

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้เล่น Facebook
 ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
**The Analysis of Factors Affecting to Play Facebook of the Students in Faculty
 of Management Science Silpakorn University**

นภนัท หอมสุต และสุภลักษณ์ สมจิตร
 Noppanon Homsud and Suphaluk Somjid

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้เล่น Facebook โดยใช้นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ จำนวน 400 คน ซึ่งคำนวณด้วยสูตร Yamane และสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีโควตา ผลการวิเคราะห์ พบว่า สามารถแบ่งปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้เล่น Facebook จำนวน 30 ปัจจัย ออกเป็น 11 องค์ประกอบ คือ ด้านการติดตามสถานการณ์และสอบถามปัญหา ด้านการทำธุรกิจ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านการค้นหาเพื่อนใหม่ ด้านการแสดงความรู้สึกต่อผู้อื่น ด้านการติดต่อกับคนรู้จัก ด้านการสร้างเครือข่าย ด้านการแจ้งเตือน ด้านการพักผ่อนหย่อนใจ ด้านความบันเทิง ด้านการคลายความเหงา ทั้งนี้ค่า Kaiser-Meyer-Okin เท่ากับ 0.679 ค่า Barlett เท่ากับ 1814.202 และอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 58.71

Abstract

The objective of this research is to analyze factors affecting to play Facebook. The samples, which are calculated by Yamane and sampled by quota sampling, are 400 students in Faculty of Management Science. It is found it can divided 30 factors into 11 components consisted of Questions and Problem, Business, Information, Friend Finding, Feeling to Others, Communications, Building Networks, Alerts, Relaxing, Entertainment, and Alone Reducing. The Kaiser-Mayer-Okin is equal 0.679, the barlett is equal 1814.202, and variance explained is equal 58.71%.

Key Word: Facebook / Factor Analysis / Students

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

www.facebook.com เป็น Social Network ที่มีผู้นิยมใช้งานกันมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก จากความนิยมในการใช้ Facebook ที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มของวัยรุ่น ซึ่งเป็นวัยที่กำลังศึกษาอยู่ในสถานศึกษา ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้เล่น Facebook ของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เพื่อหาข้อมูล และทำความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้เล่น Facebook ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่สนับสนุน และส่งเสริมการตัดสินใจให้นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เล่น Facebook



วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร คือ นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 3,079 คน กลุ่มตัวอย่าง มีการกำหนดขนาดตัวอย่างตามแนวทางของ Yamane (1967) จะได้ขนาดตัวอย่างประมาณ 360 คน คณะผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 400 คน คณะผู้วิจัยใช้แบบการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เป็นวิธีการในการสุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้มีการแบ่งโควตาตามชั้นปี
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม
3. ขั้นตอนการวิจัย ทบทวนวรรณกรรม ร่างแบบสอบถามให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ นำแบบสอบถามที่ร่างขึ้นให้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาจำนวน 3 ท่าน และนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงจากผู้เชี่ยวชาญไปทดสอบ พบว่า แบบสอบถามมีค่าความเชื่อ ของสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) มีค่าเท่ากับ 0.862 จากนั้นนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามจากนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ
4. การวิเคราะห์ข้อมูล นำมาวิเคราะห์ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS เมื่อวิเคราะห์แล้วผู้วิจัยนำมาเสนอผลการศึกษาโดยเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก และหมุนแกนด้วย Varimax สามารถแบ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเล่น Facebook จำนวน 30 ปัจจัย ออกเป็น 11 องค์ประกอบ คือ ด้านการติดตามสถานการณ์และสอบถามปัญหา ด้านการทำธุรกิจ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านการค้นหาเพื่อนใหม่ ด้านการแสดงความรู้สึกต่อผู้อื่น ด้านการติดต่อกับคนรู้จัก ด้านการสร้างเครือข่าย ด้านการแจ้งเตือน ด้านการพักผ่อนหย่อนใจ ด้านความบันเทิง ด้านการคลายความเหงา ทั้งนี้ค่า Kaizer-Mayer-Okin เท่ากับ 0.679 ค่า Barlett เท่ากับ 1814.202 และอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 58.71

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยที่ได้แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้เล่น Facebook ของกลุ่มนักศึกษาคอนข้างหลากหลาย ดังนั้นหากต้องการเห็นภาพที่ชัดเจนขึ้น จำเป็นต้องใช้เทคนิค Cluster Analysis ในการวิเคราะห์ว่า กลุ่มนักศึกษานั้นแบ่งออกเป็นกี่กลุ่ม ประเด็นสำคัญที่พึงพิจารณาจากงานวิจัยเรื่องนี้มี 2 ประเด็นหลัก คือ การใช้ Facebook เพื่อการทำธุรกิจยังมีน้อยมาก นอกจากนั้นคณะผู้วิจัยได้สังเกตว่า หากใครใช้ Facebook เพื่อโฆษณาส่วนตัวหรืองานประเภทขายตรง มักจะถูกต่อว่าอย่างรุนแรงจากผู้ที่ เป็นเจ้าของ Profile นั้น อีกประเด็นที่พึงพิจารณา คือ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่สูงในแทบทุกปัจจัย แสดงให้เห็นว่า ความแตกต่างในการใช้ Facebook ของกลุ่มตัวอย่างมีอยู่สูงมากถึงแม้จะเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัย ซึ่งควรจะมีลักษณะความคิด หรือทัศนคติที่ใกล้เคียงกัน ดังนั้น ผู้ที่จะใช้ Facebook เพื่อประโยชน์ใด ๆ โดยเฉพาะด้านธุรกิจ จึงจำเป็นที่จะต้องวางแผนกลยุทธ์เป็นอย่างดี เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานสูงสุด

