

ทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือ

ของนักเรียน วิทยาลัยเทคนิคลำพูน

The Attitude Affecting to Mobile Phone Usage behavior of Lamphun Technical College's Student

นางสุกัญญา งามดั้น

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือของนักเรียน วิทยาลัยเทคนิคลำพูน ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือของนักเรียนวิทยาลัยเทคนิคลำพูนและเพื่อศึกษาพฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือของนักเรียนวิทยาลัยเทคนิคลำพูน โดยมีกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัยเป็นนักเรียนที่ลงทะเบียนเรียน ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) วิทยาลัยเทคนิคลำพูน จำนวน 400 คน ใช้วิธีการแบ่งสัดส่วน ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือของนักเรียน เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลผลการ วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 15-16 ปี ระดับชั้นที่กำลังศึกษา ปวช.1 ประเภทวิชาอุตสาหกรรม สาขาวิชาช่างยนต์ และประสบการณ์การใช้โทรศัพท์มือถือจนถึงปัจจุบัน 4 ปีขึ้นไป และทัศนคติในการใช้โทรศัพท์มือถือของนักเรียนวิทยาลัยเทคนิคลำพูน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือ ช่วงเวลาที่ใช้โทรศัพท์มือถือช่วงเวลา 18.01-00.00 น. สถานที่ที่ใช้โทรศัพท์มือถือที่บ้าน วัตถุประสงค์ในการใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อความบันเทิง ลักษณะการใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อเครือข่ายสังคม (facebook, line, Instagram) ความถี่ในการใช้โทรศัพท์มือถือมากกว่า 1 ครั้งต่อวัน นิยมใช้โทรศัพท์มือถือติดต่อกับเพื่อน และช่วงระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์มือถือมากกว่า 15 นาที ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติในการใช้โทรศัพท์มือถือของนักเรียนวิทยาลัยเทคนิคลำพูน พบว่า ด้านความรู้ ส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือ ข้อลักษณะในการใช้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และข้อคุยกับใคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ด้านความรู้สึก ส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือ ข้อคุยกับใคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านพฤติกรรม ส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือ ข้อวัตถุประสงค์ในการใช้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ทัศนคติ, พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือ, นักเรียนวิทยาลัยเทคนิคลำพูน

Abstract

The objective of “The attitude affecting to mobile phone usage behavior of Lamphun technical college’s student” research for study the attitude affecting to mobile phone usage behavior of Lamphun technical college’s student, and study mobile phone usage behavior of Lamphun technical college’s student. Sample of this research are 400 Lamphun technical college’s student, with cluster sampling method. The researcher used mobile phone usage behavior of Lamphun technical college’s student questionnaire for collect the research data. Research finding: Most of the sample are male, 15-16 years old, studying at 1st year vocational college in industrial program, mechanic branch, 4 years mobile phone usage experience. The mobile phone usage attitude of Lamphun technical college’s student is “Strongly” all factor. The result of mobile phone usage behavior analysis finding: Prime time is 18.00-00.00 pm., use in home location, main usage objective for entertainment with online social network (Facebook, LINE, Instragram), usage timing is more 1 time per day, connected to them friends and more 15 minutes play time. Result of mobile phone usage attitude of Lamphun technical college’s student finding: knowledge factor affecting to mobile phone usage behavior usage style by different with statistically significant at 0.05, receiver by different with statistically significant at 0.01. Felling factor affecting to mobile phone usage behavior receiver by different with statistically significant at 0.01, Behavior factor affecting to mobile phone usage behavior receiver by different with statistically significant at 0.05

Keywords: Attitude, Mobile Phone Usage Behavior, Lamphun Technical College’s Student

