

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การศึกษาปัจจัยและผลกระทบของการเสพติดเฟซบุ๊กของพนักงานในองค์กร
ชื่อผู้เขียน	นายภาณุพงศ์ ชุนณรงค์
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มชูปายาส ทองมาก
ปีการศึกษา	2556

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อการเสพติดเฟซบุ๊กของพนักงานในองค์กร โดยนำเอาทฤษฎีการใช้งานและความพึงพอใจ (Uses and gratifications) หรือทฤษฎี U&G มาประยุกต์ใช้เป็นกรอบทางการศึกษาและเพิ่มเติมปัจจัยอื่นๆ ที่คาดว่าจะส่งผลอิทธิพลต่อการเสพติดเฟซบุ๊กของพนักงานในองค์กร ซึ่งได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ปัจจัยดังกล่าวได้แก่ ลักษณะการใช้งานเพื่อฆ่าเวลา (Pass time) การค้นหาข้อมูล (Information Seeking) และ ลักษณะบุคลิกภาพด้านการเปิดเผยตนเอง (Extraversion) ซึ่งส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้ (Behavioral Usage) และ ความพึงพอใจ (Gratifications) รวมถึงการศึกษผลกระทบจากการเสพติดเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ส่งผลกระทบต่อจิตใจในด้านของความรู้สึกโดดเดี่ยวทางอารมณ์ และ สังคม (Social and Emotional Loneliness) ลักษณะบุคลิกในด้านความภูมิใจแห่งตน (Self-esteem) และ ประสิทธิภาพการทำงาน (Job performance) การวิจัยครั้งนี้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างคือ บุคลากรในองค์กรจำนวน 300 คน ภายในประเทศไทย เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยแจกแบบสอบถามในรูปแบบเอกสารและส่งแบบออนไลน์ในการเก็บข้อมูล จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยมีการประเมินความเที่ยงของเครื่องมือด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha) และทำการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย (Simple Linear Regression) และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อการเสพติดเฟซบุ๊กมากที่สุดนั้นคือ ปัจจัยด้านความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้งาน โดยมีปัจจัยด้านลักษณะการใช้งานเพื่อฆ่าเวลาเป็นปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อความพึงพอใจมากที่สุด นอกจากนี้

(2)

ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่าการเสพติดเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นส่งผลเสียทั้งทางด้านประสิทธิภาพการทำงาน และอารมณ์ความรู้สึกในด้านความรู้สึกโดดเดี่ยวทางอารมณ์ และสังคม อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมการใช้ดังกล่าวไม่ส่งผลต่อ ความภูมิใจแห่งตน

คำสำคัญ: เครือข่ายสังคมออนไลน์, การเสพติดเครือข่ายสังคมออนไลน์

Independent Study Title	FACTORS AND EFFECTS OF FACEBOOK ADDICTION ON EMPLOYEES
Author	Mr. Panupong Khunarong
Degree	Master of Science Program
Department/Faculty/University	In Management Information Systems Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Assistant Professor Dr.Mathupayas Thongmak
Academic Years	2013

ABSTRACT

This research aims to study the factors affecting the Facebook addiction on employees through Uses and Gratifications theory (U&G) and including other factors in the research model i.e. passtime, information seeking and extraversion. All of these factors were selected based on the relevant empirical studies. The sample used in this research is a sample group of 300 employees 3 0 0 in Thailand. As questionnaire was administrated, and data were collected to test the reliability of each variable with coefficient alpha and test the hypothesis by using the simple linear regression and multiple linear regression analysis. Research result showed that passtime factor has significant positive influence on the Facebook addiction of employees. Moreover, the result showed that Facebook addiction also effects to jobs performance and social loneliness. However, Facebook addiction did not effect to self-esteem.

This study provide useful guidelines for organizations to do an appropriate social media policy for the organizations to control the excessively use of social media in the workplace and realize the effects of Facebook addiction such as low job performance and social loneliness.

Keywords: social media, social media addiction, Facebook addiction