

รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์และความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์
และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ



ชญาพร คุณประทุม

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาศึกษามหาบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา

เมษายน 2561

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

อาจารย์ที่ปรึกษา และหัวหน้าภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา ได้พิจารณา การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง “รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์และความคาดหวังของอาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทาง วิชาการ” เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาของมหาวิทยาลัยนเรศวร

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุจโรจน์ แก้วอุไร)

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุจโรจน์ แก้วอุไร)

หัวหน้าภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา

เมษายน 2561



ประกาศคุณูปการ

การศึกษาครั้งนี้ด้วยตนเองฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รุจโรจน์ แก้วอุไร ที่ปรึกษาและคณะกรรมการทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำ ปรึกษา ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง จนการศึกษาครั้งนี้ ด้วยตนเองสำเร็จสมบูรณ์ได้ ผู้ศึกษาครั้งนี้ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเพ็ญ ดาบเพชร หัวหน้าภาควิชา การท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร, ดร.อดิศักดิ์ โชติธรรมธรา หัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร และผู้ช่วยศาสตราจารย์จิตตินุช วัฒนนะ อาจารย์ประจำภาควิชา บริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่กรุณาเป็น ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบประเมินเครื่องมือ ให้คำแนะนำ แก้ไขตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ค้นคว้า จนทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สมบูรณ์และมีคุณค่า

ขอขอบพระคุณ คณบดีและคณาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ อำนวยความสะดวกและให้ความร่วมมือ เป็นอย่างยิ่ง ในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา รวมถึงผู้เขียนตำรา เอกสาร บทความต่างๆ ที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าและนำมาอ้างอิงในงานวิจัยครั้งนี้

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าฉบับนี้ ผู้ศึกษาค้นคว้าขออุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุก ๆ ท่าน

ชญาพร คุณประทุม

ชื่อเรื่อง รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์และความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ

ผู้วิจัย ชญาพร คุณประทุม

ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รุจโรจน์ แก้วอุไร

ประเภทสารนิพนธ์ การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง กศ.ม. สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสาร การศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2560

คำสำคัญ พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ความคาดหวังที่มีต่อประสบการณ์ รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์

5

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ 2) เพื่อศึกษาความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ และ 3) เพื่อศึกษารูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ในการรับบริการทางวิชาการ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนเรศวร โดยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้างเป็นแนวคำถามแบบปลายเปิดกับอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนเรศวร จำนวน 15 คน

ผลจากการวิจัย พบว่า 1. อาจารย์มีพฤติกรรมผูกพันกับสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเกิดจากค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิต ซึ่งมีปัจจัยส่วนบุคคล ทักษะคิด สังคมและวัฒนธรรม เป็นปัจจัยผลักดันให้เกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อการรับบริการทางวิชาการ 2. ความคาดหวังของอาจารย์เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์จากการได้รับการบริการทางวิชาการ ประกอบด้วย 1) ประสบการณ์ในอดีต 2) การสื่อสารแบบปากต่อปากและการเรียนรู้ผ่านสังคมออนไลน์และ 3) ประสบการณ์การทำงาน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดความคาดหวังต่อหน่วยงานนวัตกรรมด้านบริการวิชาการ ในมิติของความเป็นเลิศด้านสมรรถนะหลักขององค์กรและด้านสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ 4) รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์สำหรับการให้บริการทางวิชาการ เกิดจากการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ที่มีต่อความคาดหวังในการเป็นหน่วยงานนวัตกรรมด้านบริการวิชาการ ในมิติของความเป็นเลิศด้านสมรรถนะหลักขององค์กรและด้านสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่

Title Expectation of Faculty of Business, Economics and Communications lecturers, Naresuan University about the Academic service through Social media

Authors Chayapon Kunpratun

Advisor Assistant professor Rujroad Kaewurai, Ph.D.

Academic Paper Independent Study
Master of Education (M.Ed.) in Educational Communication and Technology
Naresuan University, 2017

Keywords Social Media usage behavior, expectation of experiences in type of Social Media

Abstract

The objectives of this research were to: 1) to study Social Media usage behavior of lecturers, Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan University to get service from Academic service division 2) to study Expectation of lecturers, Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan University to get service from Academic service division 3) to study the Types of Social media of lecturers, Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan University to get service from Academic service division by using Qualitative Research Methodology, Participant Observation, and In-depth Interview Semi-Structure is open ended question for lecturers, Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan University.

The research findings found that: 1. Lecturers of Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan University, communicating through social media come from social values and lifestyles of individual, attitude, society and culture which push-pull factors of behavior for using of Social Media to get service from Academic service division 2. Expectation of lecturers, Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan University are, learning experiences from getting service from Academic service division. There are 3 push-pull factors of experiences: 1) Past Experiences 2) Word of mouth and learning from social media 3) Working experiences are important factors for expectation to be innovative Academic service Division in excellence of core competency organization

and role 4) Type of social media for academic service came from learning through experiences from expectation in Academic service innovation Division in excellence of core competency organization and role



สารบัญ

บทที่

หน้า

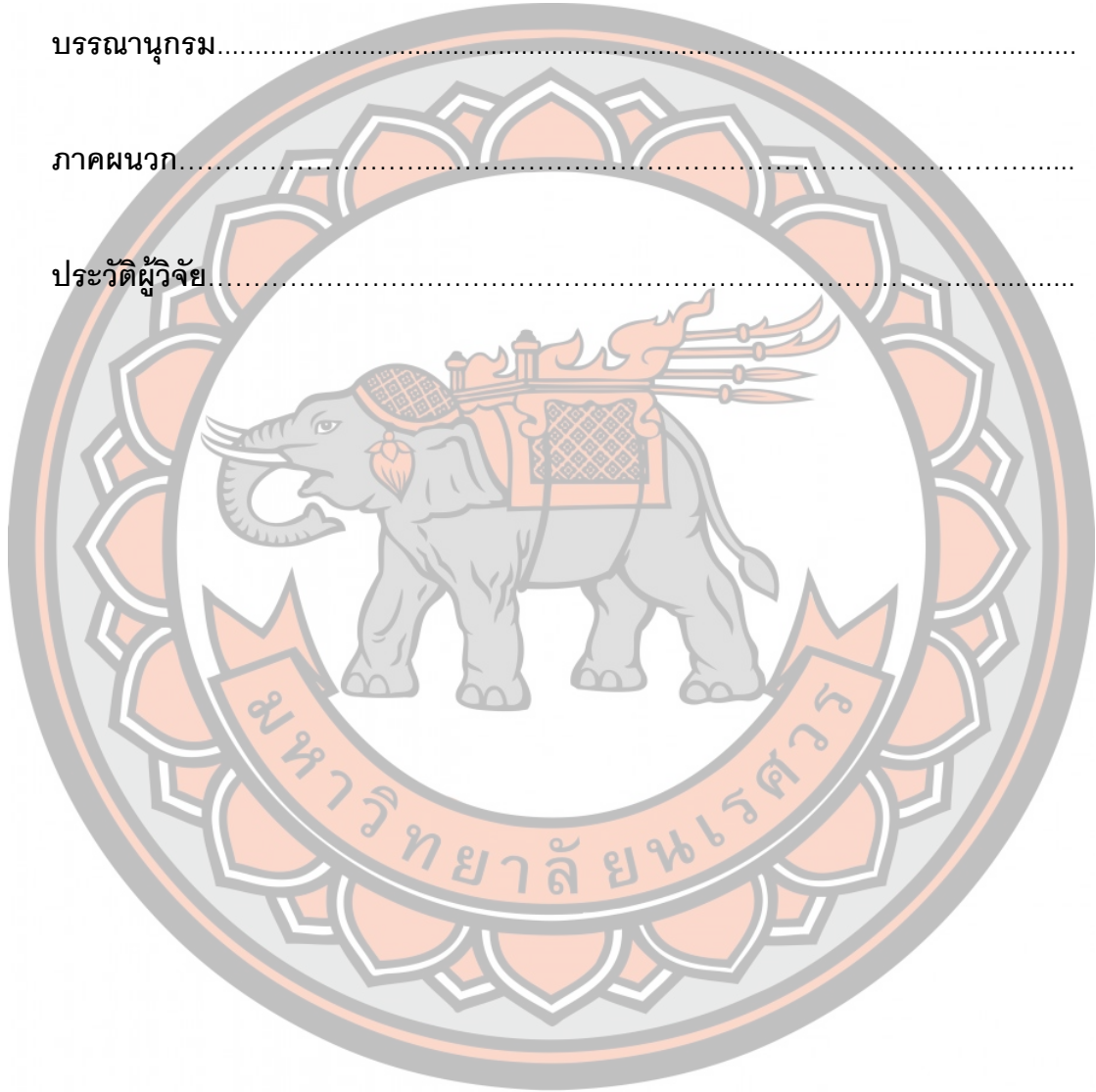
1 บทนำ	1
ความเป็นมาของปัญหา.....	1
คำถามของการศึกษา.....	2
จุดมุ่งหมายของการศึกษา.....	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	2
ขอบเขตของงานวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย.....	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
ข้อมูลเกี่ยวกับคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัย นเรศวร.....	8
ข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยงานบริการวิชาการ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และ การสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร.....	10
งานวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์.....	13
งานวิจัยที่เกี่ยวกับความคาดหวังของมนุษย์.....	19
งานวิจัยเกี่ยวกับการบริหารประสบการณ์.....	24
งานวิจัยที่เกี่ยวกับการประยุกต์เครือข่ายสังคมออนไลน์กับการทำงาน.....	27
สรุปการนำเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการวิจัย.....	36

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย	40
ขั้นตอนดำเนินการวิจัย.....	41
รูปแบบวิธีที่ใช้ในการวิจัย.....	42
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	42
การสร้างและการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	43
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	44
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	45
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
4 ผลการวิจัย	50
ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทาง วิชาการ.....	51
ผลการศึกษาความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และ การสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ.....	52
ผลการศึกษารูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ในการรับบริการทางวิชาการของ อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร..	59
5 บทสรุป	64
สรุปผลการวิจัย.....	64
อภิปรายผลการวิจัย.....	66
ข้อจำกัดในการทำวิจัย.....	73
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	73
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต.....	74

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
บรรณานุกรม.....	75
ภาคผนวก.....	82
ประวัติผู้วิจัย.....	100



มหาวิทยาลัยพระเชตุвр

สารบัญตาราง

ตาราง

หน้า

1	แสดงตารางที่ 1 ความแตกต่างของเว็บ 1.0 และ 2.0	28
---	---	----



สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	5
2 ภาพที่ 2 โครงสร้างการบริหารคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยยรนเรศวร.....	10
3 ภาพที่ 3 The Four Realms of an Experience.....	26
4 ภาพที่ 4 ตัวอย่างประเภทสื่อสิ่งพิมพ์.....	31
5 ภาพที่ 5 ตัวอย่างประเภทบริการสื่อแลกเปลี่ยน.....	31
6 ภาพที่ 6 ตัวอย่างประเภทเครือข่ายสังคม.....	32
7 ภาพที่ 7 ตัวอย่างประเภทบริการรับ – ส่งข้อความ.....	32
8 ภาพที่ 8 ตัวอย่างประเภท Blog.....	33
9 ภาพที่ 9 ตัวอย่างประเภท Micro Media.....	33
10 ภาพที่ 10 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยเรื่อง รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์และความ คาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยยรนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ.....	41
11 ภาพที่ 11 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยยรนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทาง วิชาการ.....	51
12 ภาพที่ 12 ความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการ สื่อสาร มหาวิทยาลัยยรนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ	53
13 ภาพที่ 13 ประสพการณ์จากการได้รับการบริการทางวิชาการของอาจารย์คณะ บริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยยรนเรศวร ที่มีต่อการรับ บริการทางวิชาการ.....	56
14 ภาพที่ 14 รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์สำหรับการให้บริการทางวิชาการ ในมิติของ ความเป็นเลิศด้านสมรรถนะหลักขององค์กร.....	60

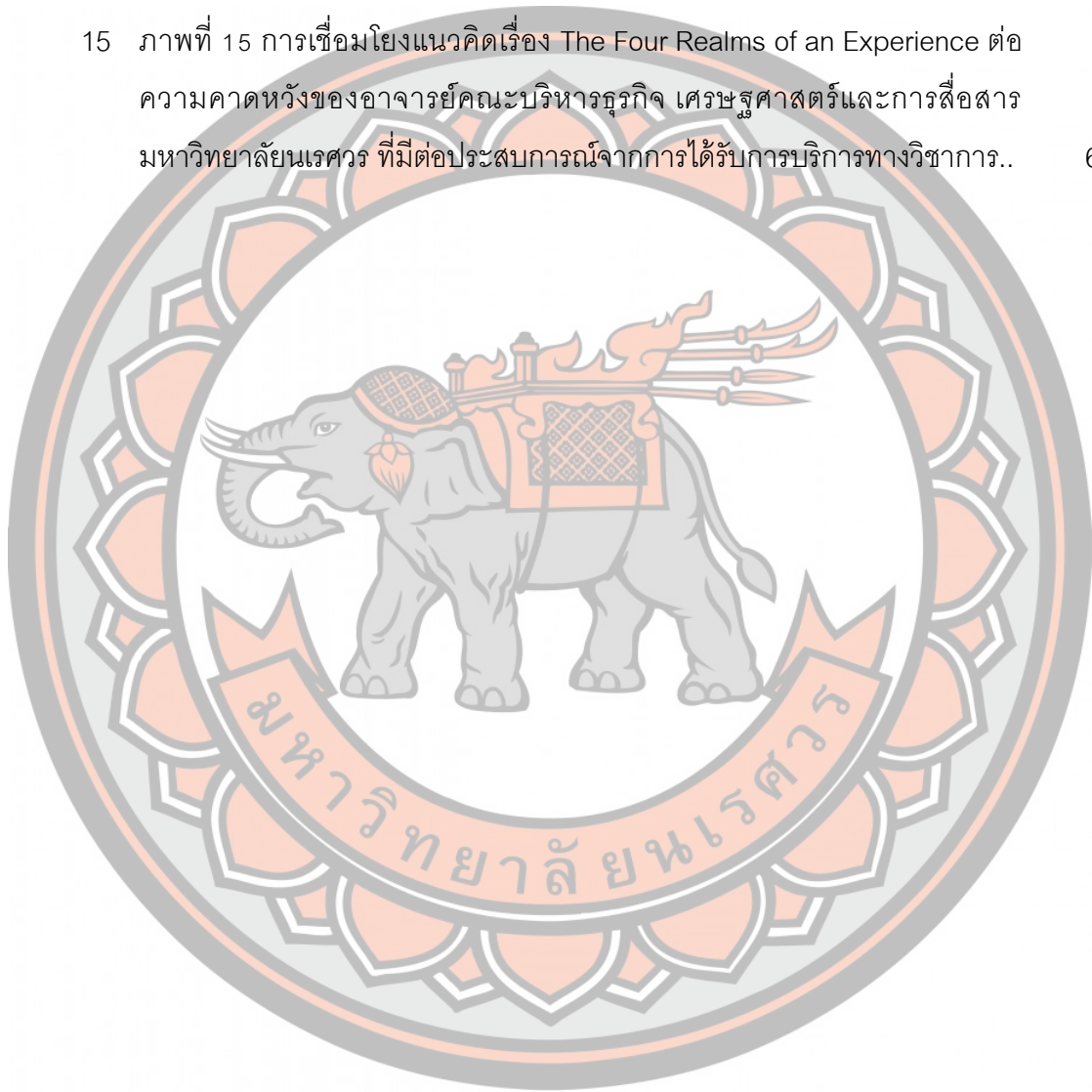
สารบัญภาพ

ภาพ

หน้า

- 15 ภาพที่ 15 การเชื่อมโยงแนวคิดเรื่อง The Four Realms of an Experience ต่อ
ความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร
มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อประสบการณ์จากการได้รับการบริการทางวิชาการ..

69



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันนี้คงจะไม่มีใครปฏิเสธได้ว่าไม่รู้จัก “สื่อสังคมออนไลน์” ซึ่งมีความสัมพันธ์กับอินเทอร์เน็ต (Internet) ถือเป็นเครือข่ายที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร เชื่อมโยงกันระหว่างเครือข่ายเดียวกัน สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารในทางสังคม เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การพูดคุยตอบโต้กันระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร ซึ่งรวมไปถึงการส่งข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ตซึ่งสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมที่ใช้สำหรับการเชื่อมต่อระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคล เพื่อให้เกิดกลุ่มสังคม เช่น Facebook, Line, Twitter, Instagram เป็นต้น จากการศึกษาข้อมูลการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ.2554-2557 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่ากลุ่มที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันยังคงเป็นกลุ่มวัยรุ่นเป็นส่วนใหญ่ แต่ได้มีการขยายตัวไปยังกลุ่มผู้สูงอายุมากขึ้นด้วย

สื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย คงจะหนีไม่พ้น ทั้ง Facebook และ Line ซึ่งเป็นสื่อที่ทั้งวัยรุ่น คนหนุ่มสาว และผู้สูงอายุใช้ติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน สามารถติดต่อนัดหมายทำกิจกรรมร่วมกัน ในเรื่องที่น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นการโพสต์รูปภาพ เขียนข้อความ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ พูดคุยกันแบบเวลาปัจจุบัน (Real time) ปัจจุบันนี้สื่อสังคมออนไลน์ทั้งสองอย่างนี้ ยังใช้ประโยชน์เพื่อหน่วยงานของตนเอง ทั้งทางธุรกิจและใช้ในชีวิตประจำวัน อาทิ การประชาสัมพันธ์โครงการ การติดต่อสื่อสารระหว่างอาจารย์กับนิสิต

คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยรัตนนคร เป็นคณะที่ประกอบด้วยศาสตร์หลายแขนง จำนวน 5 ภาควิชา 9 สาขาวิชา ประกอบด้วย ภาควิชาบริหารธุรกิจ ประกอบด้วย สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ และสาขาวิชาการเงินและการธนาคาร , ภาควิชาการท่องเที่ยว , ภาควิชาเศรษฐศาสตร์, ภาควิชาการบัญชี และภาควิชานิเทศศาสตร์ ได้แก่ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน และสาขาวิชาสารสนเทศเพื่อการสื่อสาร ต่างต้องใช้ในการติดต่อสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ติดต่อกันระหว่างอาจารย์กับนิสิต, นิสิตกับเจ้าหน้าที่ภายในคณะ หรือระหว่างอาจารย์กับอาจารย์ด้วยกัน

การติดต่อระหว่างบุคลากรของหน่วยงานภายในคณะ ไม่ว่าจะเป็น งานธุรกิจ งานการเงินและพัสดุ งานบริการการศึกษา งานบัณฑิตศึกษา งานยุทธศาสตร์ งานกิจการนิสิตและศิษย์เก่าสัมพันธ์ และงานวิจัยและบริการวิชาการ ที่ให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสารระหว่าง

องค์กรเป็นอย่างยิ่งซึ่งการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางอีกช่องทางหนึ่ง ที่จะทำให้อาจารย์ นิสิต และบุคลากรของคณะ เกิดปฏิสัมพันธ์ในการทำงานร่วมกัน ซึ่งการใช้สื่อสังคมออนไลน์ถือเป็นตัว เชื่อมโยงเกี่ยวกับพฤติกรรมและการปฏิบัติในสิ่งที่ถูกตั้งและเหมาะสม

ด้วยเหตุดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษารูปแบบสื่อสังคมออนไลน์และความ คาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อ การรับบริการทางวิชาการ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ความคาดหวังและ รูปแบบ สื่อสังคมออนไลน์ในการรับบริการทางวิชาการ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และ การสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาด้านบริการทางวิชาการของ หน่วยบริการวิชาการ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ต่อไป

คำถามของการวิจัย

1. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร เป็นอย่างไร
2. ความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการเป็นอย่างไร
3. รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ในการรับบริการทางวิชาการ ของอาจารย์คณะ บริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร มีลักษณะเป็นอย่างไร

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ
2. เพื่อศึกษาความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการ สื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ
3. เพื่อศึกษารูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ในการรับบริการทางวิชาการ ของอาจารย์คณะ บริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ

2. ทำให้ทราบถึงความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ

3. ทำให้ทราบถึงรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ในการรับบริการทางวิชาการ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

ขอบเขตของงานวิจัย

ผู้วิจัยได้แบ่งขอบเขตของการวิจัยออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. ขอบเขตด้านการศึกษา การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เป็นแนวคำถามแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) ซึ่งเป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ความคาดหวังและรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ในการรับบริการทางวิชาการ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา รายละเอียดของเนื้อหาที่ใช้ในการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษารูปแบบสื่อสังคมออนไลน์และความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ เป็นการศึกษาเพื่อการอธิบายและทำความเข้าใจ พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ความคาดหวังที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการและรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ในการรับบริการทางวิชาการ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ภายใต้แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม การใช้สื่อสังคมออนไลน์ แนวคิดการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (Computer-Mediated Communication) แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังและการใช้ประโยชน์สื่อสังคมออนไลน์ แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์และแนวคิดการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

3. ขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการวิจัย ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ประกอบด้วย ภาควิชาบริหารธุรกิจ ภาควิชาการท่องเที่ยว ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ ภาควิชาการบัญชี ภาควิชานิติศาสตร์

4. ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1. วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ การเลือกกลุ่มตัวอย่างเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกตัวอย่างที่มีการกำหนดจุดมุ่งหมายหรือเจตนาในการเลือกตัวอย่างไว้

อย่างเฉพาะเจาะจง โดยอาศัยตรรกะ (Logic) หรือความสมเหตุสมผลตามแนวคิดและหลักการทางวิชาการ (Rationale) โดยมุ่งเน้นตัวอย่างเฉพาะบุคคล สถานที่ หรือเหตุการณ์เฉพาะ ที่ให้ข้อมูลสารสนเทศอย่างละเอียดและลุ่มลึกอันนำไปสู่ความเข้าใจประเด็นปัญหาที่ต้องการแสวงหาคำตอบได้อย่างกระจ่างชัดเป็นสำคัญ (องอาจ นัยพัฒน์, 2551, หน้า 110)

2. การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้วิจัยประมาณการขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย ภายใต้แนวคิดของนราศรี ไววนิชกุลและชูศักดิ์ อุดมศรี (2551, หน้า 179) กล่าวว่า สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพนั้นเป็นการสืบเสาะเจาะลึกลงไปโดยไม่มีรูปแบบที่แน่นอน ใช้กลุ่มตัวอย่างจำกัด 8-12 หน่วย โดยไม่จำเป็นต้องใช้เป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด ก็ถือว่าเพียงพอและมีความน่าเชื่อถือของข้อมูล เน้นความคิดเห็นมากกว่าการวิเคราะห์สรุปความ จุดมุ่งหมายสำคัญคือ ต้องเข้าใจปรากฏการณ์ในเชิงเหตุผลมากกว่าวิธีที่เป็นระบบระเบียบและการวิเคราะห์ตัวแปรต่างๆ

3. การสรรหากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยอาศัยเทคนิคการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบอลหิมะ (Snowball Sampling) ตามแนวคิดของ กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติและคณะ (2554, หน้า 15) กล่าวว่า ลักษณะการสุ่มตัวอย่างแบบบอลหิมะนี้ สามารถประยุกต์ใช้ได้ในการศึกษาที่ใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่เกิดจากการแนะนำต่อกันไปของกลุ่มตัวอย่างเอง โดยผู้วิจัยไม่สามารถระบุหรือบ่งชี้ได้อย่างชัดเจนว่าสมาชิกในกลุ่มตัวอย่างคนใดที่สามารถให้ข้อมูลได้ถูกต้องมากที่สุด หรือเป็นสมาชิกในกลุ่มที่ผู้วิจัยยากที่จะติดต่อได้ด้วยตนเองโดยตรง ซึ่งการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการแบบบอลหิมะนี้ จะเริ่มจากการเก็บตัวอย่างแรกโดยอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยหลังจากผู้วิจัยได้เก็บตัวอย่างแรกพร้อมกับขอความร่วมมือจากตัวอย่างแรกให้ช่วยแนะนำตัวอย่างต่อไปที่มีคุณสมบัติที่คล้ายคลึง สอดคล้องกันและเมื่อผู้วิจัยได้ทำการเก็บตัวอย่างจากที่ได้รับการแนะนำจากตัวอย่างแรกแล้วนั้น ก็ได้ทำการขอให้ตัวอย่างนั้นแนะนำตัวอย่างต่อไปพร้อมกันไปด้วย โดยผู้วิจัยจะใช้วิธีดังกล่าวนี้ไปจนกระทั่งได้จำนวนตัวอย่างครบตามที่ต้องการ

นิยามศัพท์เฉพาะ

งานบริการวิชาการ หมายถึง เป็นหน่วยงานที่สนับสนุนการให้บริการวิชาการองค์ความรู้ตามความต้องการของท้องถิ่น และให้บริการฝึกอบรม ถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีให้กับชุมชนและสังคม ตลอดจนงานบูรณาการงานบริการวิชาการกับการเรียนการสอนร่วมกับงานวิจัย ซึ่งการบริการวิชาการแก่สังคมถือเป็นภารกิจหลักและเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญของมหาวิทยาลัยนเรศวร

