

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์
ผ่านทางเฟซบุ๊กของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

FACTORS INFLUENCING CONSUMER PURCHASE INTENTION FOR ONLINE
COURSE COOKING OF CONSUMER IN BANGKOK

ฉัตรสุดา จันทราชสุวรรณ¹ สมบูรณ์ ศรีอนุรักษวังศ์² และประภัสสร วิเศษประภา³

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) สภาพทั่วไปของ เจตคติที่มีต่อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางสังคม การรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความตั้งใจซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก และ (2) ความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติที่มีต่อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความตั้งใจในการเลือกซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก โดยกลุ่มตัวอย่างคือ ประชากรไทยผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กที่พักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และไม่เคยซื้อคอร์สเรียนทำอาหารแบบออนไลน์ จำนวน 400 คน ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ครั้งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนหรือลูกจ้าง มีรายได้ต่อเดือนสูงสุดอยู่ในช่วงมากกว่า 40,000 บาท สำหรับผลการศึกษาพบว่าประเด็นด้านเจตคติที่มีต่อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊กและด้านการรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก แต่ในส่วนของการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางสังคมและด้านความตั้งใจซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊กของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครนั้น เป็นประเด็นที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ในส่วนของผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก ด้านการรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางสังคม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก อย่างมีนัยสำคัญเนื่องจากมีค่า Sig เท่ากับ 0.01

คำสำคัญ : เจตคติต่อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก, การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางสังคม, ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

¹ ฉัตรสุดา จันทราชสุวรรณ นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ โครงการ Twin Program รุ่นที่ 6 มหาวิทยาลัยรามคำแหง

² สมบูรณ์ ศรีอนุรักษวังศ์ อาจารย์ประจำหลักสูตร ฝ่ายหลักสูตร โครงการพิเศษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

³ ประภัสสร วิเศษประภา อาจารย์ประจำหลักสูตร ฝ่ายหลักสูตร โครงการพิเศษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ABSTRACT

The purpose of this research are to study (1) attitude toward the online courses cooking, subjective norm, perceived behavioral control and purchase intention to online courses cooking and (2) factor that influence the purchase intention to online courses cooking. The sample group is 400 Thai people who use Facebook account in Bangkok area and never buy online courses cooking. Most respondents are female, aged between 20-30 years old. Their graduated with a bachelor's degree. Have a career as a private company employee and earn is over 40,000 baht per month. For the test results, the issue about attitude toward the online courses cooking and perceived behavioral control is very important. The subjective norm and purchase intention to online courses cooking is the factor that sample group observation as moderate level. For the hypothesis test, the attitude toward the online courses cooking, subjective norm and perceived behavioral control is the factor that influencing to the purchase intention to online courses cooking because of the significantly to 0.01

Keyword : Attitude toward the online courses cooking, Subjective norm, Perceived behavioral control
Purchase intention to online courses cooking

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากการพัฒนาอย่างรวดเร็วและการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต รวมถึงการใช้ social media ที่สะดวกและมีปริมาณมากขึ้น จึงส่งผลกับวิถีการใช้ชีวิต และการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้เข้ามามีบทบาทกับการดำรงชีวิตประจำวันมากขึ้นในหลากหลายด้าน โดยเฉพาะด้านการศึกษา โดยเฉพาะในยุค big data ที่มีข้อมูลข่าวสาร และเนื้อหาต่าง ๆ มากมายส่งผลให้เกิดวิธีการเรียนรู้รูปแบบใหม่ ๆ เนื่องจากปริมาณความรู้มีอัตราการเติบโตสูง บัณฑิตต่าง ๆ เหล่านี้ ส่งผลให้เกิดแนวโน้มที่ชัดเจนเกี่ยวกับความจำเป็นของกระบวนการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งรูปแบบการศึกษาแบบเก่าอาจไม่สามารถรองรับวิธีการเรียนรู้ตลอดชีวิตให้กับคนรุ่นใหม่ได้ ทำให้เกิดรูปแบบการเรียนรู้ใหม่ อาทิ หลักสูตรออนไลน์แบบเปิดสำหรับประชาชนหรือช่องทางการเรียนรู้อื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาพ เสียง วิดิทัศน์ สื่อสังคม เกม จึงนับเป็น โอกาสดีของคนรุ่นใหม่ในการเลือกรูปแบบการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับตนเองได้

ประกอบกับช่วงหลายปีที่ผ่านมา ความนิยมเกี่ยวกับการทำอาหารกลายเป็นอีกหนึ่ง global trend ที่เติบโต ทั้งจากจำนวนรายการทีวีเกี่ยวกับการแข่งขันทำอาหารต่าง ๆ ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และได้รับ

ความนิยมจนเป็นต้นแบบในการผลิตรูปแบบรายการคล้าย ๆ ทำให้อาชีพเชฟกลายเป็นหนึ่งใน top list อาชีพในฝันของคนรุ่นใหม่ และยังคงเกิดเป็นกระแสที่ทำให้ปัจจุบันมีผู้สนใจเรียนเกี่ยวกับการทำอาหารเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้การทำอาหารนั้นยังนับเป็นอีกหนึ่งวิธีในการสร้างความสุข ซึ่งถือว่าเป็นการทำ cooking therapy ในรูปแบบหนึ่งด้วย อีกทั้งค่านิยมในสังคมไทย ยังมีความเชื่อว่าการทำอาหารเป็น จะช่วยเพิ่มเสน่ห์ให้ตัวเอง

ด้วยเหตุผลนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา เจตคติที่มีต่อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางสังคม การรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊กเพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้ไปพัฒนาต่อยอดในด้านการปรับปรุงรูปแบบการเรียนทำอาหาร เป็นข้อมูลสำหรับธุรกิจสอนทำอาหารออนไลน์ในด้านการกำหนดกลยุทธ์ ด้านนโยบายรวมไปถึงศึกษาแนวคิดเจตคติที่ส่งผลต่อการซื้อคอร์สเรียนทำอาหารแบบออนไลน์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

(1) เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของ เจตคติที่มีต่อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางสังคม การรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความตั้งใจซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก และ (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติที่มีต่อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความตั้งใจในการเลือกซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก

ขอบเขตของการวิจัย

(1) ขอบเขตด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ ประชากรไทยผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กและพักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ไม่เคยซื้อคอร์สเรียนทำอาหารแบบออนไลน์ (2) ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย เจตคติที่มีต่อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางสังคม การรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมและความตั้งใจซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก (3) ขอบเขตด้านระยะเวลา ระหว่างเดือนเมษายนถึงมิถุนายน พ.ศ. 2562

