



งานประชุมวิชาการด้านรัฐประศาสนศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ ๑๔
วันศุกร์ที่ ๒๕ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕
ณ อาคารอิมแพ็ค ฟอรั่ม เมืองทองธานี นนทบุรี

รวมบทความและบทความ
Abstract and Paper Proceedings

จัดทำโดย

สมาคมรัฐประศาสนศาสตร์แห่งประเทศไทย



เพื่อการใช้อ้างอิง

จัดทำโดย

สมาคมรัฐประศาสนศาสตร์แห่งประเทศไทย

การประชุมวิชาการรัฐประศาสนศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ ๑๔

วันศุกร์ที่ ๒๕ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕

ณ อาคารอิมแพ็ค ฟอรั่ม

เมืองทองธานี นนทบุรี

บรรณาธิการโดย

ศาสตราจารย์ ดร.อัมพร อารงลักษณ์

ดร. ณัฐภัทร์ รัทวงศ์วาน

นางสาว มณีชัชวาล มณีศรี

นางสาวสุนิสา วงศ์ประทุม

นายศุภภักฤษ จิรธรรมประดับ

หมายเหตุ: ข้อคิดเห็นในเนื้อหาบทความหรือเอกสารที่นำมาเผยแพร่ในวารสารนี้เป็นของผู้เขียนแต่ผู้เดียวไม่มีความเกี่ยวข้องกับสมาคมรัฐประศาสนศาสตร์แต่อย่างใด



ตารางการนำเสนอกลุ่มที่ 6

การประชุมวิชาการระดับชาติทางรัฐประศาสนศาสตร์ ครั้งที่ 14

ในวันที่ 25 มีนาคม 2565 มหาวิทยาลัยศิลปากร (SUMS 1 พื้นที่ส่วนขยายการจัดการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร)

ลำดับที่	เวลา	ชื่อ - นามสกุลผู้นำเสนอ	ชื่อเรื่อง	ผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์ผลงาน
1	13.30 – 14.00	วริศ ฉายางามจิตต์ (นำเสนอแบบ Online)	ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชีในศตวรรษที่ 21	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรา จตุรโกมล (มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรพล พิณีจ* (มหาวิทยาลัยศิลปากร) (* ผู้ดำเนินรายการประจำกลุ่ม)
2	14.00 – 14.30	สายฟ้า ทิพบรรจง (นำเสนอแบบ Online)	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความเครียดและปัจจัยสภาพแวดล้อมกับประสิทธิภาพการทำงาน ของนักบัญชีในสถานการณ์โควิด-19	
3	14.30 – 15.00	วงศ์ลัดดา วีระไพบุลย์ (นำเสนอแบบ Online)	ปัจจัยภายในองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อการแสดงความรู้สึกของพนักงานบริการเมื่อให้บริการลูกค้าชาวต่างชาติ	
4	15.00 – 15.30	ชนาภัทร นริสศิริกุล (นำเสนอแบบ Online)	บทบาทของแพทย์แผนไทยในโรงพยาบาลรัฐของระบบสาธารณสุขไทย	
5	15.30 – 16.00	อสิฟ พิมานแมน (นำเสนอแบบ Online)	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินบนอุปกรณ์สื่อสารของนักศึกษาสาขาบัญชี มหาวิทยาลัยศิลปากร	
6	16.00 – 16.30	บัณฑิต สุนทรวิกรานต์ (นำเสนอแบบ Online)	การขับเคลื่อนเพื่อส่งเสริมสังคมคุณธรรมโดยเครือข่ายทางสังคม กรณีจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	



สารบัญ (ต่อ)

หน้า

กลุ่มที่ ๖

ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพบัญชีในศตวรรษที่ ๒๑

กมลพร เตชะพกาพงษ์, ชนชนม์ สมรรถการ, ธมนวรรณ นิวัตติ์คัยวงศ์, บุญยธร รุ่งประเสริฐ,
ปภาวี ปฐมวงศ์ธนาวุฒิ, ปานตะวัน วรรณศิริ, อภิญญา บุญวิเศษ และ วริศ ฉายางามจิตต์..... ๔๑๕

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความเครียดและปัจจัยสภาพแวดล้อมกับประสิทธิภาพการทำงาน
ของนักบัญชีในสถานการณ์โควิด-๑๙

ณัฐณิชา อุกแก้ว, ณัฐนรี ศรีสิทธิ์, ธนนัท แดงเขียว, พรพรรณศรี ศิริวรรณ, สาทิตา ล้วนสมหวัง,
สายฟ้า ทิพบรรจง, อธิชา พรพัฒน์กุลชัย และ อิศราภรณ์ ทนุผล..... ๔๒๗

ปัจจัยภายในองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อการแสดงความรู้สึกของพนักงานบริการ
เมื่อให้บริการลูกค้าชาวต่างชาติ

ชวนชื่น อัครกะวณิชชา, อมรินทร์ เทวตา และ วงศ์ลัดดา วีระไพบุลย์..... ๔๓๙

บทบาทของแพทย์แผนไทยในโรงพยาบาลรัฐของระบบสาธารณสุขไทย

ชนากัทธ นริสศิริกุล ๔๔๙

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินบนอุปกรณ์สื่อสารของนักศึกษาสาขาบัญชี มหาวิทยาลัยศิลปากร

กนกภรณ์ แซ่ฮุย, ธิดิฎฐิ มโนจิตงาม, ประเสริฐ ศรีเจริญ, วรรณรดา นาคคล้ำ,
สโรชา หันตรา, อริสรา ชินะปุตตกุล, อลิฟ พิमानแมน และ อิศราภรณ์ ทนุผล..... ๔๖๐

การขับเคลื่อนเพื่อส่งเสริมสังคมคุณธรรมโดยเครือข่ายทางสังคม กรณีจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

บัณฑิต สุนทรวิกรานต์, ฐาลินี สังข์จันทร์ และ ศราวุธ มาเฉลิม..... ๔๗๓



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินบนอุปกรณ์สื่อสาร ของนักศึกษาสาขาบัญชี มหาวิทยาลัยศิลปากร

