

ปัจจัยพยากรณ์ความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์  
เขตกรุงเทพมหานคร

PREDICTIVE FACTORS INTENTION  
IN SOCIAL NETWORK USAGE OF BUDDHIST MONKS IN BANGKOK

ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว

Sarantorn Sasithanakornkaew

ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Department of Communication Arts and Information Sciences, Faculty of Humanities,

Kasetsart University, Bangkok, Thailand

Sarantorn41@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องปัจจัยพยากรณ์ความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงกับความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์ และ 2) ศึกษาปัจจัยที่สามารถร่วมพยากรณ์ความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์ กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยคือพระสงฆ์ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายและปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และตัวแปรทั้ง 4 มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยทั้ง 4 ตัวแปรสามารถร่วมกันอธิบายความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ร้อยละ 44.0

**คำสำคัญ :** การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย กลุ่มอ้างอิง ความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

## ABSTRACT

This research “Predictive Factors of Intention in Social Network Usage of Buddhist Monks in Bangkok” is aimed to 1) study the relationship between technology self-efficacy, perceived usefulness, perceived ease of use, subjective norms and intention to use social network and 2) to examine factors that predict intention to use social network. Data are collected by survey questionnaires from 400 respondents. Research results are analyzed with frequency, percentage, mean, standard deviation and multiple regression analysis. The results of the study found that technology self-efficacy, perceived usefulness, perceived ease of use and subjective norms had positively correlated with intention to use social network at significant level 0.05. All of four factors predicted intention to use social network at significant level 0.05 and could explain intention to use social network with a percentage of 44.0

**Keywords:** perceived usefulness, perceived ease of use, subjective norms, intention to use social network

## บทนำ

ปัจจุบันโลกได้เข้าสู่ยุคของสังคมเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลให้รูปแบบและวิธีการสื่อสารในยุคนี้เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตมาก เทคโนโลยีสารสนเทศยังได้ส่งผลก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตพฤติกรรมสื่อสาร รวมถึงการใช้ช่องทางการสื่อสารที่เรียกว่า “เครือข่ายสังคมออนไลน์” ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลและยังเปิดโอกาสให้ผู้คนสามารถนำเสนอเรื่องราวของตนได้อย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น เครือข่ายสังคมออนไลน์จึงเปรียบเสมือน

พื้นที่ที่ทำให้คนทุกเพศ ทุกวัยสามารถเข้าถึงและติดต่อสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็ว แม้จะอยู่คนละสถานที่ก็ตาม

การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เริ่มแพร่วงกว้างและได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ จากผู้คนทั่วโลก โดยเฉพาะ facebook, twitter, instagram, youtube และสื่อสังคมอื่น ๆ เนื่องจากสิ่งเหล่านี้ช่วยให้ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็ว ไร้ข้อจำกัดในเรื่องของเวลาและสถานที่ และเพราะวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีเหล่านี้ จึงทำให้มีจำนวนผู้ใช้และปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านเครือข่ายสังคม

ออนไลน์เพิ่มสูงขึ้นทุกปี ดังจะเห็นได้จากข้อมูลจากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (Electronic Transactions Development Agency, 2016) ได้เปิดเผยผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2559 พบว่า คนไทยเล่นอินเทอร์เน็ตผ่านมือถือสูงขึ้นร้อยละ 9 จากปี 2558 โดยมียอดเฉลี่ยในการใช้ 6.2 ชั่วโมงต่อวัน สื่อสังคมออนไลน์ที่ถูกใช้งานบ่อยที่สุด คือ facebook ร้อยละ 84.2 line ใช้ ร้อยละ 82 และ youtube ร้อยละ 76.9 ตามลำดับ โดยกิจกรรมที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตนิยมทำ ได้แก่ การพูดคุยผ่าน social network ร้อยละ 86.8, ดูวิดีโอใน youtube ร้อยละ 66 และอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 55.7 ตามลำดับ