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

(1) ประโยชน์เชิงวิชาการ ช่วยส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก โดยศึกษาผ่านปัจจัยด้าน เจตคติที่มีต่อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางสังคม และการรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (2) ประโยชน์เชิงนโยบาย ทำให้ผู้ประกอบการที่จำหน่ายและผลิตสื่อการสอนทำอาหาร

ออนไลน์ ให้ได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการกำหนดกลยุทธ์ กำหนดนโยบาย และการวางแผนการดำเนินงานในอนาคต

แนวคิดและทฤษฎี

1. ทฤษฎีพฤติกรรมตามการวางแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) เป็นรูปแบบจำลองทางจิตวิทยาสังคม ที่ช่วยอธิบายว่าทำไมบุคคลถึงมีการแสดงออก โดยทั้งสองทฤษฎีนี้เชื่อว่า บุคคลมีการสร้างรูปแบบของความตั้งใจในการแสดงออกมาก่อนที่จะแสดงออกบางอย่างออกมา หรือมีการกระทำ ออกมาที่แตกต่างกัน Fishbein และ Ajzen (1975) ได้เสนอว่า พฤติกรรมที่แท้จริงของปัจเจกบุคคลมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการกระทำต่าง ๆ อีกทั้งยังได้เสนอว่า เจตคติของบุคคล (attitude) และการคล้อยตามกันของกลุ่มอ้างอิง (subjective norm) มีอิทธิพลอย่างมากต่อการกำหนดความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรมต่าง ๆ ในยุคถัดมาจึงได้ทำการเพิ่มตัวแปรสำคัญอีกตัวคือเรื่องการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (perceived behavioral control) เนื่องจากมองว่าตัวแปรดังกล่าวสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำนายพฤติกรรมได้ดียิ่งขึ้น และกลายมาเป็น ทฤษฎีการกระทำตามแผนที่ เพื่อนำมาพิจารณาวิเคราะห์เจตนาเชิงพฤติกรรม และการกระทำต่อพฤติกรรม ทฤษฎีนี้จำแนกความเชื่อได้เป็น 3 ชนิดคือ

1.1 ความเชื่อเกี่ยวกับผลของพฤติกรรม (behavioral beliefs) มีอิทธิพลต่อเจตคติที่มีต่อพฤติกรรม เป็นความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับผลของการกระทำ หากบุคคลมีความเชื่อว่า การกระทำนั้นนำไปสู่ผลในทางบวก เขาก็จะมีเจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมนั้น ถ้าหากบุคคลเชื่อว่า การกระทำพฤติกรรมนั้นจะนำไปสู่ผลทางลบ เขาก็จะมีเจตคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรมนั้น

1.2. ความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอ้างอิง (normative beliefs) ซึ่งเป็นตัวกำหนดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง เป็นความเชื่อที่ว่า บุคคลหรือกลุ่มบุคคลคิดว่าเขาควรหรือไม่ควรทำพฤติกรรมนั้น หากบุคคลเชื่อว่า บุคคลหรือกลุ่มบุคคลเฉพาะคิดว่า เขาควรหรือไม่ควรทำพฤติกรรมนั้น หากบุคคลเชื่อว่า คนอื่นมีความสำคัญสำหรับเขาคิดว่าเขาควรทำหรือพฤติกรรมนั้น บุคคลก็จะมีแนวโน้มที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น ในทางตรงกันข้ามหากบุคคลเชื่อว่า คนอื่นที่ความสำคัญสำหรับเขาคิดว่าเขาไม่ควรกระทำพฤติกรรม เขาก็จะมีแนวโน้มที่จะไม่ทำพฤติกรรมนั้น

1.3 ความเชื่อเกี่ยวกับปัจจัยควบคุม (control beliefs) ซึ่งนับเป็นปัจจัยพื้นฐาน ของการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ซึ่งเป็นความเชื่อเกี่ยวกับการมีหรือไม่มีทรัพยากร หรือโอกาสที่จะทำพฤติกรรม หากบุคคลเชื่อว่าเขามีทรัพยากรและโอกาสมาก และมีอุปสรรคน้อยเพียงไร เขาก็ควรรับรู้ว่าเขาสามารถควบคุมพฤติกรรมนั้น ได้มากเพียงนั้น ความเชื่อเกี่ยวกับปัจจัยควบคุมนี้อาจได้รับอิทธิพลมาจากประสบการณ์ในอดีต ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากการบอกเล่าจากผู้อื่น การสังเกตจากประสบการณ์ของคนคุ้นเคยและเพื่อน และตัวแปรอื่น ๆ ที่เพิ่มหรือลดการรับรู้ความยากของการกระทำพฤติกรรมนั้น

2. ความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) เป็นปัจจัยที่นักการตลาดมักต้องการศึกษา และทำความเข้าใจ เพราะความตั้งใจซื้อเปรียบเสมือนแนวทางในการทำนายหรือคาดการณ์พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคในอนาคต Fitzsimons & Moritz (1996) ศึกษาความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคและพบว่าความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค นั้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์การใช้สินค้าของผู้บริโภคและทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า เช่น ผู้บริโภคที่ใช้รถยนต์ตราสินค้าหนึ่งอยู่แล้วมักจะตอบว่าจะซื้อรถยนต์ตราสินค้าเดิม ซึ่งผู้บริโภครุ่นนี้จะมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้านั้นหลังจากใช้สินค้าด้วย ในขณะที่ผู้บริโภคไม่เคยซื้อรถยนต์ จะมีความตั้งใจซื้อ ตราสินค้าที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงที่สุดแทน

3. การเรียนการสอนด้วยบทเรียนออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นการเรียนโดยอาศัยคุณสมบัติของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นสื่อในการสนับสนุนการเรียน อีกทั้งยังเป็นสื่อกลางที่สามารถถ่ายทอดข้อมูลได้หลากหลายเช่น ข้อความ เสียง ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหวการเรียนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้นช่วยเพื่อประสิทธิภาพ และอำนวยความสะดวกในการเรียน เนื่องจากผู้สอนสามารถปรับปรุงข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว และผู้เรียนก็สามารถเรียนรู้ได้ตลอดเวลา กิดานันท์ มลิทอง (2543) ให้ความหมายว่า การเรียนการสอนบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นฐานในการเรียนการสอน โดยอาจใช้เพื่อนำเสนอบทเรียนในลักษณะสื่อหลายมิติ ของวิชาทั้งหมดตามหลักสูตร หรือใช้เพียงการเสนอข้อมูลบางอย่างเพื่อประกอบการสอนก็ได้ รวมทั้งใช้ประโยชน์จากคุณลักษณะต่าง ๆ ของการสื่อสารที่มีอยู่ในระบบอินเทอร์เน็ต