กนกภรณ์ แซ่ฮุย, ธิติวุฒิ มโนจิตงาม, ประเสริฐ ศรีเจริญ, วรณรดา นาคคล้ำ,
สรโรชา หันตรา, อริสรา ชินะปุตตกุล, อลิฟ พิมานแมน และ อิศราภรณ์ ทนุผล

หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Email address: phimarnman_a@silpakorn.edu

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (๑) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคลิกภาพของนักศึกษาสาขาบัญชี มหาวิทยาลัยศิลปากรกับการใช้จ่ายบนอุปกรณ์สื่อสาร (๒) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคมของนักศึกษาสาขาบัญชี มหาวิทยาลัยศิลปากรกับการใช้จ่ายบนอุปกรณ์สื่อสาร และ (๓) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านปัจจัยภายนอกของนักศึกษาสาขาบัญชี มหาวิทยาลัยศิลปากรกับการใช้จ่ายเงินบนอุปกรณ์สื่อสาร งานวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถามส่งไปยังนักศึกษาบัญชีชั้นปีที่ ๔ ของมหาวิทยาลัยศิลปากร รวมทั้งสิ้น ๑๐๙ ตัวอย่าง งานวิจัยนี้ทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้จ่ายบนอุปกรณ์สื่อสาร และปัจจัยภายนอกมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้จ่ายบนอุปกรณ์สื่อสาร ทั้งนี้ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคลิกภาพกับการใช้จ่ายบนอุปกรณ์สื่อสาร

คำสำคัญ : ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยภายนอก การใช้จ่ายบนอุปกรณ์สื่อสาร



FACTORS AFFECTING SPENDING ON COMMUNICATION EQUIPMENT OF ACCOUNTING STUDENTS SILPAKORN UNIVERSITY

Knokphon Saeau, Thitiwut Manojitngam, Prasert Sricharoen, Wanlada Nakklam Sarocha Huntra, Arissara Chinaputtkul, Alif Phimarnman and Issaraporn Thanupon

Bachelor of Accountancy Program, Faculty of Management Science, Silpakorn University

Email address: phimarnman_a@silpakorn.edu

Abstract

The objectives of this research were (1) to study the relationship between personality factors and spending on communication equipment of accounting students of Silpakorn University, (2) to study the relationship between social factors and spending on communication equipment of accounting students of Silpakorn University, and (3) to study the relationship between external factors and spending on communication equipment of accounting students of Silpakorn University. This research collected primary data by sending questionnaires the fourth year of accounting students, totally 109 samples. This research used the multiple regression analysis to test the relationship. It was found that the social factor positively related to spending on communication equipment and the external factor positively related to spending on communication equipment. Moreover, it was not found personality factor related to spending on communication equipment.

Keywords: personality factor social factor external factor Spending on Communication Equipment

บทนำ

ในปัจจุบันการใช้จ่ายเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารหรือแอปพลิเคชันได้กลายเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารในการทำธุรกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นช่องทางระหว่างสินค้าหรือผู้บริโภค เนื่องจากการเติบโตของเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต ที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันที่มากยิ่งขึ้น และได้เข้ามาเป็นปัจจัยในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคมปัจจุบัน โดยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้มากที่สุดคือ อุปกรณ์สื่อสารหรือแอปพลิเคชัน (วรรณพร หวลมานพ, ๒๕๕๘)

โดยการทำการธุรกรรมทางการเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารหรือแอปพลิเคชัน Mobile Banking ในประเทศไทย มีอัตราการขยายตัวสูง โดยจากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทยพบว่า มีบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking ณ สิ้นปี ๒๕๖๐ จำนวน ๓๑.๖๔ ล้านบัญชีเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ ๕๑ เมื่อเทียบกับสิ้นปี ๒๕๕๙ ด้านธุรกรรมมีจำนวน ๑๒๓ ล้านรายการ เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ ๑๑๐ เมื่อเทียบกับปี ๒๕๕๙ ส่วนด้านมูลค่าธุรกรรมในปี ๒๕๖๐ มีตัวเลขรวม ๘.๙๙ พันล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ ๖๘ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, ๒๕๖๐)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายบนอุปกรณ์สื่อสารของนักศึกษาสาขาบัญชี มศก เพื่อให้ผลวิจัยดังกล่าวเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการบริการทางด้าน การให้บริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

๑. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคลิกภาพของนักศึกษาสาขาบัญชี มหาวิทยาลัยศิลปากรกับการใช้จ่ายเงินบนอุปกรณ์สื่อสาร
๒. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคมของนักศึกษาสาขาบัญชี มหาวิทยาลัยศิลปากรกับการใช้จ่ายเงินบนอุปกรณ์สื่อสาร
๓. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกของนักศึกษาสาขาบัญชี มหาวิทยาลัยศิลปากรกับการใช้จ่ายบนอุปกรณ์สื่อสาร

สมมติฐานของการวิจัย

นันทน์ภัส ตั้งภรณ์พรรณ (๒๕๕๓, หน้า ๑๒) กล่าวว่าบุคลิกภาพหมายถึง ลักษณะเฉพาะตัวของบุคคล ทั้งที่สามารถมองเห็นได้ เช่น รูปร่างหน้าตา กิริยามารยาท การแต่งตัว การพูดจา การเคลื่อนไหวและที่ไม่สามารถมองเห็นได้โดยตรง เช่น สติปัญญา ความถนัด อารมณ์ หรือค่านิยม จากสิ่งเหล่านี้ทำให้สามารถแยกได้ว่าบุคคลแต่ละบุคคลแตกต่างกันอย่างไร ดังนั้นบุคลิกภาพจึงไม่ใช่ว่าตายตัว สามารถเปลี่ยนแปลงได้จากการศึกษาเรียนรู้

ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิและสุณี เลิศแสวงกิจ (๒๕๕๒, หน้า ๓) กล่าวว่า บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคลอันทำให้บุคคลนั้นแตกต่างจากบุคคลอื่นๆ บุคลิกภาพประกอบด้วยรูปร่างหน้าตาและคุณสมบัติและคุณสมบัติที่สัมพันธ์กันซึ่งหมายถึงรูปร่างหน้าตาและการแต่งกายคุณสมบัติหมายถึง ลักษณะนิสัยต่างๆ เช่น ความซื่อสัตย์