ความคาดหวังในการรับบริการทางวิชาการ หมายถึง สิ่งที่คาดว่าจะเกิดขึ้นหรือสิ่งที่มุ่งหวังจะเกิดขึ้นในการรับบริการทางวิชาการของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

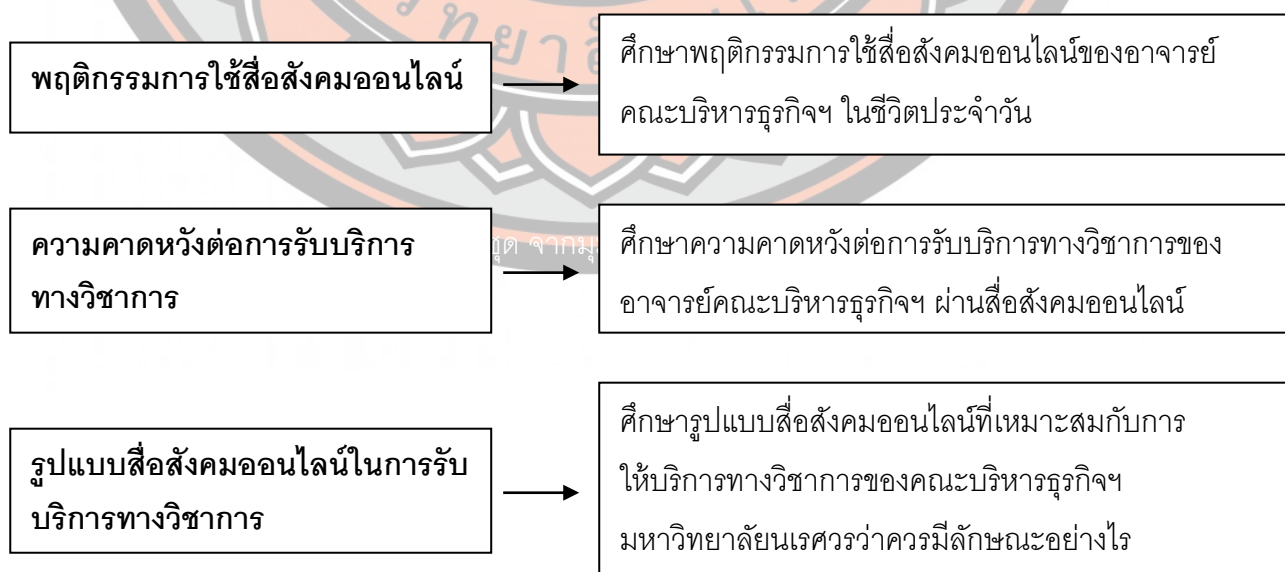
การนำไปใช้ประโยชน์ หมายถึง ระดับการนำข้อมูลที่ได้รับจากการรับบริการทางวิชาการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

พฤติกรรมการใช้บริการ หมายถึง อรรถประโยชน์ที่อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรจะได้ประโยชน์ทางด้านบริการทางวิชาการผ่านสื่อสังคมออนไลน์

รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อที่ผู้สื่อสารได้ส่งสารให้กับผู้รับสาร ด้านเนื้อหา ข้อมูล เรื่องราว บทความ รูปภาพ ที่เขียนหรือเรียบเรียงขึ้นเองแล้วนำมาสื่อสารให้กับผู้รับสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) ได้รับความรู้ ได้แก่ Facebook, Line, Twitter, Instagram เป็นต้น

อาจารย์ หมายถึง อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ปีการศึกษา 2559 (ข้อมูลจากฐานข้อมูลบุคลากรสายวิชาการคณะบริหารธุรกิจฯ ปีการศึกษา 2559)

กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย (Research Framework)



ภาพ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถพัฒนาและสังเคราะห์กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดที่แสดงถึงภาพรวมของการวิจัย ภายใต้ที่มาและความสำคัญของปัญหา ก่อให้เกิดคำถามที่ใช้ในการวิจัยและจุดมุ่งหมายของการศึกษาในครั้งนี้ โดยรายละเอียดของกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย เจาะประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาและทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ เพื่ออธิบายลักษณะของรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ในการรับบริการทางวิชาการ และนำผลการวิจัยมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาด้านบริการทางวิชาการของหน่วยบริการวิชาการ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเรื่อง “รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์และความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ” ผู้ศึกษาค้นคว้าได้ศึกษาสาระสำคัญของตำรา แนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้า ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร
2. ข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยงานบริการวิชาการคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร
3. งานวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมกรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
4. งานวิจัยที่เกี่ยวกับความคาดหวังของมนุษย์
5. งานวิจัยเกี่ยวกับการบริหารประสบการณ์
6. งานวิจัยที่เกี่ยวกับการประยุกต์เครือข่ายสังคมออนไลน์กับการทำงาน
7. สรุปการนำเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการวิจัย

ข้อมูลเกี่ยวกับคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

1. ข้อมูลทั่วไป

คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร พัฒนมาจากความร่วมมือภาควิชา พาณิชยศาสตร์และภาควิชานิติศาสตร์ สังเกตคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ตั้งแต่ พ.ศ. 2535 ด้วยการเห็นชอบของคณะอนุกรรมการสถาบันประจำมหาวิทยาลัย (อ.ก.ม.) และ สภามหาวิทยาลัยนเรศวรมีมติให้จัดตั้งคณะใหม่แยกการบริหารจัดการออกจากคณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์เดิม พ.ศ. 2546 ใช้ชื่อคณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2546 โดยในระยะแรกนั้นคณะได้แบ่งโครงสร้างการบริหารงานออกเป็น สำนักงาน เลขานุการคณะ และ 8 สาขาวิชา ได้แก่ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ สาขาวิชาการท่องเที่ยว สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ สาขาวิชาการบัญชี สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ สาขาวิชาสารสนเทศเพื่อการสื่อสาร สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน และ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์

พ.ศ. 2546 ใช้ชื่อคณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2546 โดยในระยะแรกนั้นคณะได้แบ่งโครงสร้างการบริหารงานออกเป็น สำนักงานเลขานุการคณะ และ 8 สาขาวิชา ได้แก่ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ สาขาวิชาการท่องเที่ยว สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ สาขาวิชาการบัญชี สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ สาขาวิชาสารสนเทศเพื่อการสื่อสาร สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน และ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2548 คณะกรรมการบริหารมหาวิทยาลัย (กบม.) ได้มีมติในการประชุม ครั้งที่ 14/2548 เมื่อวันที่ 7 กันยายน 2548 ให้คณะฯ ที่จัดตั้งใหม่ ปรับโครงสร้างการบริหารจัดการภายในคณะโดยมุ่งหวังให้เกิดความกระชับและคล่องตัว คณะฯ จึงจัดกลุ่มแบ่ง 8 สาขา ให้รวมเป็น 3 ภาควิชา ได้แก่ 1) ภาควิชาบริหารธุรกิจ ประกอบด้วย สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ สาขาวิชาการท่องเที่ยว สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ และในพ.ศ. 2551 ได้เพิ่ม สาขาวิชาการเงินและการธนาคารขึ้นอีก 1 สาขาวิชา 2) ภาควิชาเศรษฐศาสตร์และการบัญชี ประกอบด้วย สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ สาขาวิชาการบัญชี และ 3) ภาควิชานิติศาสตร์ ประกอบด้วย สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชาสารสนเทศเพื่อการสื่อสาร และสาขาวิชาการสื่อสารมวลชน

พ.ศ. 2555 คณะกรรมการมหาวิทยาลัย (อ.ก.ม.) ได้เห็นชอบให้ คณะวิทยาการจัดการ และสารสนเทศศาสตร์ ได้เปลี่ยนชื่อเป็น คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร ตั้งแต่วันที่ 21 สิงหาคม 2555 โดยมีการแบ่งส่วนราชการ ออกเป็น 3 ส่วนคือ 1) สำนักงานเลขานุการ ประกอบด้วย งานธุรการ งานการเงินและพัสดุ งานนโยบายและแผนงาน งานบริการการศึกษา งานวิจัยและบริการวิชาการ และงานกิจการนิสิตและศิษย์เก่าสัมพันธ์ โดยในแต่ละงานจะมีหัวหน้างานเป็นผู้บริหารงานระดับต้นและมีรองคนบดีกำกับดูแลในทุกงาน 2) ภาควิชา จำนวน

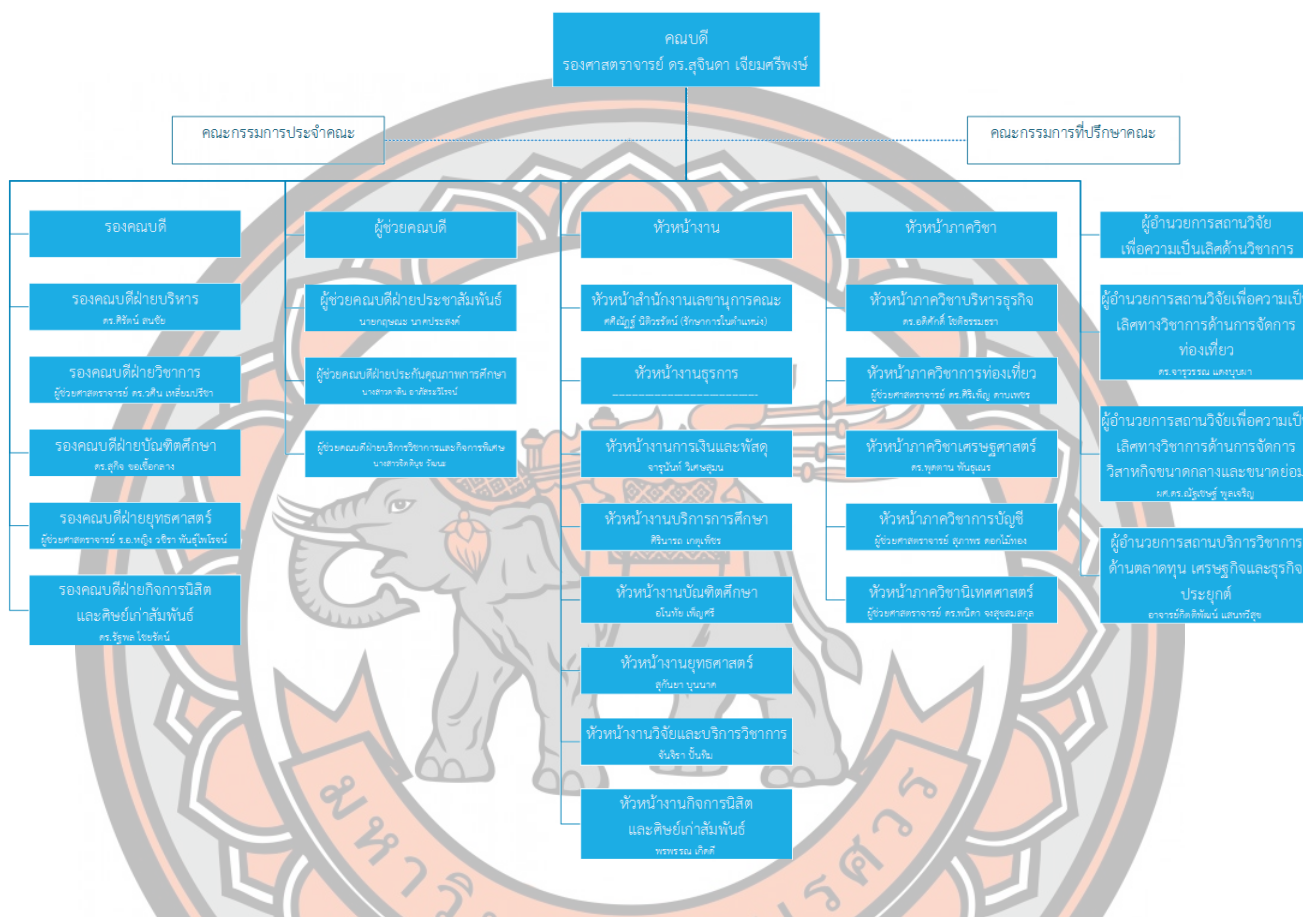
5 ภาควิชา ประกอบด้วย 2.1 ภาควิชาบริหารธุรกิจ ประกอบด้วย สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ และสาขาวิชาการเงินและการธนาคาร , 2.2 ภาควิชาการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สาขาวิชาการท่องเที่ยว , 2.3 ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ ประกอบด้วย สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ , 2.4 ภาควิชาการบัญชี ประกอบด้วย สาขาวิชาการบัญชี , 2.5 ภาควิชานิติศาสตร์ ประกอบด้วย สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน และสาขาวิชาสารสนเทศเพื่อการสื่อสาร และ 3) สถานศึกษาข้อมูลการค้าการลงทุนการค้าและบริการ มีฐานะเทียบเท่าภาควิชาและอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มีหน้าที่สร้างเครือข่ายทางธุรกิจทั้งในและนอกประเทศ มีการจัดการข้อมูลเกี่ยวกับการค้าการลงทุน และการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ สนับสนุนการให้บริการข้อมูลการค้าการลงทุนกับผู้ที่สนใจ อีกทั้งยังส่งเสริมให้คณาจารย์สร้างผลงานวิจัยและสามารถเผยแพร่ หรือ นำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์

พ.ศ.2556 มหาวิทยาลัยมีนโยบายสนับสนุนให้หน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย สามารถจัดตั้งสถานวิจัยเพื่อความเป็นเลิศทางวิชาการด้านต่างๆ ได้ตามศักยภาพของหน่วยงาน เพื่อเป็นศูนย์กลางความรู้และส่งเสริมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าและวิจัยด้านต่างๆ ให้กับบุคลากร นิสิต มหาวิทยาลัยนเรศวรและผู้สนใจทั่วไป ดังนั้นคณะฯ จึงได้จัดตั้งสถานวิจัยเพื่อความเป็นเลิศทางวิชาการด้านการจัดการการท่องเที่ยวขึ้น

พ.ศ.2557 คณะฯ ได้จัดตั้งสถานวิจัยเพื่อความเป็นเลิศทางวิชาการเพิ่มอีก 2 สถาน ดังนี้

- 1) สถานวิจัยเพื่อความเป็นเลิศทางวิชาการด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Center of Excellence in Small and Medium Enterprises Management) จะดำเนินการวิจัยจัดอบรมสัมมนา ในลักษณะบูรณาการระหว่างคณะฯ กับหน่วยงานทั้งภายในมหาวิทยาลัยและนอกมหาวิทยาลัย
- 2) สถานวิจัยเพื่อความเป็นเลิศทางวิชาการด้านตลาดทุน (SET INVESTMENT Center (SET IC)) เพื่อผลิตงานวิจัยและสนับสนุนข้อมูลทางด้านการวางแผนการเงินการออมและการลงทุนในหลักทรัพย์ เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้และเผยแพร่ความรู้ด้านการวางแผนการเงินการออมและการลงทุนในหลักทรัพย์ที่ครบวงจร รวมทั้งเป็นศูนย์กลางดำเนินการในกิจกรรมระหว่างตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยสมาคมบริษัทหลักทรัพย์บริษัทหลักทรัพย์ สถาบันการเงินอื่น และมหาวิทยาลัยนเรศวร และในปี พ.ศ. 2556 ได้ยุบสถานศึกษาข้อมูลการค้าการลงทุนและบริการ เพื่อให้การบริหารจัดการองค์กร มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากพบว่าไม่ต่างจากสถานวิจัยเพื่อความเป็นเลิศด้านทางวิชาการด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่คณะฯ จัดตั้งขึ้นใหม่

2. ระบบโครงสร้างการบริหาร



ภาพ 2 โครงสร้างการบริหารคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนครสวรรค์
 ที่มา: คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนครสวรรค์

ข้อมูลเกี่ยวหน่วยงานงานวิจัยและบริการวิชาการคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนครสวรรค์

หน่วยงานวิจัยและบริการวิชาการคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร ภารกิจหลักเป็นหน่วยงานที่สนับสนุนภารกิจตามนโยบาย และยุทธศาสตร์ของคณะฯ คือ 1) ด้านวิจัย เป็นหน่วยงานที่สนับสนุน และพัฒนาระบบการบริหารจัดการด้านการวิจัยให้ความ เข้มแข็ง ทั้งใน ด้านของบุคลากร และความพร้อมในการขอรับการสนับสนุนการวิจัยจากแหล่งทุนภายนอก มหาวิทยาลัย ตลอดจนการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สู่การยอมรับคุณภาพ และความเป็นเลิศ

ของผลงานวิจัย ตลอดจนการนำไปใช้ประโยชน์ เชิงพาณิชย์ และ 2) บริการวิชาการแก่สังคม เป็นหน่วยงานที่สนับสนุนการให้บริการวิชาการองค์ความรู้ตามความต้องการของท้องถิ่น และ ให้บริการฝึกอบรม ถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีให้กับชุมชนและสังคม ตลอดจน การบูรณาการ งานบริการวิชาการกับการเรียนการสอนร่วมกับงานวิจัย โดยงานวิจัยและบริการวิชาการ ได้แบ่ง หน่วยงานย่อยออกเป็น 2 หน่วยงาน ประกอบด้วย หน่วยวิจัยและหน่วยบริการวิชาการ หน่วย บริการวิชาการ งานเฉพาะตำแหน่ง

1. งานประชุม

- 1.1 จัดทำคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการบริการวิชาการแก่สังคมของคณะฯ
- 1.2 การจัดประชุมคณะกรรมการบริการวิชาการแก่สังคม
- 1.3 สรุปการประชุมและประเมินการดำเนินงานกิจกรรมตามแผนปฏิบัติการ

2. งานโครงการบริการวิชาการของงบประมาณรายได้ขอคณะฯ

2.1 โครงการ BEC in focus

2.1.1 จัดทำแผนงาน/โครงการบริการวิชาการของคณะฯในแผนปฏิบัติการประจำปี คณะฯ

2.1.2 จัดทำโครงการบริการวิชาการของคณะฯตามแผนปฏิบัติการประจำปีคณะฯ เพื่อขออนุมัติ งบประมาณสนับสนุนและดำเนินการ

2.1.3. จัดทำเอกสารเบิกจ่ายทางการเงิน

2.1.4 จัดทำสรุปและ/หรือรายงานการประเมินผลโครงการบริการวิชาการของคณะฯ และนำเสนอ คณะกรรมการประจำคณะฯ

2.2 โครงการ Biz Giant Talk

2.2.1. จัดทำแผนงาน/โครงการบริการวิชาการของคณะฯในแผนปฏิบัติการประจำปี คณะฯ

2.2.2. จัดทำโครงการบริการวิชาการของคณะฯตามแผนปฏิบัติการประจำปีประจำ คณะฯ เพื่อขออนุมัติ งบประมาณสนับสนุนและดำเนินการ

2.2.3 จัดทำเอกสารเบิกจ่ายทางการเงินจัดทำสรุปและ/หรือรายงานการ ประเมินผลโครงการ

2.2.4 บริการวิชาการของคณะฯและนำเสนอคณะกรรมการประจำคณะฯ

2.3 โครงการ BEC Green Market

- 2.3.1 จัดประชุมคณะกรรมการและคณะกรรมการดำเนินงาน
- 2.3.2 ติดต่อประสานร้านค้า BEC Green Market
- 2.3.3 ดำเนินกิจกรรมตามแผนปฏิบัติการของร้านค้าสีเขียว
- 2.3.4 ประสานความร่วมมือและเครือข่ายระหว่างองค์กรและร้านค้า
- 2.3.5 จัดทำสรุปประเมินผลการดำเนินงานร้านค้าสีเขียว
- 2.3.6 จัดทำเอกสารเบิกจ่ายทางการเงิน

3. งานโครงการความร่วมมือระหว่างองค์กร

- 3.1 จัดทำแผนงานโครงการบริการวิชาการของคณะในแผนปฏิบัติการประจำปีคณะฯ
- 3.2 จัดทำโครงการบริการวิชาการของคณะตามแผนปฏิบัติการประจำปีคณะฯ เพื่อขออนุมัติงบประมาณสนับสนุนและดำเนินการ
- 3.3 จัดทำสรุปและ/หรือรายงานการประเมินผลโครงการบริการวิชาการของคณะและนำเสนอ คณะกรรมการประจำคณะ
- 3.4 จัดประชุมคณะกรรมการบริหารโครงการแต่ละคณะกรรมการ
- 3.5 จัดทำเอกสารเบิกจ่ายทางการเงิน

4. งานการออกหน่วยบริการวิชาการเคลื่อนที่มหาวิทยาลัยนเรศวร

- 4.1 จัดทำแผนการจัดโครงการออกหน่วยบริการวิชาการเคลื่อนที่ ซึ่งได้รับการจัดสรรงบประมาณจากมหาวิทยาลัย
- 4.2 ประสานงานและจัดเตรียมทรัพยากรที่เกี่ยวข้องสำหรับการดำเนินโครงการออกหน่วยบริการวิชาการเคลื่อนที่ในแต่ละเดือน
- 4.3 เข้าร่วมประชุมคณะกรรมการดำเนินงานโครงการออกหน่วยบริการวิชาการเคลื่อนที่ประจำเดือนกับมหาวิทยาลัย
- 4.4 จัดทำสรุปและ/หรือรายงานการประเมินผลโครงการออกหน่วยบริการวิชาการเคลื่อนที่และนำเสนอมหาวิทยาลัย
- 4.5 จัดทำเอกสารเบิกจ่ายงบประมาณแผ่นดินของโครงการออกหน่วยบริการวิชาการเคลื่อนที่
- 4.6 ส่งข้อเสนอโครงการบริการวิชาการให้กับหน่วยงานภายนอกที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเพื่อขอรับทุนสนับสนุน

4.7 จัดการประชุมหารือเพื่อพิจารณาโครงการของคณะฯ เพื่อร่วมออกหน่วยบริการวิชาการเคลื่อนที่กับมหาวิทยาลัย

4.8 จัดทำโครงการบริการวิชาการตามข้อตกลง

4.9 จัดทำสรุปและ/หรือรายงานการประเมินผลให้กับหน่วยงานภายนอกที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

5. งานส่งเสริมและการยื่นจดลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และอนุสิทธิบัตร

5.1 ประสานงานการขอจดลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และอนุสิทธิบัตร กับมหาวิทยาลัย

5.2 การให้ความรู้ด้านการจดลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และอนุสิทธิบัตร กับมหาวิทยาลัย

6. งานด้านบริการและการให้คำปรึกษา

6.1 ให้คำปรึกษาและแนะนำในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการขออนุมัติการจัดโครงการจากงบประมาณรายได้คณะฯ

6.2 ให้คำปรึกษาและแนะนำเกี่ยวกับการเอกสารการเบิกจ่ายและกฎระเบียบการเบิกจ่ายเงินประกวด/แข่งขันทางวิชาการบนเว็บไซต์

6.3 เบิกจ่ายงบประมาณโครงการบริการวิชาการให้กับคณาจารย์ที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณ

สรุปได้ว่า หน่วยบริการวิชาการของคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร เป็นหน่วยงานที่สนับสนุนภารกิจหลักตามนโยบายและยุทธศาสตร์ของคณะฯ ทำให้เกิดการขับเคลื่อนองค์กร อีกทั้งทำให้องค์กรมีความเข้มแข็งด้านการให้บริการวิชาการสู่ชุมชน และคณะมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักในสังคม

งานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ปัจจุบันประเทศไทยได้เข้าสู่ยุคที่ดิจิทัลเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีและการดำรงชีวิตของคนในสังคม โดยเฉพาะอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่หลากหลายและปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลที่แตกต่างกันออกไป อาทิเช่น เพศ อายุ การศึกษา ภูมิฐานะ ฐานะ ดังนั้นเพื่อให้มีความรู้และความเข้าใจในเรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาแนวคิดของนักวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศสังเคราะห์สู่กระบวนการเรียนรู้ โดย ลาเฮย์ (Lahey 2001 : หน้า 5)

เวดและทาวริส (Wade and Tavris 1999 : หน้า 245) และ ซีมบาร์ โดและเกอร์ริก (Zimbardo and Gerrig 1999 : หน้า 3) ได้อธิบายความหมายของ พฤติกรรม เป็นการประพฤติปฏิบัติ หรือ การกระทำของบุคคลเพื่อปรับตัวต่อสิ่งแวดล้อม เป็นพฤติกรรมที่สังเกตได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ชลธิชา จุ้ยนาม, (2557) ในประเทศไทย ได้ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรม อากาแสดงออกทุกรูปแบบของสิ่งมีชีวิตเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าทั้งภายในและภายนอก เป็นการแสดงออกที่เห็นได้จากภายนอก โดยรูปแบบของพฤติกรรมต่าง ๆ นั้นเป็นผลมาจากการทำงานร่วมกันของพันธุกรรมและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ความหมายของพฤติกรรมมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาแนวคิดของนักวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศสังเคราะห์สู่กระบวนการเรียนรู้ดังนี้

