

ผลกระทบของการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อความพึงพอใจการใช้บริการ สำนักงานบริหารหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาและวิจัยของนิสิต

คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

กิริณดา ไชยศรีสุทธิ์¹ ชลธิชา อินอุ่นโชติ¹ อินทร์ อินอุ่นโชติ^{2*}

Received: April 26, 2023

Revised: October 26, 2023

Accepted: October 31, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบของการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อความพึงพอใจการใช้บริการสำนักงานบริหารหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาและวิจัย ของนิสิตคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนิสิตบัณฑิตศึกษา จำนวน 203 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ พบว่า 1) การประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ด้านการเป็นช่องทางในการรับความคิดเห็นด้านการให้บริการเชิงรุก และด้านการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความพึงพอใจการใช้บริการสำนักงานบริหารหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาและวิจัยโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น มหาวิทยาลัยควรมีการปรับกระบวนการให้บริการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้มากขึ้น เพื่อส่งเสริมการพัฒนาระบบการดูแลและให้คำปรึกษากับผู้เรียนมากขึ้น และจะส่งผลต่อความพึงพอใจศิษย์ปัจจุบันและทางเลือกสำหรับศิษย์ใหม่ในการหาข้อมูลผ่านสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: การประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ความพึงพอใจในการใช้บริการ
สำนักงานบริหารหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา

¹ นักวิชาการศึกษา, คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

* Corresponding author Email: wai.ple.fiew@gmail.com



Effects of Online Social Media Application on User Satisfaction of Office of Graduate Programs and Research Administration, Mahasarakham Business School Mahasarakham University

Kirinda Chaisrisuth¹ Choticha Inouchot¹ In Inouchot^{2*}

Abstract

The objective of this research was to study test effects of online social media application on user satisfaction of office of graduate programs and research administration of Mahasarakham Business School Mahasarakham University. Data were collected from 203 Master of students mahasarakham business school, mahasarakham university. Statistics used of analyzing data were multiple correlation analysis and multiple regression analysis. A according to analyses of relationships and effects, to online social media application apply in the aspects of service to customer responses overall had positive relationships with and effects on equitable service, quick service and continuous service. Universities should allow the use of various media to bring online networks to use in teaching and learning as well as review and adjust the content, for a more effective training.

Keywords: Online Social Media Application Apply, Office of Graduate Programs and Research Administration, Service Satisfaction

¹ Educator of Mahasarakham Business School, Mahasarakham University.

² Assistant Professor Dr., Faculty of Business Administration and Accountancy, Roi Et Rajabhat University.