Guilford (๒๐๑๐, p. ๗) กล่าวว่า บุคลิกภาพ เป็นลักษณะเฉพาะที่เป็นแบบประจำตัวของบุคคล ซึ่งประกอบด้วยรูปร่างภายนอก (Morphology) ความถนัด (Aptitude) สภาพทางอารมณ์ (Temperament) ทัศนคติ (Attitude) ความสนใจ (Interest) ความต้องการ (Needs) และร่างกาย (Physiology)

จากความหมายบุคลิกภาพที่ได้กล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าบุคลิกภาพ หมายถึงคุณลักษณะทางกายและพฤติกรรมที่แสดงออกต่อบุคคลอื่นทั้งลักษณะกิริยาท่าทาง การแสดงออกทางอารมณ์ ความคิดเจตคติ ตลอดจนพฤติกรรมและปฏิกิริยาตอบสนองทั้งทางกายและทางจิตใจโดย บุคลิกภาพ ของแต่ละบุคคลมีลักษณะจึงนำไปสู่สมมติฐานวิจัยข้อที่ ๑

สมมติฐานที่ ๑ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพที่มีผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร

ธีระพร อูรรณโณ (๒๕๓๗) กล่าวว่า การมีแบบอย่างหรือตัวแบบจัดเป็นลักษณะการถ่ายทอดทางสังคมในงานอย่างหนึ่งซึ่งผู้ถ่ายทอด (Socializing Agents) อาจเป็นพ่อแม่ครูเพื่อนร่วมงาน ตัวแบบในละครหรือหนังสือการถ่ายทอดทางสังคมอาจพิจารณาว่าเป็นแบบทางการซึ่งผู้ถ่ายทอดมัก ได้แก่ นักศึกษาทุกระดับรวมทั้งผู้ฝึกอบรมในหน่วยงานต่าง ๆ ด้วยส่วนการถ่ายทอดแบบไม่เป็นทางการผู้ถ่ายทอดมัก ได้แก่ พ่อแม่หรือเพื่อนต่าง ๆ อีกทั้งการถ่ายทอดทางสังคมจะเป็นกระบวนการสองทางที่ผู้ถ่ายทอดและผู้รับการถ่ายทอดสามารถมีอิทธิพลซึ่งกันและกันได้

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (๒๕๔๐) กล่าวว่า แนวคิดทางสังคมหมายถึง ความคิดของมนุษย์โดยมนุษย์และเพื่อนมนุษย์ ความคิดที่มนุษย์ประดิษฐ์คิดค้นขึ้นมาจะกระทำโดยคนเดียวหรือหลายคนก็ได้กรณีที่คิดคนเดียวก็ต้องเป็นที่ยอมรับของผู้อื่นด้วยแม้ไม่ยอมรับทั้งหมดก็อาจยอมรับเพียงบางส่วน ความคิดนั้นจึงคงอยู่ได้

Walters (๑๙๗๘) ได้อธิบายถึงลักษณะทางสังคมว่า เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทางเลือก ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิงครอบครัวบทบาททางสังคมดังมีรายละเอียดดังนี้

จากข้อความข้างต้น สรุปได้ว่า ลักษณะทางสังคมว่าเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทางเลือกและบรรทัดฐานทางสังคมในการตัดสินใจที่จะแสดงออกถึงพฤติกรรมทางสังคมจึงนำไปสู่สมมติฐานวิจัยข้อที่ ๒

สมมติฐานที่ ๒ ปัจจัยด้านสังคมที่มีผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร

อานันท์ กาญจนพันธุ์ (๒๕๔๓) กล่าวถึงการจัดระเบียบทางสังคม (social order) ในรูปแบบต่าง ๆ ทุกอย่างของมนุษย์ที่สามารถแยกออกมาได้ เช่น สถาบัน กลุ่ม กระบวนการฐานะทางสังคม ตลอดจนสถานภาพ บทบาทและบรรทัดฐานทางสังคม โดยนักมนุษยวิทยาหลายคนใช้ความหมายของโครงสร้างสังคมสลับแทนกัน กับองค์กรทางสังคม (social organization) พร้อมกันนั้นยังใช้เฉพาะเจาะจงในการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางสังคม อันหมายถึงความคิดพื้นฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทางสังคม (social relations) ที่กำหนดรูปแบบสังคมและแนวปฏิบัติที่เป็นไปได้ในการจัดองค์กรสังคม

๑. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

นเรศ สุนทร (๒๕๕๗) กล่าวว่า จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ของ พบว่า ช่องทางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีหน้าจอสวยงาม สามารถปรับตั้งค่าหน้าจอให้ตรงกับความต้องการของตัวเองได้ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงช่องทางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการรักษาความปลอดภัยที่ดีสามารถสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ได้ เช่นเดียวกับการศึกษาของ วัศยา อีรวนิชย์ไชยกุล (๒๕๕๖) ที่กล่าวว่า ผู้ใช้พึงพอใจแอปพลิเคชันที่ใช้งานง่าย มีคำอธิบายและภาพประกอบในการดาวน์โหลดการใช้งาน นอกจากนี้ การศึกษาของ ปาลิตา จารุจิตรรัตน (๒๕๕๕) ยังกล่าวอีกว่า หากผู้บริโภคทราบว่าแอปพลิเคชันที่ใช้ซื้อสินค้าออนไลน์เป็นแอปพลิเคชันที่ ห้างสรรพสินค้าเซทรัลพัฒนาขึ้นโดยตรง จะส่งผลให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่น ในระบบแอปพลิเคชัน มากขึ้น เนื่องจากห้างสรรพสินค้าเซทรัลนั้นมีชื่อเสียงในธุรกิจค้าปลีกมาอย่างยาวนาน จึงทำให้ผู้บริโภครู้สึกมั่นใจและไว้วางใจในกระบวนการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน

๒. ปัจจัยด้านบุคลากร

วิชิต พันธุ์อำนวย (๒๕๕๒) กล่าวว่า แม้ว่าแอปพลิเคชันจะเป็นโปรแกรมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนบุคคล แต่การที่ลูกค้าสามารถติดต่อธนาคารได้ตลอด ๒๔ ชั่วโมง เพื่อแก้ปัญหาในการทำธุรกรรมได้นั้น มีผลต่อทัศนคติในการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งในส่วนของ การตอบสนองความต้องการของลูกค้าและคุณภาพการบริการระบบอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง เช่นเดียวกับการค้นคว้าอิสระของ เสาวณิต อุดมเวชสกุล (๒๕๕๗) ที่กล่าวว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อบุคลากรธนาคารที่คอยแก้ปัญหา ตอบข้อสงสัย รวมถึงแนะนำบริการ จะทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่ามีผู้คอยดูแลตลอดเวลา นำมาซึ่งความเชื่อมั่นใน M-Banking Application มากยิ่งขึ้น

๓. ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง

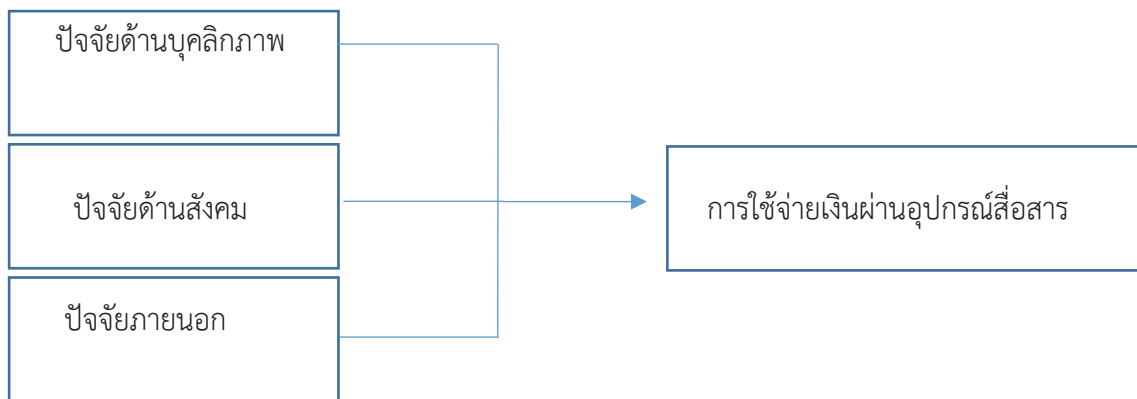
ภาสิต ศิริเทศ, ณพวิทย์ ธรรมสีทา (๒๕๖๒) ทฤษฎีการรับรู้ความสามารถตนเอง พัฒนามาจากทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม (Social Learning Theory: SCT) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการพัฒนาเทคนิค การปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ทฤษฎีนี้พัฒนาโดยนักจิตวิทยา ชาวแคนาดา Albert Bandura โดย Bandura ศึกษาความเชื่อ ของบุคคลเรื่องความสามารถในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วย ความสามารถตนเอง (Self-efficacy) ซึ่งมีอิทธิพลที่จะช่วย ให้บุคคลปฏิบัติตนเฉพาะอย่างได้พื้นฐานแนวคิดที่เกี่ยวกับการ รับรู้

ความสามารถของตนเองนั้น Bandura เชื่อว่าในการศึกษา พฤติกรรมของมนุษย์จะต้องวิเคราะห์เงื่อนไขและสิ่งเร้าที่จะมา เสริมแรงให้เงื่อนไขนั้นคงอยู่พฤติกรรมการเรียนรู้ของมนุษย์จึง เกิดจากกระบวนการเรียนรู้ขององค์ประกอบหลายอย่างโดยมี พันธุกรรม สภาพแวดล้อมสังคม ประสบการณ์ความสามารถ เฉพาะตัวของบุคคล ผสมผสานกันซึ่งยากแก่การตัดสินว่าพฤติกรรมนั้นๆเกิดจากสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะซึ่งถ้าหากบุคคล มีการรับรู้ความสามารถตนเอง (perceived self-efficacy) และ คาดหวังในผลลัพธ์ของการปฏิบัติ (outcome expectations) เขาจะแสดงซึ่งพฤติกรรมนั้นให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด

จากข้อความข้างต้นสรุปได้ว่า ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการเลือกชำระเงินผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ปัจจัยเป็นตัวกระตุ้นพฤติกรรมกรยอมรับการใช้งาน เป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้นั้นมองความสำคัญของปัจจัยนี้เป็นอันดับต้น ๆ ๑.ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้ของแต่ละคน ๒.ปัจจัยด้านบุคลากร มีการให้คำปรึกษา ตลอด ๒๔ ชั่วโมง ถ้าลูกค้าที่ใช้งานมีปัญหา ๓.ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง เป็นการ ที่ตนเองนั้นได้เรียนรู้ ศึกษาด้วยตนเอง ของการใช้ Mobile Banking จึงนำไปสู่สมมติฐานวิจัยข้อที่ ๓

สมมติฐานที่ ๓ ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลโดยแบ่งได้เป็น ๓ ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ ๑ เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ และรายได้ของนักศึกษาเฉลี่ยต่อเดือน ส่วนที่ ๒ เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสาร ประกอบด้วย ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยภายนอก ส่วนที่ ๓ เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการใช้จ่ายผ่านอุปกรณ์สื่อสารตามสถานการณ์ต่างๆ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยส่งแบบสอบถามไปยังนักศึกษาหลักสูตรบัญชี ระดับปริญญาตรี ในชั้นปีที่ ๔ ของมหาวิทยาลัยศิลปากร มีจำนวน ๑๓๖ ตัวอย่าง (reg.sc.ac.th: เว็บไซต์มหาวิทยาลัยศิลปากร) และได้กลับคืนมาจำนวนทั้งสิ้น ๑๐๙ ตัวอย่าง ทั้งนี้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ทราบจำนวนประชากรโดยใช้สูตร Taro Yamane ตามสูตรคำนวณ ดังนี้โดยค่าความคลาดเท่ากับ ๐.๐๕ จำนวนได้เท่ากับ ๑๐๒