1. ความหมายของพฤติกรรม

มีนักวิชาการหลายท่าน ได้กล่าวถึงพฤติกรรม คือ กิริยา อากา รบบาท ลีลา ท่าที การประพฤติปฏิบัติ การกระทำที่แสดงออกให้ปรากฏและสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสหนึ่งในห้าที่มีอยู่ คือ หู ตา ลิ้น จมูกและผิวหนัง พฤติกรรมที่ประสาทสัมผัสทั้งห้าสามารถรับรู้ได้นี้จัดว่าเป็นประเภทของพฤติกรรมที่สามารถสังเกตได้ง่าย เช่น นอน นั่ง ยืน เดิน เป็นต้น ส่วนพฤติกรรมที่ไม่สามารถสังเกตได้อย่างชัดเจนหรือพฤติกรรมซ่อนเร้น เช่น ความรู้สึกหรือความคิดต้องใช้เครื่องมือต่างๆ ในการอ่านพฤติกรรม เช่น เครื่องจับเท็จ เครื่องวัดคลื่นหัวใจและแบบทดสอบ เป็นต้น

ฉวีวรรณ สัตยธรรม (2541: หน้า 31) ได้กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง ปฏิกริยาของสิ่งมีชีวิตที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าทั้งภายในและภายนอกร่างกาย ปฏิกริยาตอบสนอง หมายถึง การเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลง ทั้งที่สังเกตเห็นและสังเกตไม่เห็น

ณัฐพันธ์ เขจรนนท์ (2551) อธิบายไว้ว่า พฤติกรรม คือ กิริยาและปฏิกริยาต่างๆ ของระบบอ้างอิงที่แสดงออกมาเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้า

ปณิตา นิสสัยสุข (2552) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง การพัฒนาตนเป็นกระบวนการของการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตนเองให้ไปสู่สภาวะที่ดีกว่า และเป็นที่ต้องการมากกว่าแต่กระบวนการดังกล่าว ไม่ใช่เรื่องง่าย ทั้งนี้ เพราะพฤติกรรมมนุษย์นั้นซับซ้อน

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2541) พฤติกรรมของมนุษย์ที่แสดงออกมาจากความนึกคิด ความรู้สึกที่ได้รับในสภาพแวดล้อมที่เป็นพฤติกรรมภายนอก พฤติกรรมทางจิต หรือพฤติกรรมภายใน

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาค้นคว้าสรุปได้ความว่า พฤติกรรม คือ การกระทำ ปฏิบัติของบุคคลในลักษณะต่างๆ ที่สามารถสังเกตได้ เช่น การกิน การเดิน การนั่ง การนอน และพฤติกรรมที่สังเกตไม่ได้ เช่น ความรู้สึก ความคิด ทศนคติ เป็นต้น

2. ประเภทของพฤติกรรม

ถวิล ธาราโกชน์ (2545) การศึกษาพฤติกรรมยุคปัจจุบันไม่เน้นการแบ่งประเภทของพฤติกรรม แต่ในที่นี้ได้พิจารณาเห็นว่าการแบ่งประเภทของพฤติกรรมจะช่วยให้เข้าใจแนวทางการพัฒนาพฤติกรรมได้ง่าย ซึ่งนักจิตวิทยาแบ่งพฤติกรรม ได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. พฤติกรรมภายใน (Covert Behavior) คือ พฤติกรรมที่เจ้าของพฤติกรรมทำนั้นที่รู้ได้ บุคคลอื่นที่มีชื่อเจ้าของพฤติกรรมไม่สามารถที่จะรับรู้ได้โดยตรงถ้าไม่แสดงออกเป็นพฤติกรรมภายนอก บุคคลอื่นจะรู้พฤติกรรมภายในของบุคคลใดบุคคลหนึ่งได้โดยการสันนิษฐานหรือคาดเดาเองเท่านั้น แต่ถ้าหากมีพฤติกรรมภายนอกก็ปรากฏออกมา จะทำให้บุคคลอื่นมีข้อมูลประกอบการสันนิษฐานถึงพฤติกรรมภายในได้ดียิ่งขึ้น พฤติกรรมภายในนั้นเป็นกระบวนการทำงานของสมองในรูปแบบต่างๆ มากมาย เช่น การคิด การตัดสินใจ ค่านิยมและแรงบันดาลใจ เป็นต้น

2. พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) คือพฤติกรรมที่บุคคลอื่นนอกเหนือจากเจ้าของพฤติกรรมสามารถที่จะรู้ได้ และบางพฤติกรรมเจ้าของพฤติกรรมยังไม่รู้ด้วยซ้ำไป พฤติกรรมภายนอกนั้นบุคคลอื่นจะรู้ได้ต้องอาศัย การสังเกต (Observation) ไม่ว่าจะใช้ประสาทสัมผัสโดยตรงหรือใช้เครื่องมือช่วยในการสังเกตเพื่อให้ได้ข้อมูล จึงจำแนกพฤติกรรมภายนอกออกเป็น 2 ประเภทย่อยๆ คือ

2.1 พฤติกรรมโมลาร์ (Molar Behavior) คือ พฤติกรรมที่บุคคลอื่นสามารถสังเกตได้ การสังเกตมักจะคิดว่าใช้ตาในการสังเกตเพียงอย่างเดียว เนื่องจากตารับรู้และมีความหมายต่อกระบวนการคิดมากกว่าประสาทสัมผัสอื่น แต่ที่จริงแล้วใช้ประสาทสัมผัสได้ถึง 7 ด้านในการสังเกต คือ ตา หู จมูก ลิ้น ผิวกาย อวัยวะในช่องหูประสานกับตา และกล้ามเนื้อ เอ็นเนื้อเยื่อ และข้อต่อ จะพบว่าอาจใช้สังเกตผลของพฤติกรรมหรืออาจใช้สังเกตพฤติกรรมของตนเองที่ได้รับผลกระทบจากพฤติกรรมของผู้อื่นได้ ซึ่งล้วนนำไปสู่ความรู้และความเข้าใจพฤติกรรมโมลาร์ของเจ้าของพฤติกรรมได้ทั้งสิ้น

2.2 พฤติกรรมโมเลกุล (Molecular Behavior) คือพฤติกรรมที่บุคคลอื่นต้องใช้เครื่องมือเพื่อช่วยในการสังเกต อันจะทำให้ได้ข้อมูลที่แม่นยำ เช่น การเต้นของหัวใจ คลื่นสมอง ความดันโลหิต กระแสไฟฟ้าใต้ผิวหนัง และ คะแนนจากแบบทดสอบ ก็น่าจะอนุโลมให้อยู่ใน

ประเภทนี้ด้วย แม้ว่าจะมิได้เป็นการวัดทางสถิติก็ตาม จะเห็นได้ว่าการใช้ข้อมูลประเภทพฤติกรรมโมเลกุล ช่วยให้การสันนิษฐานถึงพฤติกรรมภายในได้ดียิ่งขึ้น

3. องค์ประกอบของพฤติกรรมมนุษย์

องค์ประกอบของพฤติกรรมมนุษย์ ประกอบด้วย การเรียนรู้ (Learning) คือ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเนื่องมาจากประสบการณ์เป็นนิยามของครอนแบ็ค (Cronback) ซึ่งถือเป็น การให้ความหมายที่มีผู้ยอมรับมาก แต่จากความหมายนี้ควรตระหนักในข้อสังเกต 2 ประการ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมภายในเพียงอย่างเดียว เป็นการเรียนรู้ไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมภายนอกด้วยก็ได้ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมภายนอกมีความสำคัญก็ต่อเมื่ออยู่ในกระบวนการเรียนการสอน จึงจำเป็นต้องมีการวัดผล

2. พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากการเรียนรู้ ต้องมีลักษณะค่อนข้างถาวร หรือถาวร เนื่องจากความเหมาะสมที่อินทรีย์ (Organism) นั้นๆ ได้สังเกตเห็นว่า ความเป็นไปในเวลานั้นๆ กรณียาเสพติด หรือ สารเคมีบางประเภท ที่มีผลต่อพฤติกรรมให้เปลี่ยนแปลงได้ในช่วงเวลาระยะหนึ่งนั้น ทั้งนี้ เพราะพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงด้วยฤทธิ์ของสารเหล่านั้น เมื่อหมดฤทธิ์พฤติกรรมก็คืนสภาพเดิม แต่ข้อความรู้ที่เจ้าของพฤติกรรมได้รับ ถือว่าเป็นการเรียนรู้

เมื่อเกิดการเรียนรู้ อินทรีย์จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมใน 3 ด้าน ต่อไปนี้

1. การรู้คิด (Cognitive Domain) เป็นการเปลี่ยนแปลงความรู้ความเข้าใจ
2. ความรู้สึก (Affective Domain) เป็นการเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์
3. ทักษะ (Psychomotor Domain) เป็นการเปลี่ยนแปลงความชำนาญในการเคลื่อนไหวเพื่อประกอบกิจกรรม

ปัญญาและความคิด (Intelligence and Thought) สุรางค์ ไคว่ตระกูล (2546) เนื่องจากปัญญาและความคิดมีความแตกต่างกันในรายละเอียด จึงขอแยกอธิบายเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ปัญญาหรือเชาวน์ปัญญา (Intelligence) เป็นคำที่มีความหมายตามคำจำกัดความหลายแบบ แม็คนีมาร์ (Menemar) แห่งมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด ได้สรุปความหมายออกได้เป็น 4 กลุ่ม

1.1 เป็นความสามารถในการปรับตัว (Adaptation) ให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมผู้มีเชาวน์ปัญญาสูง จะปรับตัวได้ดีกว่า ผู้มีเชาวน์ปัญญาต่ำ

1.2 เป็นความสามารถในการแก้ปัญหา (Problem Solving) ซึ่งมีผู้เชาวน์ปัญญาสูงก็ยอมเหน็ดกว่า

1.3 เป็นความสามารถในการคิดแบบนามธรรม

1.4 เป็นความสามารถในการเรียนรู้ ผู้มีเชาวน์ปัญญาสูง ย่อมเรียนรู้ได้เร็วกว่า

จะเห็นได้ว่า ความหมายของเชาวน์ปัญญานั้น คล้ายๆกับที่คนไทยใช้ว่า ที่มี ความหมายในทางวิชาการแตกต่างกันไปตามความเชื่อของผู้ศึกษา ดังนั้นเมื่อมีการวัดเชาวน์ ปัญญาก็ต้องพิจารณาการวัดนั้นๆ ให้นิยามว่าอย่างไร สิ่งที่น่าสนใจประการหนึ่งเกี่ยวกับ เชาวน์ปัญญา คือปัจจุบันนี้ มีความเชื่อว่าเป็นพันธุกรรมเป็นองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อ เชาวน์ปัญญามากกว่าสิ่งแวดล้อม

เชาวน์ปัญญาเป็นโครงสร้างโดยสมมติฐาน หรือเป็นสิ่งที่นักจิตวิทยาสันนิษฐานเอา จึงมีทฤษฎีการอธิบายเอาไว้หลายทฤษฎี สรุปสาระสำคัญได้ดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีองค์ประกอบเดี่ยว (Single Factor Theory) เทอร์แมน เชื่อว่า เชาวน์ ปัญญาเป็นความสามารถในการคิดแบบนามธรรม เป็นผลของพันธุกรรมเพียงอย่างเดียว เป็นสิ่งที่ คงที่ไม่เปลี่ยนแปลง

2. ทฤษฎีองค์ประกอบสองตัว (Two Factor Theory) สเปียร์แมน เชื่อว่า เชาวน์ ปัญญา มีองค์ประกอบ 2 ตัว คือ

2.1 องค์ประกอบทั่วไป เป็นความสามารถพื้นฐานของแต่ละบุคคล ผู้มี ความสามารถทั่วไปสูง จะมีความสามารถในการทำงานทุกอย่างได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่า ผู้มีสามารถทั่วไปต่ำ

2.2 องค์ประกอบเฉพาะ เป็นความสามารถเฉพาะของแต่ละบุคคล เช่น คณิตศาสตร์ ภาษา ดนตรี ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความสามารถและความสามารถพื้นฐานจะไม่ ค่อยสูง

3. ทฤษฎีองค์ประกอบหลายตัว (Multiple Factor Theory) เทอร์สโตน เชื่อว่ามนุษย์ แต่ละคนความสามารถปฐมภูมิของสมอง อยู่ 7 กลุ่ม คือ

3.1 ความเข้าใจภาษาพูด (Verbal Comprehension)

3.2 ความคล่องแคล่วในการใช้คำ (Word Fluency)

3.3 ความสามารถทางคณิตศาสตร์ (Number)

3.4 มิติสัมพันธ์ (Spatial)

3.5 ความจำ (Memory)

3.6 ความรวดเร็วในการรับรู้ (Perceptual Speed)

3.7 การคิดหาเหตุผล (Reasoning)

ความคิด (Thought) เป็นผลที่เกิดจากการคิด (Thinking) ที่กระบวนการทำงานของสมอง การคิดเป็นการปรุงแต่งต่อจากการรับรู้ แต่ละความคิด ย่อมแตกต่างกันไปได้ เนื่องจากอิทธิพลของวัยเชาวน์ปัญญา ประสบการณ์เรียนการรู้ สติสัมปชัญญะ (Conscience) ความจำ (Memory) การระลึกได้ (Recall) และคุณภาพของใยประสาท

ค่านิยม (Value) ค่านิยมลักษณะเป็นความเชื่อว่าเป้าหมาย อุดมการณ์ หรือวิถีปฏิบัติบางอย่าง เป็นสิ่งที่ตนเองและสังคมเห็นว่าดี มีคุณค่า จะยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติและดำเนินชีวิตโดยใช้เป็นเกณฑ์มาตรฐานในการตัดสินใจ ถูก ผิด

เกณฑ์ในการตัดสินใจนั้น มนุษย์เรียนรู้จากสังคมที่ตนเองอยู่ จึงถือได้ว่ากระบวนการสังคมประภคิต (socialization process) ดังนั้นมนุษย์คนใดอยู่ในสังคมนานๆ ค่านิยมของสังคมนั้นๆ จึงฝังอยู่ในบุคลิกของเขาด้วย

อลพอร์ต เวอร์นอนและลินดีซี (Allport, Vernon & Lindzey, 1986 อ้างถึงในธีระพร อุวรรณโน. 2557) ได้สร้างมาตรวัดค่านิยม โดยแบ่งค่านิยมออกเป็น 6 กลุ่มใหญ่ๆ คือ

1. ด้านความคิดทฤษฎี (Theoretical)
2. ด้านสังคม (Social)
3. ด้านการเงิน (Political)
4. ด้านศาสนา (Religious)
5. ด้านสุนทรีย์ (Aesthetic)
6. ด้านเศรษฐกิจ (Economic)

โรดิซ อธิบายว่า ความเชื่อ (Believe) ของบุคคลหนึ่งอาจมีจำนวนหมื่น แต่เจตคติ (Attitude) มีจำนวนพัน ส่วนค่านิยม (Value) จะมีจำนวนเพียงสิบ จึงสมควรที่จะพิจารณาถึงความแตกต่างระหว่างค่านิยมและเจตคติในด้านต่อไปนี้ (สุนทรี โคมิน, 2522)

1. ค่านิยม เป็นความเชื่อเดียว แต่เจตคติ เป็นองค์รวมของหลายความเชื่อ ที่มีต่ออัตราเป้าหมาย
2. ค่านิยม แสดงออกต่อวัตถุเป้าหมายหลายอย่าง ส่วนเจตคติ เป็นความรู้สึกรักชอบหรือไม่ชอบต่อวัตถุเป้าหมายเฉพาะ
3. ค่านิยมเป็นเกณฑ์มาตรฐาน สำหรับประพฤติดปฏิบัติส่วนเจตคติไม่ใช่เกณฑ์มาตรฐานเป็นไปตามความพึงพอใจหรือไม่พอใจของผู้ประเมิน

4. ค่านิยมมีจำนวนความเชื่อเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ตนปรารถนาและเป้าหมายแห่งชีวิตที่บุคคลเรียนมา แต่เจตคติได้มาจากการเรียนรู้ทั้งทางตรงและทางอ้อม เกี่ยวข้องกับสิ่งของ และสถานการณ์แต่ละการณ์โดยเฉพาะจึงมีจำนวนมากกว่าค่านิยม

5. ค่านิยมเป็นแกนกลางของบุคลิกภาพ มากกว่าเจตคติ ค่านิยมจึงกำหนดเจตคติและพฤติกรรม ดังที่นักจิตวิทยา กล่าวว่า เจตคติเป็นการแสดงออกซึ่งค่านิยม

6. ค่านิยมเป็นแนวคิดที่เป็นพลวัต (dynamics) มากกว่าเจตคติ และมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจ ส่วนเจตคติไม่ได้เป็นตัวผลักดันที่เป็นพื้นฐานของพฤติกรรม

โยธิน ศันสนยุท และจุมพล พูลภัทรชีวิน (2544) กล่าวว่า เจตคติ หมายถึง ความรู้สึกและปฏิกิริยาความพร้อมที่จะกระทำในเชิงบวกหรือเชิงลบที่มีต่อวัตถุเป้าหมาย เจตคติมีองค์ประกอบที่คล้ายกับการเรียนรู้ แต่ก็ได้เหมือนกันเลยทีเดียว ดังนี้

1. ด้านการรู้คิด (cognitive component) คือ รู้ว่าสิ่งนั้นคืออะไร มีรายละเอียดอะไรบ้าง มีคุณหรือโทษเพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจ จริง-เท็จ

2. ด้านความรู้สึก (affective component) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญมากของเจตคติ ทำให้ทางเจตคติบางคนวัตถุประสงค์ประกอบนี้แต่เพียงอย่างเดียว องค์ประกอบนี้เป็นอารมณ์ ชอบไม่ชอบ

3. ด้านความพร้อมที่จะกระทำ (action tendency) เป็นความพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับความรู้สึก และความรู้เชิงประเมินที่มีต่อวัตถุเป้าหมาย

โดยสรุปองค์ประกอบของพฤติกรรมมนุษย์ประกอบด้วยการเรียนรู้ที่เกิดจากเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเนื่องมาจากประสบการณ์แต่ละทฤษฎีพยายามที่จะชี้ให้เห็นว่าบุคคลแต่ละบุคคลมีความสามารถที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับสติปัญญาด้านใดสูง การศึกษาในด้านพฤติกรรมดังกล่าว สามารถนำมาใช้ในการสร้างเครื่องมือวิจัยได้

งานวิจัยเกี่ยวกับความคาดหวังของมนุษย์

หากเริ่มต้นคำถามที่ว่า อะไรคือสิ่งที่ชี้ให้เห็นถึงความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร คำตอบที่ได้คือการสร้างความพึงพอใจสูงสุด อย่างเห็นถึงความคาดหวังในมิติด้านต่างๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการนั้นๆ ดังนั้นการศึกษาคความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร จึงต้องทำความเข้าใจความหมายของความคาดหวังอย่างลึกซึ้ง ซึ่งภายใต้การค้นคว้าทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง ได้มีนักวิจัยและนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายดังนี้

1. ความหมายและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

สุรางค์ จันท์เอม (2545, หน้า 24) กล่าวว่าความคาดหวังหมายถึงความเชื่อว่าสิ่งใดน่าจะเกิดขึ้นและสิ่งใดบ้างน่าจะไม่มีเกิดขึ้นความหวังจะเกิดขึ้นได้ถูกต้องหรือไม่ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

สกวาดเดือน ปธนสมิทธิ (2545, หน้า 64) ได้ให้ความหมายของความคาดหวังไว้ว่าเป็นแนวคิดที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดแล้วแสดงออกมาโดยการพูดการเขียนและการแสดงออกดังกล่าวนั้นขึ้นอยู่กับภูมิหลังทางสังคมประสบการณ์และสิ่งแวดล้อมของบุคคลนั้น ๆ ซึ่งบุคคลอื่นอาจจะไม่เห็นด้วยก็ได้หรืออีกกล่าวหนึ่งความคาดหวังคือการแสดงออกทางทัศนคติอย่างหนึ่งซึ่งอาจมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบและเป็นส่วนที่พร้อมจะมีปฏิกิริยาเฉพาะอย่างต่อสถานการณ์ภายนอกทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงออกโต้ตอบสิ่งต่าง ๆ ในรูปของการยอมรับหรือปฏิเสธจึงควรพิจารณาในด้านองค์ประกอบของทัศนคติควบคู่ไปด้วย

เบญจา นิลบุตร (2546, หน้า 10) ได้กล่าวว่าความคาดหวังเกิดจากความรู้สึกนึกคิดในการคาดคะเนเหตุการณ์ล่วงหน้าว่าจะเกิดขึ้นอย่างไรอันเป็นความปรารถนาจะให้เป็นไปเป้าหมายที่กำหนดไว้

วิภาดา วัฒนนามกุล (2546, หน้า 13) กล่าวว่าความคาดหวังเป็นค่านิยมทั้งทางบวกและทางลบที่บุคคลมีต่อผลของการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง

สรุปได้ว่า ความคาดหวังเป็นความเชื่อหรือความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง เช่น บุคคล การกระทำหรือเหตุการณ์เป็นต้น จึงเป็นการคิดล่วงหน้าโดยมุ่งหวังในสิ่งที่เป็นไปได้ว่าจะเกิดตามที่ตนคิดไว้ทั้งนี้ ความคาดหวังของบุคคลจะขึ้นอยู่กับความต้องการและเป็นไปตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

นอกจากนี้ยังพบว่า ทฤษฎีความคาดหวังเมื่อนำวิธีการทางวิทยาศาสตร์มาศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ นักจิตวิทยาพบว่าไม่สามารถทดสอบและพิสูจน์หลักการสุชนิยมว่าเป็นจริงได้ด้วยเหตุนี้ นักจิตวิทยาจึงได้พยายามอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยเชื่อมโยงตัวแปรอื่นที่สำคัญได้แก่ความเชื่อความคาดหวังและการคาดการณ์ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้เกิดขึ้นโดยการกระทำที่มีเป้าหมายและบนพื้นฐานของความรู้สึกตัวดีตลอดเวลาเนื่องจากนักจิตวิทยากลุ่มนี้เชื่อว่ามนุษย์เป็นสัตว์โลกที่ใช้ปัญญาใช้ความคิดหลักการและเหตุผลในการตัดสินใจว่าจะกระทำพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดเพื่อให้บรรลุเป้าหมายโดยสนองความต้องการของตนเองจึงเกิดข้อตกลงเบื้องต้น (Assumptions) ขึ้นดังนี้

1. พฤติกรรมของมนุษย์ถูกกำหนดขึ้นจากแรงผลักดันขึ้นทั้งภายในและภายนอก

2. มนุษย์แต่ละคนนี้มีความต้องการความปรารถนาและเป้าหมาย (Need, Wand and Goal) ต่างกัน

3. การแสดงพฤติกรรมของมนุษย์เกิดเนื่องจากผลการประเมินคุณค่าของผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นภายหลังการแสดงพฤติกรรมนั้น ๆ

อริยา คูหา (2546, หน้า 73 – 74) ได้กล่าวว่ามีมนุษย์ทุกคนที่เกิดมาบนโลกใบนี้เมื่อเติบโตขึ้นในช่วงอายุหนึ่งที่มีความต้องการความรู้สึกเป็นของตัวเองหรือเมื่อมีวุฒิภาวะเจริญเติบโตขึ้นในทางความคิดทุกคนต่างก็มีเป้าหมายให้กับตัวเองเพื่อต้องการให้เกิดความสำเร็จและในการเดินทางที่จะไปสู่เป้าหมายนั้นทุกคนก็จะต้องมีความคาดหวังให้กับความสำเร็จนั้นเพื่อให้มีความคาดหวังนั้นอาจจะเป็นความคาดหวังให้กับตัวเองหรือเป็นความคาดหวังให้กับบุคคลอื่นโดยทำการคาดหวังให้กับบุคคลอื่นเป็นไปตามที่ตัวเองต้องการตามเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งผู้ที่ให้ต้นกำเนิดแห่งแนวคิดนี้คือ Edward Tolman แต่ผู้ที่ได้เผยแพร่และสร้างทฤษฎีคือ Victor Vroom โดยที่ Vroom ให้ทฤษฎีเกี่ยวกับสมมุติฐาน 4 ประการที่เป็นบ่อเกิดแรงจูงใจในการทำงานกล่าวคือ

1. การคาดหวังว่าเมื่อแสดงพฤติกรรมไปแล้วจะทำได้หรือไม่มีความรู้ความสามารถและมีสิ่งเอื้ออำนวยความสะดวกที่จะแสดงพฤติกรรมเพียงพอที่จะดำเนินได้มากเพียงใดและมีบทบาทที่สามารถแสดงความสามารถทำได้ดีเพียงใด
2. การคาดหวังว่าเมื่อทำงานนั้นแล้วทำได้ดีเพียงใด
3. การคาดหวังว่าเมื่อทำงานนั้นได้แล้วจะได้ผลลัพธ์อย่างที่ต้องการหรือไม่
4. การตีผลลัพธ์ที่ได้จากการกระทำถ้าเขาเห็นว่ากระทำแล้วมีค่าเขาก็อยากทำ แต่ถ้าไม่มีค่าเขาก็ไม่สนใจจึงสรุปได้ว่าคนเรามีแรงจูงใจในการกระทำสิ่งใด ๆ ย่อมมีความคาดหวังตามเงื่อนไขข้างต้นเพราะหากขาดสิ่งหนึ่งสิ่งใดไปแล้วแรงจูงใจย่อมขาดหายไปด้วยเมื่อดูตามสภาพแล้วทฤษฎีเน้นเรื่องการพัฒนาโดยที่ Vroom เน้นว่ามนุษย์ควรรู้จักตนเอง รู้ขีดจำกัดและความสามารถของตน