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ดวงกมล ลาภกาญจนพงศ์ (2553) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าหรือบริการออนไลน์ในมิติของการรับรู้ถึงความเสี่ยงและความเชื่อมั่นไว้วางใจของผู้บริโภค ในประเด็นของกลุ่มตัวอย่าง ที่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงซึ่งมีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 18-23 ปี รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 24-29 ปี โดยส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นพนักงานหรือลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000-20,001 บาท และพบว่า การรับรู้ถึงความเสี่ยงส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ต โดยผู้บริโภคจะมีความตั้งใจในการซื้อสินค้าและบริการเพิ่มขึ้นหากผู้บริโภคไม่รู้สึกถึงความเสี่ยงที่เกิดจากการซื้อ โดยการที่ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อสินค้าและบริการในด้านบวกจะส่งผลให้ความตั้งใจในการซื้อสินค้าและบริการมีเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ผลการศึกษา ยังสอดคล้องกับ

สุนิษฐา ภู่งศ์พันธ์ (2555) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ ทัศนคติ และความตั้งใจซื้อ ครอบงวนลดค่าสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์กรรมทางสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยพบว่าประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีอายุอยู่ระหว่าง 28-37 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ที่ปริญญาตรี ประกอบอาชีพ พนักงานหรือเจ้าหน้าที่บริษัท แต่มีความแตกต่างกันในด้านรายได้ต่อเดือนของประชากรที่

พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ซึ่งอาจเป็นผลมาจากสถานะเศรษฐกิจและอัตราเงินเฟ้อที่มีการปรับสูงขึ้น

ศศิณัฐ นาไทย (2560) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเรียนปริญญาโท หลักสูตรการบริหารเทคโนโลยีรูปแบบออนไลน์ ที่พบว่าการศึกษาที่ลูกค้านำมาซึ่งเห็นประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษาออนไลน์ จะช่วยกระตุ้นทำให้เกิดความสนใจอยากเรียน รวมถึงการที่ผู้เรียนสามารถใช้เวลาที่มีมาช่วยแบ่งเบาภาระการเดินทางไปเรียนตามสถาบันได้นั้นส่งผลต่อทัศนคติที่ดี ทำให้สามารถเพิ่มโอกาสในการศึกษาได้มากขึ้นนอกจากนี้ยังพบว่าความตั้งใจในการเรียนออนไลน์นั้นมีผลทางตรงในเชิงบวก โดยปัจจัยด้านการมีทัศนคติที่ดี (attitude) ต่อการเรียนออนไลน์นั้นส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการที่จะใช้ระบบการเรียนออนไลน์ เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจ (intention to use online learning) ต่อการเรียนปริญญาโทออนไลน์

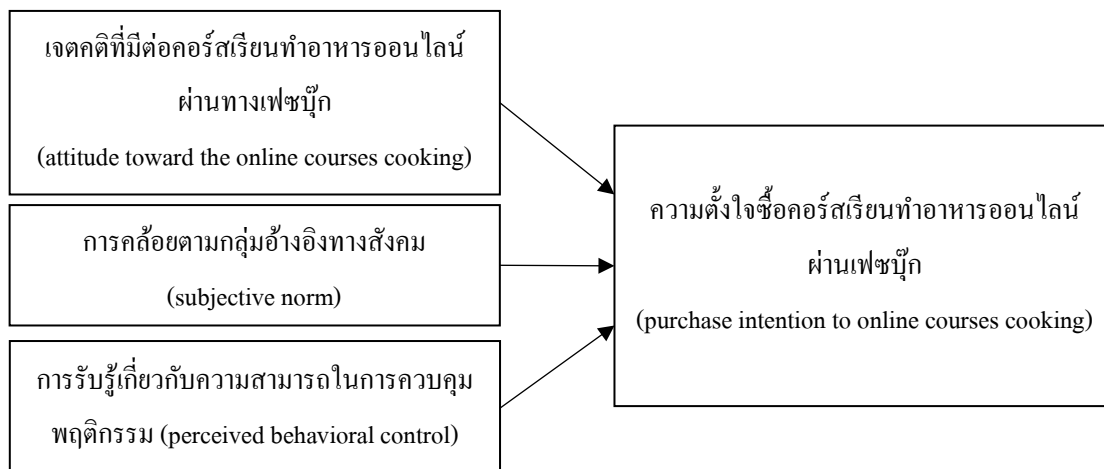
Nafsaniath Fathema & David Shannon & Margaret Ross (2015) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความเชื่อและทัศนคติของคณาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาว่ามีอิทธิพลต่อความตั้งใจ และการใช้เครื่องมือช่วยสอนในระบบการจัดการการเรียนรู้ ซึ่งหากคณาจารย์ประเมินว่าการใช้เครื่องมือต่างๆในระบบ การจัดการการเรียนรู้ นั้นมีความง่ายในการใช้งานและเป็นประโยชน์ต่อการเรียนการสอนของพวกเขาแล้ว พวกเขา ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้เครื่องมือในระบบดังกล่าว ซึ่งทัศนคติที่ดีนี้จะมีผลกับความตั้งใจในเชิงบวกที่จะใช้ระบบ

วสุพล ศรีโสภาค (2558) ที่ศึกษาการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงซึ่งมีอิทธิพลทางตรงจากการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงด้านความเชื่อที่มีต่อพฤติกรรมความยึดมั่นผูกพันในการใช้งาน เฟซบุ๊กแฟนเพจ ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับตัวแปรทางด้านสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง อีกทั้งยังมีความเชื่อและคิดว่าตนความสามารถในการควบคุม การแสดงออกถึงพฤติกรรมนั้นได้ ซึ่งนับเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะแสดงความยึดมั่นผูกพัน

กมลวรรณ ประภาศรีสุข (2555) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการใช้วารสารอิเล็กทรอนิกส์ของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒตามแนวทางพฤติกรรมตามแผน ที่พบว่าตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงไม่ส่งผลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม อาจซึ่งอาจเป็นเพราะสังคมดังกล่าวไม่ได้มีอิทธิพลทางด้านสนับสนุนหรือคัดค้านให้เกิดพฤติกรรมหรือความตั้งใจที่จะใช้วารสารอิเล็กทรอนิกส์