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

๑. ตัวแปรอิสระ คุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย

- ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ วัดค่าโดยใช้ค่าเฉลี่ยคะแนนของข้อคำถาม จำนวน ๑๐ ข้อ มีค่าคอนบรัคแอลฟา เท่ากับ ๐.๔๔๕๖ วัดค่าด้วย Likert scale ๑-๕ โดย มากที่สุด=๕ และน้อยที่สุด=๑

- ปัจจัยด้านสังคม วัดค่าโดยใช้ค่าเฉลี่ยคะแนนของข้อคำถาม จำนวน ๑๐ ข้อ มีค่าคอนบรัคแอลฟา เท่ากับ ๐.๖๘๐๔ วัดค่าด้วย Likert scale ๑-๕ โดย มากที่สุด=๕ และน้อยที่สุด=๑

- ปัจจัยภายนอก วัดค่าโดยใช้ค่าเฉลี่ยคะแนนของข้อคำถาม จำนวน ๑๐ ข้อ มีค่าคอนบรัคแอลฟา เท่ากับ ๐.๖๘๗๕ วัดค่าด้วย Likert scale ๑-๕ โดย มากที่สุด=๕ และน้อยที่สุด=๑

๒. ตัวแปรตาม พฤติกรรมการใช้จ่าย ประกอบด้วยระดับการใช้จ่ายผ่านอุปกรณ์สื่อสาร วัดค่าโดยใช้ค่าเฉลี่ยคะแนนของข้อคำถาม จำนวน ๑๔ ข้อ มีค่าคอนบรัคแอลฟา เท่ากับ ๐.๖๘๔๐ วัดค่าด้วย Likert scale ๑-๕ โดย มากที่สุด=๕ และน้อยที่สุด=๑

การวิเคราะห์ข้อมูล

๑. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ขณะที่การแปลความหมายระดับความคิดเห็น ซึ่งวัดจากค่าเฉลี่ยในแบบสอบถามจะใช้เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนดังต่อไปนี้ ค่าเฉลี่ย ๔.๕๑-๕.๐๐ หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ๓.๕๑-๔.๕๐ หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ย ๒.๕๑-๓.๕๐ หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง ค่าเฉลี่ย ๑.๕๑-๒.๕๐ หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย และค่าเฉลี่ย ๑.๐๐-๑.๕๐ หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

๒. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานวิจัยโดยใช้ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression analysis) โดยตัวแปรตามได้แก่ ระดับการใช้จ่ายผ่านอุปกรณ์สื่อสาร และตัวแปรอิสระได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยภายนอก

ผลการวิจัย

จากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามได้รับคำตอบกลับ จำนวน ๑๐๙ ชุด และนำแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลมาแล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูล อธิบายดังนี้

ตารางที่ ๑ : จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	๓๕	๓๒.๑๑
หญิง	๖๗	๖๑.๔๗
เพศทางเลือก	๗	๖.๔๒
2. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษา		
น้อยกว่า ๖,๐๐๐	๓๘	๓๔.๘๗
๖,๐๐๑ - ๘,๐๐๐	๓๖	๓๓.๐๓
๘,๐๐๑ - ๑๐,๐๐๐	๑๙	๑๗.๔๓
มากกว่า ๑๐,๐๐๐	๑๖	๑๔.๖๗

จากตารางที่ ๑ การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ ๖๑.๔๗ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า ๖,๐๐๐ บาท คิดเป็นร้อยละ ๓๔.๘๗

ตารางที่ ๒ : จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้เงินผ่านอุปกรณ์สื่อสาร

รายการ	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ						๔.๐๕	๐.๔๔	มาก
๑. ท่านมักจะทำกิจกรรมทุกอย่างด้วยความรวดเร็ว	๒๓ (๒๑.๑๐)	๔๓ (๓๙.๔๕)	๒๗ (๒๔.๗๗)	๓ (๒.๗๕)	๐ (๐.๐๐)	๓.๘๘	๐.๗๗	มาก
๒. ท่านมักจะเลือกทำกิจกรรมทุกอย่างที่ใช้เวลาน้อย	๒๔ (๒๒.๐๒)	๕๖ (๕๑.๓๗)	๒๘ (๒๕.๖๘)	๑ (๐.๙๑)	๐ (๐.๐๐)	๓.๙๔	๐.๗๑	มาก
๓. ท่านมักจะทำกิจกรรมทุกอย่างที่ไม่ซับซ้อน	๔๐ (๓๖.๖๙)	๕๒ (๔๗.๗๐)	๑๕ (๑๓.๗๖)	๑ (๐.๙๑)	๑ (๐.๙๑)	๔.๑๘	๐.๗๗	มาก
๔. ท่านมักจะทำกิจกรรมทุกอย่างด้วยความปลอดภัย	๔๒ (๓๘.๕๓)	๕๔ (๔๙.๕๔)	๑๓ (๑๑.๙๒)	๐ (๐.๐๐)	๐ (๐.๐๐)	๔.๒๖	๐.๖๖	มาก