พิไลวรรณ จันทร์สุกรี (2545, หน้า 42) ได้กล่าวถึงทฤษฎีความคาดหวังตามแนวคิดของ Vroom ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบคือ

1. ความคาดหวังในความพยายามต่อการกระทำหรือการปฏิบัติงานหมายถึงการที่บุคคลคาดหวังไว้ล่วงหน้าว่าตนเองพยายามต่อกระทำพฤติกรรมได้ตามความสามารถแล้วโอกาสที่จะกระทำสิ่งนั้นได้สำเร็จมีมากน้อยเพียงใดเป็นการคิดก่อนจะทำการสิ่งต่าง ๆ ว่าสามารถทำได้หรือไม่

2. ความคาดหวังในการกระทำต่อผลลัพธ์หรือผลของการปฏิบัติงานหมายถึงการที่บุคคลคาดหวังไว้ล่วงหน้าก่อนกระทำพฤติกรรมว่าถ้าหากกระทำพฤติกรรมนั้นแล้วจะได้ผลลัพธ์แก่ตนเองในทางที่ดีหรือไม่

3. ความคาดหวังในคุณค่าของผลลัพธ์หรือรางวัลหมายถึงคุณค่าจากผลของการกระทำที่เกิดแก่บุคคลที่แสดงพฤติกรรมนั้น

ดังนั้นทฤษฎีความคาดหวัง Vroom หรือ Expectation Theory อธิบายถึง แรงจูงใจว่าเป็นความคาดหวังของบุคคลที่มีต่อความสามารถในการทำงานของตน และผลลัพธ์ที่ตนจะได้รับจากการทำงานนั้น วรูมเชื่อว่าพฤติกรรมของคนเป็นผลมาจากการตัดสินใจเลือก (Conscious Choice) ระหว่างทางเลือกต่าง ๆ และการเลือกพฤติกรรมเหล่านั้นจะเป็นระบบที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการจิตอันได้แก่ การรับรู้ ความเชื่อและเจตคติ เป้าประสงค์ของทางเลือก ก็เพื่อเพิ่มความสุขความเพลิดเพลิน และลดความทุกข์ ความเจ็บปวด (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2536. หน้า 150 – 154) โดยได้กำหนดไว้ดังนี้

1. คุณค่าของผลลัพธ์แต่ละบุคคลจะขึ้นอยู่กับความปรารถนาหรือความต้องการถ้าต้องการมากจะมีค่าเป็นบวกแต่เฉย ๆ ไม่รู้สึกยินดียินร้ายจะมีค่าเป็นศูนย์และถ้าไม่ชอบหรือไม่ต้องการจะมีค่าติดลบ

2. ความคาดหวังคือความน่าจะเป็นที่การกระทำอย่างหนึ่งจะมีโอกาสที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ในระดับแรกมากน้อยเพียงใดถ้าคนเชื่อแน่ว่าหากทำงานเต็มที่จะสามารถทำให้ได้ผลผลิตสูงอย่างแน่นอนความคาดหวังจะเท่ากับหนึ่งในทางตรงกันข้ามถ้าเชื่อว่าถึงแม้จะพยายามทำงานหนักสักเพียงใดก็ไม่สามารถทำผลงานออกมาในปริมาณสูงได้เลยความคาดหวังก็จะเท่ากับศูนย์

3. ความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำกับผลลัพธ์อธิบายได้ว่าแรงจูงใจของแต่ละคนจะมากหรือน้อยย่อมขึ้นอยู่กับผลที่ได้รับหรือที่คิดว่าสมควรจะได้รับเมื่อกระทำการนั้นสำเร็จตามเป้าหมายแล้วดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าส่วนหนึ่งของแรงจูงใจที่บุคคลจะมีหรือไม่หรือมีมากน้อยย่อมขึ้นกับความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำกับผลลัพธ์

2. การกำหนดความคาดหวัง

นวลจันทร์ เพิ่มพูนรัตนกุล (2547, หน้า 11) กล่าวถึงการกำหนดความคาดหวังตามความคิดของเดอซีคโค ว่าการกำหนดความคาดหวังของบุคคลนอกจากขึ้นอยู่กับระดับความยากง่ายของงานแล้วยังขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ผ่านมาในครั้งนั้น ๆ ด้วยดังนี้ เดอซีคโค ได้กล่าวไว้ว่าการที่บุคคลเคยประสบความสำเร็จในการทำงานนั้น ๆ มาก่อนก็จะกำหนดความคาดหวังในการทำงาน ในคราวต่อไปสูงขึ้น และใกล้เคียงกับความสามารถจริงมากขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามระดับ

ความคาดหวังต่ำลงมาเพื่อป้องกันมิให้ตนเกิดความรู้สึกล้มเหลวจากการที่วางระดับความคาดหวังไว้สูงกว่าความสามารถจริง

สมลักษณ์ เพชรช่วย (2540, หน้า 12) ได้สรุปความคาดหวังไว้ว่าการที่บุคคลจะกำหนดความคาดหวังของคนนั้นจะต้องประเมินความเป็นไปได้ด้วยทั้งนี้เพราะความคาดหวังเป็นความรู้สึกนึกคิดและคาดการณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยสิ่งนั้น ๆ อาจจะเป็นรูปธรรมหรือนามธรรม ก็ได้ความรู้สึกนึกคิด หรือคาดการณ์นั้น ๆ จะมีลักษณะเป็นการประเมินค่าโดยมาตรฐานของตนเองเป็นเครื่องวัดการคาดการณ์ของแต่ละบุคคลแม้จะเป็นการให้ต่อสิ่งที่เป็นรูปธรรม หรือนามธรรมชนิดเดียวกันก็อาจจะแตกต่างออกไปได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับภูมิหลัง ประสบการณ์ ความสนใจ และการเห็นคุณค่าความสำเร็จของสิ่งนั้น ๆ

การที่บุคคลจะทุ่มเทความพยายามในการทำงานมาน้อยแค่ไหน ขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 อย่าง คือระดับความเข้มข้นของความต้องการรางวัลนั้นและความคาดหวังของบุคคลนั้นเองที่จะมองว่ามีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใดในการได้รับการตอบสนองความต้องการในสิ่งนั้นถ้าเห็นว่ารางวัลที่จะได้จาก ความพยายามนั้นมีคุณค่ากับตนมาก และเป็นไปได้สูงบุคคลก็จะทุ่มเทความสามารถให้มากขึ้น แต่ถ้าคิดว่าความเป็นไปได้มีน้อยหรือรางวัลที่ได้น้อย ก็จะไม่พยายามเพราะคิดว่าเป็นการลงทุนที่ไม่คุ้มค่า

3. ปัจจัยกำหนดความคาดหวัง

พัชรี มหาลาภ (2554, หน้า 14) ปัจจัยที่กำหนดความคาดหวังมี 3 ประการ ได้แก่

1. ลักษณะความแตกต่างของแต่ละบุคคล และสภาพแวดล้อมความคาดหวังและการแสดงออกจึงแตกต่างกัน เพราะความคิดความต้องการของแต่ละบุคคลนั้นแตกต่างกัน

2. ขึ้นอยู่กับความยากง่ายของงานและประสบการณ์ที่ผ่านมาในครั้งนั้น ๆ กล่าวได้ว่าถ้าบุคคลเคยประสบความสำเร็จในการทำงานนั้นมาก่อนก็จะทำให้มีการกำหนดระดับความคาดหวังในการทำงานในคราวต่อไปสูงขึ้นและใกล้เคียงสภาพความเป็นจริงมากขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามจะกำหนดความคาดหวังลงมาก็เพื่อป้องกันมิให้เกิดความรู้สึกล้มเหลวจากระดับความคาดหวังที่ตั้งไว้สูงกว่าความสามารถจริง

3. ขึ้นอยู่กับการประเมินความเป็นไปได้ เพราะความคาดหวังเป็นความรู้สึกนึกคิดและการคาดการณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยสิ่งนั้น ๆ อาจเป็นรูปธรรมหรือนามธรรมก็ได้จะเป็นการประเมินค่าโดยมีมาตรฐานของตนเองเป็นเครื่องวัดของแต่ละบุคคล ซึ่งการประเมินค่าของแต่ละคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งชนิดเดียวกัน ก็อาจแตกต่างกันได้ ขึ้นอยู่กับภูมิหลังประสบการณ์ความสนใจการให้คุณค่าแก่สิ่งนั้น ๆ ของแต่ละบุคคลจากที่ได้กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่าความ

คาดหวังของมนุษย์ความคาดหวังเกิดจากสภาพแวดล้อมที่บุคคลได้รับกับความรู้สึกนึกคิดและพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป ตามความรู้ ประสบการณ์และความต้องการแล้วบุคคลจะตัดสินใจ

สรุปได้ว่า ความคาดหวังของเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องทัศนคติ กับความต้องการและประสบการณ์ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร การที่จะสามารถตอบสนองความคาดหวังให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดได้นั้นต้องศึกษาซึ่งประสบการณ์ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร เนื่องจากความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรมีความคาดหวังที่มีต่อประสบการณ์ที่ต้องการได้รับจากการบริการที่แตกต่างกัน การเชื่อมโยงแนวคิดการบริหารประสบการณ์ กับ ทฤษฎีความคาดหวังของลูกค้า จึงทำให้ผู้วิจัยเข้าใจถึงความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อประสบการณ์ได้ดียิ่งขึ้น

งานวิจัยเกี่ยวกับการบริหารประสบการณ์

ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐบาลหลายหน่วยงาน พยายามปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรให้เกิดองค์กรนวัตกรรม ในหน่วยงานภายในต่าง ๆ โดยเฉพาะหน่วยงานบริการทางวิชาการของคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ซึ่งเป็นหน่วยงานที่เริ่มปรับเปลี่ยนการทำงานให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้รับบริการ ดังนั้นเพื่อให้สามารถพัฒนาหน่วยงานและตอบสนองต่อความคาดหวังของอาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรได้นั้น จะต้องใช้แนวคิดการบริหารประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Experience Management) เป็นเครื่องมือช่วยในการพัฒนาการให้บริการทางวิชาการ สร้างค่านิยม (value) หรือคุณค่า ต่อการบริโภคประสบการณ์ (Experience Consumption) ให้เกิดความประทับใจให้เหนือความคาดหวัง (over experience) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดการบริโภคประสบการณ์ (Experience Consumption)

การศึกษาพฤติกรรมและความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรในปัจจุบันอาจไม่เพียงพอต่อความต้องการที่แท้จริง อันเนื่องจากอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ไม่ได้คำนึงถึงเรื่องการให้บริการเพียงอย่างเดียว แต่อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ให้ความสำคัญต่อการตอบสนองความต้องการที่ได้รับจาก

ประสบการณ์ในแง่บวกและลบ (Pine and Gilmore, 1998, pp.98-102) ที่สามารถตอบสนองความต้องการเกี่ยวกับการบริโภคประสบการณ์ (experience consumption)

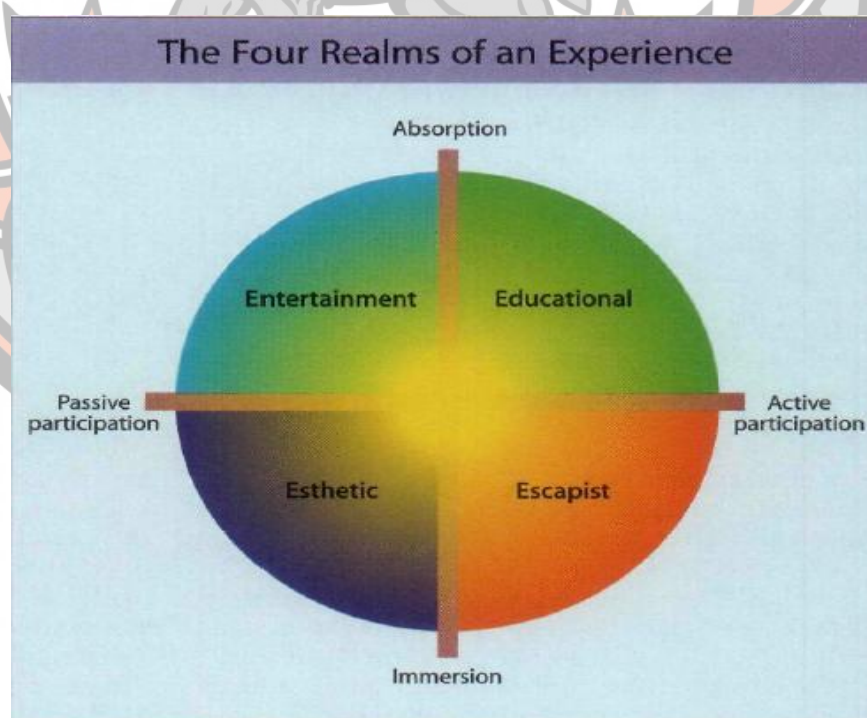
สรุปได้ว่า การบริโภคประสบการณ์ (Experience Consumption) ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร มีความสำคัญต่อความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ สะท้อนถึงรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ ที่เหมาะสมกับการให้บริการทางวิชาการ ซึ่งการศึกษาถึงของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร นั้น ไม่สามารถครอบคลุมถึงความต้องการที่แท้จริง การศึกษาการบริโภคประสบการณ์ (Experience Consumption) ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร จึงเป็นเครื่องมือช่วยในการการบริหารประสบการณ์ ให้เกิดประสิทธิภาพเหนือความคาดหวังทุกระดับ และทัศนคติที่ดี ต่อประสบการณ์ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

2. แนวคิดการบริหารประสบการณ์

การบริหารประสบการณ์ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร เป็นการสร้างประสบการณ์ต่ออาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ในทุกจุดสัมผัสที่อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร จะได้รับเพื่อให้อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร เกิดความรู้สึกในทางบวกทั้งความพึงพอใจ ความประทับใจ จากบริการที่ได้รับบริการทางวิชาการ กล่าวสรุปได้ว่า การบริหารประสบการณ์ คือ กระบวนการในการบริหารประสบการณ์โดยรวมของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการให้บริการทางวิชาการ อย่างมีกลยุทธ์ (Bernd H. Schmitt, 1999, pp. 53-67)

ซึ่งสอดคล้องกับ Pine and Gilmore (1998, pp.97-105) ในเรื่อง “Welcome to the Experience Economy” ซึ่ง Pine and Gilmore (1998, pp.97-105) เชื่อว่าประสบการณ์นั้นจะเป็นเรื่องที่น่าจดจำ และทำให้หวนระลึกถึงในตัวลูกค้าคนใดคนหนึ่ง โดยในเรื่อง “Welcome to the Experience Economy” ว่า การที่บริษัทจะนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่สามารถสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าและทำให้ลูกค้าตัดสินใจว่าคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไปนั้น บริษัทจำเป็นต้องสร้างประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการให้เกิดขึ้นกับลูกค้า โดยการดึงลูกค้าให้มีส่วนร่วมในความทรงจำที่ดีของประสบการณ์ที่เกิดขึ้นนั้น ซึ่งมีมิติที่เกี่ยวข้องกับการสร้างประสบการณ์ให้เกิด

ขึ้นกับลูกค้า 2 มิติใหญ่ มิติแรกคือการที่ลูกค้ามีส่วนร่วมในประสบการณ์ โดยที่ในด้านหนึ่งนั้นลูกค้ามีส่วนร่วมอย่างมากในประสบการณ์ (Active Participation) กับอีกด้านคือการที่ลูกค้าไม่ได้มีส่วนร่วมมากนักในประสบการณ์ (Passive Participation) มิติที่สองคือสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ซึ่งด้านหนึ่งประกอบไปด้วยการซึมซับในประสบการณ์นั้น (Absorption) ในขณะที่อีกด้านหนึ่งเป็นการดื่มด่ำในประสบการณ์นั้น (Immersion) ซึ่งเมื่อนำเอาทั้งสองมิติมาสร้างขอบเขตจะได้ขอบเขตประสบการณ์ทั้ง 4 ด้าน (The Four Realms of an Experience) ดังแสดงในภาพ 3 ในขอบเขตประสบการณ์ด้านที่ 1 ลูกค้าซึมซับกับประสบการณ์ที่องค์กรธุรกิจได้สร้างขึ้นมาแต่ลูกค้ามีส่วนร่วมน้อยในประสบการณ์ของกิจกรรมนั้น กิจกรรมตรงนี้จะ เป็นเพียงเพื่อความบันเทิง (Entertainment) ในด้านที่ 2 ผู้บริโภคซึมซับประสบการณ์จากกิจกรรมดังกล่าวแต่มีส่วนร่วมกับประสบการณ์ของกิจกรรมนั้นอย่างมาก ตัวอย่างเช่น กิจกรรมทางการศึกษา (Education) ในด้านที่ 3 ลูกค้าดื่มด่ำในประสบการณ์และมีส่วนร่วมอย่างมากในประสบการณ์ของกิจกรรมนั้นและทุ่มเทเวลาให้กับกิจกรรมที่ตนเองหลงใหล (Escapist) ในด้านที่ 4 ในกรณีที่ลูกค้าดื่มด่ำในกิจกรรมแต่มีส่วนร่วมในประสบการณ์นั้นไม่มากนัก พวกเขาจะจัดอยู่ในกลุ่ม (Esthetic)



ภาพ 3 The Four Realms of an Experience

ที่มา: Pine and Gilmore (1998, pp.102)

สรุปได้ว่า แนวคิดการบริหารประสพการณ์ จัดเป็นมิติใหม่ของการนำมาประยุกต์ใช้กับ หน่วยงานบริการทางวิชาการ นับว่าเป็นเครื่องมือสำคัญใน การเสริมสร้างและสั่งสมประสพการณ์ ในเชิงบวก ทั้งในรูปแบบของประสพการณ์ทางกายภาพและประสพการณ์ทางอารมณ์แก่อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ทุกๆจุด ของการให้บริการ ทางวิชาการ เพื่อตอบสนองความคาดหวังที่มีต่อประสพการณ์ การศึกษาถึงประสพการณ์ของ อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร จึงเป็นเครื่องมือ สำคัญที่ช่วยให้เข้าใจถึงรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์และความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ

งานวิจัยเกี่ยวกับการประยุกต์เครือข่ายสังคมออนไลน์กับการทำงาน

1. ความเป็นมาของสื่อสังคมออนไลน์

ในยุคที่เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รูปแบบการสื่อสารได้มีวิวัฒนาการ จากการใช้นกพิราบสื่อสาร ไปเป็นการใช้โทรเลข โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ และเข้าสู่ยุคของ อินเทอร์เน็ต ซึ่งมีการพัฒนารูปแบบในการติดต่อสื่อสารมาแล้ว 2 ยุค คือ

ยุคเว็บ 1.0 ยุคของการสนทนาแบบจุดต่อจุด (Point to point) เป็นการสื่อสารระหว่าง ผู้สร้างเว็บ (webmaster) กับผู้ที่เข้ามาใช้บริการเว็บนั้นๆ ซึ่งเป็นลักษณะของการสื่อสารทางเดียว (One Way Communication) ที่ผู้ใช้เว็บไม่สามารถตอบโต้หรือแก้ไขข้อมูลต่างๆได้ ซึ่งรูปแบบของ เนื้อหาที่สื่อสารถึงกันนั้นจะมีลักษณะเป็นการรับ - ส่งอีเมล (E-mail) เข้าแชตรูม (Chat room) ดาวน์โหลดภาพและเสียง หรือไม่ก็ใช้การค้นหาผ่านเว็บ Search Engine เพื่อหาข้อมูลหรือรายงาน รวมทั้งใช้ Web Board เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เช่น Instant Messaging Program หรือ IM อาทิ MSN, Yahoo Messenger, Google Talk, Chat เป็นต้น

ในขณะที่ ยุคเว็บ 2.0 เป็นการสื่อสารระหว่างผู้สร้างเว็บกับผู้ใช้เว็บแบบตอบโต้กันไป มาได้ เรียกว่า การสื่อสารแบบสองทาง (Two way Communication) ซึ่งเนื้อหาบนเว็บนั้น นอกจาก ผู้สร้างเว็บจะเป็นคนนำเสนอข้อมูลแล้ว ผู้ที่เข้ามาอ่านก็สามารถสร้างเนื้อหาหรือตอบโต้กันเองได้มี การสื่อสารกันเป็นจำนวนมาก จาก 1 ไปเป็น 2 3 จนกลายเป็นสังคมเครือข่าย (Social Networking) ซึ่งลักษณะการสื่อสารกันนั้นจะเน้นการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งาน การแบ่งปันสิ่งที่ ตนเองมีในลักษณะของการร่วมกันผลิตเนื้อหาและข้อมูลภายในเว็บ การร่วมกันสร้างสรรค์ (Co-Creation) ขยาย (Extend) และเชื่อมโยงความสัมพันธ์ (Connect) ระหว่างผู้ใช้ด้วยกัน อีกทั้ง ยังมุ่งเน้นให้ผู้ใช้เข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็วและเป็นรูปแบบที่มีความเฉพาะตัวของแต่ละบุคคล เช่น

Wikipedia Webblog Facebook Hi5 Youtube Myspace Twitter เป็นต้น และหาพิจารณาความแตกต่างของเว็บ 1.0 และ 2.0 สามารถสรุปได้ดังนี้

ตาราง 1 แสดงความแตกต่างของเว็บ 1.0 และ 2.0

Web 1.0	Web 2.0
Webmaster หรือคนดูแลเว็บไซต์เท่านั้นที่สามารถแก้ไขปรับเปลี่ยนข้อมูลต่างๆ ในหน้าเว็บไซต์	สามารถสื่อสารตอบโต้ได้ทั้งผู้สร้างเว็บและผู้ใช้เว็บ (Interactive) เช่น บล็อกหรือการโพสต์กระทู้ต่างๆ
การสื่อสารทางเดียว (One way Communication)	การสื่อสารสองทาง (Two way Communication) สามารถสร้างปรากฏการณ์แบบปากต่อปากได้อย่างรวดเร็ว จากการแนะนำผ่าน Social Networking
ข้อมูลมีการเปลี่ยนแปลงช้า และไม่ค่อยทันสมัยเพราะจะต้องรอ webmaster เป็นผู้เปลี่ยนแปลงแก้ไขเท่านั้น	ผู้ใช้เว็บมีส่วนร่วมเป็นผู้สร้าง content ได้อย่างไม่จำกัด และข้อมูลจะถูกตรวจสอบคัดกรองจากสมาชิกในเครือข่ายอยู่ตลอดเวลา เช่น Wikipedia

ที่มา : <http://www.slideshare.net/Yakuzaazero/2556-23857158>

จากตาราง 1 แสดงความแตกต่างของเว็บ 1.0 และ 2.0 กล่าวได้ว่า การขยายตัวอย่างรวดเร็วของสังคมการสื่อสารแบบออนไลน์ได้สะท้อนให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงในระยะยาวของแนวโน้มการสื่อสารที่สำคัญ 2 ด้าน คือ

1. รูปแบบการสื่อสาร (Communication Platform) ที่ค่อยๆ เปลี่ยนจากการสนทนาแบบจุดต่อจุด (point-to point) และแบบสองทาง (two way) ไปสู่การสื่อสารระหว่างผู้ใช้หลายคน (many to many) มากขึ้น และมีการใช้ลิงค์ วิดีโอ ภาพถ่าย และเนื้อหาที่มีเดียมากขึ้น โดยการขับเคลื่อนของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เรียกว่า Net generation เป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้รูปแบบการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไป คนกลุ่มนี้ชื่นชอบการแลกเปลี่ยนเนื้อหาการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ และเติบโตมาพร้อมกับแนวคิด “ความฉลาดของฝูงชน” (Wisdom of Crowds) อาทิ การทำหน้าที่ให้คะแนน

จัดอันดับผู้ใช้คนอื่นๆ รวมถึงจัดอันดับสินค้าและบริการ เป็นต้น สังคมออนไลน์จึงกลายเป็นช่องทางสื่อสารหลักสำหรับคนกลุ่มนี้ ซึ่งในอนาคตอาจเข้ามาแทนที่อีเมล หรือโทรศัพท์

2. การควบคุมการสื่อสาร (Communication Control) การเปลี่ยนแปลงบทบาทของผู้ให้บริการโทรคมนาคม จากที่เคยเป็นผู้ควบคุม และออกแบบแพลตฟอร์มแบบเปิด (web 1.0) ไปสู่ผู้ให้บริการบนแพลตฟอร์มเปิดบนอินเทอร์เน็ต (web 2.0) ซึ่งเป็นผลมาจากการที่มีเทคโนโลยีการสื่อสารที่ดีขึ้นและมีราคาถูกลง รวมถึงการใช้บรอดแบนด์ และเครือข่ายไร้สาย (Wireless) เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้แพลตฟอร์มแบบเปิดอย่างเว็บไซต์สังคมออนไลน์ กลายเป็นแพลตฟอร์มที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นสำหรับบริการการสื่อสาร และผู้บริโภคก็ตอบสนองต่อแนวโน้มนี้อย่างกว้างขวาง