ชัยนันท์ ธีนวารช (2560) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ ทัศนคติต่อโฆษณาออนไลน์ และทัศนคติต่อตราสินค้าที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อ โดยพบว่าทัศนคติต่อโฆษณาออนไลน์ และ ทัศนคติต่อตราสินค้ามีผลทางตรงกับความตั้งใจซื้อ กล่าวคือ หากผู้ที่ติดตามสื่อสังคมออนไลน์มีทัศนคติที่ดีต่อโฆษณาออนไลน์จะทำให้ผู้ติดตามรู้สึกมีส่วนร่วมกับเนื้อหา และยังเป็นการสื่อสารภาพลักษณ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้ติดตาม

กรอบแนวความคิดการวิจัย



สมมติฐานการวิจัย

(1) เจตคติที่มีต่อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก (2) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางสังคม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก (3) การรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือ ประชากรไทยผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ไม่เคยซื้อคอร์สเรียนทำอาหารแบบออนไลน์ ผู้วิจัย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จากระดับความเชื่อมั่นทางสถิติที่ 0.05 ตามสูตรของ W.G. Cochran (1977) ทำให้ได้ประชากรกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่างซึ่งผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage sampling) จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์และประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (1) การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics analysis) ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลในแต่ละส่วน (2) การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics analysis) ใช้สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานที่มีระดับนัยสำคัญที่ 0.01 โดย ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นเชิงเดียว (simple linear regression analysis). เพื่อทดสอบอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุอยู่ระหว่าง 20-30 มีจำนวนมากที่สุด และมีจำนวนใกล้เคียงกับกลุ่มที่มีช่วงอายุ 31-40 ปี รองลงมาเป็นกลุ่มผู้มีอายุ 41-50 ปี กลุ่มผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และกลุ่มผู้มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ตามลำดับ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี รองลงมาคือระดับสูงกว่าปริญญาตรี ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช. ในขณะที่ระดับอนุปริญญาหรือปวส. และระดับมัธยมต้นมีเป็นกลุ่มประชากรส่วนน้อยที่มีจำนวนใกล้เคียงกัน ผู้ตอบแบบสอบถามครึ่งหนึ่งเป็นพนักงานบริษัทเอกชนหรือลูกจ้าง รองลงมาเป็นข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ นักเรียนหรือนักศึกษา เจ้าของกิจการหรือธุรกิจส่วนตัว รับจ้างทั่วไป และอื่นๆ ตามลำดับ ในส่วนของรายได้ต่อเดือนของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวนสูงสุดอยู่ในช่วงระดับรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท รองลงมาเป็นกลุ่ม ผู้มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 30,001-40,000 บาท กลุ่มผู้มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท ช่วงรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท และผู้มีรายได้ระหว่าง 10,000-20,000 บาทตามลำดับ

ด้านเจตคติที่มีต่อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเจตคติซึ่งเชื่อว่าคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์สามารถเรียนได้ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือเจตคติด้านราคาที่ถูกลงกว่าการไปเรียนที่โรงเรียนสอนทำอาหาร ด้านความเชื่อที่ว่าเรียนออนไลน์สามารถทบทวนและเรียนซ้ำได้ ด้านความสะดวกในการซื้อและทำได้ง่ายไม่ซับซ้อน โดยเจตคติที่เชื่อว่าคอร์สเรียนออนไลน์สามารถทดแทนการเรียนที่โรงเรียนสอนทำอาหารได้ เป็นเจตคติที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยน้อยที่สุดตามลำดับ

ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางสังคม ของประชากรไทยผู้ใช้เฟซบุ๊กที่อาศัย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่เรียนทำอาหารออนไลน์แล้วทำอาหารได้เป็นปัจจัยสูงสุด รองลงมาคือการได้รับข้อมูลจากเพื่อนที่เล่าถึงประโยชน์ของการเรียนทำอาหารออนไลน์ การแนะนำของเพื่อน การสนับสนุนของเพื่อนและญาติในการเรียนทำอาหารออนไลน์ และการอยู่ท่ามกลางเพื่อนส่วนใหญ่ที่เลือกเรียนทำอาหารออนไลน์เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า จะเกิดการคล้อยตามน้อยที่สุดตามลำดับ

ด้านการรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ด้วยตนเอง เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด รองลงมาเป็นความสามารถในการซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ที่มีราคาเหมาะสมกับรายรับ และมีคุณภาพเหมาะสมกับราคาตามลำดับ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและมีความคิดเห็นกับความง่ายและสะดวกในการหาข้อมูลคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์น้อยที่สุดตามลำดับ

ด้านความตั้งใจซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามตั้งใจจะเลือกเรียนทำอาหารออนไลน์แน่นอน แม้จะมีข้อเปรียบเทียบระหว่าง

การเรียนที่โรงเรียนสอนทำอาหารก็ตาม รองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเป็นปัจจัยด้านการจัดโปรแกรมชั้นของโรงเรียนสอนทำอาหาร ความสำคัญของวีวีการสอน ที่ถึงแม้จะมีบางด้านไม่ตรงกับความต้องการอยู่บ้าง โดยปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเห็นน้อยที่สุดเป็นคือการเรียนรู้ที่ไม่ได้เผชิญหน้ากับผู้สอนโดยตรง

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เจตคติที่มีต่อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางสังคม และการรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งหมายความว่า หากผู้สนใจเกี่ยวกับการทำอาหารมีเจตคติต่อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊กในทางบวก การมีแบบอย่างที่เป็นปัจจัยทางสังคมหรือกลุ่มอ้างอิง ซึ่งอาจเป็นเพื่อน ครอบครัว บุคคลหรือกลุ่มบุคคล และการที่กลุ่มประชากรประเมินศักยภาพว่าตัวเองสามารถควบคุมพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความสามารถในการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ ความสามารถในการเรียนทำอาหารผ่านคลิปสอนออนไลน์ได้ จะส่งผลให้ความตั้งใจซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กสูงขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนหรือลูกจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป ซึ่งช่วงอายุดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นวัยที่สามารถประกอบอาชีพ และมีรายรับจากการทำงาน นอกจากนี้ช่วงวัยดังกล่าวยังเป็นกลุ่มที่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และเป็นกลุ่มที่มีการใช้งานเฟซบุ๊กสูงสุด ในด้านอาชีพผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนหรือลูกจ้าง ซึ่งอาชีพเหล่านี้ โดยมากต้องทำงานในเวลาทำการ และมีวันหยุดช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ ส่งผลให้เกิดข้อจำกัดทางด้านเวลา จึงอาจเป็นสาเหตุให้การเรียนกับโรงเรียนหรือสถาบันสอนทำอาหารไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนได้