รายการ	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
๕. ท่านมักจะทำกิจกรรมทุกอย่างด้วยความพึงพอใจ	๕๐ (๔๕.๘๗)	๔๗ (๔๓.๑๑)	๑๑ (๑๐.๐๙)	๑ (๐.๙๑)	๐ (๐.๐๐)	๔.๓๓	๐.๖๙	มากที่สุด
๖. ท่านมักจะทำกิจกรรมด้วยความมั่นใจ	๒๙ (๒๖.๖๐)	๕๒ (๒๒.๙๓)	๒๔ (๒๒.๐๑)	๔ (๓.๖๖)	๐ (๐.๐๐)	๓.๙๗	๐.๗๙	มากที่สุด
๗. ท่านมักสนใจในรูปลักษณะในการทำกิจกรรมต่างๆ	๒๓ (๒๑.๑๐)	๕๘ (๕๓.๒๑)	๒๓ (๒๑.๑๐)	๔ (๓.๖๖)	๑ (๐.๙๑)	๓.๘๙	๐.๘๐	มาก
๘. ท่านมักมีไหวพริบในการแก้ไขปัญหาในการทำกิจกรรม	๑๗ (๑๕.๕๙)	๕๒ (๔๗.๗๐)	๓๙ (๓๕.๗๗)	๑ (๐.๙๑)	๐ (๐.๐๐)	๓.๗๗	๐.๗๑	มาก
๙. ท่านมักชอบทำกิจกรรมที่มีความทันสมัย	๓๑ (๒๘.๔๔)	๕๙ (๕๔.๑๒)	๑๙ (๑๗.๔๓)	๐ (๐.๐๐)	๐ (๐.๐๐)	๔.๑๑	๐.๖๗	มาก
๑๐. ท่านมักไตร่ตรองก่อนทำกิจกรรมต่าง ๆ	๓๙ (๓๕.๗๗)	๕๒ (๔๗.๗๐)	๑๗ (๑๕.๕๙)	๑ (๐.๙๑)	๐ (๐.๐๐)	๔.๑๘	๐.๗๒	มาก
ปัจจัยด้านสังคม						๓.๖๖	๐.๖๘	มาก
๑. ท่านชอบพิมพ์ พุดคุย บนสื่อออนไลน์มากกว่าพูดต่อหน้า	๒๗ (๒๔.๗๗)	๔๔ (๔๐.๓๖)	๒๖ (๒๓.๘๕)	๙ (๘.๒๕)	๓ (๒.๗๕)	๓.๗๖	๑.๐๐	มาก
๒. ท่านชอบแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อออนไลน์	๑๔ (๑๒.๘๔)	๓๐ (๒๗.๕๒)	๓๓ (๓๐.๒๗)	๑๘ (๑๖.๕๑)	๑๔ (๑๒.๘๔)	๓.๑๑	๑.๒๑	ปานกลาง
๓. ท่านชอบแสดงออกถึงการใช้ชีวิตบนสื่อออนไลน์	๑๕ (๑๓.๗๖)	๓๒ (๒๙.๓๕)	๓๖ (๓๓.๐๒)	๑๘ (๑๖.๕๑)	๘ (๗.๓๓)	๓.๒๕	๑.๑๑	ปานกลาง
๔. ท่านชอบใช้บริการต่างๆ บนสื่อออนไลน์	๓๕ (๓๒.๑๑)	๔๘ (๔๔.๐๓)	๒๐ (๑๘.๓๔)	๕ (๔.๕๘)	๑ (๐.๙๑)	๔.๐๑	๐.๘๘	มาก
๕. ท่านชอบใช้สื่อออนไลน์ในการพบปะเพื่อนใหม่ๆ	๒๑ (๑๙.๒๖)	๔๐ (๓๖.๖๙)	๒๘ (๒๕.๖๘)	๑๑ (๑๐.๐๙)	๙ (๘.๒๕)	๓.๔๘	๑.๑๕	มาก
๖. ท่านชอบใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับสื่อออนไลน์มากกว่าครอบครัว	๒๑ (๑๙.๒๖)	๓๒ (๒๙.๓๕)	๓๕ (๓๒.๑๑)	๑๕ (๑๓.๗๖)	๖ (๕.๕๐)	๓.๔๓	๑.๑๑	ปานกลาง
๗. ท่านชอบใช้สื่อในการติดตามข่าวสาร	๔๙ (๔๔.๙๕)	๔๔ (๔๐.๓๖)	๑๔ (๑๒.๘๔)	๒ (๑.๘๓)	๐ (๐.๐๐)	๔.๒๘	๐.๗๕	มากที่สุด
๘. ท่านได้เรียนรู้หลายๆอย่างจากสื่อออนไลน์	๔๕ (๔๑.๒๘)	๕๒ (๔๗.๗๐)	๑๑ (๑๐.๐๙)	๐ (๐.๐๐)	๑ (๐.๙๑)	๔.๒๘	๐.๗๒	มาก
๙. ท่านมักได้รับคำชื่นชมบนสื่อออนไลน์	๑๙ (๑๗.๔๓)	๓๘ (๓๔.๘๖)	๓๙ (๓๕.๗๗)	๙ (๘.๒๕)	๔ (๓.๖๖)	๓.๕๔	๐.๙๙	ปานกลาง