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โทรศัพท์มือถือ เข้ามามีอิทธิพลและเป็นปัจจัยที่ห้าของชีวิตของวัยรุ่น โดยจะพบเห็นว่ามีโทรศัพท์มือถือเป็นเพื่อนติดตัวไปทุกหนทุกแห่ง ซึ่งวัตถุประสงค์ของการใช้โทรศัพท์มือถือของกลุ่มวัยรุ่นในปัจจุบันนำโทรศัพท์มือถือไปใช้ในทางที่ไม่ถูกต้อง ซึ่งนักเรียนวิทยาลัยเทคนิคลำพูน มีพฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือ ทั้งในห้องเรียนและนอกห้องเรียน ทำให้ขาดความสนใจในการศึกษาทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ รวมถึงผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาลดลง ในฐานะครูผู้สอนในสถานศึกษาดังกล่าว จึงทำการวิจัยนี้ เพื่อที่จะนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการการเรียนการสอนในแต่ละรายวิชาต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือของนักเรียนวิทยาลัยเทคนิคลำพูน
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือของนักเรียนวิทยาลัยเทคนิคลำพูน

สมมติฐานงานวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือ
2. ทัศนคติมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือ

ขอบเขตของงานวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้ (1) ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล และทัศนคติในการใช้โทรศัพท์มือถือของนักเรียนวิทยาลัยเทคนิคลำพูน (2) ตัวแปรตามคือ พฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือของนักเรียนวิทยาลัยเทคนิคลำพูน ประกอบไปด้วย ช่วงเวลา สถานที่ วัตถุประสงค์ ลักษณะ ความถี่ บุคคลที่ติดต่อ ช่วงระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์มือถือ โดยเลือกศึกษานักเรียนหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) วิทยาลัยเทคนิคลำพูน ที่ลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2562 จำนวน 400 คน โดยใช้เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถาม มีระยะเวลาการเก็บข้อมูลในเดือนพฤศจิกายน – ธันวาคม พ.ศ.2562

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูล บทความ ทฤษฎี แนวความคิด และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ความโน้มเอียงทางความรู้สึกนึกคิดที่จะตอบสนองต่อสิ่งหนึ่ง ๆ ไปในทิศทางหนึ่งด้านชอบหรือไม่ชอบ ความโน้มเอียงทางความรู้สึก นึกคิดนี้เกิดจากการเรียนรู้ ทัศนคติ เป็นความฝังแน่นของกลุ่มของความเชื่อของบุคคลที่มีต่อแง่มุม คุณลักษณะต่าง ๆ ของวัตถุหนึ่ง ๆ ความเชื่อ นี้สามารถอธิบายได้ด้วยแบบจำลองทัศนคติจากหลายลักษณะ (Multi-Attribute Attitudes Model) ลักษณะของทัศนคติเป็นส่วนผสมของทั้งข้อเท็จจริง และความเชื่อ เป็นการเก็บความถูกใจ ไม่ถูกใจของสินค้าไว้

พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือ (Behavior) หมายถึง ลักษณะการใช้งานโทรศัพท์มือถือในด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกันออกไปตาม ทั้งเพื่อการติดต่อสื่อสาร ค้นหาหาความรู้ แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ใช้งาน แตกต่างกันไปตามพฤติกรรมการใช้งานของแต่ละบุคคลเช่น ช่วงเวลา สถานที่ วัตถุประสงค์ ลักษณะ ความถี่ บุคคลที่ติดต่อ ช่วงระยะเวลาในการใช้โทรศัพท์มือถือ

นักเรียนวิทยาลัยเทคนิคลำพูน หมายถึง นักเรียนหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) วิทยาลัยเทคนิคลำพูน ที่ลงทะเบียนเรียนในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2562 ประเภทวิชาอุตสาหกรรม พาณิชยกรรม คหกรรมศาสตร์ และอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ชาญชัย อรรถผาดี (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการยอมรับในเทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้ง เพื่อประยุกต์ในการให้บริการระบบบัญชีออนไลน์ สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในมุมมองของผู้ทำบัญชี พบว่า ปัจจัยของตัวแปรอิสระทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ในเทคโนโลยี ด้านการรับรู้การได้รับประโยชน์จากการใช้งาน และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติในการเลือกใช้ระบบบัญชีออนไลน์ผ่านเทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้งของผู้ทำบัญชี และพบว่าปัจจัยทัศนคติในการเลือกใช้ระบบบัญชีออนไลน์มีอิทธิพลและส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้ระบบบัญชีออนไลน์ของผู้ทำบัญชี