จากข้อมูลข้างต้น เห็นได้ว่าคนไทยไปมีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์สูงขึ้น และเริ่มขยายวงกว้างเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ไม่เว้นแม้แต่สถาบันทางศาสนา ที่ได้เริ่มปรับตัวให้เข้ากับยุคเทคโนโลยีสารสนเทศเพิ่มมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากมีพระสงฆ์จำนวนมากที่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสื่อสารโดยมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารที่แตกต่างกันไป จากผลการวิจัยเรื่องทัศนคติ พฤติกรรมและการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์ในเขตกรุงเทพมหานคร (Varasin, 2016) พบว่าพระสงฆ์ใช้ระยะเวลาในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อครั้ง 1 – 2 ชั่วโมง ความถี่ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 1 – 10 ครั้ง ต่อวัน โดยมีการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์ในด้านความรู้ การติดต่อสื่อสาร การเผยแพร่ธรรมะและด้านความบันเทิง ดังเช่นที่เราพบเห็น

พระสงฆ์หลาย ๆ รูปใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการเผยแผ่พระพุทธศาสนาผ่านทางเฟซบุ๊ก แฟนเพจ หรือบางรูปใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการตอบข้อสงสัยทางธรรมแก่ญาติโยม เป็นต้น ขณะเดียวกันก็พบเห็นพระสงฆ์หลาย ๆ รูปที่ใช้เพื่อความบันเทิงหรืออาจใช้ในทิศทางที่ไม่เหมาะสม เช่นการโพสต์ภาพที่ไม่เหมาะสมในแก่สมณเพศบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นต้น

จากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยพบว่างานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีการศึกษาเฉพาะกลุ่มเด็ก วัยรุ่น นักศึกษา เป็นส่วนใหญ่ มีงานวิจัยที่ศึกษาในกลุ่มของพระสงฆ์ค่อนข้างน้อย ซึ่งในขณะที่พระสงฆ์จำนวนมากในปัจจุบันมีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างแพร่หลาย ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยพยากรณ์ความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาปัจจัยต่าง ๆ อันนำไปสู่การยอมรับและตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์ในเขตกรุงเทพมหานคร อันจะนำมาสู่ความเข้าใจและเป็นแนวทาง ในการพัฒนาส่งเสริมพระสงฆ์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในทางที่เป็นประโยชน์ต่อไป

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนในการใช้เทคโนโลยี การสื่อสาร การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงกับความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่สามารถร่วมพยากรณ์ความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้วิจัยคาดหวังว่าผลการวิจัยจะก่อให้เกิดประโยชน์ดังนี้

1. ได้องค์ความรู้ความเข้าใจ ปัจจัยต่างๆ ทางด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อพระสงฆ์ในการยอมรับใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

2. เพื่อเป็นแนวทางกำหนดหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาเครือข่ายสังคมออนไลน์ในอันที่จะเป็นประโยชน์แก่พระสงฆ์

3. เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมพัฒนาการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์แก่พระสงฆ์ในด้านต่างๆ เช่นการเผยแผ่พระพุทธศาสนา

### ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยพยากรณ์ความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมุ่งศึกษาตัวแปร การรับรู้ความสามารถของตนในการใช้เทคโนโลยี การสื่อสาร การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ รวมไปถึงการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ที่มีความสัมพันธ์ต่อความ

ตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พระสงฆ์ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ที่มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จำนวน 400 รูป การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ

### สมมุติฐานในการวิจัย

1. การรับรู้ความสามารถของตนในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์

