

ธนพัทธ์ จันท์พิพัฒน์พงศ์. (2559). **ปัจจัยภายในบุคคลและสภาพแวดล้อมทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กด้วยปัญญาของนักศึกษาปริญญาตรี ในเขตกรุงเทพมหานคร**. ปริญญาโท วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร.อังคินันท์ อินทรกำแหง.

การวิจัยสหสัมพันธ์เชิงเปรียบเทียบนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อ 1) เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กด้วยปัญญาทั้งด้านรวมและรายด้านของนักศึกษาปริญญาตรีที่มีภูมิลำเนาต่างกัน 2) ศึกษาปฏิสัมพันธ์ร่วมระหว่างปัจจัยภายในบุคคลและปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมที่มีต่อพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กด้วยปัญญา 3) ศึกษาอำนาจการทำนายของปัจจัยภายในบุคคลและปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมที่มีต่อพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กด้วยปัญญา ของนักศึกษาปริญญาตรี จำนวน 510 คน ได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิตามสัดส่วน ใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามเป็นมาตรประเมินค่า 6 ระดับ จำนวน 6 ชุดที่มีค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง .66 ถึง .87 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา วิเคราะห์ค่าที วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสามทาง และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักศึกษาเพศหญิงมีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กด้วยปัญญาทั้งด้านรวมและพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กอย่างถูกกาลเทศะมากกว่านักศึกษาเพศชาย 2) นักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐมีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กอย่างปลอดภัยมากกว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน 3) นักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนมีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กด้วยปัญญาทั้งด้านรวมและรายด้าน 2 ได้แก่ พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กอย่างปลอดภัย และพฤติกรรมการสนับสนุนให้ผู้อื่นใช้เฟซบุ๊กด้วยปัญญามากกว่านักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐ 4) ด้านพบปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างการกำกับตนเองกับอิทธิพลจากคนรอบข้างที่มีต่อพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กด้วยปัญญาทั้งด้านรวมและรายด้าน 5) พบปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ เจตคติที่ดีต่อการใช้เฟซบุ๊กด้วยปัญญา และการรับรู้บรรทัดฐานของสังคมที่มีต่อพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กด้วยปัญญาทั้งด้านรวมและรายด้าน 3 ด้าน ได้แก่ พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กอย่างถูกกาลเทศะ พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กอย่างปลอดภัย และพฤติกรรมการสนับสนุนให้ผู้อื่นใช้เฟซบุ๊กด้วยปัญญา 6) ปัจจัยภายในบุคคล(การกำกับตนเอง การรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ เจตคติที่ดีต่อการใช้เฟซบุ๊กด้วยปัญญา) และปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม (การรับรู้บรรทัดฐานทางสังคม และอิทธิพลจากคนรอบข้าง) สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กด้วยปัญญาทั้งด้านรวมและรายด้าน 4 ด้านในกลุ่มรวมได้ร้อยละ 36.10 ถึง 69.20 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

Tanapat Janpipatpong. (2016). **Personal and Social Environmental Factors Related to Intellectual Facebook Consumption Behavior of Undergraduate Students in Bangkok Metropolis.** Master Thesis, M.sc. (Applied Behavioral Science Research). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor: Assoc. Prof. Dr. Ungsinun Intarakamhang.

This correlational-comparative research aimed to compare undergraduate students' intellectual facebook consumption behavior within the different group, to study the interaction effect between personal factors and social environmental factors related to intellectual facebook consumption behavior, and to investigate the power of prediction of personal factors and social environmental factors on intellectual facebook consumption behavior. The sample was 510 undergraduate students in Bangkok chosen by proportional stratified random sampling. This research consisted of 6 instruments, which were in the form of summated rating scales. The reliability with alpha coefficients was between .66 to .87. The data was analyzed and presented by descriptive statistic, t-test, Three-Way Analysis of Variance and Hierarchical Multiple Regression.

The results were found that: Female students had more intellectual facebook consumption behavior of overall aspects and manners facebook usage behavior than male students. Students in public university had more safety facebook usage behavior than students in private university. Students in private university had more intellectual facebook consumption behavior of overall aspects and in two other aspects than students in public university. The interaction between self-regulation and peers influence affected intellectual facebook consumption behavior overall and in four other aspects. The interaction between online media literacy, positive attitude toward intellectual facebook consumption behavior and perceived social norms affected intellectual facebook consumption behavior overall and in three other aspects. Personal factors (self-regulation, online media literacy, positive attitude toward intellectual facebook consumption behavior) and social environmental factors (perceived social norms, peers influence) all together were co-predictions of students' intellectual facebook consumption behavior overall aspects and in 4 aspects about 36.10% to 69.20% with statistically significant at the .01 level.