อวยพร สุภสวัสดิ์ (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4-6 ในกรุงเทพมหานคร พบว่า เวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในด้านการอ่าน ด้านสะกดคำและด้านคณิตศาสตร์ และการใช้อินเทอร์เน็ต สรุปว่าการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันมาก มีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้านคณิตศาสตร์ ยิ่งไปกว่านั้นหากเด็กใช้อินเทอร์เน็ตจุดประสงค์เพื่อความบันเทิง และสังคมออนไลน์ จะมีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้านการอ่าน และการเขียน

สุโชติ พุทธิปกรณ์ (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของพนักงาน

บริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ทักษะคติ บรรทัดฐานของบุคคลและการรับรู้ถึงการควบคุม พฤติกรรมมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความตั้งใจและพฤติกรรมการใช้งานเครือข่าย สังคมออนไลน์ และพบว่าพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรนั้น

ดาวนภา เนาวรังษี (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ เว็บไซต์เฟซบุ๊กของนิสิตนักศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์เฟซบุ๊กอยู่ บ่อยครั้ง ซึ่งมีสาเหตุมาจากความต้องการคลายเหงา ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเพื่อน อยากเล่นเกม ต้องการเปิดเผยตัวตน อยากรู้ อยากเห็นเรื่องราวของผู้อื่นและตามกระแส

ภาณุวัฒน์ กองราช (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคม ออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย : กรณีศึกษา Facebook พบว่า การรับรู้ถึงความเสี่ยงจากการใช้ เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Perceived Risk) ไม่มีความสัมพันธ์หรือทำให้พฤติกรรมความหลงใหลและ การติดการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ลดลง

ภคดิ ล้อวรัญญ์ (2553) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ทักษะคติของผู้ใช้บริการโทรศัพท์ เคลื่อนที่ ใน อำเภอเมืองเชียงใหม่ ต่อโฆษณาในรูปแบบข้อความสั้น พบว่า การศึกษาทักษะคติของผู้ตอบ แบบสอบถามพบว่า ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามมีผลต่อทักษะคติของผู้ตอบ แบบสอบถาม โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีทักษะคติในด้านลบมากขึ้น

อำนวย ต้องมิตร (2552) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยเชิงเหตุที่มีผล ต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า พระนครเหนือ พบว่า นักศึกษามีระดับสภาพแวดล้อมในสถาบันการศึกษา การมีคอมพิวเตอร์เป็น ของตัวเอง ความสะดวกในการใช้อินเทอร์เน็ตโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ประชากรที่เป็น กลุ่มเป้าหมาย คือ นักเรียนวิทยาลัยเทคนิคลำพูนที่ลงทะเบียนเรียน ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2562 โดยเลือกขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ตามวิธีการของ Taro Yammane ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 โดยวิธีการแบ่งสัดส่วน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับทักษะคติในการใช้โทรศัพท์มือถือของนักเรียนวิทยาลัยเทคนิคลำพูน เป็นมาตรวัดตามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับ พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือของนักเรียนวิทยาลัยเทคนิคลำพูน เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) การหาคุณภาพของเครื่องมือตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถาม แล้ววิเคราะห์ผลการ

ตรวจสอบด้วยวิธีหาค่าความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ทุกข้อคำถามได้ผลรวมของคะแนน IOC ตั้งแต่ 0.67 และการทดสอบวัดค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ได้ค่าเท่ากับ 0.90 ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งลักษณะปฐมภูมิ และพฤติกรรม เพื่อนำมาวิเคราะห์โดยได้นำโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา อาทิ การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา อาทิ ค่าคะแนนเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ค่าที วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว วิเคราะห์ค่าเฉลี่ยแบบ Fisher's Least Significant Difference และวิเคราะห์ค่าสถิติค่าไคสแควร์