จากที่ได้กล่าวข้างต้นผลการศึกษาส่วนหนึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ ดวงกมล ลาภกาญจนพงษ์ (2553) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าหรือบริการออนไลน์ในมิติของการรับรู้ถึงความเสี่ยงและความเชื่อมั่นไว้วางใจของผู้บริโภค ในประเด็นของกลุ่มตัวอย่าง ที่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงซึ่งมีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 18-23 ปี รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 24-29 ปี โดยส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นพนักงานหรือลูกจ้างบริษัทเอกชน แต่มีความแตกต่างกันในส่วนของรายได้ต่อเดือนของประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,000-20,001 บาท และสอดคล้องกับการศึกษาของ สุนิษฐา ภู่งศ์พันธ์ (2555) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ ทศนคติ และความตั้งใจซื้อคูปองส่วนลดค่าสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์กรรมทางสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่าประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีอายุอยู่ระหว่าง 28-37 ปี มีระดับการศึกษา

อยู่ที่ปริญาตรี ประกอบอาชีพ พนักงานหรือเจ้าหน้าที่บริษัท แต่มีความแตกต่างกันในด้านรายได้ต่อเดือน ของประชากรที่พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ซึ่งอาจเป็นผลมาจากสถานะเศรษฐกิจ และอัตราเงินเฟ้อที่มีการปรับสูงขึ้น

ส่วนเจตคติต่อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น เป็นไปในทางบวกและมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ซึ่งแสดงถึงการที่ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินว่าพฤติกรรมกรเรียนทำอาหารออนไลน์เป็นสิ่งที่ดีและเป็นประโยชน์ เนื่องจากสามารถเรียนได้ตลอดเวลา สามารถทบทวนซ้ำได้ มีราคาถูก หาซื้อได้ง่าย ไม่ซับซ้อน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตปัจจุบัน โดยเฉพาะกับประชากรกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งใช้ชีวิตแบบเร่งรีบ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ของกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และลูกจ้างทั่วไป ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ของการวิจัยในครั้งนี้ การศึกษาด้านเจตคตินี้สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ Fishbein and Ajzen (1975) ที่กล่าวว่า ความเชื่อเกี่ยวกับผลของพฤติกรรม (behavioral beliefs) มีอิทธิพลต่อเจตคติที่มีต่อพฤติกรรม เป็นความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับผลของการกระทำ หากบุคคลมีความเชื่อว่า การกระทำนั้นนำไปสู่ผลในทางบวก เขาก็จะมีเจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมนั้น

ปัจจัยเกี่ยวกับเจตคติที่มีต่อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก สอดคล้องกับการศึกษาของ ศศิณัฐ นาไทย (2560) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเรียนปริญญาโท หลักสูตรการบริหารเทคโนโลยีรูปแบบออนไลน์ ที่พบว่า การที่ลูกค้ายอมรับเป้าหมายเล็งเห็นประโยชน์ที่จะได้รับการศึกษาออนไลน์ จะช่วยกระตุ้นทำให้เกิดความสนใจอยากเรียน และสอดคล้องกับการศึกษาของ Nafsaniath Fathema & David Shannon & Margaret Ross (2015) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความเชื่อและทัศนคติของคณาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาว่ามีอิทธิพลต่อความตั้งใจ และการใช้เครื่องมือช่วยสอนในระบบการจัดการการเรียนรู้ ซึ่งหากคณาจารย์ประเมินว่าการใช้เครื่องมือต่างๆในระบบ การจัดการการเรียนรู้นั้นมีความง่ายในการใช้งานและเป็นประโยชน์ต่อการเรียนการสอนของพวกเขาแล้ว พวกเขา ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้เครื่องมือในระบบดังกล่าว ซึ่งทัศนคติที่ดีนี้จะมีผลกับความตั้งใจในเชิงบวกที่จะใช้ระบบ

ส่วนการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางสังคม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ อยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นถึงการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและมีแนวโน้มที่จะกระทำตามกลุ่มอ้างอิง การเห็นผู้เรียนทำอาหารออนไลน์ที่ประสบความสำเร็จ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามเชื่อ ให้ความสำคัญ อีกทั้งยังเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้อยากเรียนตามสูงที่สุด เนื่องจากข้อมูลดังกล่าวเป็นผลลัพธ์ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ตรง นอกจากนี้การสนับสนุนของครอบครัว รวมไปถึงการแนะนำหรืออยู่ท่ามกลางเพื่อนที่เลือกเรียนทำอาหารออนไลน์ ก็เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคล้อยตาม หรือเป็นแรงจูงใจให้ผู้ตอบแบบสอบถามตั้งใจเรียนทำอาหารออนไลน์สูงขึ้น โดยผลการสำรวจสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ Fishbein and Ajzen (1975) ที่กล่าวว่า ความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอ้างอิง (normative beliefs) เป็นตัว

กำหนดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลคิดว่าเขาควรหรือไม่ควรทำพฤติกรรมนั้น หากบุคคลเชื่อว่า คนอื่นมีความสำคัญสำหรับเขาคิดว่าเขาควรทำหรือพฤติกรรมนั้น บุคคลก็จะมีแนวโน้มที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น และจะมีพฤติกรรมในทางตรงกันข้ามหากกลุ่มอ้างอิงเชื่อว่าไม่ควรกระทำ

ปัจจัยเกี่ยวกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางสังคม สอดคล้องกับการศึกษาของ วสุพล ตรี โสภากุล (2558) ที่ศึกษาการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงซึ่งมีอิทธิพลทางตรงจากการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงด้านความเชื่อที่มีต่อพฤติกรรมความยึดมั่นผูกพันในการทำงานเฟซบุ๊กแฟนเพจ ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับตัวแปรทางด้านสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง แต่ผลการวิเคราะห์ขัดแย้งกับการศึกษาของ กมลวรรณ ประภาศรีสุข (2555) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการใช้วารสารอิเล็กทรอนิกส์ของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ตามแนวทางพฤติกรรมตามแผน ที่พบว่าตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงไม่ส่งผลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมอาจซึ่งอาจเป็นเพราะสังคมดังกล่าวไม่ได้มีอิทธิพลทางด้านสนับสนุนหรือคัดค้านให้เกิดพฤติกรรมหรือความตั้งใจที่จะใช้วารสารอิเล็กทรอนิกส์

