัดของงานวิจัย

การวิจัยนี้เก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาหนึ่ง และเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อสินค้าผ่านเฟซบุ๊กบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างพื้นที่อื่นๆ อาจเปลี่ยนแปลง และจากการเก็บข้อมูลพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ค้นหาสินค้าโดยใช้ Smart Phone, Tablet และ Computer ซึ่งทำให้ง่ายและรวดเร็วต่อการค้นหาสินค้าและข้อมูลต่างๆ

งานวิจัยในอนาคต

การต่อยอดการวิจัยสามารถทำได้ในหลายๆ แนวทางดังนี้

1. ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับตัวแปรที่จะนำมาประยุกต์ใช้เพื่อส่งเสริมช่องทางจัดจำหน่ายให้หลากหลาย เข้าถึงกลุ่มผู้คนมากขึ้นและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค
2. ศึกษาปัจจัยอื่นๆเพิ่มเติม เช่น ปัจจัยทางด้านแอปพลิเคชันที่นิยม ทักษะคิดของผู้ใช้งาน ปัจจัยทางด้านสังคม เป็นต้น โดยที่ปัจจัยภายนอกเหล่านี้อาจจะส่งผลต่อการใช้งานเทคโนโลยีการซื้อสินค้าออนไลน์ของคนไทย
3. เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุม ในอนาคตสามารถขยายผลการศึกษาไปยังช่วงอายุอื่นๆ ที่ต้องการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊กนอกเหนือจากกลุ่มผู้สูงอายุ เพราะช่วงอายุที่ต่างกันย่อมก่อให้เกิดผลงานวิจัยที่แตกต่างไปจากเดิม
4. นำกรอบการวิจัยนี้ไปศึกษาเพิ่มเติมในบริบทของการใช้งานเทคโนโลยีอื่นๆที่เกี่ยวข้องในประเทศไทยต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จากอาจารย์ชาติเบศรี ภูทอง อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยที่ได้กรุณาใช้เวลาในการให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อกระบวนการศึกษาค้นคว้าวิจัยมาโดยตลอด

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทิก อาจารย์ประจำรายวิชาการเขียนวิธีวิจัยทางธุรกิจที่ถ่ายทอดวิชาความรู้ และให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์มาโดยตลอดระยะเวลาที่ศึกษาเรียนรู้ในชั้นเรียน ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้ใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามเพื่อประโยชน์ของงานวิจัย นอกจากนี้ขอบคุณเพื่อนๆ ที่ร่วมศึกษา สำหรับ

มิตรภาพและความช่วยเหลือที่มีมาให้โดยตลอด ห้ายสุดขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัวที่เป็นแรงผลักดันสำคัญที่คอยสนับสนุนและเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจหรือผู้ประกอบการการให้บริการทางสุขภาพหรือบริการสุขภาพผ่านทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Health หรือ M-Health) รวมถึงผู้ที่สนใจทั่วไป หากมีข้อบกพร่องประการใดในงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

เอกสารอ้างอิง

- บริษัท เน็กซ์ทริกซ์ จำกัด. (2557). (online), accessed 25 April 2017. Available from <http://www.nextrix.com/blog/32-the-advantages-of-facebook-marketing.html>
- บริษัท อินเทลเค็ชวล ดีไซน์ กรุ๊ป จำกัด. (online), accessed 25 April 2017. Available from <http://www.idgthailand.com>.
- บริษัท vcommerce. (2560). (online), accessed 25 April 2017. Available from <http://www.vcommerce.co.th/category/blog/facebook/>
- สมาคมผู้ค้าปลีกไทย. (2556). (online), accessed 25 April 2017. Available from <http://www.thairetailer.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=539788740&Ntype=1>
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2558). (online), accessed 25 April 2017. Available from <http://www.thaihealth.or.th/>
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A. and Buchner, A. (2007). G*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. Behavior Research Methods, 39(2), 175–191.