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศ เกิดการเปลี่ยนแปลงของโลกในหลาย ๆ ด้านทั้งด้านเศรษฐกิจ และสังคมอันนำไปสู่การปรับตัวเพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ทุกประเทศทั่วโลกกำลังมุ่งสู่กระแสใหม่ของการเปลี่ยนแปลงที่เรียกว่า สังคมความรู้ (Knowledge Society) และระบบเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-Based Economy) ที่จะต้องให้ความสำคัญต่อการใช้ความรู้และนวัตกรรม (Innovation) เป็นปัจจัยในการพัฒนาและการผลิตมากกว่าการใช้เงินทุน ความก้าวหน้าของระบบอินเทอร์เน็ตคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีการสื่อสารก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ทางสังคมเครือข่ายสังคมใหม่ที่รู้กันอย่างแพร่หลายว่า จะเห็นได้ว่าตั้งแต่เทคโนโลยีการสื่อสารพัฒนาอย่างก้าวล้ำ สื่อสังคมออนไลน์กลับส่งผลไปในทางลบต่อชีวิตประจำวันและความสัมพันธ์ของคนในสังคมอย่างชัดเจนยิ่งขึ้น จนกลายเป็นประเด็นทางสังคม ที่ทั้งสื่อ กฎหมาย และประชาชนเองจะต้องให้ความสำคัญในการป้องกันและแก้ไขปัญหาเหล่านี้โดยเฉพาะกับกลุ่มวัยรุ่นที่ใช้เวลาไปกับสื่อออนไลน์วันละหลายชั่วโมง จนอาจนำไปสู่ความขัดแย้ง ทะเลาะวิวาท จนถึงขั้นทำร้ายร่างกายตามมา อย่างไรก็ตาม สิ่งที่เราสามารถทำได้ในการป้องกันภัยที่มาจากสื่อสังคมออนไลน์ก็คือการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) โดยต้องเข้าใจสภาพของสื่อออนไลน์ว่าเป็นสังคมที่มีทั้งพื้นที่ส่วนตัวและพื้นที่สาธารณะ เรียนรู้การสื่อสารและการมีปฏิสัมพันธ์บนโลกออนไลน์กับชีวิตจริงว่า ความรอบคอบและมีสติทุกครั้งในการสื่อสารและแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ บนโลกออนไลน์ คือวิธีป้องกันภัยร้ายได้อย่างดี (ภคพล จิราณาเทพ, 2564) ซึ่งโซเชียลมีเดีย (Social Media) เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น โดยเฉพาะกับกลุ่มนักศึกษาที่มีการใช้ติดต่อสื่อสารกันอย่างแพร่หลาย และยังมีบทบาทกับระบบการศึกษาด้วย ผู้สอนจะสามารถประยุกต์ใช้โซเชียลมีเดียกับการศึกษา นำมาเป็นช่องทางในการจัดการเรียนการสอนอย่างมีระบบ และมีประสิทธิภาพเพื่อให้ทันต่อยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป (จุฑามาศ สนทนง, 2564) สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อดิจิทัลหรือซอฟต์แวร์ที่ทำงานอยู่บนพื้นฐานของระบบเว็บหรือเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ตที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคมที่มีผู้สื่อสารจัดทำขึ้น โดยที่ผู้เขียนจัดทำขึ้นเองหรือพบเจอสิ่งต่าง ๆ (อรรธณ วงศ์แก้วโพธิ์, 2562) การประยุกต์โปรแกรมประยุกต์ (Application) ที่ใช้เพื่อการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้คนในพื้นที่ดิจิทัลด้วยรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น LINE, Facebook, Twitter, Google+, Myspace, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Snapchat, WhatsApp หรือ WeChat ได้กลายมาเป็นจุดสูงสุดของยุคข้อมูลข่าวสารในปัจจุบันที่เข้ามามีบทบาทต่อการสร้างความสัมพันธ์ และความเป็นไปในแง่มุมต่าง ๆ ของมนุษย์ชาติที่วกกันว่าเป็นไปอย่างพลิกผัน (Disruptive) (โกญจนาท เจริญสุข, 2558)

ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของผู้ใช้ที่มีผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่ได้รับกับสิ่งที่คาดหวัง ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้เกิดจากความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ได้รับกับสิ่งที่คาดหวัง (สมิต สัชนุกร, 2566) ซึ่งหากพิจารณาถึงความพึงพอใจในการบริการ (Service Satisfaction)ว่าจะเกิดความพึงพอใจมากน้อยเพียงใดสามารถพิจารณาได้จากความแตกต่างระหว่างการบริการที่ได้รับและการบริการที่คาดหวัง ถ้าได้รับการบริการต่ำกว่าความคาดหวังทำให้เกิดความไม่พอใจ แต่ถ้าระดับผลของการบริการสูงกว่าความคาดหวังจะทำให้เกิดความพึงพอใจ ผู้ใช้ก็จะเกิดความประทับใจจะส่งผลให้ผู้ใช้กลับไปใช้บริการซ้ำอีก จึงกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจในการบริการเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของบุคคลอันเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบการรับรู้สิ่งที่ได้รับจากการบริการไม่ว่าจะเป็นารรับบริการหรือการให้บริการในระดับที่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่คาดหวังเกี่ยวกับการบริการนั้น ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการและความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ (มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2558)



คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ เป็นหน่วยงานหนึ่งของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งจัดตั้งขึ้นตามระเบียบมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ว่าด้วยคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ ตั้งแต่วันที่ 19 กรกฎาคม พ.ศ. 2541 มีลักษณะของการดำเนินงาน และรูปแบบการบริหารงานแบบนอกระบบราชการ เน้นความคล่องตัว มีประสิทธิภาพ และพึ่งตนเองมากที่สุดในการจัดการศึกษา โดยมีสภามหาวิทยาลัยมหาสารคาม ทำหน้าที่กำกับดูแลและควบคุม คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ ได้พัฒนาความก้าวหน้าทั้งทางวิชาการและการบริหารงานมาโดยตลอดเกือบ 15 ปี ที่ก้าวเดินบนเส้นทางการผลิตบัณฑิต มหาบัณฑิต และปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี เศรษฐศาสตร์ และบริหารธุรกิจ ซึ่งสำนักบริหารหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา และวิจัยเป็นหน่วยงานย่อยของคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มีภาระหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับงานจัดการเรียนการสอนระดับบัณฑิตศึกษา และงานบริหารการวิจัยโดยมีผู้อำนวยการหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาและวิจัยเป็นผู้ควบคุมดูแล ซึ่งกลุ่มงานบัณฑิตศึกษา ประกอบด้วยงานจัดการเรียนการสอนงานทะเบียน และงานพัฒนาศักยภาพและกิจกรรมนิสิตในระดับบัณฑิตศึกษา โดยมีหัวหน้ากลุ่มงาน (คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2557)

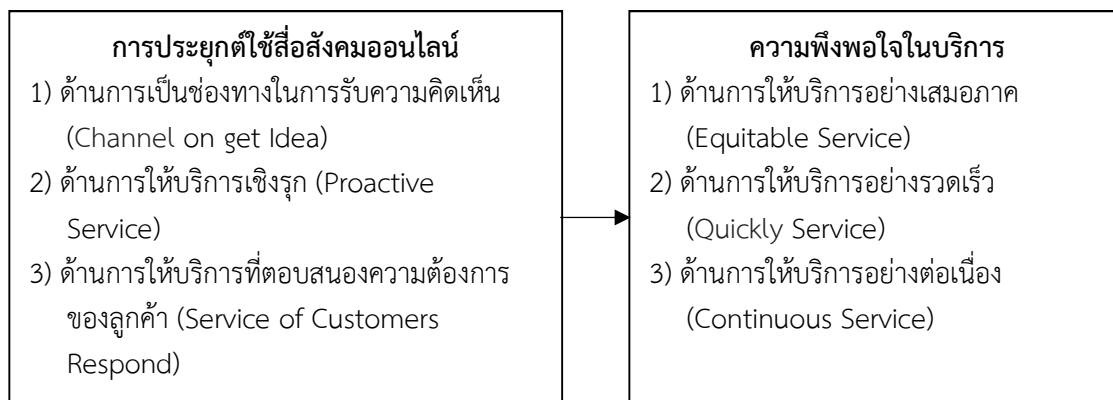
จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อความพึงพอใจการใช้บริการสำนักบริหารหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาและวิจัย ของนิสิตคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบว่าการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อความพึงพอใจการใช้บริการของนิสิตหรือไม่อย่างไร ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการสำนักบริหารหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาและวิจัยต่อไปให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้บริการต่อไปในอนาคต

1. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อทดสอบผลกระทบของการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อความพึงพอใจการใช้บริการสำนักบริหารหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาและวิจัยของนิสิตคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

2. กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

จากการศึกษา ผลกระทบของการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อความพึงพอใจการใช้บริการสำนักงานบริหารหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาและวิจัย ของนิสิตคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ผู้ศึกษาได้ใช้กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องผลกระทบของการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อความพึงพอใจการใช้บริการสำนักงานบริหารหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาและวิจัย ของนิสิตคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม คณะผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. การประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Online Social Media Application) เป็นรูปแบบของสื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสาร ซึ่งอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ ไปยังผู้รับสาร ผ่านเครือข่ายออนไลน์ โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือผู้รับสารด้วยตนเอง บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์จะให้บริการผ่านหน้าเว็บ และให้มีการตอบโต้กันระหว่างผู้ใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น Facebook, Line Instagram Twitter YouTube เป็นต้น (ทิตธนันท์ พุ่มนุช, 2558)

1.1 ด้านการเป็นช่องทางในการรับความคิดเห็น (Channel On get idea) หมายถึง การเปิดรับฟังความคิดเห็นของนิสิตที่มีต่อการใช้บริการต่าง ๆ เช่น การใช้สังคมออนไลน์ในการแจ้งคำตำหนิของนิสิต เช่น Facebook, Line, Instagram, Twitter, YouTube และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) เพื่อให้เข้าถึงผู้ให้บริการได้เร็วขึ้น และส่งผลให้เกิดการปรับปรุงที่ดีกว่าเดิม หรือการใช้สังคมออนไลน์เป็นสื่อในการชื่นชมและให้กำลังใจ รวมถึงการแสดงออกถึงความชื่นชอบ ความพึงพอใจในการให้บริการนั้น ๆ เป็นต้น

1.2 ด้านการให้บริการลูกค้าเชิงรุก (Proactive Service) หมายถึง การวางแผนการให้บริการ นิสิตล่วงหน้าอย่างละเอียดรอบคอบและมีความรับผิดชอบ รวมถึงเป็นการแสดงออกถึงความต้องการและปรารถนาที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการโดยไม่รีรอให้ผู้รับบริการร้องขอ โดยผู้ให้บริการต้องคำนึงถึงความต้องการเฉพาะของผู้ใช้บริการและได้รับความพึงพอใจสูงสุด เสมือนเป็นความต้องการของตนเอง ตลอดจนการแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับการเรียนการสอนเพื่อให้ได้ศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม

1.3 ด้านการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Service of Customers Respond) หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ทันเวลา มีความพร้อมในการให้บริการอย่างเต็มที่ที่จะอำนวยความสะดวกในการตอบคำถามต่าง ๆ ที่ผู้มารับบริการต้องการ การดำเนินงานที่ทำให้ผลของการดำเนินงานนำไปสู่ความต้องการของนิสิตนั้นจะต้องบริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใสแก่ผู้รับบริการ ที่สำคัญจะต้องมีการวางแผนและขั้นตอนการตรวจสอบในสิ่งที่นิสิตต้องการ เพื่อยุติงานผลข้อแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อความต้องการจริง มีการทำอย่างเป็นมาตรฐาน เป็นต้น

2. ความพึงพอใจการใช้บริการ (Service Satisfaction) เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อันเกิดจากพื้นฐานการรับรู้ ค่านิยมและประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับ และจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันไป (อรรณณ วงศ์โพธิ์แก้ว, 2562) ประกอบด้วย

2.1 การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง เจ้าหน้าที่ทำงานให้บริการอย่างเท่าเทียมกันตามลำดับก่อนหลังอย่างชัดเจน และทำงานด้วยความเต็มใจอยู่บนพื้นฐานความถูกต้อง มีความยุติธรรมในการบริการงานโดยมีฐานคติที่ว่าทุกคนเท่าเทียมกัน นิสิตทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันใน ไม่มีการแบ่งแยกกีดกัน ในการให้บริการนิสิตจะได้รับการปฏิบัติที่เข้ามาตราการให้บริการเดียวกัน

2.2 การให้บริการอย่างรวดเร็ว (Quickly Service) หมายถึง เจ้าหน้าที่ให้การบริการด้วยความรวดเร็วติดต่อได้ง่าย สามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้กับนิสิตได้ทันทีที่ต้องการความช่วยเหลือ และมีการทำงานอย่างเป็นระบบ มีการทำงานตรงต่อเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พอใจให้แก่นักศึกษา