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ทักษะการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือของนักเรียน วิทยาลัยเทคนิคลำพูน ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทักษะการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือของนักเรียนวิทยาลัยเทคนิคลำพูนและเพื่อศึกษาพฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือของนักเรียนวิทยาลัยเทคนิคลำพูน โดยมีกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัยเป็นนักเรียนที่ลงทะเบียนเรียน ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) วิทยาลัยเทคนิคลำพูน จำนวน 400 คน ใช้วิธีการแบ่งสัดส่วน ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับทักษะการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือของนักเรียนวิทยาลัยเทคนิคลำพูน เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 15-16 ปี ระดับชั้นที่กำลังศึกษา ปวช.1 ประเภทวิชาอุตสาหกรรม สาขาวิชาช่างยนต์ และประสบการณ์การใช้โทรศัพท์มือถือจนถึงปัจจุบัน 4 ปีขึ้นไป และทัศนคติในการใช้โทรศัพท์มือถือของนักเรียนวิทยาลัยเทคนิคลำพูน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติในการใช้โทรศัพท์มือถือของนักเรียนวิทยาลัยเทคนิคลำพูน พบว่า ด้านความรู้ ส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือ ในข้อลักษณะในการใช้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และข้อคุยกับใคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ด้านความรู้สึก ส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือ ในข้อคุยกับใคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านพฤติกรรม ส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือ ข้อวัตถุประสงค์ในการใช้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

ผลการศึกษาทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือของนักเรียน วิทยาลัยเทคนิคลำพูน โดยรวมอยู่ในระดับมากในทุกด้าน เมื่อเรียงลำดับทัศนคติในแต่ละด้าน โดยเรียงจากระดับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดไปหาต่ำสุด จะได้ดังนี้ ด้านความรู้ ด้านพฤติกรรม และด้านความรู้สึก ตามลำดับ ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ทัศนคติด้านความรู้เป็นทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือ สอดคล้องกับผลการศึกษาของรวิวรรณ คงแก้ว (2559, บทคัดย่อ) ซึ่งได้การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการตัดสินใจใช้คลาวด์คอมพิวติ้งในองค์กร ซึ่งการศึกษานี้พบว่า การรับรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีคอมพิวติ้ง ด้านการรับรู้ประโยชน์ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติในการเลือกใช้งานคลาวด์คอมพิวติ้ง และทัศนคติที่ดีที่มีต่อคลาวด์คอมพิวติ้งส่งผลให้มีการตัดสินใจใช้คลาวด์คอมพิวติ้งในการทำงาน

พฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือของนักเรียน วิทยาลัยเทคนิคลำพูน ทั้งโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากองค์ประกอบของทัศนคติ ทั้ง 3 ข้อ ของ Blythe (วุฒิ สุขเจริญ ,2559) ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมผู้บริโภคพร้อมกับทัศนคติ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลและสภาพแวดล้อม (Personal and environmental factors) เนื่องจากมนุษย์แต่ละคนย่อมมีความแตกต่างกันในด้านครอบครัว สังคม อันส่งผลต่อพฤติกรรม นอกจากนั้นสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคแสดงพฤติกรรมที่แตกต่างกัน จึงทำให้นักเรียนแสดงพฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์ที่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือของนักเรียน วิทยาลัยเทคนิคลำพูน โดยรวมพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาแยกย่อยออกเป็นรายด้าน พบว่า ข้อช่วงเวลาที่ใช้ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับพฤติกรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ข้อความถี่ในการใช้ และข้อช่วงระยะเวลาในการใช้ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับพฤติกรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และข้อสถานที่ใช้ ข้อวัตถุประสงค์ในการใช้ ข้อลักษณะการใช้ และข้อคุยกับใคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีพฤติกรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อำนวย ต้องมิตร (2552, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยเชิงเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวานภา เนาวรังษี (2555, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์เฟซบุ๊กของนิสิตนักศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติในการใช้โทรศัพท์มือถือของนักเรียนวิทยาลัยเทคนิคลำพูน พบว่า ด้านความรู้ส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือ ข้อลักษณะในการใช้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และข้อคุยกับใคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.01 ด้านความรู้สึก ส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือ ข้อคุยกับใคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านพฤติกรรม ส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือ ข้อวัตถุประสงค์ในการใช้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุโชติ พุทธิปกรณ (2557, บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ทักษะคิด บรรทัดฐานของบุคคลและการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความตั้งใจและพฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ และพบว่าพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรนั้น