รายการ	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	SD	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
๑๐. ท่านได้รับคำแนะนำจากบุคคลอื่นให้หันมาใช้สื่อออนไลน์	๒๔ (๒๒.๐๑)	๓๔ (๓๑.๑๙)	๒๕ (๒๒.๙๓)	๑๗ (๑๕.๕๙)	๙ (๘.๒๕)	๓.๔๓	๑.๒๒	มาก
ปัจจัยภายนอก						๓.๖๗	๐.๖๘	มาก
๑. ท่านไม่สามารถเบิกเงินสดมาใช้ได้อย่างสะดวก	๑๘ (๑๖.๕๑)	๓๕ (๓๒.๑๑)	๓๘ (๓๔.๘๖)	๑๑ (๑๐.๐๙)	๗ (๖.๔๒)	๓.๔๒	๑.๐๘	มาก
๒. แม่ค้าบางรายมักจะไม่รับเงินสด	๑๖ (๑๔.๖๗)	๒๗ (๒๔.๗๗)	๓๐ (๒๗.๕๒)	๒๔ (๒๒.๐๑)	๑๒ (๑๑.๐๐)	๓.๑๐	๑.๒๒	ปานกลาง
๓. ด้วยสถานการณ์ covid-19 ทำให้ไม่สามารถชำระเงินได้ด้วยเงินสด	๑๕ (๑๓.๗๖)	๔๖ (๔๒.๒๐)	๓๓ (๓๐.๒๗)	๙ (๘.๒๕)	๖ (๕.๕๐)	๓.๕๐	๑.๐๑	มาก
๔. ด้วยข่าวระบอบเรื่องแบงค์ปลอมทำให้แม่ค้าไม่นิยมรับเงินสด	๑๘ (๑๖.๕๑)	๓๕ (๓๒.๑๑)	๒๘ (๒๕.๖๘)	๑๙ (๑๗.๔๓)	๙ (๘.๒๕)	๓.๓๑	๑.๑๘	มาก
๕. แม่ค้ามักจะไม่รับธนบัตรที่ชำรุดเพราะไม่สามารถนำไปใช้จ่ายต่อได้	๒๔ (๒๒.๐๑)	๔๔ (๔๐.๓๖)	๒๕ (๒๒.๙๓)	๑๑ (๑๐.๐๙)	๕ (๔.๕๘)	๓.๖๕	๑.๐๗	มาก
๖. สินค้าบางประเภทที่จัดโปรโมชั่นมักจะไม่รับเป็นเงินสด	๑๙ (๑๗.๔๓)	๓๔ (๓๑.๑๙)	๓๓ (๓๐.๒๗)	๒๑ (๑๙.๒๖)	๒ (๑.๘๓)	๓.๔๓	๑.๐๔	มาก
๗. สินค้าที่ผ่อนโดยส่วนใหญ่จะไม่รับเป็นเงินสด	๓๑ (๒๘.๔๔)	๔๓ (๓๙.๔๔)	๒๔ (๒๒.๐๑)	๙ (๘.๒๕)	๒ (๑.๘๓)	๓.๘๔	๐.๙๙	มาก
๘. บางร้านไม่รับแบงค์ใหญ่เพราะไม่มีทอน	๓๒ (๒๙.๓๕)	๔๖ (๔๒.๒๐)	๒๖ (๒๓.๘๕)	๕ (๔.๕๘)	๐ (๐.๐๐)	๓.๙๖	๐.๘๔	มาก
๙. โครงการเราชนะไม่สามารถจ่ายเป็นเงินสดได้	๕๔ (๔๙.๕๔)	๓๓ (๓๐.๒๗)	๑๖ (๑๔.๖๗)	๔ (๓.๖๖)	๒ (๑.๘๓)	๔.๒๒	๐.๙๕	มากที่สุด
๑๐. โครงการคนละครึ่งไม่สามารถจ่ายเป็นเงินสดได้	๕๔ (๔๙.๕๔)	๓๕ (๓๒.๑๑)	๑๕ (๑๓.๗๖)	๔ (๓.๖๖)	๑ (๐.๙๑)	๔.๒๕	๐.๘๙	มากที่สุด

จากตารางที่ ๒ การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้เงินผ่านอุปกรณ์สื่อสาร พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้เงินผ่านอุปกรณ์สื่อสาร ประกอบด้วย ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ปัจจัยด้านสังคมและปัจจัยภายนอก กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยในระดับมาก

ตารางที่ ๓ : แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบุคลิกภาพ ปัจจัยด้านสังคมและ ปัจจัยภายนอกกับระดับการใช้จ่ายผ่านอุปกรณ์สื่อสาร

รายการ	β	Std. Error	t	Sig.
(ค่าคงที่)	๑.๒๐๔	๐.๗๓๕	๑.๖๓๘	๐.๑๐๗
ปัจจัยบุคลิกภาพ	๐.๑๐๑	๐.๑๗๑	๐.๕๘๗	๐.๕๖๐
ปัจจัยด้านสังคม	๐.๓๔๙	๐.๑๒๑	๒.๘๘๘	๐.๐๐๕***
ปัจจัยภายนอก	๐.๒๘๘	๐.๑๔๖	๑.๙๗๔	๐.๐๕๓*

ตัวแปรตาม (Y) คือ ระดับการใช้จ่ายผ่านอุปกรณ์สื่อสาร

$$F = ๘.๕๓๔ \text{ (sig} = ๐.๐๐๐^b) \text{ adjusted } R^๒ = ๐.๒๗๔$$

จากตารางที่ ๓ นักศึกษามีระดับปัจจัยด้านสังคมสูงทำให้นักศึกษามีการใช้จ่ายผ่านอุปกรณ์สื่อสารสูง โดยแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ $\beta_๓ = ๐.๓๔๙$ (โดยมีค่า $t = ๒.๘๘๘$ Sig = ๐.๐๐๕***) นักศึกษามีระดับปัจจัยภายนอกสูงจะมีการใช้จ่ายผ่านอุปกรณ์สื่อสารสูง โดยแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ $\beta_๒ = ๐.๒๘๘$ (โดยมีค่า $t = ๑.๙๗๔$ Sig = ๐.๐๕๓*) และไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบุคลิกภาพกับการใช้จ่ายอุปกรณ์สื่อสาร โดยมีความสัมพันธ์สหสัมพันธ์ $\beta_๑ = ๐.๑๐๑$ ($t = ๐.๕๘๗$ Sig = ๐.๕๖๐)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการที่ได้ทำการศึกษางานวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร สาขาบัญชี สามารถเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามได้รับคำตอบกลับ ๑๐๙ ชุด ดังต่อไปนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ ๖๑.๔๗ อยู่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า ๖,๐๐๐ บาท คิดเป็นร้อยละ ๓๔.๘๗

ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร สาขาบัญชี พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารของนักศึกษา ประกอบด้วย ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยภายนอกและปัจจัยด้านบุคลิกภาพ โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย

การทดสอบปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสาร พบว่าปัจจัยด้านสังคมมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ($\beta_๓$) = ๐.๓๔๙ (โดยมีค่า $t = ๒.๘๘๘$ Sig = ๐.๐๐๕) มีผลในระดับสูง คือ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันของคนคนหนึ่งที่ต้องมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆในสังคม ไม่ว่าจะเป็นการพบปะผู้คน การใช้เวลากับสื่อออนไลน์ เป็นต้น ดังนั้น ปัจจัยด้านสังคมย่อมส่งผลมาเป็นลำดับแรกของปัจจัยทั้งหมด