จากจุดกำเนิดของ web 2.0 และการพัฒนาก้าวผ่านเข้าสู่ยุค 3.0 หรือ Semantic Web ทำให้กระแสความนิยมของ Social Network มีการเติบโตอย่างไม่หยุดยั้ง เป็นไปตามผลสำรวจของประเทศสหรัฐอเมริกาที่พบว่า มีผู้เข้าใช้บริการ social network เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ปัจจุบัน Social Network ต่างๆ มีการพัฒนาและเปิดโอกาสให้ผู้ใช้ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์เชิงสังคมกันมากขึ้นทั้งเว็บไซต์ในตระกูล Youtube Hi5 Myspace Facebook ซึ่งในแต่ละเว็บไซต์จะมีลักษณะเฉพาะสำหรับการใช้งานแตกต่างกันออกไปข้อมูลจากวิกิพีเดีย ได้กล่าวถึง Social Network ว่ามีจุดเริ่มต้นจากเว็บ Classmates.com (1995) และเว็บ SixDegrees.com (1997) ซึ่งเป็นเว็บที่จำกัดการใช้งานเฉพาะนักเรียนที่เรียนในโรงเรียนเดียวกัน เพื่อสร้างประวัติข้อมูลติดต่อสื่อสารส่งข้อความแลกเปลี่ยนข้อมูลที่สนใจร่วมกันระหว่างเพื่อนในลิสต์เท่านั้น ต่อมาเว็บ Epinions.com ที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาของ Jonathan Bishop ได้เพิ่มส่วนของการควบคุมเนื้อหาด้วยตัวผู้ใช้งานและสามารถติดต่อถึงกันได้ไม่เพียงแต่เพื่อนในลิสต์เท่านั้น นับได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของ Social Network ทั้งหลาย แต่ดู Facebook จะมาแรงกว่าเพื่อนด้วยการเพิ่มแอปพลิเคชันต่างๆ

สรุปได้ว่าการเปลี่ยนแปลงไปของเทคโนโลยีของการติดต่อสื่อสาร สามารถทำให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงและใช้งานเครื่องมือต่างๆ ได้ง่ายและสะดวกมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม สร้างสรรค์ข้อมูลสิ่งใหม่ๆ แลกเปลี่ยนข้อมูลความคิดเห็นต่างๆ ในด้านการเรียนการสอนระหว่างผู้สอนและผู้เรียนได้ด้วย

2. ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นรูปแบบการสื่อสารข้อมูลที่มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามาเป็นสื่อกลางที่ใ้บุคคลทั่วไปมีส่วนร่วมสร้างและแลกเปลี่ยน

ความคิดเห็นต่างๆ ผ่านอินเทอร์เน็ต ที่บุคคลสามารถนำเสนอข้อมูลเขียนเรื่องราว ประสบการณ์ บทความ รูปภาพ เสียง และวิดีโอ ที่ทำขึ้นเองนำมาเผยแพร่สู่สาธารณะโดยใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์สื่อสารประเภทต่างๆ ซึ่งในปัจจุบันมีแหล่งให้บริการเครือข่ายทางสังคมเกิดขึ้นบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก ตัวอย่างเช่น Facebook, Twitter, LinkedIn, Google Plus, MySpace, YouTube, Blog, Wiki รวมทั้งเว็บไซต์ต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่เปิดให้บริการ file sharing, photo sharing, video sharing และกระดานข่าว (web board) เป็นต้น (ราชบัณฑิตยสถาน, 2551, มานะ ตีรยาภิวัฒน์, 2552 และพิชิต วิจิตรบุญรัตน์, 2554)

คาร์แพลนและเฮนเลี่ยน (Andreas Horizons and Michael Haenlein) ผู้เขียนบทความตีพิมพ์ในวารสาร Business Horizons ได้ให้คำจำกัดความของ Social Media ว่า หมายถึง สังคมออนไลน์ที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน โดยใช้สื่อต่างๆ เป็นตัวแทนในการสนทนาสื่อสังคม หรือ Social Media หมายถึง เครื่องมือหรือรูปแบบจากเว็บ 2.0 ที่นำมาใช้ในเชิงบูรณาการของเนื้อหาผ่านการถ่ายทอดจากการเขียนและการส่งผ่านข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์หรือเว็บเพจ และสื่อประเภทดังกล่าวสามารถนำมาใช้ในการเรียนการสอนของครูอาจารย์ได้ในหลากหลายรูปแบบ เช่น discuss, forum, blogs, wikis และ 3d virtual worlds เป็นต้น (The Social Media Advisory Group, 2012) และในขณะเดียวกันกับที่ Joosten (2012) ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้แห่ง The University of Wisconsin – Milwaukee ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้กล่าวอย่างน่าสนใจเกี่ยวกับสื่อสังคมหรือ Social Media ว่าเป็นสื่อที่ทุกคนหรือแต่ละบุคคลสามารถที่จะแลกเปลี่ยนประสบการณ์ได้ในทุกสิ่งทุกอย่างทุกสถานที่และทุกเวลาที่จะสามารถสื่อสารได้ถึงกัน (Everybody and anybody can share anything anywhere anytime) โดยภาพรวมสื่อสังคมออนไลน์จึงสรุปได้ว่า เป็นสื่อที่บุคคลทั่วไปสามารถใช้เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล เรื่องราวต่างๆ ประสบการณ์ บทความ รูปภาพ เสียง และวิดีโอระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

3. ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์

สำหรับประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ จำแนกได้ดังนี้ (สำนักงานพัฒนาการอุดมศึกษา อีเล็คทรอนิกส์, 2556)

1. ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ (Publish) เช่น Wikipedia, Blogger เป็นต้น



WIKIPEDIA
The Free Encyclopedia



ภาพ 4 แสดงตัวอย่างประเภทสื่อสิ่งพิมพ์

ที่มา : <http://www.slideshare.net/Yakuzaazero/2556-23857158>

2. ประเภทบริการสื่อแลกเปลี่ยน (Video Sharing Services) เช่น YouTube, Flickr, SlideShare เป็นต้น



ภาพ 5 แสดงตัวอย่างประเภทบริการสื่อแลกเปลี่ยน

ที่มา : <http://www.slideshare.net/Yakuzaazero/2556-23857158>

3. ประเภทเครือข่ายสังคม (Social Networks) เป็นเว็บไซต์ที่ผู้ใช้งานสามารถใช้ในการพูดคุย แบ่งปันประสบการณ์ ภาพถ่าย เสียง และวิดีโอ เพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมหรือสิ่งๆที่ผู้ใช้งานสนใจกับผู้อื่นในเครือข่ายสังคมดังกล่าว ตัวอย่างเว็บไซต์ประเภทนี้ เช่น Facebook, MySpace, Hi5, Google+, Instagram เป็นต้น




Instagram



ภาพ 6 แสดงตัวอย่างประเภทเครือข่ายสังคม

ที่มา : <http://www.slideshare.net/Yakuzaazero/2556-23857158>

4. ประเภทบริการรับ – ส่งข้อความ ใช้ในการพูดคุยหรือส่งข้อความสั้นๆ หรือแบ่งปันรูปภาพเอกสารให้กับกลุ่มเพื่อนในเครือข่าย ตัวอย่างเว็บไซต์ประเภทนี้ เช่น Line, WhatsApp, Skype เป็นต้น



WhatsApp



ภาพ 7 แสดงตัวอย่างประเภทบริการรับ – ส่งข้อความ

ที่มา : <http://www.slideshare.net/Yakuzaazero/2556-23857158>

5. ประเภท Blog Platforms and Communities หรือ บล็อก เป็นเว็บไซต์ที่มีลักษณะเหมือนการเขียนบันทึกส่วนตัวเพื่อแชร์ให้กับผู้อื่นในเครือข่ายสังคม โดยที่ผู้เข้ามาอ่านข้อมูลสามารถแสดงความคิดเห็นต่อทำข้อความที่เจ้าของบล็อกเป็นคนเขียน ตัวอย่างเว็บไซต์ประเภทนี้ เช่น blogger, WordPress เป็นต้น



ภาพ 8 แสดงตัวอย่างประเภท Blog

ที่มา : <http://www.slideshare.net/Yakuzaazero/2556-23857158>

<https://plus.google.com/+Blogger>

6. ประเภท Micro Media มีลักษณะคล้ายๆ บล็อก แต่มีการจำกัดจำนวนตัวอักษรในการเขียนข้อความตัวอย่างเว็บไซต์ประเภทนี้ เช่น Twitter เป็นต้น

ภาพ 9 แสดงตัวอย่างประเภท Micro Media

ที่มา : <http://www.slideshare.net/Yakuzaazero/2556-23857158>

4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อสังคมออนไลน์

หลักปรัชญาการเรียนรู้ที่เรียกว่า “Connectivism” มีหลักการสำคัญซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากเทคโนโลยีเว็บ 2.0 โดยส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในขอบข่ายแห่งการเรียนรู้โดยเฉพาะในเชิงบูรณาการของปรัชญาการเรียนรู้ใน 3 ปรัชญาสำคัญ คือ ปรัชญาพฤติกรรมนิยม (Behaviorism) ปรัชญาพุทธินิยม (Cognitivism) และปรัชญาสรรมนิยม (Constructivism) ส่งผลต่อการเรียนรู้ใน

รูปแบบใหม่ที่เกิดการเชื่อมโยงข้อมูลเครือข่ายระหว่างกัน เพื่อสร้างทักษะองค์ความรู้ที่เรียกว่า “ปรัชญาการเชื่อมโยง (Connectivism)” ซึ่งปรัชญาดังกล่าวจะตั้งอยู่บนหลักแนวคิดพื้นฐานที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. การเรียนรู้เป็นกระบวนการเชื่อมโยงจากแหล่งข้อมูลหรือคลังความรู้ที่หลากหลาย
 2. การเรียนรู้และองค์ความรู้เกิดจากพลังทางความคิดของมนุษย์ที่เกิดขึ้นต่อเนื่องไม่หยุดนิ่ง
 3. การเรียนรู้มีอาจใช้รูปแบบปกตินิยมที่มนุษย์จะใช้กันแบบทั่วๆ ไปก็ไม่ได้
 4. การพัฒนาและสะสมองค์ความรู้ เป็นสิ่งจำเป็นที่จะก่อให้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องของมวลมนุษย์
 5. ประสิทธิภาพของการสร้างองค์ความรู้ขึ้น เกิดจากความรู้ที่ได้มีการพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง
 6. การตัดสินใจ เป็นกระบวนการเรียนที่สำคัญที่เกิดขึ้น ประเด็นสำคัญคือการเลือกที่จะเรียนรู้อย่างมีความหมาย ผ่านข้อมูลสารสนเทศที่ได้รับอย่างมีวิจารณญาณและมีความรอบคอบ เพื่อส่งผลต่อการตัดสินใจในการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นนั้น
 7. ความสามารถในการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างประสบการณ์ ความคิด และ มโนทัศน์ หรือปัจจัยหลักที่สำคัญในการสร้างทักษะการเรียนรู้
 8. องค์ความรู้ที่ถูกต้องเป็นปัจจุบัน เป็นจุดเน้นสำคัญของการสร้างกิจกรรมในการเชื่อมโยงการเรียนรู้ให้บังเกิดขึ้น
- สรุปได้ว่าลักษณะของการนำมาใช้เพื่อดำเนินงานหรือกิจกรรมต่างๆ โดยมีตัวบุคคลหรือหน่วยงานต่างๆ ร่วมกันเป็นเครือข่าย เพื่อให้สามารถใช้ทรัพยากรร่วมกันแลกเปลี่ยน แบ่งปันทรัพยากร ข้อมูลข่าวสาร (ธนัสถ์ เกษมไชยานันท์, 2544)

5. ผลกระทบทางบวกของสื่อสังคมออนไลน์

เครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นบริการออนไลน์ที่มีประโยชน์ต่อชีวิตมนุษย์หลายด้าน ดังนี้

1. ด้านสังคม เป็นการเชื่อมโยงผู้คนเข้าหากัน ซึ่งเป็นความสวยงามที่สุดของ อินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ รายใหญ่อย่าง Facebook มีสมาชิกเกือบ 100 ล้าน account ทั่วโลก บางคน มีเพื่อนเป็นหลักหมื่นแสนอยู่ในโลกไซเบอร์สเปซ สื่อสังคมออนไลน์ทำให้คนมีตัวตน

อยู่ได้บนโซเชียลสเปซ เพราะจะต้องแสดงความเป็นตัวเองออกมาให้ได้มากที่สุด เพื่อให้โปรไฟล์ น่าสนใจ และมีชีวิตชีวาที่สุด บ้างก็เน้นไปที่การใส่ข้อมูลเนื้อหา Blog รูปถ่ายบ้างก็เน้นไปที่ลูกเล่น ในชีวิตประจำวัน เรื่องราวเพื่อนคนใกล้ตัว

2. ด้านการตลาด จากสถิติการใช้สื่อโฆษณาของอเมริกาที่จัดขึ้นโดย eMarketer ได้ มีการใช้เงินโฆษณา ผ่าน Social Network เพิ่มมากขึ้นกว่า 100% ชาวอเมริกาใช้เวลาส่วนใหญ่ไป กับอินเทอร์เน็ตมากกว่าทีวี หรือวิทยุ ส่วนใหญ่ในประเทศที่ถูกควบคุม และจำกัดในการโฆษณา เช่น ประเทศจีน และสิงคโปร์ ก็ยังมีการใช้ Social Network เป็นอีกช่องทางในการโฆษณาซึ่งถือเป็นเครื่องยืนยัน ความฮิตติด และความแรงของการโฆษณาบน Social Network การใช้จ่ายเงินกับ สื่อประเภทนี้ยังคงมีการเติบโตที่สูงมากขึ้น

Social Network ไม่ใช่เป็นเพียงแค่อินเทอร์เน็ตที่แชร์ข้อมูล รูปภาพอีกต่อไป แต่ได้ พัฒนามาเป็นที่แนะนำสินค้า และสถานที่ที่สามารถซื้อหาได้ หรือที่รู้จักการในนามของ Collaborative Shopping Communities อีกด้วย สมาชิกสามารถแชร์เกี่ยวกับเทรนด์ที่มาแรง แฟชั่น ร้านค้าที่ฮิต นี่ก็คืออีกหนึ่งโอกาสสำหรับนักการตลาดที่สามารถ รู้ถึง ความสนใจ และความ ต้องการของผู้บริโภคได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น Social Network Shopping เว็บไซต์จึงได้กลาย มาเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่น่าจับตามองในโลกของ Social Network

3. ด้านการเมือง การใช้สื่อสมัยใหม่ในการแข่งขันการเลือกตั้งที่มีส่วนทำให้ชนะการ เลือกตั้ง ตัวอย่างเช่น โอบามา ชนะการเลือกตั้งเป็นประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาคนที่ 44 พูดถึงเรื่อง นี้ว่า ทั้งหมดเป็นผลมาจากมีความเข้าใจเรื่องพลังแห่งเครือข่าย ที่สร้างมาเพื่อสนับสนุนแคมเปญ ของตัวเอง โอบามาเข้าใจแนวคิด การสื่อสารระหว่างชุมชนออนไลน์ตั้งแต่แรกเริ่ม ทำให้เน้นการส่ง ข้อความ Twitter แทนที่จะตรวจหน้า Facebook อย่างเดียวทุกวัน และความเข้าใจพลังเรื่องการ สื่อสารระหว่างคนหลายชุมชนนี้เองที่ทำให้โอบามา ทำแคมเปญได้ดีกว่าคู่แข่งจะใช้ กลยุทธ์หา เสียงออนไลน์เช่นเดียวกัน

6. ผลกระทบทางลบของสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์เป็นบริการออนไลน์ที่มีประโยชน์ต่อชีวิตมนุษย์หลายด้าน ดังนี้

1. เสียเวลา บริการสื่อสังคมออนไลน์มีมากเกินไป อีกทั้งยังเล่นคล้ายๆ กัน งานที่ไม่ ต้องทำ จึงเสียเวลาไปกับเรื่องพวกนี้ สุดท้ายไม่รู้จำใครเพิ่มขึ้นเลยสักคน เพราะเป็นความสัมพันธ์ แบบฉาบฉวย ขาดการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้าที่แท้จริง ไม่ได้ต้องการรู้จักกันจริง บาง ทีมาขอแอดไว้เฉยๆ เพราะอยากมีจำนวนเพื่อน เพิ่มเยอะๆ ไว้โชว์ สังคมออนไลน์อาจเสื่อมลงได้

2. กำลังตกเป็นเหยื่อ นักการตลาดยุคใหม่เริ่มเห็นอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์แบบนี้ เริ่มพยายามมองว่าจะเข้าแทรกซึมถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างไร ยุทธวิธีอย่าง Viral marketing การสร้าง buzz word เริ่มมีให้ได้ยินเยอะขึ้นเรื่อยๆ บางผลิตภัณฑ์เริ่มทำตัวเนียนแทรกตัวกลมกลืนไปในสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ อย่างใน Facebook ที่มีคนไทยอยู่บนับล้านเรียกได้ว่าพลังปากต่อปากของคนบนเน็ตแรงและเร็วทีเดียว

3. ไม่มีประโยชน์ จากการต้องทำอะไรเดิมๆซ้ำหลายๆครั้ง แม้ความสวยงามของสื่อสังคมออนไลน์ คือการเชื่อมโยงผู้คนเข้าหากัน แต่สิ่งเหล่านี้ไม่มีความหมายอะไร มันไม่มีเหตุผลและไม่สามารถอธิบายได้ว่า ทำไมคนนี่ถึงเชื่อมต่อกับคนคนนั้น

สรุปการนำเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการวิจัย

1. งานวิจัยภายในประเทศ

ธีรยศ อดมมณีธินิก (2545) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของอาจารย์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เพื่อค้นหาความรู้ ร่องลงมาใช้เพื่อติดต่อสื่อสาร เพื่อทันต่อเหตุการณ์ เพื่อค้นหาทำงานวิจัยดูข้อมูลทั่วไป ในเว็บไซต์ ใช้ในการเรียนการสอน แสดงความคิดเห็นในกลุ่มสนทนา สั่งซื้อสินค้าใช้เพื่อพูดคุยผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และทำธุรกิจตามลำดับ

สุวรรณ มาศเมฆ (2545) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของอาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษา สังกัดทบวงมหาวิทยาลัยต่อการดำเนินภารกิจเกี่ยวกับการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา พบว่าอาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษา มีความคาดหวัง ความพึงพอใจต่อประโยชน์ที่ได้รับและบริการจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในระดับสูง ซึ่งคาดหวังประโยชน์ที่ได้รับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อสนับสนุนภารกิจของมหาวิทยาลัยแต่ละสถาบัน โดยได้กำหนดนโยบายอย่างชัดเจนทั้งในลักษณะของการพัฒนาบุคลากรรองรับการจัดการจัดหาเครื่องมืออุปกรณ์ให้เพียงพอ และใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กรรทอง เกิดนาค (2551) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์สังคมออนไลน์ www.hi5.com พบว่า การใช้บริการเว็บไซต์ของสังคมออนไลน์จากการได้รับอีเมล จากเพื่อนและจากทางเว็บไซต์ ใช้เว็บไซต์มาเป็นระยะเวลา 2 ปี โดยกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ คือ การสื่อสารด้วยนำเสนอภาพ เพลง และตัวอักษร การสื่อสารหาความรู้ ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ในกิจกรรมต่างๆ อีกทั้งยังสามารถนำมาปรับใช้การเรียนและการทำงานได้

ประโยชน์ที่ได้กลุ่มตัวอย่างได้รับคือความพิเศษของการสื่อสารที่ผู้เล่นเป็นผู้ส่งและผู้รับในเวลาเดียวกัน และได้พบเพื่อนเก่า เพื่อนใหม่ รวมทั้งเป็นการผ่อนคลายความเครียด ความเหงา และใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ส่วนผลกระทบที่ได้รับจากการใช้บริการเว็บไซต์นั้น ทั้งปัญหาส่วนบุคคล และปัญหาทางเทคนิค

ยุพาวไล วาทีเพชร (2554) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการติดตามข่าวสารทางการตลาดผ่าน Social Media: ศึกษาเฉพาะกรณีนิสิตระดับปริญญาโทมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ ศูนย์วิทยบริการ กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการติดตามข่าวสารผ่าน Social Media ในกลุ่มสื่อสารมากที่สุด ซึ่งได้แก่ Facebook, MySpace, Hi5 และ Twitter โดยเมื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมและวัตถุประสงค์ในการติดตามข่าวสารผ่าน Social Media ที่แตกต่างกัน ทั้งในเรื่องของประเภทข่าวและประเภทของ Social Media

ทัศนันท์ พุ่มนุช (2555) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมและพัฒนาแนวทางการใช้เครือข่ายทางสังคมในการปฏิบัติงานของบุคลากรทางการศึกษาในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครปฐม พบว่าบุคลากรทางการศึกษาส่วนใหญ่เคยใช้งานเว็บไซต์เครือข่ายสังคมในระดับปานกลาง เว็บไซต์เครือข่าย เข้าใช้งาน คือ Facebook, Hi5, Blog Gang, Twitter, Blogger, MySpace, Ex teen, Skype โดยใช้งานเฉลี่ย 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด ในช่วงเวลา 18.01 – 24.00 น. ใช้ภาษาไทยในการเข้าใช้งานและต้องการให้มีการจัดฝึกอบรม/ประชุม/สัมมนา ส่วนแนวทางการใช้เครือข่ายสังคมในการปฏิบัติงานของบุคลากรทางการศึกษาคือ 1) ควรมีลักษณะการสื่อสารทั้งกลุ่มเดียวและต่างกลุ่มกัน 2) ควรจัดหาเครื่องมือในเครือข่ายสังคมเช่นควรมีการสร้างกิจกรรม ควรมีบล็อกแสดงความคิดเห็น ควรมีการสร้างกลุ่มเครือข่าย และควรมีการสร้างโปรไฟล์ 3) ควรมีการเผยแพร่และให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคม และ 4) ควรได้รับการสนับสนุนด้านพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้เกี่ยวกับการใช้เครือข่ายทางสังคม ควรจัดหาสื่อและเครื่องมือ เตรียมความพร้อมด้านระบบอินเทอร์เน็ตและแนวทางการจัดกิจกรรม

ปณิชา นิติพรมงคล (2555, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครให้ความนิยมเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ก (Facebook) ในการเป็นสมาชิกมากที่สุด ส่วนพฤติกรรมการใช้มีความสัมพันธ์กับ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มตัวอย่างของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ แตกต่างกันมีการแสดงพฤติกรรมการเข้าใช้บริการเครือข่ายสังคม

ออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนอาชีพที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเข้าใช้บริการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. งานวิจัยต่างประเทศ

Cheung et.al. (2010) งานวิจัยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาองค์ประกอบที่ทำให้นักเรียนใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Facebook) เป็นข้อมูลประกอบการศึกษาพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ซึ่ง Cheung et.al. (2010) ใช้แบบสอบถามออนไลน์เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 182 คน ซึ่งใช้ทฤษฎีในการศึกษาในการศึกษา ประกอบด้วย We-Intention, Social Influence Theory, Use and Gratifications Paradigm และ Social Presence Theory.