ส่วนการรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เชื่อว่าตนมีเงินรวมถึงทรัพยากรมากพอ ที่จะหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ ที่มีคุณภาพและราคาเหมาะสมกับรายรับ อีกทั้งยังแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ประเมินว่าตนนั้นสามารถควบคุมให้ปรุงอาหารได้โดยการเรียนจากคอร์สสอนทำอาหารออนไลน์ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นการประเมินที่อาจได้รับอิทธิพล มาจากการสื่อสาร หรือ โฆษณาต่าง ๆ ที่แสดงให้เห็นถึงความง่ายในการปรุงอาหาร อีกทั้งเทคโนโลยีการสื่อสาร ตลอดจนคลิปการเรียนการสอน ที่มีความน่าสนใจ และสื่อสารเกี่ยวกับขั้นตอนการปรุงอาหารที่เข้าใจและเข้าถึงได้ง่าย ประกอบกับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต เพื่อค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องนั้นทำได้สะดวก รวดเร็ว เข้าถึงได้ตลอดเวลา ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้เป็นส่วนช่วยส่งเสริมให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความมั่นใจและประเมินว่าตนสามารถควบคุมการแสดงออกถึงพฤติกรรมที่มีต่อการซื้อและเรียนทำอาหารออนไลน์ได้ ผลจากการสำรวจสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ Fishbein and Ajzen (1975) ที่กล่าวว่า การควบคุม (control beliefs) เป็นปัจจัยพื้นฐาน ของการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ซึ่งเป็นความเชื่อเกี่ยวกับการมีหรือไม่มีทรัพยากร หรือ โอกาสที่จะทำพฤติกรรม หากบุคคลเชื่อว่าเขามีทรัพยากรและโอกาสมาก และมีอุปสรรคน้อยเพียงไร เขาก็ควรรับรู้ว่าเขาสามารถควบคุมพฤติกรรมนั้นได้มากเพียงนั้น

ปัจจัยเกี่ยวกับการรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมสอดคล้องกับการศึกษาของ วสุพล ตรี โสภากุล (2558) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงซึ่งมีอิทธิพลทางตรงจาก การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงด้านความเชื่อที่มีพฤติกรรมความยึดมั่นผูกพันในการทำงานเฟซบุ๊กแฟนเพจ ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อและคิดว่าตนความสามารถในการควบคุม การแสดงออกถึงพฤติกรรมนั้นได้ ซึ่งนับเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะแสดงความยึดมั่นผูกพัน

ส่วนความตั้งใจซื้อ คอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความตั้งใจที่จะซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ สังเกตได้จากผลการเปรียบเทียบระหว่างการเรียนแบบออนไลน์และการเรียนกับสถาบันสอนทำอาหาร ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการเลือกเรียนออนไลน์ และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก แม้การเรียนออนไลน์นั้นจะไม่ได้สัมผัสกับผู้สอนโดยตรง และมีรีวิวในบางด้านที่ไม่ตรงกับความรู้สึกก็ตาม นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่าการจัด โปรโมชันของ โรงเรียนสอนทำอาหาร อาจส่งผลให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความตั้งใจที่จะเลือกเรียนแบบออนไลน์ลดลง ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการสื่อสารที่จูงใจ จนทำให้ผู้บริโภคเกิดการเปรียบเทียบในมิติด้านอื่น ๆ มากขึ้น ผลจากการสำรวจสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนในส่วนของปัจจัยด้านความตั้งใจ ซึ่งหมายถึงความเต็มใจของบุคคลในการกระทำพฤติกรรม ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นก่อนการกระทำ และสามารถเข้าถึงความพึงพอใจที่คาดหวังไว้ โดยหลังจากที่ได้ประเมินตราสินค้านั้นแล้วอาจทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อตามมาในอนาคต (Ajzen & Fishbein, 1980; ณีฎฐิภา, 2542)

ปัจจัยเกี่ยวกับเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทาง เฟซบุ๊กสอดคล้องกับการศึกษาของ สุนิฎฐา ภู่งศ์พันธ์ (2555) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ ความตั้งใจซื้อคู่มือส่วนลดสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์กรรมทางสังคมออนไลน์ หรือ Social Commerce ซึ่งพบว่าผู้บริโภคมีความตั้งใจซื้อคู่มือส่วนลดสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์เป็นลำดับแรก เมื่อต้องการซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ อันเป็นผลเนื่องมาจากคำแนะนำจากเพื่อนสนิท และผลจากการหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้สำหรับประกอบการตัดสินใจซื้อ และผลการวิจัยส่วนหนึ่งยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ดวงกมล ลากกาญจนพงศ์ (2553) ในด้าน ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการออนไลน์ในมิติของการรับรู้ถึงความเสี่ยงและความเชื่อมั่นไว้วางใจของผู้บริโภค ซึ่งพบว่า การรับรู้ถึงความเสี่ยงส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ต โดยผู้บริโภคจะมีความตั้งใจในการซื้อสินค้าและบริการเพิ่มขึ้นหากผู้บริโภคไม่รู้สึกรังเกียจถึงความเสี่ยงที่เกิดจากการซื้อ และยังสอดคล้องกับ ศศิณัฎฐ นาไทย (2560) ที่ศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเรียนปริญญาโทหลักสูตรการบริหารเทคโนโลยีรูปแบบออนไลน์ และพบว่าความตั้งใจในการเรียนออนไลน์นั้นมีผลทางตรงในเชิงบวก หากสถาบันการสอนมีการเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ ได้ดี ไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพของระบบ ด้านคุณภาพของข้อมูล และคุณภาพของการบริการ รวมไปถึงการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่หลากหลาย และมุ่งเน้นที่จะแก้ปัญหาให้กับผู้ที่ต้องการเรียน

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยเจตคติที่มีต่อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊กของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามมีเจตคติที่ดีในด้านบวกต่อการซื้อและเลือกเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยด้านความสะดวก ที่สามารถเรียนได้ตลอดเวลา ด้านราคาที่ถูกลง โดยเฉพาะการ