2.3 การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง เจ้าหน้าที่มีการติดตามงานอย่างต่อเนื่องหลังจากการรับเรื่องกับผู้มารับบริการและมีการทำงานอย่างเป็นระบบ มีการวางแผนการทำงานที่ชัดเจนสามารถให้คำตอบแก่ผู้มารับบริการได้ ทั้งนี้หัวใจหลักต้องบริการด้วยความเต็มใจ สร้างสัมพันธภาพที่ดีให้ผู้มารับบริการเกิดความประทับใจ

3. สมมติฐานการวิจัย

การประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์มีผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจการใช้บริการสำนักบริหารหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาและวิจัย ของนิสิตคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนั้นจึงกำหนดวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา คณะการบัญชีและการจัดการที่มีชื่อในระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (MIS) ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม จำนวน 430 คน (มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2563)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา คณะการบัญชีและการจัดการที่มีชื่อในระบบ MIS ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม จำนวน 203 คน โดยเปิดตาราง Krejcie และ Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างตามความมุ่งหมายและกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 8 ข้อ

ตอนที่ 2 การประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จากความคิดเห็นมากที่สุด (5) ถึงความคิดเห็นน้อยที่สุด (1) จำนวน 15 ข้อ

ประกอบด้วย 3 ด้าน ด้านการเป็นช่องทางในการรับความคิดเห็น จำนวน 4 ข้อ ด้านการให้บริการลูกค้าเชิงรุก จำนวน 6 ข้อ และด้านการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จากความคิดเห็นมากที่สุด (5) ถึงความคิดเห็นน้อยที่สุด (1) จำนวน 13 ข้อ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค จำนวน 4 ข้อ ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็ว จำนวน 5 ข้อ และด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง จำนวน 4 ข้อ

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่นเครื่องมือ (Reliability Test) และค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยเทคนิค Item-total Correlation ซึ่งการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.573–0.759 และความพึงพอใจการใช้บริการ มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.712–0.874 อยู่ในระดับมากกว่า 0.30 สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้ค่าความเชื่อมั่นเครื่องมือ (Reliability Test) และค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยเทคนิค Item-total Correlation ซึ่งการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.815–0.889 และความพึงพอใจการใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.891–0.927 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally and Bernstein (1994) ที่เสนอว่าค่าความเชื่อมั่นเกินกว่า 0.70 เป็นค่าที่ยอมรับได้เป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพ สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้ ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามมีจำนวนเท่ากับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย พร้อมกับตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน และความสมบูรณ์ของเอกสารเตรียมเก็บข้อมูล จัดทำบันทึกข้อความขอความอนุเคราะห์นิตระดับบัณฑิตศึกษาเพื่อตอบแบบสอบถาม และดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ในวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 – 30 มกราคม พ.ศ. 2565 จำนวน 203 ชุด โดยการเก็บด้วยตนเองตามชั้นเรียนและได้แบบสอบถามครบ 203 ชุด ได้แก่ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต จำนวน 83 คน หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต จำนวน 51 คน หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต จำนวน 31 คน หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต จำนวน 15 คน และระดับปริญญาเอก จำนวน 23 คน เพศหญิง 144 คน เพศชาย 59 คน เป็นต้น โดยมีระยะเวลาการเก็บรวบรวม 92 วัน ตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับตอบกลับคืนจำนวน 203 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar และ Day (2001) ได้นำเสนอว่าการส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้ดำเนินการคีย์ข้อมูลและทำการวิเคราะห์ข้อมูลในโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ต่อไป

5. การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

การประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จากความคิดเห็นมากที่สุด (5) ถึงความคิดเห็นน้อยที่สุด (1) จำนวน 15 ข้อ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการเป็นช่องทางในการรับความคิดเห็นจำนวน 4 ข้อ ด้านการให้บริการลูกค้าเชิงรุกจำนวน 6 ข้อ และด้านการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า จำนวน 5 ข้อ ความพึงพอใจของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จากความคิดเห็นมากที่สุด (5) ถึงความคิดเห็นน้อยที่สุด (1) จำนวน 13 ข้อ ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่

ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค จำนวน 4 ข้อ ด้านการให้บริการอย่างรวดเร็ว จำนวน 5 ข้อ และด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง จำนวน 4 ข้อ

6. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ และความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจการใช้บริการสำนักบริหารหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาและวิจัยโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางและคำอธิบายผลของข้อมูลในตาราง

ในการศึกษานี้ได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2543)

4.51 – 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

3.51 – 4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

2.51 – 3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

1.51 – 2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

1.00 – 1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์กับความพึงพอใจการใช้บริการสำนักบริหารหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาและวิจัย ของนิสิตคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

7. การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อความพึงพอใจการใช้บริการสำนักบริหารหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาและวิจัย ของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา คณะการบัญชีและการจัดการ ซึ่งแปลความหมายและเขียนสมการได้ ดังนี้

TES = ความพึงพอใจการใช้บริการ โดยรวม

CHA = การประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ด้านการเป็นช่องทางในการรับความคิดเห็น

PSA = การประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ด้านการให้บริการเชิงรุก

NDA = การประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ด้านการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

$$\text{สมการ TES} = \beta_0 + \beta_1\text{CHA} + \beta_2\text{PSA} + \beta_3\text{NDA} + \epsilon$$

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องผลกระทบการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อความพึงพอใจการใช้บริการสำนักบริหารหลักสูตร ระดับบัณฑิตศึกษาและวิจัย ของนิสิตคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม สามารถนำเสนอผลการวิจัยดังนี้

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อความพึงพอใจ การใช้บริการสำนักบริหารหลักสูตร ระดับบัณฑิตศึกษาและวิจัย ของนิสิตคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ตัวแปร	TES	CHA	PSA	NDA	VIFs
$\bar{X}$	4.10	4.09	3.93	3.97	
S.D.	0.50	0.54	0.54	0.64	
TES	-	0.536*	0.551*	0.646*	
CHA		-	0.585*	0.604*	1.744
PSA			-	0.657*	1.950
NDA				-	2.019

หมายเหตุ* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันหรือเกิดเป็น Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระมีค่าตั้งแต่ 1.744-2.019 ซึ่งมาค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีความสัมพันธ์กันสูง (Black, 2006)

ตารางที่ 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยรวม

การประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์	ความพึงพอใจการใช้บริการ		t	p-value
	โดยรวม			
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (<i>a</i>)	1.483	0.219	6.783	0.000*
1. ด้านการเป็นช่องทางในการรับความคิดเห็น	0.168	0.063	2.653	0.009*
2. ด้านการให้บริการเชิงรุก	0.151	0.067	2.242	0.026*
3. ด้านการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า	0.337	0.058	5.837	0.000*

F = 57.627, p = 0.000, Adj R² = 0.457

F = 57.627, p = 0.000, Adj R² = 0.457

หมายเหตุ* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า การประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ด้านการเป็นช่องทางในการรับความคิดเห็น ด้านการให้บริการเชิงรุก และด้านการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความพึงพอใจการใช้บริการสำนักบริหารหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาและวิจัย โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเรียงลำดับค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาจากมากไปหาน้อย

ดังนี้ ด้านการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า 2.019 ด้านการให้บริการเชิงรุก 1.950 และด้านการเป็นช่องทางในการรับความคิดเห็น 1.744 ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผู้วิจัยและคณะสามารถสรุปและอภิปรายผลการวิจัยโดยนำผลการวิเคราะห์มาเชื่อมโยงกับแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อทดสอบผลกระทบของการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อความพึงพอใจการใช้บริการสำนักบริหารหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาและวิจัยของนิสิตคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

การประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ด้านการเป็นช่องทางในการรับความคิดเห็น ด้านการให้บริการเชิงรุก และด้านการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความพึงพอใจการใช้บริการสำนักบริหารหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาและวิจัย โดยเรียงลำดับค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านการให้บริการเชิงรุก และด้านการเป็นช่องทางในการรับความคิดเห็น เนื่องจากการเปิดรับความคิดเห็นของนิสิตที่มีต่อการใช้บริการต่าง ๆ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ติดต่ออย่างสามารถแก้ไขปัญหาให้กับนิสิตได้ทันทีที่ต้องการความช่วยเหลือ และมีการทำงานอย่างเป็นระบบ มีการวางแผนการทำงานที่ชัดเจนสามารถให้คำตอบแก่ผู้มารับบริการ ดังนั้น คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ควรส่งเสริมให้มีการนำสื่อสังคมออนไลน์มาประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนมากขึ้นเพื่อให้ผู้เรียนได้มีการเรียนรู้ด้วยตนเองตลอดเวลา และมีการพัฒนาปรับปรุงสื่อสังคมออนไลน์ให้เหมาะกับการจัดการเรียนการสอนของคณะฯ ซึ่งเป็นการรองรับการเตรียมความพร้อมเพื่อก้าวสู่ประชาคมอาเซียนต่อไป

เนื่องจากด้านช่องทางในการรับความคิดเห็น ด้านการให้บริการลูกค้าเชิงรุกและด้านการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการ อยู่ในระดับมาก เนื่องจากสื่อออนไลน์เป็นช่องทางให้เสนอความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ กับสำนักบริหารหลักสูตรฯ และคณะได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับการบังคับใช้ข้อบังคับของบัณฑิตกับเจ้าหน้าที่ อาจารย์ผู้สอนได้สะดวก ดังนั้น นิสิตจึงได้ให้ความสำคัญในการติดต่อสื่อสารโดยผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์มากขึ้นเพื่อความสะดวก ประหยัด งบประมาณเพียงเล็กน้อยก็สามารถติดต่อสื่อสารในเวลาอันรวดเร็วและกว้างขวาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hoffman (2018) พบว่า มิตรภาพในเครือข่ายสังคมออนไลน์ เปรียบเสมือนตลาดในการแลกเปลี่ยนความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน สามารถสร้างโอกาสให้กับใครสักคนเพียงเวลาไม่เกิน 30 วินาทีและส่งการแนะนำตัวไปยังเพื่อนอีกคนหนึ่งเป็นการลงทุนเพียงเล็กน้อยแต่มีโอกาสได้ผลตอบแทนที่ยิ่งใหญ่ในปัจจุบัน สอดคล้องกับแนวคิดของภาณุวัฒน์ กองราช (2554) พบว่า โดยส่วนใหญ่ใช้บริการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีใน Facebook เพื่อโต้ตอบบนกระดานสนทนา การเข้าร่วมกลุ่มต่าง ๆ การร่วมแสดงความคิดเห็นทำให้เกิดความเพลิดเพลินในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์สะดวกรวดเร็ว สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิชิต วิจิตรบุญรักษ์ (2562) พบว่า การสื่อสารข้อมูลมนุษย์ เป็นรูปแบบการสื่อสารข้อมูลที่เข้าถึงผู้คนทุกระดับในปัจจุบันโดยมีการใช้กันอย่างแพร่หลาย ภายใต้การพัฒนาตลอดเวลาของเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์ได้รับความนิยมขึ้นเรื่อย ๆ มากจากการใช้งานที่ง่ายเข้าถึงกลุ่มคนได้รวดเร็ว มีการแสดงความคิดเห็นไปมาจะเป็นสื่อหลักของผู้คนในโลกอนาคตอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