Chung and Lee (2010) งานวิจัยมีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนารูปแบบการวิจัยของความตั้งใจที่จะมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้แบบสอบถามออนไลน์โพสต์ไว้ใน Facebook วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 389 ชุด ใช้ทฤษฎีอิทธิพลทางสังคมศึกษาในการศึกษา ประกอบด้วย Subjective Norm, Group Norm และ Social Identity เป็นต้น

Sarah (2008) ศึกษาเรื่อง การใช้และความพึงพอใจที่มีต่อ facebook.com พบว่ามี 9 ปัจจัยสำคัญที่พบใน facebook ได้แก่ เวลาที่ใช้ในการผ่าน (pass time) การเชื่อมต่อแรงดึงทางเพศ ประโยชน์และการบำรุงรักษา ข้อผูกมัดในการสร้าง บำรุงรักษาการสะสม การเปรียบเทียบเชิงสังคม การใช้ช่องทาง และเครือข่าย โดยความถี่และช่วงระยะเวลาการใช้ facebook แตกต่างไปตามเพศและปีที่ศึกษา เมื่อ facebook แพร่ขยายอย่างรวดเร็วภายในกลุ่มที่มีความแตกต่างทางลักษณะประชากร รวมถึงกลุ่มคนที่อายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป และกลุ่มคนในประเทศอื่นๆ

Liu Y (2010) ได้ศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเป็นเครื่องมือในการเรียนรู้ที่จะนำไปใช้พัฒนาเทคโนโลยีของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุสตัน พบว่า เครื่องมือสื่อสังคมได้กลายเป็นที่แพร่หลาย และสามารถเห็นนักเรียนของเราใช้เครื่องมือสื่อสังคมนี้ตลอดเวลา ในบรรดาเครื่องมือที่นิยมมากที่สุด คือ Facebook รองลงมาคือ Wikipedia, YouTube, Bulletin Board, LinkedIn, Blog และ Twitter ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่ทันสมัยได้พยายามอย่างดีที่สุด เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับคนรุ่นใหม่ ในฐานะที่เป็นนักการศึกษาเราสามารถจะใช้ประโยชน์จากแรงผลักดันนี้ได้อย่างไร รายงานการวิจัยได้เสนอผลการศึกษาวิจัยที่ได้ดำเนินการในฤดูใบไม้ร่วงปี ค.ศ.2009 ที่วิทยาเขตภาคกลางของมหาวิทยาลัยอุสตัน การศึกษาครั้งนี้เป็นการตรวจสอบเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือสื่อสังคมในลักษณะที่แตกต่างของนักเรียน

การรับรู้และทัศนคติที่มีต่อเครื่องมือ และความต้องการของกลุ่มเครือข่ายสังคม ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า เครื่องมือสื่อสังคมที่ถูกนำมาใช้มากที่สุดสามลำดับ ได้แก่ Facebook, Wikipedia และ YouTube เหตุผลสูงสุด 4 ประการในการใช้เครื่องมือสังคม คือ เพื่อการมีส่วนร่วมทางสังคม ทิศทางการสื่อสาร ความรวดเร็วของการตอบสนอง และการสร้างความสัมพันธ์ การพิจารณาเกี่ยวกับกลุ่มเครือข่ายทางสังคม พวกเขาต้องการมีส่วนร่วมของกลุ่ม Civically ที่พวกเขาต้องการเป็นกลุ่มของส่วนร่วมและการเป็นสมาชิก Civically ไม่จำเป็นต้องเป็นกลุ่ม ขึ้นอยู่กับหัวข้อร่วมสมัยซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยเบื้องต้นที่ผู้เขียนชี้ให้เห็นผลการศึกษางานบางส่วนของเครื่องมือที่เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าสำหรับการเรียนการสอนและการเรียนรู้

จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งงานวิจัยในประเทศและต่างประเทศ แสดงให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์ มีความสำคัญช่วยให้การติดต่อสื่อสารสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา ไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลา สถานที่ อีกทั้งมีประโยชน์ต่อระบบการศึกษาด้วย

สรุป

เนื้อหาบทนี้แสดงถึงเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นการอธิบายถึงในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ภายใต้อายุข้อมูลเกี่ยวกับคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยงานบริการวิชาการคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังของมนุษย์ แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารประสบการณ์ แนวคิดเกี่ยวกับการประยุกต์เครือข่ายสังคมออนไลน์กับการทำงาน เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผู้วิจัยใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเพื่อสังเคราะห์ให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ที่ใช้ในการศึกษางานวิจัย ในหัวข้อเรื่อง “รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์และความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ” และในบทต่อไปจะเป็นวิธีการดำเนินการวิจัย

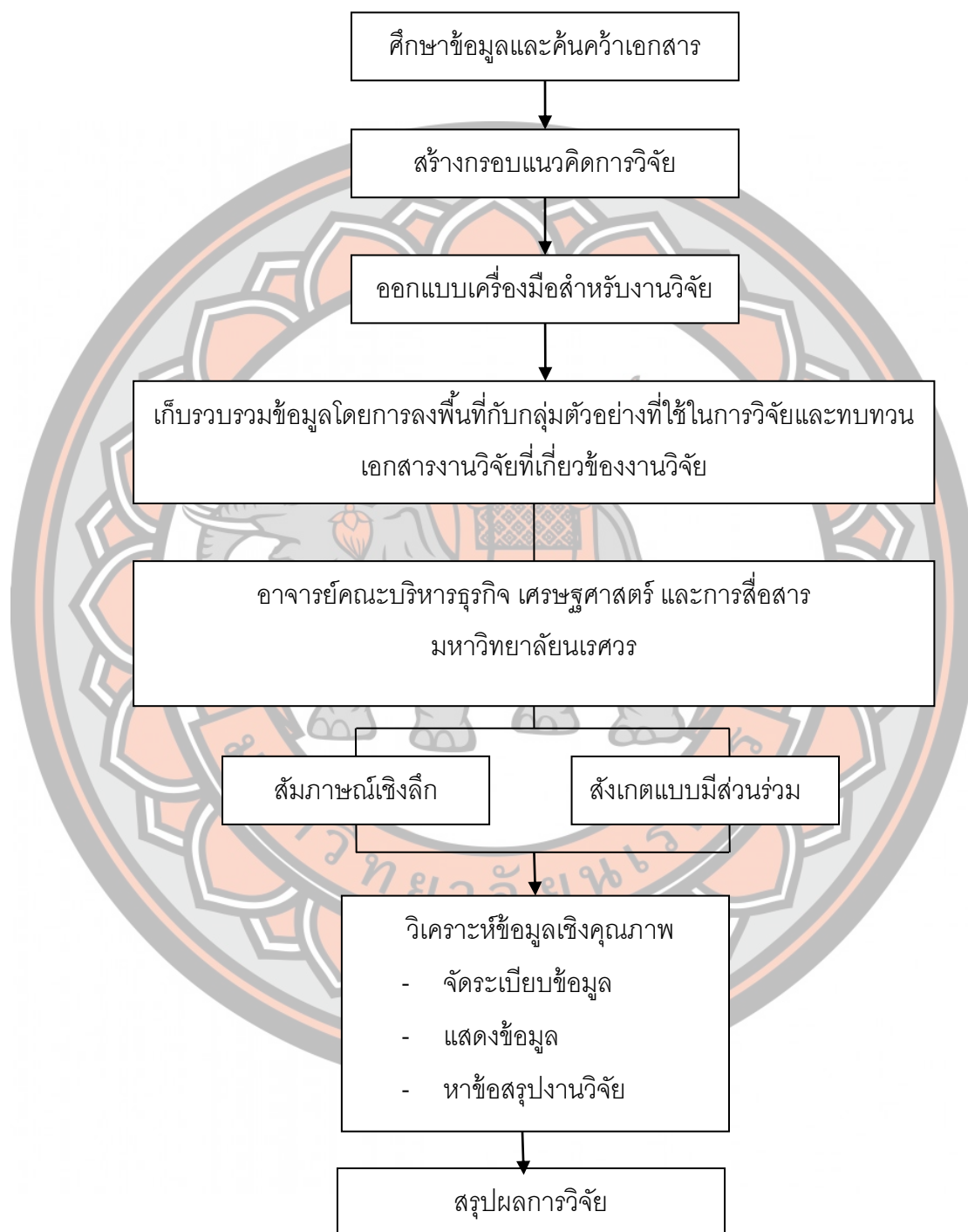
บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเรื่อง “รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์และความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ” โดยมุ่งศึกษารูปแบบสื่อสังคมออนไลน์และความคาดหวัง ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและออกแบบ การให้บริการทางวิชาการของหน่วยบริการวิชาการ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดอย่างมีมาตรฐาน โดยแสดงขั้นตอนดำเนินการวิจัย ดังภาพ 3 และมีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. รูปแบบวิธีที่ใช้ในการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
3. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนดำเนินการวิจัย



ภาพ 10 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยเรื่อง รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์และความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ

รูปแบบวิธีที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษางานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เนื่องจากการศึกษาปรากฏการณ์สังคมจากสภาพแวดล้อมตามความเป็นจริงในทุกมิติ เพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของปรากฏการณ์กับสภาพแวดล้อม เป็นการแสวงหาความรู้โดยเน้นความสำคัญของข้อมูลด้านความรู้สึกนึกคิด การให้ความหมายหรือการให้นิยามสถานการณ์ต่างๆ ตลอดจนการกำหนดค่านิยมและอุดมการณ์ของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์นั้นๆ ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบการตีความ สร้างข้อสรุปแบบอุปนัยเป็นหลัก เพื่อค้นหาคำอธิบาย (To Explore) ทำความเข้าใจกระบวนการและความหมายของพฤติกรรมหรือปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น นั่นคือ คำถามที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพสามารถค้นหาคำตอบ (What and How) (ชาย โพธิสิตา. 2552, หน้า 50 และ สุภาวค์ จันทวานิช. 2554, หน้า 3) ได้ตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยในครั้งนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย คือ อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ภายใต้การสรรหากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยอาศัยเทคนิคการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบอลหิมะ (Snowball Sampling) ประกอบด้วย อาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจ อาจารย์ภาควิชาการท่องเที่ยว อาจารย์ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ อาจารย์ภาควิชาการบัญชีและอาจารย์ภาควิชานิติศาสตร์ จำนวน 90 คน

2. วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ การเลือกกลุ่มตัวแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกตัวอย่างที่มีการกำหนดจุดมุ่งหมายหรือเจตนาในการเลือกตัวอย่างไว้อย่างเฉพาะเจาะจง โดยอาศัยตรรกะ (logic) หรือความสมเหตุสมผลตามแนวคิดและหลักการทางวิชาการ (Rationale) โดยมุ่งเน้นตัวอย่างเฉพาะบุคคล สถานที่ หรือเหตุการณ์เฉพาะที่ให้ข้อมูลสารสนเทศอย่างละเอียดและลุ่มลึก อันนำไปสู่ความเข้าใจประเด็นปัญหาที่ต้องการแสวงหาคำตอบได้อย่างกระจ่างชัดเป็นสำคัญ (องอาจ นัยพัฒน์. 2551, หน้า 110) สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ เลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 คน

3. การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้วิจัยประมาณการขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 คน แบ่งเป็น อาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจ อาจารย์ภาควิชาการท่องเที่ยว อาจารย์ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ อาจารย์ภาควิชาการบัญชีและอาจารย์ภาควิชานิติศาสตร์ ภาควิชาละ 3 คน

4. การสรรหากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยอาศัยเทคนิคการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบอลหิมะ (Snowball Sampling) เนื่องจากการเปิดเผยข้อมูลของกลุ่มอย่างเป็นเรื่องส่วนบุคคล ซึ่งการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลกับผู้อื่นได้นั้น ต้องเกิดจากการได้รับความไว้วางใจและความเชื่อใจในระดับหนึ่ง ซึ่งการสรรหากลุ่มตัวอย่างแบบบอลหิมะ จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะช่วยให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความเชื่อใจและไว้วางใจ ยอมเปิดเผยข้อมูลเชิงลึกอย่างถูกต้องและสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้ตามจำนวนตัวอย่างครบตามที่ต้องการ

การสร้างและการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างและพัฒนาแบบสัมภาษณ์ (Interview) โดยมีลักษณะเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi structured interview) โดยใช้รูปแบบคำถามแบบปลายเปิด (Open-end Question) เพื่อใช้สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

1. นำข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ ข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารวารสาร บทความทางวิชาการ แนวคิดและทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ การศึกษานำร่อง (Pilot Study) และอื่นๆ สังเคราะห์เพื่อกำหนดซึ่งขอบเขตของการวิจัย และสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2. นำข้อมูลที่ผ่านมาการสังเคราะห์ภายใต้การศึกษาของผู้วิจัย นำเสนอต่อที่ปรึกษาและนำคำแนะนำ สิ่งที่ต้องปรับปรุง แก้ไขเพื่อให้ได้มาซึ่ง โครงสร้างบทสัมภาษณ์สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ให้มีความสอดคล้องและครอบคลุมเนื้อหาของบททวนวรรณกรรมและจุดมุ่งหมายในการศึกษา

3. ดำเนินการจัดทำแบบยืนยันความเกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องของการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองกับจริยธรรมการวิจัย (บว.14) เพื่อยื่นต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

4. ดำเนินการจัดทำแบบคำร้องขอให้ออกหนังสือถึงผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (บว.12) เพื่อยื่นต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร โดยรายชื่อของผู้เชี่ยวชาญที่นำเสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวรนั้น ได้รับการพิจารณาโดยผ่านการกลั่นกรองคุณสมบัติโดยที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

5. ดำเนินการจัดทำแบบคำร้องขอให้ออกหนังสือเพื่อขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย (บว.13) เพื่อยื่นต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

6. นำประกาศแต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร พร้อมนำโครงสร้างบทสัมภาษณ์ที่ผ่านการแก้ไขและตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ครบถ้วน ครอบคลุมของเนื้อหา และการตรวจสอบงานวิจัยในมนุษย์ โดยที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง นำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 3 ท่าน เพื่อตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

7. นำหนังสือขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย ออกโดยบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวรและโครงสร้างบทสัมภาษณ์ที่ผ่านการแก้ไขและตรวจสอบความถูกต้อง โดยผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 3 ท่าน และที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เป็นแนวคำถามแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) กับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ตามขนาดของจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดจำนวน 15 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้ความสมบูรณ์ ครบถ้วนของข้อมูล ผู้วิจัยจึงเลือกเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมในการศึกษาวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) โดยใช้แนวคำถามแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) เป็นคำถามที่ไม่ได้กำหนดแนวคำตอบแต่ประการใด และเปิดช่องว่างให้ผู้ตอบได้แสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ (สุภางค์ จันทวานิช, 2554, หน้า 96) เป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ตามขนาดของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

โดยผู้วิจัยเจาะลึกประเด็นของแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ภายใต้งุดมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลัก ๆ ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 เจาะลึกประเด็นที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ

ส่วนที่ 2 เจาะลึกประเด็นที่เกี่ยวกับความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ

ส่วนที่ 3 เจาะลึกประเด็นที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ในการรับบริการทางวิชาการ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

2. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยผู้สังเกตเข้าไปใช้ชีวิตร่วมกับกลุ่มตัวอย่างที่ถูกศึกษา มีการร่วมทำกิจกรรมด้วยกัน ประกอบด้วย การซักถาม สังเกต บุคลิกภาพ การแต่งกาย และลักษณะพฤติกรรมที่แสดงออกของผู้ถูกสัมภาษณ์ และจดบันทึกประเด็นที่น่าสนใจหรือแปลกใหม่ เพื่อนำไปประกอบการพิจารณากับข้อมูลที่ได้รับจากผู้ถูกสัมภาษณ์ ใช้ร่วมสรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ (สุภาวงศ์ จันทวานิช, 2554, หน้า 46)

3. แถบบันทึกเสียงและปรกรณ์เครื่องเขียน เป็นอุปกรณ์ช่วยรวบรวมข้อมูลผู้ถูกสัมภาษณ์ สำหรับการบันทึกการสนทนาระหว่างที่มีการสัมภาษณ์เพื่อเก็บรายละเอียดและความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูล โดยเป็นประโยชน์ในกระบวนการขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลในลำดับต่อไป (สุภาวงศ์ จันทวานิช, 2554, หน้า 124)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ โดยการจัดแบ่งตามหลักการจำแนกตามแหล่งที่มาของข้อมูล เป็น 2 ประเภท คือ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) (กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติและคณะ, 2554 , หน้า 129) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ การศึกษานำร่อง (Pilot Study) โดยที่ผู้วิจัยเข้าไปสัมภาษณ์พูดคุยกับอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างไม่เป็นทางการและเสาะหาประเด็นที่น่าสนใจ เพื่อประเมินว่าเครื่องมือและวิธีการที่จะนำมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเหมาะสมหรือไม่อย่างไร และมีข้อบกพร่องอะไรบ้าง ที่เกิดขึ้นกับเครื่องมือและวิธีการที่ใช้ระหว่างเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งสมควรได้รับการปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้การเก็บรวบรวมข้อมูลที่จะดำเนินการจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น (องอาจ นัยพัฒน์, 2551, หน้า 158) และข้อสรุปที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการวิจัยในขั้นตอนต่อไป

1.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เป็นแนวคำถามแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร โดยแบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เจาะลึกประเด็นที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของ อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ

ส่วนที่ 2 เจาะลึกประเด็นที่เกี่ยวกับความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ

ส่วนที่ 3 เจาะลึกประเด็นที่เกี่ยวกับรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ในการรับบริการทางวิชาการ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

ซึ่งการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล รายละ 2 ชั่วโมง โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการสัมภาษณ์ดังนี้

1.2.1 ประสานงานกับอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร จำนวน 15 ราย เพื่อขออนุญาต วัน เวลา และสถานที่ในการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยขอหนังสือจากทางมหาวิทยาลัยนเรศวรเพื่อขอใบรับรองในการดำเนินการวิจัยและหนังสือขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยผู้วิจัยทำการชี้แจงจุดมุ่งหมายในการวิจัยให้อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร จำนวน 15 ราย รับทราบเป็นรายบุคคล

1.2.2 ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร จำนวน 15 ราย เป็นรายบุคคล เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้แสดงทัศนคติ มุมมองได้อย่างเสรี ภายใต้ระยะเวลา สถานที่ที่แตกต่างกันคำนึงถึงความสะดวก ของผู้ถูกสัมภาษณ์เป็นสำคัญ

1.2.3 บันทึกเสียงการสนทนาในระหว่างที่มีการสัมภาษณ์กับผู้ให้สัมภาษณ์ ทั้งจำนวน 15 ราย พร้อมทั้งจดบันทึกประเด็นที่น่าสนใจและรายละเอียดของข้อมูลที่แตกต่างจากผู้ถูกสัมภาษณ์รายอื่นๆ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ ข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร วารสาร บทความทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ภายใต้แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ แนวคิดการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (Computer-

Mediated Communication) แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังและการใช้ประโยชน์สื่อสังคมออนไลน์ แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์และแนวคิดการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นหลัก ภายใต้รูปแบบของโปรแกรมสำเร็จ Nvivo เป็นต้นแบบในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งได้รับการตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วน สมบูรณ์ของข้อมูลโดยที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การจัดระเบียบข้อมูล (Data Organizing) เป็นการจัดทำข้อมูลอยู่ในสภาพที่พร้อมจะถูกนำไปวิเคราะห์ได้โดยสะดวก (Miles and Huberman, 1994 อ้างอิงใน ชาย โพธิ์ธิติตา, 2554, หน้า 359-397) โดยมีขั้นตอนในการจัดระเบียบข้อมูลดังนี้

1.1 การถอดเทปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์อย่างละเอียด ชนิดคำต่อคำ (Transcribing Interview) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร จำนวน 15 ราย หลังจากนั้นผู้วิจัยทำการจัดเก็บข้อมูลให้เป็นระบบ โดยแบ่งข้อมูลออกจำแนกประเภทตามโครงสร้างคำถามที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ 3 ส่วน ประกอบด้วย 1) พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ 2) ความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ และ 3) รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ในการรับบริการทางวิชาการ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

1.2 การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล เป็นกระบวนการที่ผู้วิจัยใช้เพื่อตรวจสอบข้อมูลถึงความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูล ที่ได้จากการถอดบทสนทนาจากเครื่องบันทึกเสียง จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

ขั้นตอนที่ 2 การจำแนกแยกแยะข้อมูล (Data Identification) ประกอบด้วย ขั้นตอนที่สำคัญ คือ การจัดทำรหัสข้อมูล (Data Coding) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยแบ่งออกเป็น การอ่านทบทวนข้อมูลเพื่อจับใจความโดยรวม การสร้างหัวข้อสรุปแนวคิดในข้อมูล และการเปรียบเทียบหัวข้อสรุปแนวคิดในข้อมูลเพื่อตรวจสอบดูการซ้ำหรือทับซ้อน เพื่อสกัดข้อมูล (Data Extracting) ที่มีความเชื่อมโยงกันของข้อความในการจัดกลุ่มคำเพื่อการจัดทำรหัสข้อมูล (Data Coding)

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการนำรหัสข้อมูล (Data Coding) ที่ผ่านการจำแนกแยกแยะข้อมูล (Data Identification) ทำการจัดกลุ่มคำซ้ำของข้อมูล หรือกลุ่มคำที่มีความเชื่อมโยงกันไว้ในกลุ่มเดียวกัน โดยวิธีการพรรณนา เพื่อสกัดข้อมูล (Data Extracting) ในการสร้างกรอบแนวคิดที่ใช้ในวิเคราะห์ผลการวิจัย (Conceptualizing) ซึ่งกรอบแนวคิดที่ใช้ในวิเคราะห์ผลการวิจัย (Conceptualizing) นั้นประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ผลการวิเคราะห์จากงานวิจัยและการทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หลังจากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูลด้วยการบรรยายหรือแผนภาพ (Diagrams) ซึ่งเมื่อได้ข้อมูลที่ถูกนำมาจัดอยู่ในรูปแบบตารางแล้ว ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยจะทำให้ข้อมูลบอกเรื่องราวทั้งหมดของการวิจัย โดยการเชื่อมโยงประเด็นต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ตามความสัมพันธ์ที่ประเด็นนั้นๆ มีต่อกันแล้วนำเสนอข้อมูลด้วยการบรรยายและแผนภาพ (Diagrams) เพื่อนำไปสู่การตอบโจทย์ของคำถามในการวิจัยที่ได้ตั้งเอาไว้

ขั้นตอนที่ 4 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นวิธีการที่แสดงให้เห็นว่าข้อมูลหลักฐานและผลของการวิจัยที่มีการตีความหมายของข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมเพื่อให้แน่ใจได้ว่า ข้อมูลเหล่านั้นมีความถูกต้องและตรงกับความเป็นจริง (องอาจ นัยพันธ์, 2551 หน้า 154) ซึ่งในการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยทำการตรวจสอบข้อมูลจากเทคนิคการเชื่อมโยงแบบสามเหลี่ยม (Triangulation) แบบต่างวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (Method Triangulation) โดยเก็บข้อมูลจาก

1) เอกสาร แนวคิดและทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการศึกษานำร่อง (Pilot Study)

2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

3) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งในระหว่างการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยเชิงคุณภาพโดยเฉพาะในการศึกษาทางมานุษยวิทยา ซึ่งนักวิจัยต้องทำการเก็บข้อมูลอย่างจริงจังเพื่อมาทำการวิเคราะห์และตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล เพื่อยืนยันในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ให้ได้เนื้อหาที่มีความชัดเจนมีความน่าเชื่อถือและถูกต้อง (ชาย โพธิสิตา, 2554, หน้า 307)

ขั้นตอนที่ 5 การสรุปผลการวิจัย เป็นกระบวนการหาข้อสรุปและตีความความหมายของผลหรือข้อค้นพบที่ได้จากการแสดงข้อมูล โดยผู้วิจัยระบุความสัมพันธ์ของข้อมูล เชื่อมโยงแนวคิด ทฤษฎีกับสิ่งที่ผู้วิจัยค้นพบ โดยอธิบายอย่างชัดเจนในประเด็นที่มีความสำคัญของ

ข้อค้นพบที่เป็นสาระสำคัญของการวิจัย หลังจากที่ได้ข้อสรุป ผู้วิจัยจะตีความผลการวิจัยในสิ่งที่ได้ค้นพบ ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ 1) พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ 2) ความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ และ 3) รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ในการรับบริการทางวิชาการของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

เมื่อได้ข้อสรุป ทั้ง 3 ส่วน จะพบว่ามีความหมายและมีความสำคัญอย่างไร ซึ่งจะบอกถึงข้อค้นพบจากการวิจัยนั้นมีนัยอย่างไร โดยผู้วิจัยเปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่างของผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ผู้วิจัยได้มีการจัดกลุ่มความสัมพันธ์ หรือสิ่งที่มีคุณสมบัติเหมือนกันเข้าไว้ด้วยกัน นำไปสู่ขั้นตอนสุดท้าย ผู้วิจัยสร้างแผนภาพ เพื่ออธิบายรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์และความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ

สรุป

บทนี้อธิบายถึงวิธีการดำเนินงานวิจัยที่ใช้ในการตอบคำถามการวิจัย โดยการเก็บข้อมูลในการวิจัยจะเก็บโดยการสัมภาษณ์อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อให้ได้คำตอบตามกรอบแนวคิดของการวิจัย ซึ่งก่อนดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการศึกษานำร่อง (Pilot Study) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและเป็นเครื่องมือช่วยในการออกแบบสำหรับงานวิจัย และในบทต่อไปจะเป็นการแสดงการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