ประหยัดค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการเดินทางเพื่อไปเรียนกับโรงเรียนหรือสถาบันสอนทำอาหาร สำหรับด้านช่องทางหารชำระเงินหรือการเลือกซื้อคอร์สเรียนนั้น ปัจจุบันเป็นสิ่งที่ทำได้สะดวก

ตลอดจนช่องทางหารชำระเงินที่มีความหลากหลาย และมีกระบวนการไม่ซับซ้อน นอกจากนี้การพัฒนา รวมถึงความก้าวหน้า ทางด้านเทคโนโลยี ที่เข้าถึงได้ง่าย สะดวก อีกทั้งยังครอบคลุมแทบทุกพื้นที่ จัยเหล่านี้ จึงช่วยสนับสนุนให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีเจตคติในด้านบวก ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก โดยผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎี

พฤติกรรมที่มีการวางแผน (theory of planned behavior) ของ Ajzen and Fishbein (1980) โดยเสนอว่า พฤติกรรมทุกชนิดที่จำเป็นต้องมีการวางแผนล่วงหน้า และสามารถทำนายได้จากความตั้งใจที่จะกระทำ พฤติกรรมนั้นมีตัวแปร 3 ประการซึ่งมีทัศนคติต่อการกระทำนั้นเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของความตั้งใจ

ปัจจัยเจตคติที่มีต่อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก จากที่ได้กล่าวข้างต้น ผลการศึกษามีความสอดคล้องกับ ชัยนันท์ รัชวารชร (2560) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ ทัศนคติต่อโฆษณาออนไลน์ และ ทัศนคติต่อตราสินค้าที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อ โดยพบว่าทัศนคติต่อโฆษณาออนไลน์ และ ทัศนคติต่อตราสินค้ามีผลทางตรงกับความตั้งใจซื้อ กล่าวคือ หากผู้ที่ติดตามสื่อสังคมออนไลน์มีทัศนคติที่ดีต่อโฆษณาออนไลน์จะทำให้ผู้ติดตามรู้สึกมีส่วนร่วมกับเนื้อหา และยังเป็นการสื่อสารภาพลักษณ์ที่ตรงกับความ ต้องการของผู้ติดตาม นอกจากนี้ผลจากการวิจัยส่วนหนึ่งยังสอดคล้องกับ ดวงกมล

ลาภกาญจนพงศ์ (2553) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านทัศนคติส่วนตัวที่ส่งผลการรับรู้ของผู้บริโภค ที่มีต่อความตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการออนไลน์ในมิติของการรับรู้ถึงความเสี่ยงและความเชื่อมั่นไว้วางใจของผู้บริโภคที่พบว่าหากผู้บริโภคมีทัศนคติต่อสินค้าและบริการในด้านบวกจะส่งผลให้มีความตั้งใจในการซื้อสินค้าและบริการมีเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ผลการศึกษา ยังสอดคล้องกับ ศศิฉัตรฐ นาไทย (2560) ที่ศึกษา ปัจจัยด้านทัศนคติที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเรียนปริญญาโทหลักสูตรการบริหารเทคโนโลยี รูปแบบออนไลน์ และพบว่าปัจจัยด้านการมีทัศนคติที่ดี (attitude) ต่อการเรียนออนไลน์นั้นส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการที่จะใช้ระบบการเรียนออนไลน์ เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจ (intention to use online learning) ต่อการเรียนปริญญาโทออนไลน์

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่าปัจจัย การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊กของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งการได้รับรู้ถึงความ สำเร็จของผู้ที่เรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก เป็นสิ่งที่มีความอิทธิพล และส่งผลให้เกิดการอยากเรียน ตามสูงสุด เนื่องจากการบอกเล่าจากประสบการณ์จริง ซึ่งอาจเป็นข้อมูลที่ประกอบด้วยข้อคิดเห็น ข้อดี ข้อเสีย บางครั้งอาจสอดแทรกความรู้ใหม่ ๆ ซึ่งอาจรวมไปถึงเทคนิค และวิธีการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ ปัจจัยทางด้าน การรับรู้ความสำเร็จแล้วนั้น ครอบครัว ญาติ เพื่อนสนิท หรือคนใกล้ชิด ก็เป็นปัจจัยที่มีส่วน สนับสนุนให้เกิดการคล้อยตามและมีอิทธิพลให้มีความตั้งใจซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์เพิ่มสูงขึ้นด้วย โดยผลการศึกษา นี้ สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมที่มีการวางแผน (theory of planned behavior)

ของ Ajzen and Fishbein (1980) ที่เสนอว่าพฤติกรรมทุกชนิดที่จำเป็นต้องมีการวางแผนล่วงหน้า และสามารถทำนายได้จากความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมนั้นมีตัวแปร 3 ประการซึ่งมีปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม เป็นองค์ประกอบของความตั้งใจ

จากที่ได้กล่าวข้างต้นผลการศึกษามีความสอดคล้องกับสอดคล้องกับแนวคิดของ วสุพล ตรีโสภาค (2558) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงซึ่งมีอิทธิพลทางตรงจาก การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงด้านความเชื่อที่มีพฤติกรรมความยึดมั่นผูกพันในการใช้งานเฟซบุ๊กแฟนเพจ ความเชื่อของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อการกระทำ และการกระทำของกลุ่มอ้างอิงแฟนเพจ ซึ่งพบว่าตัวแปรทั้งหมดมีความสัมพันธ์ทางตรงต่อความตั้งใจที่จะแสดงออกถึงพฤติกรรมความยึดมั่นผูกพัน จากการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรทางด้านสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมบนโลกออนไลน์มาก โดยเฉพาะกลุ่มอ้างอิงที่เป็นดังแปรทางสังคมแต่ขัดแย้งกับ กมลวรรณ ประภาศรีสุข (2555) ที่ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้วารสารอิเล็กทรอนิกส์ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้วารสารอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งพบว่าการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงนั้น ไม่ส่งผลต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม ซึ่งอาจเป็นเพราะปัจจัยทางสังคมไม่ได้มีอิทธิพลในด้านสนับสนุน หรือคัดค้านให้เกิดพฤติกรรมหรือความตั้งใจที่จะใช้วารสารอิเล็กทรอนิกส์

การทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่าปัจจัย การรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามนั้น มั่นใจว่าตนสามารถซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ได้ด้วยตนเอง อีกทั้งยังมีความสามารถที่จะค้นหาข้อมูล เพื่อเลือกซื้อคอร์สเรียนที่มีคุณภาพเหมาะสมรับราคาและรายรับได้ ปัจจัยเหล่านี้เป็นส่วนที่ชี้ให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามนั้น มีความเชื่อมั่นว่าตนสามารถควบคุมพฤติกรรมที่จะแสดงออกต่อการซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์ได้ ซึ่งผลจากการประเมินดังกล่าวนี้มีอิทธิพลในทางบวกและทำให้ความตั้งใจในการซื้อคอร์สเรียนทำอาหารออนไลน์เพิ่มสูงขึ้น โดยผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมที่มีการวางแผน (theory of planned behavior) ของ Ajzen and Fishbein (1980) โดยเสนอว่าพฤติกรรมทุกชนิดที่จำเป็นต้องมีการวางแผนล่วงหน้า และสามารถทำนายได้จากความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมนั้นมีตัวแปร 3 ประการ ซึ่งมี ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของความตั้งใจ

โดยผลการสำรวจดังกล่าวสอดคล้องกับ วสุพล ตรีโสภาค (2558) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับความตั้งใจที่จะแสดงออกถึงพฤติกรรมความยึดมั่นผูกพันซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน โดยผลจากการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรดังกล่าวพบว่ามีอิทธิพลทางตรงต่อความความตั้งใจในการแสดงออกพฤติกรรมความยึดมั่นผูกพัน และผลการศึกษารายหนึ่งสอดคล้องกับ กมลวรรณ ประภาศรีสุข (2555) ที่ศึกษา เกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถในการควบคุมการใช้วารสารอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งพบว่าปัจจัยดังกล่าวส่งผลกระทบบังทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้วารสารอิเล็กทรอนิกส์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการจากผลการวิจัย

(1) ในทางธุรกิจ นักโฆษณาสามารถนำผลการวิจัยในส่วนของลักษณะประชากรไปใช้ในการเลือกกลุ่มเป้าหมายเช่น เลือกทำโฆษณาออนไลน์บนเฟซบุ๊ก เจาะจงที่เพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี หรืออาจเพิ่มขยายจนถึงอายุ 40 ปีเนื่องจากเป็นประชากรส่วนใหญ่ ที่สนใจเกี่ยวกับการเรียนทำอาหารออนไลน์ (2) รีวิวการสอนและผลสำเร็จจากการสอนของบุคคลอ้างอิงที่สามารถทำอาหารผ่านการเรียนออนไลน์ได้ เป็นปัจจัยสำคัญ กระตุ้นให้เกิดการซื้อ ดังนั้นที่ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญในด้านดังกล่าว (3) ผู้ประกอบการควรสื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีโดยมุ่งเน้นส่งต่อความคิดที่ว่า การเรียนออนไลน์สามารถเรียนได้ตลอดเวลาและสามารถทดแทนการเรียนที่โรงเรียนสอนทำอาหารได้ เนื่องจากผู้ตอบยังเห็นด้วยกับด้านดังกล่าวไม่มากนัก

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

(1) ควรประยุกต์ใช้ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนในการศึกษาพฤติกรรมการใช้งานสารสนเทศเพื่อการศึกษา กับสินค้าหรือบริการอื่น ๆ ที่เป็นกระแสในสังคม (2) ควรคำนึงถึงตัวแปรอื่นที่ผู้วิจัยไม่ได้ทำการศึกษา เพื่อให้เกิดข้อค้นพบใหม่ ๆ ซึ่งอาจเป็นตัวแปรทางคุณลักษณะ ความแตกต่างของกลุ่มประชากร เช่น สถานภาพ กลุ่มวิชาชีพ เป็นต้น (3) อาจทำการศึกษาต่อกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่สนใจเกี่ยวกับการทำอาหาร หรือผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการเรียนทำอาหารออนไลน์ (4) ในอนาคตควรบูรณาการแนวคิดและทฤษฎีทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ผนวกกับทฤษฎีผู้บริโภค เช่นการนำแนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ผนวกกับพฤติกรรมที่เกิดจากการสื่อสารการตลาดบนโลกออนไลน์ เพื่อให้สามารถอธิบายพฤติกรรมต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กมลวรรณ ประภาศรีสุข (2555) การวิเคราะห์โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของ พฤติกรรมการใช้วารสารอิเล็กทรอนิกส์ของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒตามแนวทาง และทฤษฎีตามแผนชลบุรี.วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. กิดานันท์ มลิทอง.(2543). เทคโนโลยีการศึกษาและนวัตกรรม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ :

คณะครุศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชัยนันท์ ชันวารชกร (2560). การโฆษณาสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้า กรณีศึกษาร้านฟาร์มดีไซน์ไทยแลนด์ การค้นคว้าอิสระคณะระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์

- วสุพล ตรี โสภากุล.(2558).การศึกษากระบวนการ และปัจจัยเชิงสาเหตุของความยึดมั่นผูกพันบนเฟซบุ๊ก
แฟนเพจในกลุ่มผู้บริโภคคนไทย.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ดวงกลม ลากกาญจนพงศ์ (2553) ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าหรือบริการ
ออนไลน์ในมิติของการรับรู้ถึงความเสี่ยงและความเชื่อมั่นไว้วางใจของผู้บริโภค การศึกษา
อิสระ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต พาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สุนิษฐา ภู่งศ์พันธ์ (2555) ทศนคติและความตั้งใจซื้อ คุ้มครองส่วนบุคคลค่าสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์
พาณิชยกรรมทางสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครวิทยานิพนธ์ ปริญญาโทบริหาร
ธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศศิณัฐ ณาไทย (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเรียนปริญญาโท หลักสูตร การบริหาร
เทคโนโลยี รูปแบบออนไลน์. วิทยานิพนธ์หลักสูตรการบริหารเทคโนโลยี รูปแบบออนไลน์,
สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยีวิทยลัยนวัตกรรม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). Belief, attitude, intention and behavior : An introduction to theory and
research. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). Understanding attitudes and predicting social behaviour.
- Fitzsimons, G.J., & Morwitz, V.G. (1996). The effect of measuring intent on brand-
level purchase behavior. Journal of Consumer Research, 23 (June), 1-11.
- Nafsaniath Fathema, David Shannon, Margaret Ross (2015) Expanding The Technology Acceptance
Model (TAM) to Examine Faculty Use of Learning Management Systems (LMSs) In Higher
Education Institutions, MERLOT Journal of Online Learning and Teaching Vol. 11, No. 2, June,
210-232