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรมีการให้ความรู้ในการใช้โทรศัพท์มือถือแก่นักเรียน โดยเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสมและวัตถุประสงค์ในการใช้งานที่เป็นประโยชน์ เพื่อไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อการเรียนรู้ พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ส่งผลต่อสายตาได้ อีกทั้ง ผู้ปกครองควรให้ความสนใจในการสื่อสารกับบุคคลอื่นของบุตรหลาน เนื่องจากการติดต่อสื่อสารที่ง่าย อาจส่งผลต่อการนัดแนะหรือพูดคุยที่ไม่เหมาะสมกับวัย ควรหาเวลาทำกิจกรรมอื่น ๆ ร่วมกับบุตรหลาน เพื่อไม่ให้เกิดความสัมพันธ์ที่ห่างเหิน

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ควรศึกษาพฤติกรรมในการใช้โทรศัพท์มือถือของนักเรียน วิทยาลัยเทคนิคลำพูน ที่มีผลกระทบด้านลบต่อตนเองและสังคม

เอกสารอ้างอิง

- ชนงกรณ์ คุณทลบุตร. (2560). *หลักการจัดการธุรกิจปัจจุบัน*. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชาญชัย อรรถผาดี. (2557). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการยอมรับในเทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้งเพื่อประยุกต์ในการให้บริการระบบบัญชีออนไลน์ สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในมุมมองของผู้ทำบัญชี*. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- จิตยา สุวรรณะชญ. (2547). *ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรม*. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ .
- ดาวนภา เนาวรังษี (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์เฟซบุ๊กของนิสิตนักศึกษา*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ถนอม บริคุต. (2557). *ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค*. ค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://fifathanom.wordpress.com>.
- ชิตินพล เทียมจันทร์. (2562). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. ค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://www.brandingchamp.com>.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2537). *องค์การและการบริหาร*. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ภาณุวัฒน์ กองราช (2554). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย : กรณีศึกษา Facebook*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิกิพีเดีย. (2562). *ทัศนคติ*. ค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://th.wikipedia.org>.
- วิภาดา เนียมรักษา. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารเพื่อบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วุฒิ สุขเจริญ. (2559). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร : จี.พี.ไซเบอร์พริ้นท์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- สุโชติ พุทธิปกรณ์ (2557). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เหมือนจิต จิตสุนทรชัยกุล. (2561). พฤติกรรมผู้บริโภคกับธุรกิจค้าปลีก. กรุงเทพมหานคร : บริษัท วี.พี. (1991) จำกัด.

อุดม ทุมโสมิต. (2544). การจัดการ. กรุงเทพมหานคร : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

องอาจ ปะวานิช. (2547). การส่งเสริมการขาย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แสงดาว.

อวยพร ศุภสวัสดิ์ (2559). การศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4-6 ในกรุงเทพมหานคร.

วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหิดล.

อำนาจ ต้อมมิตร (2552). การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยเชิงเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิต สาขาบริหารมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

Allport, G. W. (1968). *Reading in attitude theory and measurement* . New York: John Welley & Sons. ค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2562.

Engel, F.J., Blackwell, D.R., & Miniard, W.P. (1990). *Consumer behavior*. (6th ed.). Hinsdale: The Dryden. ค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2562.

Kotler, Philip. And Armstrong. (2002). *Principle of Marketion*. 11th Edition. New Jersey: Prentice-Hall.

R. (1992). *Consumer Behavior*. New Jersey : Prentice-Hall. ค้นเมื่อ 16 พฤศจิกายน 2562.

Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd Edition. New York: Harper and Row.