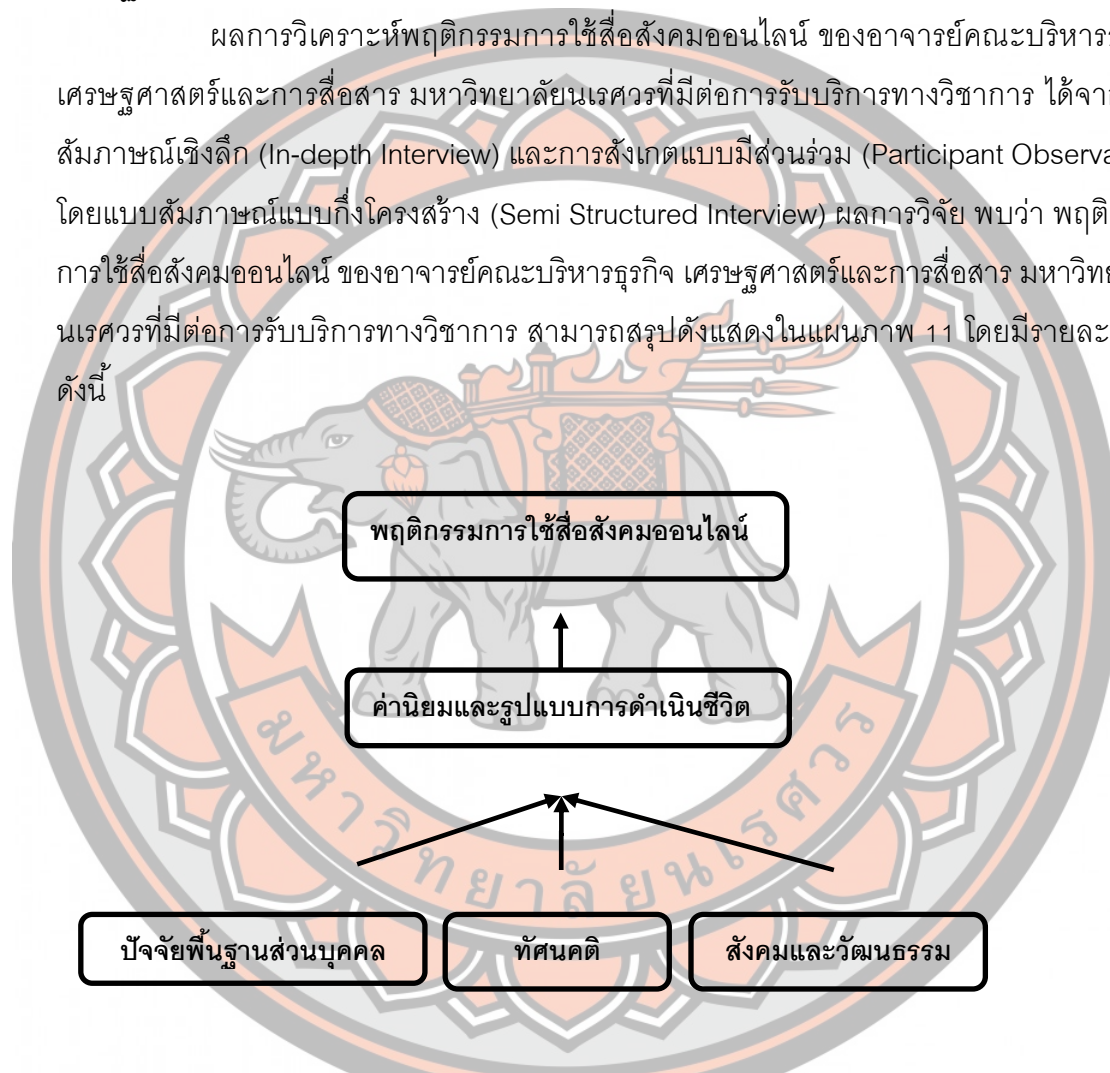
การวิเคราะห์ผลการวิจัยเรื่อง “รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์และความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ” โดยมีจุดมุ่งหมายของการวิจัย 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ 2) เพื่อศึกษาความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ 3) เพื่อศึกษารูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ในการรับบริการทางวิชาการ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร โดยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลักในการดำเนินการวิจัย ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการดำเนินการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ
2. ผลการศึกษาความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ
3. ผลการศึกษารูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ในการรับบริการทางวิชาการ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ พบว่า

1. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ ได้จากการ สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structured Interview) ผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรม การใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัย นเรศวรที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ สามารถสรุปดังแสดงในแผนภาพ 11 โดยมีรายละเอียด ดังนี้



ภาพ 11 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ

จากภาพ 11 แสดงให้เห็นผลการวิจัย พบว่า อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร มีพฤติกรรมผูกพันกับสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเกิดจากค่านิยม และรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยมีปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ทัศนคติ สังคมและวัฒนธรรม เป็นปัจจัยผลักดันให้เกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อการรับบริการทางวิชาการ ซึ่งสะท้อน ออกมาจากการสัมภาษณ์ดังนี้

“...เดี๋ยวนี้เวลาที่ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานให้บริการทางวิชาการ ก็สอบถามผ่าน Facebook ของหน่วย หรือ Line ส่วนตัวของเจ้าหน้าที่ ส่วนใหญ่ก็เป็นการขอความช่วยเหลืองานด้านเอกสาร งานวิจัย เพราะง่ายสะดวก ไม่ต้องเสียเวลาไปที่คณะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 1, 6 กรกฎาคม 2560)

“...ส่วนตัวชอบใช้ Line ในการคุยกับเจ้าหน้าที่ เพราะความเคยชินและมันง่ายในการทำงาน และคณะเองก็มีไลน์กลางที่เป็นฐานข้อมูลให้เราได้ติดตามข่าวสารด้วย มันเลยสะดวกช่วยแก้ปัญหา ได้หลายเรื่องในการทำงานและการเรียนการสอนด้วย” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 3, 6 กรกฎาคม 2560)

“...เวลาโทรหาครอบครัว สามีหรือแม่แต่เพื่อน ก็ใช้ Line โทร ไม่ได้ใช้เบอร์มือถือเลย เพราะอะไร น่าจะคนรอบข้างส่วนใหญ่ก็ใช้ Line โทรหา วิดีโอคอล กันจนเคยชิน อย่างเช่น ตอนเย็นครูมีครอบครัว ก็ไลน์กลุ่มถามกันว่าจะทานอะไรเย็นนี้ หรือง่ายๆ เวลาจะโทรหาใครก็กดไลน์ไม่พิมพ์ก็โทรผ่านไลน์ตลอดทุกครั้ง ถามว่านอกจากไลน์ใช้อย่างอื่นไหม ก็ Facebook นะ แต่ไม่ค่อยเท่าไร เพราะสามี เพื่อน ส่วนใหญ่ครูใช้ไลน์โทรคุยกัน ส่วนเฟสบุ๊คใช้โพสต์รูป กิจกรรมของเราไป” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 10, 6 กรกฎาคม 2560)

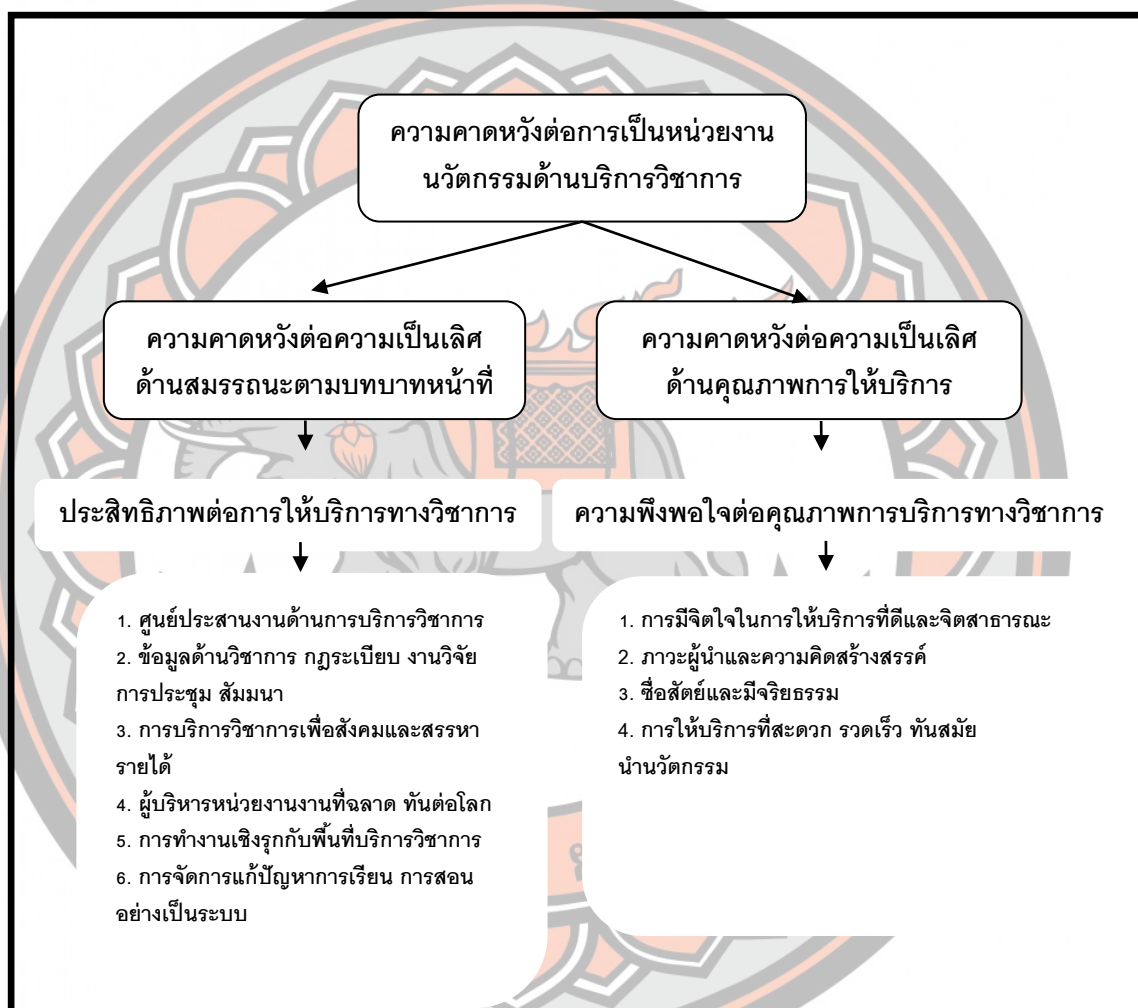
“...ตั้งแต่มีไลน์ มีเฟสบุ๊ค มันลดระยะเวลาในการทำงานหลายอย่างได้ดีเลยนะ เมื่อก่อนผมก็ไม่ได้สนใจอะไรพวกนี้และไม่ได้เห็นความสำคัญอะไร ยังเป็นคนหัวโบราณอยู่ แต่เอาไปเอามาคุยกับเขาไม่รู้เรื่อง จนต้องหันมาใส่ใจเล่นเฟสบุ๊ค คุยผ่านไลน์ คุยผ่าน App ต่างๆที่เขานิยมกัน พอผมเข้ามาอยู่ในสังคมแบบนี้ มันก็ดี สะดวก รวดเร็ว ประหยัดค่าโทรศัพท์ และที่สำคัญหาข้อมูล พูดคุย ส่งภาพ ชื่อของออนไลน์ โอนเงิน มันง่ายมีเวลาทำอย่างอื่นมากขึ้น ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 6, 6 กรกฎาคม 2560)

ผลการศึกษาความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ

2.1 ความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ

ผลการวิเคราะห์ ความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structured Interview) ผลการวิจัย พบว่า ความคาดหวังของ

อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์จากการได้รับการบริการทางวิชาการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดความคาดหวังต่อการเป็นหน่วยงานนวัตกรรมด้านบริการวิชาการ ในมิติของความเป็นเลิศด้านสมรรถนะหลักขององค์กรและความเป็นเลิศด้านสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ดังแสดงในภาพที่ 12



ภาพ 12 ความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ

1. ความคาดหวังต่อการเป็นหน่วยงานนวัตกรรมด้านบริการวิชาการ ในมิติของความเป็นเลิศด้านสมรรถนะหลักขององค์กร

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร คาดหวังต่อการเป็นหน่วยงานนวัตกรรมด้านบริการวิชาการ ในมิติของความเป็นเลิศด้านสมรรถนะหลักขององค์กร โดยต้องการให้เป็นศูนย์ประสานงานที่มี

ประสิทธิภาพด้านการบริการทางวิชาการ มีผู้บริหารหน่วยงานที่มีวิสัยทัศน์ก้าวไกล เข้าใจสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของโลก และเป็นหน่วยงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ เชื่อสัจธรรมและมีจริยธรรมในการทำงาน อีกทั้งเป็นหน่วยงานที่เป็นเลิศด้านการบริการ ที่สะดวก รวดเร็ว มีมาตรฐาน และนำนวัตกรรม อาทิเช่น การให้บริการข้อมูลทางวิชาการและงานวิจัยที่ทันสมัย ผ่าน Application Form สนับสนุนงานในด้านการจัดการ การประสานงานการจัดโครงการ การให้ความช่วยเหลือด้านเอกสารเมื่อร้องขอผ่าน Application Form และสรุปภาระงานของบุคลากรทางการศึกษา โดยการให้บริการแจ้งเตือนเชื่อมโยงผ่าน E-mail ประกอบด้วย ประกาศทางราชการ กำหนดการส่งภาระงาน สรุปรายละเอียดภาระงาน และกิจกรรมต่างๆ รวมถึงการอนุมัติเอกสารทางราชการ ภายใต้การจัดทำฐานข้อมูลการใช้งานที่ปลอดภัย ซึ่งสะท้อนออกมาจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“...อยากให้หน่วยงานบริการวิชาการเป็นศูนย์ประสานงานด้านการบริการวิชาการให้ความช่วยเหลือนิสิตและอาจารย์ อำนวยความสะดวกต่างๆ สามารถการแก้ปัญหา การเรียนการสอนได้ บริการให้รวดเร็วอาจใช้นวัตกรรมสมัยใหม่เข้ามาช่วยพัฒนารูปแบบการบริการ สนับสนุนงานในด้านการจัดการ การประสานงานและงานเอกสารที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 7, 23 กรกฎาคม 2560)

“...หน่วยงานบริการวิชาการของคณะ มีฝ่ายบริหารที่ชาญฉลาด ทันท่วงการเปลี่ยนแปลงของโลก ทำงานเหมือนเอกชน เป็นหน่วยงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ คิดนอกกรอบ เพื่อให้หน่วยงานรูปแบบการทำงานที่สร้างสรรค์ งานมันจะออกมาดี แต่ต้องเชื่อสัจธรรมและมีจริยธรรมในการทำงานและพัฒนาควบคู่กับการนำนวัตกรรมเข้ามาใช้อำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ สิ่งนี้คาดหวังว่าจะเกิดขึ้นจริงๆ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 8, 23 กรกฎาคม 2560)

“...จุดเริ่มต้น คือ การบริการที่ดี มีมาตรฐาน เพราะหน่วยงานนี้ หัวใจสำคัญคือการให้บริการ และเป็นหน่วยงานที่ให้บริการที่เป็นประโยชน์แก่สังคมและชุมชน เพราะงานบริการวิชาการนอกจากจะคอย ชับพอร์ตงานของนิสิต อาจารย์ ที่ต้องรักษามาตรฐานให้คณะเรามีประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น อันนี้เป็นสิ่งที่เราต้องคิด เราต้องเร่งผลักดัน เพราะโลกมันไปไวมาก เราต้องพัฒนาและตามให้ทัน” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 15, 23 กรกฎาคม 2560)

“...อยากให้หน่วยงานนี้ให้บริการข้อมูลทางวิชาการ อาทิ งานวิจัย การประชุมวิชาการ ภาระงาน กำหนดส่งภาระงาน โครงการบริการวิชาการ คำร้อง การอนุมัติเอกสารผ่าน Application ตัวอย่างง่ายๆ คือ ลองเริ่มต้นการให้บริการแจ้งเตือนเชื่อมโยงผ่าน E-mail แต่ต้องมีการจัดทำฐานข้อมูลการใช้งานที่ปลอดภัย แล้วค่อยพัฒนาเป็น Application มันจะช่วยลดเวลาในการทำงานได้มาเลยทีเดียวเลยนะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 11, 23 กรกฎาคม 2560)

2. ความคาดหวังต่อการเป็นหน่วยงานนวัตกรรมด้านบริการวิชาการ ในมิติของความเป็นเลิศตามสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร คาดหวังต่อการเป็นหน่วยงานนวัตกรรมด้านบริการวิชาการ ในมิติของความเป็นเลิศตามสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ โดยต้องการให้หน่วยงานมีรูปแบบการทำงานเชิงรุกในพื้นที่บริการวิชาการ ทั้งในรูปแบบการบริการวิชาการเพื่อสังคมและการบริการวิชาการเพื่อสรรหารายได้ อาทิเช่น การให้บริการแก่ประชาชน หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในรูปแบบการจัดฝึกอบรมระยะสั้นและระยะยาว การให้บริการด้านงานวิจัยและเป็นที่ปรึกษาสำหรับภาคอุตสาหกรรมต่างๆ ประกอบด้วย ด้านการจัดทำแผนธุรกิจ การวางแผนการตลาด การจัดการกระบวนการผลิต การบริหารโลจิสติกส์ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การออกแบบผลิตภัณฑ์และการสร้างแบรนด์ การจัดการทางการบัญชี การวางแผนทางการเงิน และอื่นๆ ทั้งในรูปแบบ Online Application Form และ In House ซึ่งมีมติการให้บริการทางวิชาการนี้ เป็นประโยชน์ต่อการบูรณาการสร้างเชื่อมโยงระหว่างภาคการศึกษาและภาคอุตสาหกรรมต่างๆ โดยเฉพาะภาคธุรกิจ ซึ่งไม่ใช่เพียงการสร้างรายได้ แต่ยังเป็นเครื่องมือช่วยขับเคลื่อนองค์กรธุรกิจ ทั้งในระดับพื้นที่และระดับประเทศให้มีโอกาสเติบโต ทั้งในแง่ของยอดขายและผลกำไรและความสามารถในการแข่งขันในสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

นอกจากนั้น คือ การให้คำปรึกษาและการจัดการแก้ปัญหาการประสานงานระหว่างนิสิตและอาจารย์ อาทิเช่น 1) การให้คำแนะนำและการจัดการปัญหาด้านการเรียน 2) การจัดการโครงการ โดยการให้ความช่วยเหลือด้านการร้องขอเอกสารอย่างเป็นทางการ 3) การให้บริการข้อมูลงานวิจัย การประชุมสัมมนาทางวิชาการ ซึ่งสะท้อนออกมาจากการสัมภาษณ์ดังนี้

“...ทุกวันนี้เหมือนทำงานตามหน้าที่ อยากให้ทำงานเชิงรุกในพื้นที่ที่เรา ดูแลอยู่ ลงพื้นที่ ลงชุมชนเพื่อช่วยเหลือสังคม ให้มากขึ้น หรือทำงานแบบเอกชนไปเลย ถ้าหากคาดหวังอะไร ส่วนตัวมีหลายเรื่องแต่อยากโฟกัสเรื่องนี้ ลองปรับกลยุทธ์การทำงานดู นอกจากการคอยช่วยพอร์ตอาจารย์ งานเอกสาร การบริการวิชาการเพื่อสังคม ก็เป็นงานหนึ่งที่หน่วยงานช่วยเหลือสังคม ชุมชน มันดีต่อใจ ดีต่อสังคม ดีต่อเราที่ได้ทำประโยชน์ต่อชุมชน สังคมนะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ ลำดับที่ 9, 23 กรกฎาคม 2560)

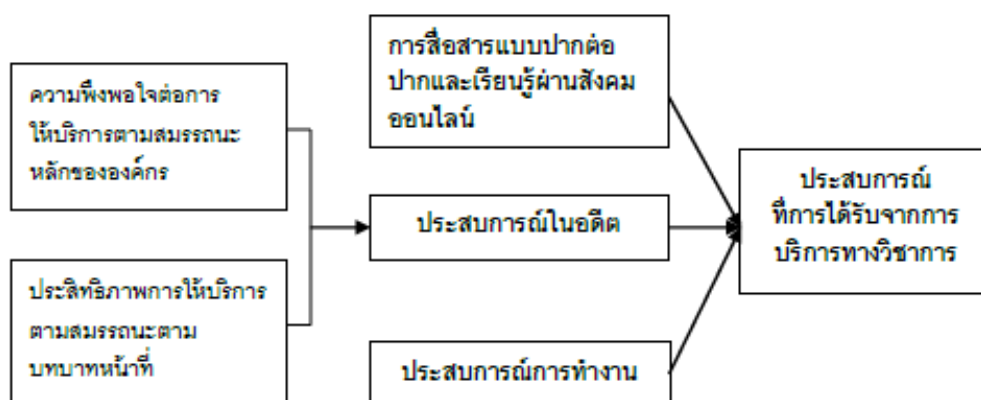
“...คณะเรามีอาจารย์ที่เชี่ยวชาญด้านธุรกิจ ไปเป็นที่ปรึกษา ไปทำงานวิจัยหลายๆที่ ครูว่า หน่วยงานนี้ สามารถหารายได้จากตรงนี้เข้าคณะได้ เอาเงินตรงมาเป็นทุนให้เด็กหรือต่อยอดโครงการเด็กคณะเราให้ไปไกลกว่าแค่วิจัยหรือโครงการเพื่อจบ ครูว่าหน่วยงานนี้ช่วยตรงนี้ได้

โดยตรง ลองเอาแนวคิดครูไปพัฒนาดู ครูว่าก็เป็นอีกมิติหนึ่งของหน่วยงานนะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 6, 23 กรกฎาคม 2560)

“...คาดหวังการทำงานเป็นระบบ พี่ว่าหน่วยงานนี้สามารถพัฒนาให้เป็นระบบได้ โดยการนำ Application มาช่วยอย่างการขออนุมัติ วช. อย่างนี้เรากรอกเข้าระบบออนไลน์ พี่ก็ว่างานนะ ซึ่งมันอาจจะไม่ใช่ Application แต่ก็เห็นภาพมะว่าเวลาจะขอเอกสาร รอนานมาก ยื่นเอกสาร รออนุมัติ ต้องเดินวนมาถาม โทรมาถาม ถ้ามีอะไรที่มันง่ายกว่านี้ ชีวิตจะง่ายขึ้นเองง่ายๆ แก้ปัญหาการจัดการประสานงานกับนิสิต ให้ได้อันดับแรก พี่ว่าถ้าทำสำเร็จจะอะไรก็ทำได้ พี่อยากเห็นหน่วยงานนี้เป็นหน่วยงานนวัตกรรมบริการนะ จะคอยดู ขอบคุณคะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 5, 24 กรกฎาคม 2560)

2.2 ประสบการณ์จากการได้รับการบริการทางวิชาการ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ

ผลการวิเคราะห์ ประสบการณ์จากการได้รับการบริการทางวิชาการ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structured Interview) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยผลักดันที่มีต่อประสบการณ์ของการได้รับการบริการทางวิชาการ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ ประกอบไปด้วย 3 ปัจจัย คือ 1) ประสบการณ์ในอดีต 2) การสื่อสารแบบปากต่อปากและเรียนรู้ผ่านสื่อออนไลน์ และ 3) ประสบการณ์ทำงาน ดังแสดงในภาพที่ 13



ภาพ 13 ประสพการณ์จากการได้รับการบริการทางวิชาการ ของอาจารย์
คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับ
บริการทางวิชาการ

1. ประสพการณ์ในอดีต

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และ การสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร มีส่วนร่วมและสัมผัสต่อประสพการณ์โดยตรงกับการได้รับการ บริการทางวิชาการ โดยสัมผัสประสพการณ์ทั้งในมิติความพึงพอใจต่อการได้รับการบริการตามสมรรถนะหลัก ขององค์กรและประสิทธิภาพการให้บริการตามสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ ก่อให้เกิดความคาดหวังต่อการเป็นหน่วยงานนวัตกรรมด้านบริการวิชาการ ในมิติของความเป็น เลิศด้านสมรรถนะหลักขององค์กร อาทิเช่น 1) การเป็นศูนย์ประสานงานด้านการบริการวิชาการ 2) หน่วยงานที่มีผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ก้าวไกล ทันทต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก 3) หน่วยงานที่มี ความคิดสร้างสรรค์ ซื่อสัตย์และมีจริยธรรม 4) การบริการที่ดี สะดวก รวดเร็ว มีมาตรฐานและนำ นวัตกรรมและในมิติของความเป็นเลิศด้านสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ อาทิเช่น 1) การทำงาน เิงรุกในพื้นที่บริการวิชาการ 2) การบริการวิชาการเพื่อสังคม 3) การบริการวิชาการเพื่อสรรหา รายได้ 4) การให้คำปรึกษาและการจัดการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ ซึ่งสะท้อนออกมาจากการ สัมภาษณ์ดังนี้

“...เคยใช้บริการทางวิชาการของคณะเรา ในมุมมองของพี่จริงๆตอนนี้ก็โอเคบางจุด บางจุดก็น่าจะพัฒนาได้มากกว่านี้ โดยเฉพาะการนำนวัตกรรมเข้ามาใช้พี่ว่าหน่วยงานจะทำงานได้ ง่ายขึ้น นิสิต อาจารย์ก็จะสะดวกและบริการก็รวดเร็ว” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 12, 24 กรกฎาคม 2560)

“...เคยใช้บริการนะ ถือว่าเป็นประสพการณ์ที่ดีสำหรับการได้รับการบริการของอาจารย์ ถ้ามองว่าจากประสพการณ์ตรงนี้ คาดหวังอยากให้หน่วยงานเป็นอย่างไรในอนาคต ส่วนตัวอาจารย์ อย่างที่บอก คือยังอยากให้ เป็นศูนย์ประสานงานด้านการบริการวิชาการ คอยให้ความช่วยเหลือ และให้คำปรึกษานิสิต คอยช่วยเหลืออาจารย์เกี่ยวกับการให้บริการทางวิชาการ ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ ลำดับที่ 13, 24 กรกฎาคม 2560)