1. ควรศึกษาแนวทางในการส่งเสริมการนำเครือข่ายออนไลน์มาใช้ในการเรียนการสอนกับรายวิชาต่าง ๆ เพื่อพัฒนาระบบการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
2. ควรมีการวิเคราะห์กระแสตอบรับด้วยว่าสื่อที่นำมาใช้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากน้อยเพียงใด เพื่อให้เกิดประโยชน์และประสิทธิภาพสูงสุด
3. ควรตรวจสอบปรับปรุงเนื้อหาสาระตลอดจนตอบข้อสงสัยที่สอบถามอย่างสม่ำเสมออย่าปล่อยให้เกิดข้อสงสัยหรือการขัดแย้งขึ้น
4. ควรใช้ตัวแปรในงานวิจัยไปทำการศึกษากับหน่วยงานหรือ มหาวิทยาลัยอื่น ๆ เพื่อนำผลมาทำการเปรียบเทียบเกี่ยวกับการใช้บริการที่แตกต่างกันเพื่อพัฒนาการบริการผ่านสื่อออนไลน์ให้สมบูรณ์มากขึ้น

ประโยชน์ของการวิจัย

จากผลการศึกษาสามารถนำไปเป็นข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหารและบุคลากรสำนักบริหารหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาและวิจัย ในการวางแผนพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการนิสิต และเป็นข้อเสนอแนะในการศึกษาทำความเข้าใจการให้บริการของสำนักบริหารหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาและวิจัย ของนิสิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้บริหารคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ที่ให้การสนับสนุนทุนและงบประมาณในการดำเนินการศึกษาในการวิจัยเพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพตนเองและหน่วยงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

รายการอ้างอิง

- โกญจนาท เจริญสุข. (2558). *สื่อ Social Media กับการพัฒนาศักยภาพในการทำงาน*. มหาวิทยาลัยเกริก.
<https://lad.coj.go.th/th/file/get/file/202006125819ae244e57d78c7b38bd6d3a304cfe100110.pptx>
- คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. (2557). *รายงานประจำปีและข้อมูลทั่วไปคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปี 2556-2557*.
 คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- จุฑามาศ สนทนก. (2564). *การใช้ Social Media กับการเรียนการสอนอุดมศึกษายุคใหม่ผู้สนใจผู้เรียนตรงใจผู้สอน*. แบบสรุปข้อมูลจากการอบรมหรือสัมมนาทางวิชาการ.
- หัตถนันท์ พุ่มนุช. (2558). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคม (Social Network) เพื่อพัฒนาในการปฏิบัติงานของบุคลากรทางการศึกษาในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครปฐม. *Veridian E-Journal*, 5(1), 523-540.
- ภคพล จิรานาเทพ. (2564). *การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลบนเครือข่ายสังคมออนไลน์*. มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
<https://library.wu.ac.th/km/การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล/>
- ภาณุวัฒน์ กองราช. (2554). *พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย: กรณีศึกษา Facebook*. [ปริญญาานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.



- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). สุวีริยาสาส์น.
- พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์. (2562). สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต. *วารสารนักบริหาร*, 31(4), 99-103.
- มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. (2563). *ข้อมูลนิสิตนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*.
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. <https://erp.msu.ac.th/index/>
- มหาวิทยาลัยรามคำแหง. (2558). *นโยบายการใช้สื่อและความพึงพอใจของนักศึกษาต่อสังคมออนไลน์*.
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สมิต สัจฉกร. (2566). *การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นในชีวิตประจำวัน*
กรณีศึกษาเฉพาะ นักศึกษามหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. [วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ].
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- อรรธรณ วงศ์โพธิ์แก้ว. (2562). *ความพึงพอใจของนักศึกษาปริญญาตรีในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตใน*
หอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยขอนแก่น. [การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ].
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Aaker, D.A., Kumar, V. and Day, G.S. (2001). *Marketing research*. (7th ed). John Wiley and Sons.
- Black, K. (2006). *Business Statistics For Contemporary Decision Making*. (4th ed). John Wiley and Sons.
- Hoffman, A.T. (2018). Dynamic Capabilities and Operation Capabilities: A Knowledge Management Perspective. *Journal of Business Research*, 1(5), 145-160.