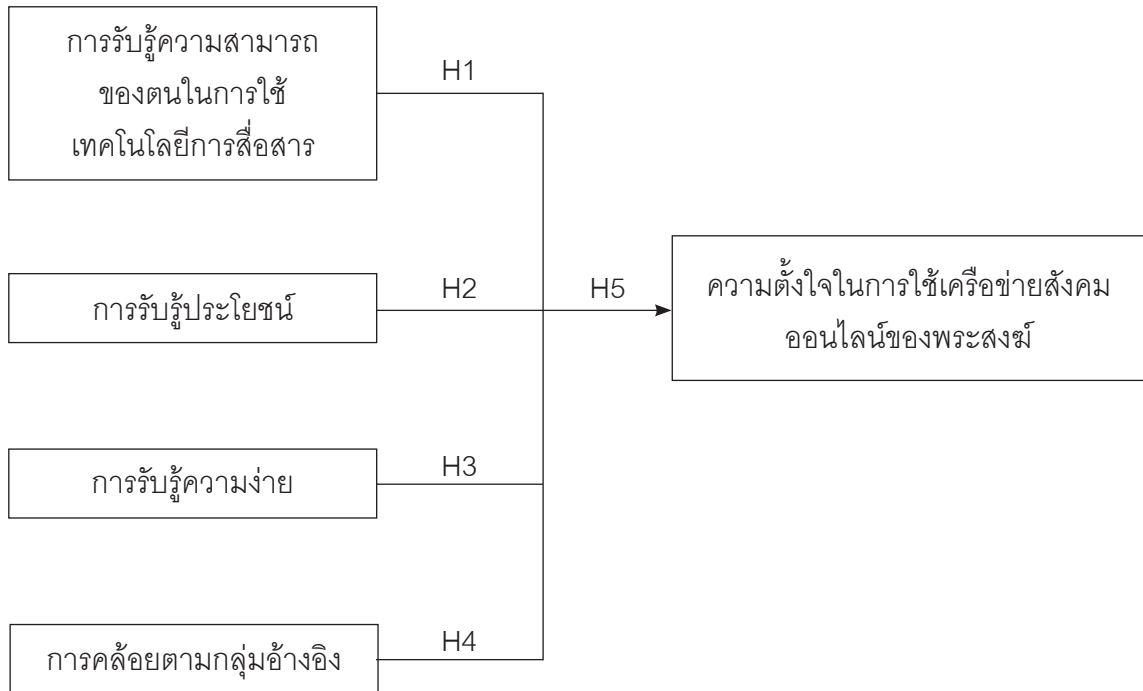
2. การรับรู้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์

3. การรับรู้ความง่ายมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์

4. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์

5. การรับรู้ความสามารถของตนในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีประสิทธิภาพการพยากรณ์ความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์

## กรอบแนวคิดของการวิจัย



## ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยพยากรณ์ความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์ ในเขตกรุงเทพมหานครฯ ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการวิจัยแบบสำรวจเพื่อรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ พระสงฆ์ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครฯ ข้อมูลจากสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ (National Office of Buddhism, 2016) มีจำนวน 13,512 รูป โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน 5 % ได้ขนาด

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนวิธีการสุ่มแบบง่ายด้วยการแบ่งกรุงเทพมหานครออกเป็น 50 เขต และจับฉลากออกมา 10 เขต จากนั้นกำหนดโควตา กำหนดกลุ่มตัวอย่างเขตละเท่า ๆ กัน เขตละ 40 รูป รวมเป็น 400 รูป และใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ โดยการเก็บข้อมูลจากพระสงฆ์ที่มีพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่จำพรรษาอยู่ในวัดทั้ง 10 เขตที่จับฉลากได้ เก็บข้อมูลในช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายน 2560

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม การรับรู้ความสามารถของตนในการใช้เทคโนโลยี

การสื่อสาร การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงและความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์ ใช้วิธีวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนาเพื่อแจกแจงความถี่ แสดงค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยของตัวแปรต่าง ๆ และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมุติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยวิธีของเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ ซึ่งใช้อธิบายความสัมพันธ์และประสิทธิภาพการทำนายตัวแปรต่าง ๆ

## สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

### สรุปผลการวิจัย

#### 1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 20-30 ปี จำนวน 223 รูป คิดเป็นร้อยละ 55.8 ส่วนใหญ่มีระยะเวลาจำพรรษา 1-3 พรรษา จำนวน 146 รูป คิดเป็นร้อยละ 36.5 ระดับการศึกษาทางโลก พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาทางโลกในระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า จำนวน 147 รูป คิดเป็นร้อยละ 36.8 ระดับการศึกษาทางธรรม ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาทางธรรมในระดับเปรียญตรี (ประโยค 1-2 ถึง ป.ธ. 3) จำนวน 105 รูป คิดเป็นร้อยละ 23.5

#### 2. การรับรู้ความสามารถของตนในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร

กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรับรู้ความสามารถของตนในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร

ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.50 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความมั่นใจในการใช้อินเทอร์เน็ตด้วยตนเองมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.68 รองลงมา คือ รู้สึกมั่นใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ด้วยตนเอง มีค่าเฉลี่ย 3.65 และข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ เมื่อมีแอปพลิเคชันหรือสื่อสังคมออนไลน์ประเภทใหม่ ๆ ออกมาสามารถเรียนรู้การใช้งานด้วยตนเองค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.32

#### 3. การรับรู้ประโยชน์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรับรู้ประโยชน์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.78 ในระดับสูง โดยกลุ่มตัวอย่างรับรู้ประโยชน์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้ค้นคว้าหาข้อมูลด้านธรรมะได้สะดวกรวดเร็วมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.06 และเป็นช่องทางในการเผยแพร่ธรรมะรองลงมา ค่าเฉลี่ยที่ 3.79 กลุ่มตัวอย่างรับรู้ประโยชน์ด้านเครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้รู้จักหรือมีเพื่อนใหม่น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.54

#### 4. การรับรู้ความง่ายในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรับรู้ความง่ายในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.69 อยู่ในระดับสูง โดยสามารถหาข้อมูลผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้โดยง่ายมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.83 รองลงมาได้แก่เครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้ท่านติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นได้ทุกสถานที่ที่ต้องการ ค่าเฉลี่ย 3.78 และข้อที่ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ แอปพลิเคชันหรือสื่อสังคมออนไลน์ประเภทใหม่ ๆ ที่มีผู้พัฒนาขึ้นมาแทนที่

สื่อสังคมออนไลน์เก่า ๆ มักจะมีวิธีใช้งานง่ายกว่าเดิม ค่าเฉลี่ย 3.55

#### 5. การคัดลอกตามกลุ่มอ้างอิง

กลุ่มตัวอย่างมีการคัดลอกตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยรวมในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.33 โดยกลุ่มตัวอย่างใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อสื่อสารกับบิดา มารดา ญาติสนิทอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.49 รองลงมาคือ ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพราะต้องติดต่อสื่อสารกับกลุ่มพระสงฆ์ด้วยกันมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.45 โดยที่พี่/น้อง แนะนำ ชวนให้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.10

#### 6. ความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยรวมในระดับปานกลาง 3.52 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจที่จะใช้เครือข่ายสังคมต่อเนื่องไปเรื่อย ๆ มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.60 และในอนาคตหากมีสื่อสังคมออนไลน์ประเภทใหม่ ๆ มาทดแทนสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้อยู่ปัจจุบัน ยังคงสนใจจะใช้ และตั้งใจจะใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากขึ้นตามลำดับ

#### 7. การทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 1** การรับรู้ความสามารถของตนในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์

ผลการวิจัยพบว่าการรับรู้ความสามารถของตนในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ .507 มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง

**สมมติฐานข้อที่ 2** การรับรู้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์

ผลการวิจัยพบว่าการรับรู้ประโยชน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ .550 มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง

**สมมติฐานข้อที่ 3** การรับรู้ความง่ายมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์

ผลการวิจัยพบว่าการรับรู้ความง่ายมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ .576 มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง

**สมมติฐานข้อที่ 4** การคัดลอกตามกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์

ผลการวิจัยพบว่าการคัดลอกตามกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ .585 มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง



**ตารางที่ 1** ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพยากรณ์กับความตั้งใจในการใช้  
เครือข่ายสังคมออนไลน์

ความสัมพันธ์ของปัจจัยพยากรณ์กับความตั้งใจ ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	r	sig	ระดับ ความสัมพันธ์
การรับรู้ความสามารถของตนในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร	.507*	.000	ปานกลาง
การรับรู้ประโยชน์	.550*	.000	ปานกลาง
การรับรู้ความง่าย	.576*	.000	ปานกลาง
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	.585*	.000	ปานกลาง

หมายเหตุ : \* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 5** การรับรู้ความสามารถของตนในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีประสิทธิภาพการพยากรณ์ความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์

พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนในการใช้คอมพิวเตอร์ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายและปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 อธิบายการแปรผันของความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์ได้ร้อยละ 44.0 โดยปัจจัย

ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐานเท่ากับ 0.322 มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่าย มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน เท่ากับ 0.235 มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ปัจจัยปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐานเท่ากับ 0.123 มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนในการใช้คอมพิวเตอร์มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐานเท่ากับ 0.108 มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตามลำดับ



**ตารางที่ 2** ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อแสดงอิทธิพลของปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายและปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ปัจจัยพยากรณ์ความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	b	Beta	t	Sig.
การรับรู้ความสามารถของตนในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร	.112	.108	2.004	.046*
การรับรู้ประโยชน์	.150	.123	2.082	.038*
การรับรู้ความง่าย	.272	.235	4.104	.000*
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	.315	.322	6.597	.000*

$R^2 = 0.446$ , Adjusted  $R^2 = 0.440$ , Sig = .000\*

หมายเหตุ : \* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### อภิปรายผลการวิจัย

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์ ทั้งนี้ พบว่าการรับรู้ความสามารถของตนในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์ ซึ่ง Bandura (1977) ได้อธิบายไว้ว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองจะเกี่ยวข้องกับการที่บุคคลได้รู้ว่าตนสามารถแสดงพฤติกรรมนั้นได้ตามการคาดหวังของตนภายใต้สภาพการณ์หนึ่งหรือไม่ หรือจะทำได้ในระดับใด การรับรู้ความสามารถของตนเองมีความสัมพันธ์กับการ

กระทำของบุคคล นั่นคือ ถ้าบุคคลมีการรับรู้ความสามารถของตนเองในการกระทำพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งสูง บุคคลก็มีแนวโน้มที่จะกระทำพฤติกรรมนั้นสูงด้วยเช่นเดียวกัน แต่ถ้าบุคคลมีการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำในการกระทำพฤติกรรมนั้น บุคคลก็มีแนวโน้มที่จะไม่กระทำพฤติกรรมนั้นเลย จากผลการวิจัยนี้จึงเป็นการสนับสนุนแนวคิดเรื่องการรับรู้ความสามารถของตนเอง ดังนั้น หากพระสงฆ์มีการรับรู้ความสามารถของตนในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารเพิ่มขึ้นก็จะมีแนวโน้มที่จะมีความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้น

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์ กลุ่มอ้างอิงได้แก่ บิดามารดา ญาติพี่น้อง เพื่อนและกลุ่มพระสงฆ์ด้วยกัน

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่ากลุ่มอ้างอิงเหล่านี้ มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ แม้ในความเป็นจริงพระสงฆ์ คือ สมณะเพศที่มุ่งศึกษาธรรมะ ไม่ยุ่งเกี่ยวกับทางโลก หากก็ต้องยอมรับว่าสถาบันสงฆ์เป็นส่วนหนึ่งของสังคม กิจต่าง ๆ ทางธรรมยังมีความเกี่ยวพันกับฆราวาสอยู่ไม่น้อย ด้วยเหตุนี้พระสงฆ์จึงหลีกเลี่ยงการติดต่อสื่อสารโดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่ได้ ด้วยกลุ่มอ้างอิงเหล่านี้ล้วนมีอิทธิพลไม่ทางตรงก็ทางอ้อมต่อความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกลุ่มอ้างอิงที่ว่า เป็นกลุ่มคนที่มีบทบาทต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล ทั้งทางตรงและทางอ้อม (Ajzen & Fishbein, 1970) และสอดคล้องกับผลการวิจัยที่แสดงให้เห็นว่ากลุ่มอ้างอิงมีบทบาทต่อพฤติกรรม เช่น งานวิจัยของ วริศรา สอนจิตร (Sonchit, 2014) เรื่องความตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการออนไลน์ผ่านสมาร์ตโฟน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยบรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงกลุ่มทุติยภูมิ คือ บล๊อคเกอร์และปัจจัยบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงกลุ่มปฐมภูมิ คือ เพื่อนสนิทมีผลกระทบทางตรงต่อความตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการออนไลน์ผ่านสมาร์ตโฟน เช่นเดียวกับงานวิจัยของ บงกช รัตนปริดากุล (Rattanapreedagul, 2011) เรื่องอิทธิพลของทัศนคติและบรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ของผู้บริโภควัยทำงานตอนต้น ผลการวิจัยพบว่า บรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิง 2 กลุ่ม คือ สมาชิกชุมชนออนไลน์และเพื่อนร่วมงานมีผลต่อพฤติกรรม

การซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ของผู้บริโภควัยทำงานตอนต้น

การรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ความง่าย มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์ แสดงให้เห็นว่าเมื่อพระสงฆ์มีการรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ก็จะนำไปสู่ความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า พระสงฆ์มีระดับการรับรู้ประโยชน์และความง่ายในระดับที่สูง พระสงฆ์ส่วนใหญ่ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไปในการเผยแพร่ธรรมะและติดต่อสื่อสารกับเครือข่ายพระสงฆ์ด้วยกันมากกว่าการใช้เพื่อความบันเทิง ซึ่งแนวคิดเรื่องการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model หรือ TAM) (Davis, 1989) ก็ได้อธิบายถึงเจตนาหรือความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมของบุคคลว่ามาจากปัจจัยหลัก 2 ปัจจัย คือ การรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ความง่าย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว (Sasithanakornkaew, 2016) งานวิจัยเรื่องการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ (SNS) ของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย (Gen Y) พบว่าการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ปัจจัยพยากรณ์ความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนในการ

ใช้เทคโนโลยี ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายและปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยตัวแปรทั้ง 4 ร่วมกันอธิบายการแปรผันของความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์ได้ร้อยละ 44.0 โดยปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน เท่ากับ 0.322 มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุด ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น กลุ่มอ้างอิงนับเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญและส่งผลต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (theory of reasoned action) โดย Ajzen & Fishbein (1970) ที่อธิบายว่าเป็นการรับรู้ของบุคคลว่าผู้ที่มีความใกล้ชิดหรือมีความสำคัญต่อตนคิดว่าตนควรหรือไม่ควรทำพฤติกรรมนั้น ด้วยเหตุนี้กลุ่มบุคคลเหล่านั้นจึงมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการกระทำหรือไม่ทำพฤติกรรม เช่นในงานวิจัยนี้กลุ่มอ้างอิงเป็นตัวแปรหนึ่งที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์

ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยไทยหลาย ๆ เรื่อง เช่น งานวิจัยของ ณัฐญ์นัน พรหมมา (Phrommha, 2015) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติ การรับรู้ความสามารถ การควบคุมพฤติกรรม และปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ และ พวงเพชร ศิริโอด (Siriod, 2015)

เรื่องปัจจัยด้านความตั้งใจซื้อที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้ามือสองของผู้บริโภคในตลาดนัด ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นในปัจจัยด้านความตั้งใจซื้อ พบว่า ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญปัจจัยด้านทัศนคติโดยภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ( $\bar{X} = 4.98$ ) รองลงมาจะเป็นปัจจัยด้านการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม ( $\bar{X} = 4.69$ ) และปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ( $\bar{X} = 3.79$ )

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน เท่ากับ 0.235 และปัจจัยปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน เท่ากับ 0.123 มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดเรื่องการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model หรือ TAM) โดย Davis (1989) ที่อธิบายว่าปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจและพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย 2 ตัวแปรที่สำคัญ คือ 1. การรับรู้ประโยชน์ (perceived usefulness) หมายถึงระดับความเชื่อของบุคคลที่ว่าเทคโนโลยีดังกล่าวมีประโยชน์แก่ตนและมีแนวโน้มช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของตนได้และส่งผลต่อการใช้เทคโนโลยี (Agarwa & Prasad, 1997; Chau, 1996; Igarbia et al., 1995) และ 2. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (perceived ease of use) คือ ระดับความเชื่อ ความคาดหวังของผู้ที่จะใช้เทคโนโลยี สามารถเรียนรู้ได้ง่ายและไม่ต้องใช้ความพยายามอย่างมากในการเรียนรู้

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. กลุ่มอ้างอิงเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์สูง เพราะต้องติดต่อสื่อสารกับกลุ่มพระสงฆ์ด้วยกัน ดังนั้น หน่วยงานด้านพุทธศาสนาหรือวัดต่าง ๆ ควรมีการส่งเสริมให้มีการใช้ในลักษณะที่เป็นเครือข่ายในกลุ่มพระสงฆ์ด้วยกัน เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งของเครือข่ายและนำไปสู่ความร่วมมือในการพัฒนาสถาบันสงฆ์และศาสนาพุทธต่อไป

2. จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า พระสงฆ์มีการรับรู้ประโยชน์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในระดับสูง โดยมีการใช้เพื่อช่วยค้นคว้าหาข้อมูลด้านธรรมะได้สะดวกรวดเร็วและเป็นช่องทางในการเผยแพร่ธรรมะมากที่สุด หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมการศาสนาควรสนับสนุนและส่งเสริมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์ เช่น การจัดอบรมการใช้สื่อออนไลน์เพื่อเป็นเครื่องมือในการศึกษาธรรมะตลอดจนเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ธรรมะให้เข้าถึงประชาชน ซึ่งในปัจจุบันมีการเปิดรับข่าวสารทางสื่อออนไลน์เป็นจำนวนมาก

3. จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนในการใช้คอมพิวเตอร์ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่าย และปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่ม

อ้างอิง มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ดังนั้น หากจะส่งเสริมให้พระสงฆ์มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากขึ้นเพื่อประโยชน์ในงานพระพุทธศาสนาแล้ว จำเป็นต้องส่งเสริมการรับรู้ในทุก ๆ ด้านให้มากขึ้นจึงจะนำไปสู่พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

### ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. การวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาวิจัยด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ตลอดจนพฤติกรรมและการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยอาจใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการสนทนากลุ่ม

2. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมโดยศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องตามแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยี หรือการแพร่กระจายนวัตกรรม เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มากยิ่งขึ้น

### กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ที่สนับสนุนทุนในการทำวิจัยเรื่องปัจจัยพยากรณ์ความตั้งใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์ เขตกรุงเทพมหานคร

## REFERENCES

- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1970). The prediction of behavior from attitudinal and normative variables. *Journal of Experimental Social Psychology*. 6, 466-487.
- Argarwal, R. & Prasad, J. (1997). The role of innovation characteristics and perceived voluntariness in the acceptance of information technologies. *Decision Sciences*. 28(3), 557- 582.
- Bandura, A. (1977). A self –efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*. 84(2), 191-215.
- Chau, P.Y.K. (1996). An empirical assessment of a modified technology acceptance model. *Journal of Management Information Systems*. 13(2), 185-204.
- Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*. 13(3), 319-339.
- Electronic Transactions Development Agency, Ministry of Information and Communication Technology. (2016). Report on Internet user behavior survey in Thailand 2016. Bangkok. Retrieved January 16,2018, from <https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/etda-research-thai-internet-2016>. (in Thai)
- Igbaria, M. & livari, J. (1995). The effects of self-efficacy on computer usage. *International Journal of Management Science* 23(6), 587-605.
- National Office of Buddhism. (2016). Basic Information on Buddhism 2016. Retrieved February 18,2018, from [http://www.onab.go.th/wp-content/uploads/2016/12/onab\\_primaryinfo60edit.pdf](http://www.onab.go.th/wp-content/uploads/2016/12/onab_primaryinfo60edit.pdf). (in Thai)
- Phrommha, N. (2015). Factors influencing the health of consumers in Bangkok. Independent Study, Master of Arts Program in MBA. Bangkok University. (in Thai)
- Rattanapreedagul, B. (2011). Influence of attitudes and norms of reference groups on consumers' buying behaviors and online services. Master of Communication Arts and Information. Kasetsart University. (in Thai)
- Sasithanakornkaew, S. (2016). The acceptance of social network service of generation y. *Suthiparithat Journal*. 29 (92), 65-79. (in Thai)
- Siriod, P. (2015). Purchasing intent factors that affect purchasing behavior: second hand products purchased

in flea market. Master of Technology Management, Institute of Engineering Suranaree University of Technology. (in Thai)

Sonchit, W. (2014). Online purchase intention of goods or service through smartphone. Master of Management,

Suranaree University of Technology. (in Thai)

Varasin, P. (2016). Attitude, behavior and the use of social networks of monk in the Bangkok area. Master of Communication Arts and Information. Kasetsart University. (in Thai)