สำหรับปัจจัยภายนอก พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ($\beta_๒$) = ๐.๒๘๘ (โดยมีค่า $t = ๑.๙๗๔$ Sig = ๐.๐๕๓) มีผลในระดับรองลงมา คือ ได้แก่สิ่งต่าง ๆ ที่ต้องการนั้นอยู่ภายนอกบุคคลผู้นั้น ไม่ว่าจะมองเห็น หรือมองไม่เห็นก็ตาม ดังนั้น ปัจจัยภายนอกย่อมส่งผลมาเป็นลำดับรองมาของปัจจัยทั้งหมด

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคลิกภาพกับการใช้จ่ายอุปกรณ์สื่อสาร ($t=0.๕๘๗$ Sig = ๐.๕๖๐) ปัจจัยด้านบุคลิกภาพเป็นปัจจัยที่เปรียบเหมือนคุณลักษณะส่วนตัว แนวความคิดทัศนคติ ความสามารถในการปรับตัวต่อสภาวะแวดล้อม และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกลักษณะของคนหรือเรียกสั้นๆว่าพฤติกรรมของบุคคล ดังนั้น ปัจจัยบุคลิกภาพย่อมส่งผลมาเป็นลำดับสุดท้ายของปัจจัยทั้งหมด

จากข้างต้นสรุปได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร สาขาบัญชี ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยภายนอก โดยปัจจัยด้านสังคมและปัจจัยภายนอกอาจทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการใช้จ่ายผ่านสื่อออนไลน์ พาราสุรามาน เบอร์รี่ และเซียแฮมล์ (Parasuraman, Berry & Zeithaml, ๑๙๘๕) กล่าวว่า ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวบุคคล ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความคิดและความพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยปัจจัยภายนอกส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการตัดสินใจความสามารถในการให้บริการเพื่อให้ผู้รับบริการบรรลุวัตถุประสงค์ด้วยความสุภาพ นุ่มนวล กิริยามารยาทงาม บอกกล่าวสื่อสารอย่างชัดเจน และตอกย้ำให้ผู้รับบริการมั่นใจว่าจะได้รับบริการที่ดีที่สุด เพื่อให้ลูกค้าที่ใช้บริการเกิดความเชื่อมั่นมากยิ่งขึ้นและเลือกใช้บริการอื่นผ่านแอปพลิเคชันต่อไป และปัจจัยด้านสังคมทำให้นักศึกษารับรู้ถึงความเสี่ยงที่มีผลต่อการยอมรับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ Bogardus (๒๐๐๑) ได้ให้ความหมายแนวคิดทางสังคมว่า เป็นความคิดเกี่ยวกับการสอบถามหรือปัญหาทางสังคมของบุคคลต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นอดีตหรือปัจจุบันเป็นการคิดร่วมกันของเพื่อนหรือผู้ที่อยู่ในความสัมพันธ์ เป็นความคิดของแต่ละคนและของกลุ่มคน ในเรื่องรอบตัวมนุษย์ ซึ่งมนุษย์ของสังคมแต่ละยุคแต่ละสมัยก็ต้องคิด เพื่อหาทางแก้ปัญหาหรือทำให้ปัญหาบรรเทาลงความคิดความอ่านที่ได้ประดิษฐ์คิดค้นขึ้นมาแล้ว และใช้การได้ดี นอกจากนี้ความเสี่ยงยังเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับสิ่งเร้าที่กระตุ้นบุคคล แล้วบุคคลสามารถคาดการณ์ว่าสิ่งที่อาจจะเกิดขึ้นได้จากสิ่งเร้านั้นจะเป็นอย่างไร สามารถสร้างภาพสถานการณ์ (scenario) ที่จะเกิดจากสิ่งเร้าที่เผชิญ นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับโอกาสที่จะเป็นไปได้ และตัวแปรที่เกิดขึ้นและเกี่ยวข้องกับการชะลอ (differing) อันตรายที่จะเกิดขึ้น ปัจจัยภายนอกทำให้เกิดการยอมรับการปรับตัวในสังคมออนไลน์ที่วิธีการทันสมัยและทำให้ชีวิตประจำวันมีความสะดวกสบายมากขึ้น นักศึกษาที่มีสังคมและการติดต่อสื่อสารกับสถานการณ์ที่เป็นปัจจัยภายนอกสูงจะมีพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารสูง

ข้อเสนอแนะจากผลวิจัย

การสร้างทางเลือกในการจ่ายค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนหรือระหว่างการทำนิตชีวิตในช่วงการเรียนในหลักสูตรโดยมีช่องทางให้เลือกจ่ายผ่านอุปกรณ์สื่อสารก็จะสร้างความสะดวกให้แก่นักศึกษา



เอกสารอ้างอิง

- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และสุนี เลิศแสวงกิจ. (๒๕๕๒). การพัฒนาบุคลิกภาพ. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการ พิมพ์.
- ธีระพร อูวรรณโณ. (๒๕๒๗). พฤติกรรมจริยธรรมในสังคมไทยปัจจุบัน : ศึกษาตามแนวทางจิตวิทยาสังคม. รายงานการวิจัย โครงการวิจัยและสัมมนาเรื่องจริยธรรมในสังคมไทย. กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.
- นเรศ สุนทร. (๒๕๕๗). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือก หาระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโท). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
- นันทน์ภัส ตั้งภรณ์พรรณ. (๒๕๕๓). แบบความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพกับการเผชิญปัญหาและฝ่าฟันอุปสรรคของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (๒๕๔๐). ทฤษฎีสังคมวิทยา : เนื้อหาและแนวการใช้ประโยชน์เบื้องต้น. พิมพ์ ครั้งที่ ๗, กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อานันท์ กาญจนพันธุ์. (๒๕๓๘). วัฒนธรรมกับการพัฒนา: มิติของพลังที่สร้างสรรค์. กรุงเทพฯ:สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ.
- Bogardus, E. (2001). **Social distance in the city.** Journal of Applied Sociology, 9, 216-308.
- Guilford, J. P. (2010). **Personality.** New York: MacGraw-Hill Inc.
- Walters. (1978). **Adaptive Management of Renewable Resources.** New York: Mc Graw -Hill.