“...อย่างที่บอกจากการใช้บริการหน่วยงานบริการวิชาการ มุมมองของอาจารย์อยากให้ หน่วยงานนี้มีทีมบริหารที่มีวิสัยทัศน์ก้าวไกล ทันทต่อการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ของโลก ทำงานอย่างมีจริยธรรม แต่ต้องทำงานเชิงรุกนะ ทั้งเพื่อสังคม เพื่อคณะในรูปแบบรายได้” (ผู้ให้ สัมภาษณ์ลำดับที่ 3, 23 กรกฎาคม 2560)

2. การสื่อสารแบบปากต่อปากและการเรียนรู้ผ่านสังคมออนไลน์

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า อาจารย์คณะบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ไม่ได้มีส่วนร่วมมากนักในประสบการณ์และไม่ได้สัมผัสโดยตรงกับการได้รับบริการทางวิชาการ ซึ่งอาจารย์คณะบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร จะสัมผัสกับประสบการณ์จากการเล่าผ่านประสบการณ์จากกลุ่มคนใกล้ชิดและมีส่วนร่วมในการดำเนินชีวิตและเรียนรู้จากสื่อสังคมออนไลน์ เกี่ยวกับเรื่องราวที่ดีและไม่ดีเกี่ยวกับการบริการทางวิชาการ ของคณะบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ซึ่งรูปแบบประสบการณ์ตรงส่วนนี้อาจเป็นเพียงการเรียนรู้ ไม่ได้เต็มดำประสบการณ์โดยตรง แต่ก็มีส่วนร่วมในประสบการณ์เกิดความทรงจำที่ดีและไม่ดีที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ ซึ่งสะท้อนออกมาจากการสัมภาษณ์ดังนี้

“...จากที่อาจารย์ได้ยินมานะ หลายคนอยากให้นำงานนี้ทำงานเชิงรุกมากขึ้น ในพื้นที่คณะเรารับผิดชอบ ส่วนตัวอาจารย์ก็คิดว่ามันดีมากนะถ้าเราเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานได้ ส่วนการบริการที่ดีอยู่แล้วอาจารย์ก็คิดว่าเราควรจจะรักษามาตรฐานเอาไว้ ส่วนเรื่องอื่นๆ อาจารย์ก็ขอชื่นชมนะ เห็นมีโครงการบริการวิชาการในเฟซบุ๊กเยอะเลย ขอชื่นชมอะไรที่ดีอาจารย์ก็ชื่นชม อะไรที่ต้องพัฒนาก็ต้องพัฒนา อาจารย์เคยใช้บริการ แอปโอเนทงานหนึ่ง สมัครเป็นสมาชิกแล้วหางานสมัครมาดี คลิกลงทะเบียนกรอกข้อมูล ลิงค์ไปที่เมลล์อาจารย์และแอฟนี่จำด้วย อาจารย์สนใจอะไร เวลาว่างสมัครมาแบบ มันจะส่งแจ้งเตือนอาจารย์และนุคไปที่ Google Calendar ไปได้เลย ลองดูนะเดี๋ยวนี้นวัตกรรม 4.0 มันทำให้ชีวิตเราง่ายขึ้นมาก ถ้าเราเอามาปรับใช้ อาจารย์ว่ามันโอเคมาก ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 4, 23 กรกฎาคม 2560)

“...อาจารย์เคยเห็นวิจัยหรือบทความเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมมาใช้ในการทำงานในหน่วยบริการวิชาการอย่างนี้แหละ เหมือนเคยอ่าน อาจารย์ว่ามันน่าจะเป็นประโยชน์ต่องานเรานะ หรือไม่ก็ลองไปดูลิงค์ตามเฟซบุ๊กแบบเล่นๆ ดูพวกนี้มันต่อยอดความคิดเรา ให้เรามีไอเดียใหม่ๆ ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 2, 21 กรกฎาคม 2560)

“...มีคนบ่นให้อาจารย์ฟังเหมือนกัน เกี่ยวกับหน่วยนี้ หลายเรื่องเลยส่วนตัวอาจารย์ก็ไม่ได้เจอเรื่องเลวร้ายอะไร ก็ติดตามหน่วยนี้ผ่านเฟสตลอดนะ เห็นมีโครงการออกมาตลอดก็ดีใจที่เห็นคณะเรามีโครงการดี แต่อยากให้มีแชร์หรืองานวิจัยจริงๆหน่วยนี้ มันต้องควบวิจัยและบริการทางวิชาการนะ งานถึงจะควบคู่กัน ติดต่อกันหน่วยงานนี้หน่วยงานเดียวจบเลย ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 14, 6 กรกฎาคม 2560)

3. ประสบการณ์การทำงาน

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร สังสมประสบการณ์การทำงาน จากการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ในอดีตและตีความผ่านประสบการณ์ การสื่อสารแบบปากต่อปากและเรียนรู้ผ่านสังคมออนไลน์ ซึ่มีข้อบกพร่องให้เกิดความทรงจำที่ดีและไม่ดีต่อความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ ซึ่งสะท้อนออกมาจากการสัมภาษณ์ดังนี้

“...พี่ทำงานตรงนี้มา 10 กว่าปี หลายเรื่องที่คุณจะเห็นว่าเปลี่ยนแปลง อยากเห็นมาก ๆ ก็หน่วยงานนี้ทำงานเชิงรุกมากกว่า เหมือนทำงานกันเรื่อยเรื่อย ๆ ทำงานไม่เป็นระบบกันเท่าไร เอาตรงนะถ้าไม่พูดกันตรง ๆ มันก็ไม่พัฒนา เห็นโครงการ MOU ร่วมกับหลายที่มันน่าจะสร้างรายได้ให้กับคณะเรามากกว่า เพราะเราเป็นคณะบริหารธุรกิจ มีอาจารย์มีความรู้หลายแขนง ว่ามะ บัญชีเอเย การเงินเอเย การตลาดเอเย กลยุทธ์เอเย วิจัยบ้าง ที่ปรึกษาบ้าง มันสะท้อนอะไรหลายๆอย่าง โอเคเข้าใจได้ ยุกู้รู้ใช้มะ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 4, 21 กรกฎาคม 2560)

“...ครูทำงานที่นี้มานานอยากเห็นการเปลี่ยนแปลง คาดหวังอะไรใหม่ อยากให้คุณพัฒนาให้ความร่วมมือด้านข้อมูลและเอกสารเมื่อร้องขอ พร้อมแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่บุคลากร นิสิตและสังคมและสร้างรายได้ให้คณะบ้าง ควรส่งเสริมการทำธุรกรรมผ่าน APP อำนวยความสะดวกด้านต่างๆ แก้ปัญหา การเรียนการสอนได้” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 1, 20 กรกฎาคม 2560)

“...จากประสบการณ์ทำงานของพี่นะ พี่รู้สึกว่าคุณจะน่าจะไปไกลกว่านี้ โดยเฉพาะหน่วยงานนี้ อยากให้หน่วยงานนี้สามารถแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ รวดเร็ว สามารถแก้ไขปัญหา นิสิตและการเรียนการสอนได้ดีกว่าเดิม สนับสนุนงานในด้านการจัดการ การประสานงานและงานที่ร้องขอ ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 12, 20 กรกฎาคม 2560)

ผลการศึกษารูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ในการรับบริการทางวิชาการ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

3. รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ในการรับบริการทางวิชาการ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

ผลการวิเคราะห์ รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ในการรับบริการทางวิชาการ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก

(In-depth Interview) และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยแบบ สัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structured Interview) ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบสื่อสังคม ออนไลน์สำหรับการให้บริการทางวิชาการ เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ที่มีต่อความ คาดหวังในการเป็นหน่วยงานนวัตกรรมด้านบริการวิชาการ ในมิติของความเป็นเลิศด้านสมรรถนะ หลักขององค์กรและความเป็นเลิศด้านสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ ดังแสดงในภาพที่ 14



ภาพ 14 รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์สำหรับการให้บริการทางวิชาการ ในมิติของ
ความเป็นเลิศด้านสมรรถนะหลักขององค์กร

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า อาจารย์คณะบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร คาดหวังต่อการเป็นหน่วยงานนวัตกรรมด้านบริการวิชาการ โดยให้ความสำคัญต่อรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์สำหรับกรให้บริการทางวิชาการ ในมิติของความเป็นเลิศด้านสมรรถนะหลักขององค์กร ในรูปแบบของ Application Form โดยมีคุณสมบัติหลัก คือ ศูนย์ประสานงานบริการวิชาการออนไลน์ ภายใต้ผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ก้าวไกล ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกและหน่วยงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีความซื่อสัตย์และมีจริยธรรม เพื่อให้พัฒนารูปแบบ Application Form อยู่เสมอ สามารถให้บริการข้อมูลทางวิชาการ สะดวก รวดเร็ว และงานวิจัยอย่างมีมาตรฐาน สนับสนุนการประสานงานการจัดโครงการ การให้ความช่วยเหลือด้านเอกสารเมื่อร้องขอผ่าน Application Form รวมทั้งสรุปภาระงานของบุคลากรทางการศึกษา โดยการให้บริการแจ้งเตือนเชื่อมโยงผ่าน E-mail ประกอบด้วย ประกาศทางราชการ กำหนดการส่งภาระงาน สรุปรายละเอียดภาระงาน และกิจกรรมต่างๆ รวมถึงการอนุมัติเอกสารทางราชการ ภายใต้การจัดทำฐานข้อมูลการใช้งานที่ปลอดภัย ซึ่งสะท้อนออกมาจากการสัมภาษณ์ดังนี้

“...ถ้าในอนาคต สามารถสร้าง Application สำหรับให้บริการก็จะดีมาก เพราะทุกวันนี้มันเลี้ยวไม่ได้จริงๆ ไซ้มะ...เพราะทุกกิจกรรมในชีวิตเดี๋ยวนี้นี้เป็น Application ทั้งนั้น ส่วนรูปแบบก็คงอยากให้เป็นเครื่องมือที่เป็นตัวแทนศูนย์ประสานงานวิชาการทุกเรื่อง ให้ง่ายตัวอย่างก็เช่นขอข้อมูลทางวิจัย ประสานงานการจัดโครงการวิชาการ หรือต้องการข้อมูลอะไรเกี่ยวกับงานวิชาการสามารถเข้าไปใช้บริการ Application ได้ทุกเรื่อง” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 8, 20 กรกฎาคม 2560)

“...ถ้าในอนาคต สามารถสร้าง Application สำหรับให้บริการก็จะดีมาก เพราะทุกวันนี้มันเลี้ยวไม่ได้จริงๆ ไซ้มะ...เพราะทุกกิจกรรมในชีวิตเดี๋ยวนี้นี้เป็น Application ทั้งนั้น ส่วนรูปแบบก็คงอยากให้เป็นเครื่องมือที่เป็นตัวแทนศูนย์ประสานงานวิชาการทุกเรื่อง ให้ง่ายตัวอย่างก็เช่นขอข้อมูลทางวิจัย ประสานงานการจัดโครงการวิชาการ หรือต้องการข้อมูลอะไรเกี่ยวกับงานวิชาการสามารถเข้าไปใช้บริการ Application ได้ทุกเรื่อง” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 5, 20 กรกฎาคม 2560)

“...ส่วนตัวที่บอกว่าอยากให้งานเชิงรุก โดยเอานวัตกรรมเข้ามาช่วยแต่ถ้าองค์กรไม่มีความคิดสร้างสรรค์ ไม่มีความซื่อสัตย์ มีจริยธรรมในการทำงาน ถึงนวัตกรรมดีอย่างไร ตรงนี้ก็ละเลยไม่ได้นะ ต้องพัฒนาควบคู่กันไปตรงนี้อาจฝากไว้จริงๆ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 11, 20 กรกฎาคม 2560)

“..สร้าง Application เหมือนของแบงก์เลย เป็นศูนย์ประสานงานทุกอย่างเข้า APP เดียวจบ แต่ก่อนจะสร้าง APP มาให้ขออยากให้มีผู้บริหารคิด วิเคราะห์คุณประโยชน์วิธีการใช้งานที่

สร้างสรรค์ ใช้งานง่าย คิดและพัฒนาเผื่ออนาคต ไม่ใช่สร้างขึ้นมาแล้วใช้งานไม่ได้หรือใช้ได้แต่ไม่สามารถตอบโจทย์การทำงานจริงและที่สำคัญ นวัตกรรมมันไปไว APP ที่อยากได้ต้องรองรับการเปลี่ยนแปลงตรงนี้ด้วย อาจารย์ว่านะ ลองง่ายๆ แค่อิงภาระงาน สามารถส่งข้อมูลแจ้งเตือนสรุปได้และส่งข้อมูลเมื่อร้องขอ เชื่อมโยงผ่านอีเมลได้แค่นี้ก็ลดภาระงานของอาจารย์ เอาเวลาไปทำอย่างอื่นได้เยอะเลย ” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 1, 20 กรกฎาคม 2560)

2. รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์สำหรับการให้บริการทางวิชาการ ในมิติของความเป็นเลิศด้านสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร คาดหวังต่อการเป็นหน่วยงานนวัตกรรมด้านบริการวิชาการ โดยให้ความสำคัญต่อรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์สำหรับการให้บริการทางวิชาการ ในมิติของความเป็นเลิศด้านสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ ทั้งในรูปแบบ Application Form สำหรับการให้คำปรึกษา และการจัดการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ และในรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์ เพื่อเปิดโอกาสให้เข้าถึงผู้ที่สนใจเข้ารับการบริการเรียนรู้ผ่านโปรแกรมออนไลน์ด้วยตนเอง ขยายวงกว้าง นอกเหนือจากพื้นที่บริการวิชาการมากยิ่งขึ้น ทั้งในรูปแบบการบริการวิชาการเพื่อสังคมและการบริการวิชาการเพื่อสรรหารายได้ อาทิเช่น หลักสูตรฝึกอบรมในด้านการวางแผนการตลาด การจัดการกระบวนการผลิต การบริหารโลจิสติกส์ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การออกแบบผลิตภัณฑ์และการสร้างแบรนด์ การจัดการทางภาษี การวางแผนทางการเงิน และอื่นๆ ซึ่งมีต่อการให้บริการทางวิชาการนี้ เป็นประโยชน์ต่อการบูรณาการสร้างเชื่อมโยงระหว่างภาคการศึกษาและภาคอุตสาหกรรมต่างๆ โดยเฉพาะภาคธุรกิจ ซึ่งไม่ใช่เพียงการสร้างรายได้ แต่ยังเป็นเครื่องมือช่วยขับเคลื่อนองค์กรธุรกิจทั้งในระดับพื้นที่และระดับประเทศให้มีโอกาสเติบโต ทั้งในแง่ของยอดขายและผลกำไรและความสามารถในการแข่งขันในสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี ซึ่งสะท้อนออกมาจากการสัมภาษณ์ดังนี้

“...หลายมหาลัยตอนนี้เริ่มมีการฝึกอบรมออนไลน์แล้วนะ เขาทำก่อนเราไปไกลมากเรื่องนี้ หน่วยงานนี้ก็ลองศึกษาดู พี่คิดว่ามันเป็นประโยชน์สำหรับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองผ่านเว็บไซต์ออนไลน์ ลองเข้าไปเปิดดู มีทั้งฟรีและเสียเงิน หน่วยงานเราก็น่าจะสามารถต่อยอดพัฒนา เอานักวิชาการของคณะเราสร้างประโยชน์เพื่อสังคมรูปแบบนี้ได้” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 12, 19 กรกฎาคม 2560)

“...ทุกวันนี้ะ ทั้งเรื่องสอน โครงการ วิจัย เป็นที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เด็ก ก็แยแล้ว ถ้ามี App ที่ช่วยให้คำปรึกษาเด็กได้ คงช่วยลดภาระงานได้ บางทีไลน์มันก็ไม่ตอบสนองบางเรื่องนะ จริงๆ อยากให้เป็น App แล้วมี AI ช่วยบางเรื่องได้ตอบแบบอัตโนมัติ ถ้าทำได้มันคงเข้ากับ พฤติกรรมเด็ก บางทีนี้สิดส่งงาน สามารถจัดการแก้ปัญหาได้ตอบว่าได้รับข้อมูลแล้ว หรือ แก้ปัญหานัดหมายผ่าน App แจ้งเตือนไปยังเมลล์เราหรือเชื่อมโยงไปที่ Google Calendar ช่วยให้การ ทำงานง่ายขึ้น เป็นระบบถ้าทำได้จะช่วยแก้ปัญหาตรงนี้ได้ดีเลยทีเดียว” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับ ที่ 6, 19 กรกฎาคม 2560)

“...อาจารย์เคยสมัครเรียนกับ Chula Mooc ซึ่งเป็นนวัตกรรม การเรียนรู้ หลายคอร์สออนไลน์เลย ที่ผ่านมาก็มีการตลาดในศตวรรษที่ 21 การทำความเข้าใจงบการเงิน ก็โอเคเลยทีเดียว ถ้าคณะเราเอามาเป็นต้นแบบแล้วพัฒนาต่อยอดให้เหมาะกับพื้นที่ให้บริการทาง วิชาการเรา อาจารย์ว่าเป็นประโยชน์ต่อชุมชนและสังคมเลยนะ ลองเข้าไปศึกษาดู อาจารย์คณะ เราก็คือเป็นผู้เชี่ยวชาญหลายสาขาเลย การเงินก็มี บัญชี การตลาด คอมพิวเตอร์ กลยุทธ์ ทุกสาขามา บูรณาการสร้างคอร์สแบบนี้ได้เลย” (ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 15, 20 กรกฎาคม 2560)

สรุป

รายละเอียดในบทนี้อธิบายถึงผลการวิจัยการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยแบบสัมภาษณ์ (Interview) มีลักษณะเป็นแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structured Interview) และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ความคาดหวังและ รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ในการรับ บริการทางวิชาการ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัย นเรศวร โดยการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้ได้ คำตอบของคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัยรวมถึงการอภิปรายผลการศึกษาและสรุปผล การศึกษาในบทต่อไป

บทที่ 5

บทสรุป

รายละเอียดในบทนี้ ผู้วิจัยนำเสนอสรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล ข้อเสนอแนะและแนวทางสำหรับงานวิจัยในอนาคต การวิจัยเรื่อง “รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์และความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ” โดยมีจุดมุ่งหมายของการวิจัย 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ 2) เพื่อศึกษาความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ และ 3) เพื่อศึกษารูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ในการรับบริการทางวิชาการ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร โดยมีรายละเอียดดังนี้

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลักในการดำเนินการวิจัยโดยวิธีการสัมภาษณ์และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เป็นแนวคำถามแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ภายใต้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 15 ราย นอกจากนั้นผลจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ผู้วิจัยได้ใช้ร่วมสรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาสู่งานวิจัยระดับสูงในอนาคต สามารถสรุปได้ดังนี้

1. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลผลการวิจัย พบว่า อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร มีพฤติกรรมผูกพันกับสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเกิดจากค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยมีปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ทัศนคติ สังคมและ

วัฒนธรรม เป็นปัจจัยผลักดันให้เกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อการรับบริการทางวิชาการ

จากผลการศึกษา พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ สะท้อนให้เห็นว่า อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร มีพฤติกรรมผูกพันกับสื่อสังคมออนไลน์ ที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งเกิดขึ้นจากปัจจัยค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร โดยมีปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ทัศนคติ สังคมและวัฒนธรรม เป็นปัจจัยผลักดันให้เกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และความคาดหวังที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

2. ความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลผลการวิจัย พบว่า ความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์จากการได้รับการบริการทางวิชาการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดความคาดหวังต่อการเป็นหน่วยงานนวัตกรรมด้านบริการวิชาการ ในมิติของความเป็นเลิศด้านสมรรถนะหลักขององค์กรและความเป็นเลิศด้านสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่

จากผลการศึกษา ความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร สะท้อนให้เห็นว่า อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ให้ความสำคัญต่อความคาดหวังที่มีต่อประสบการณ์จากการได้รับการบริการทางวิชาการ ดังนั้นเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังและเกิดความพึงพอใจสูงสุด จะต้องให้ความสำคัญต่อการเรียนรู้ ความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อสร้างความประทับใจอย่างเหนือความคาดหวังต่อการเป็นหน่วยงานนวัตกรรมด้านบริการวิชาการ

3. รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ในการรับบริการทางวิชาการ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลผลการวิจัย พบว่า รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์สำหรับการให้บริการทางวิชาการ เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ที่มีต่อความคาดหวังในการเป็น

หน่วยงานนวัตกรรมด้านบริการวิชาการ ในมิติของความเป็นเลิศด้านสมรรถนะหลักขององค์กรและความเป็นเลิศด้านสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่

จากผลการศึกษา รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ในการรับบริการทางวิชาการ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร สะท้อนให้เห็นว่า อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร คำนึงถึงความสำคัญของรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์สำหรับการให้บริการทางวิชาการ ภายใต้ความคาดหวังที่มีต่อประสบการณ์จากการได้รับการบริการทางวิชาการ ดังนั้นการเรียนรู้และทำความเข้าใจซึ่งความคาดหวังของอาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร จึงเป็นหัวใจสำคัญที่ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเป็นหน่วยงานนวัตกรรมด้านบริการวิชาการ ทั้งในมิติของความเป็นเลิศด้านสมรรถนะหลักขององค์กรและความเป็นเลิศด้านสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ อันจะนำมาซึ่งความสามารถหลักเชิงนวัตกรรมของหน่วยงานและตอบโต้ความคาดหวังอย่างเหนือประสบการณ์ ภายใต้รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์สำหรับการให้บริการทางวิชาการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษางานวิจัยเรื่อง รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์และความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร เมื่อพิจารณาผลการศึกษาวัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมถึงแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีประเด็นที่น่าสนใจที่ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผลดังนี้

1. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ

ประเด็นที่ 1 เมื่อพิจารณาผลการศึกษาวัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมถึงแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร มีพฤติกรรมผูกพันกับสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเกิดจากค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยมีปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ทักษะคิด สังคมและวัฒนธรรม เป็นปัจจัยผลักดันให้เกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อการรับบริการทางวิชาการ คล้ายคลึงกับงานวิจัยของ นภัสกรกรวยสวัสดิ์ (2551), ปิยวัฒน์ เกตุวงศาและ ศุทธิดา ชนวนวัน (2558), ภัทรา เรืองสวัสดิ์ (2553), สุภาภรณ์ เพชรสุภา (2554), อติเทพ บุตราช (2553) Stutzman et al. (2011), Lin and Lu (2011),

Chiu et al. (2011), Shin (2010), Cheung and Lee (2010), Hsu et al. (2007), Chiu et al. (2006) ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน ได้แก่ 1) ลักษณะทางสังคมและบรรทัดฐานของกลุ่มผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ 2) ลักษณะส่วนบุคคล แรงจูงใจและความสามารถของบุคคล 3) ทักษะคติเกี่ยวกับความไว้วางใจความปลอดภัยของระบบและความเป็นส่วนตัว 4) คุณค่าทางด้านความบันเทิง 5) การได้รับประโยชน์จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และ 6) ผลกระทบที่เกิดจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ ด้านทัศนคติ ด้านความเป็นส่วนตัวและด้านความปลอดภัยของข้อมูล

2. ความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ

ประเด็นที่ 1 เมื่อพิจารณาผลการศึกษา วัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมถึงแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์จากการได้รับการบริการทางวิชาการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดความคาดหวังต่อการเป็นหน่วยงานนวัตกรรมด้านบริการวิชาการ ในมิติของความเป็นเลิศด้านสมรรถนะหลักขององค์กรและความเป็นเลิศด้านสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ โดยปัจจัยผลักดันที่มีผลต่อประสบการณ์ 3 ปัจจัย คือ 1) ประสบการณ์ในอดีต 2) การสื่อสารแบบปากต่อปากและเรียนรู้ผ่านสังคมออนไลน์ และ 3) ประสบการณ์ทำงาน เมื่อพิจารณาผลการศึกษาดังกล่าว สอดคล้องกับแนวคิดความคาดหวังของลูกค้าของ Christopher, Vandermerwe and Lewis (1996, อ้างใน อินทิรา จันทรัฐ, (2552, หน้า 30-33); Kotler & Keller (2006, pp.135); Parasuraman, Zeithaml and Berry (1991, p. 39-48); ในเรื่องทัศนคติที่เกี่ยวกับความปรารถนาหรือความต้องการของลูกค้า ที่พวกเขา คาดหมายว่าจะเกิดขึ้นในตัวผลิตภัณฑ์หรือการบริการนั้น ๆ ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่เฉพาะเจาะจง และลูกค้าจะประเมินผลของการซื้อโดยมีพื้นฐานจากสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับ เชื่อมโยงแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1990, pp. 19) ในเรื่องปัจจัยหลักที่มีผลต่อความคาดหวังของลูกค้า ทั้ง 4 ประการ ประกอบด้วย การสื่อสารแบบปากต่อปาก ความต้องการส่วนบุคคล ประสบการณ์ในอดีต และการติดต่อสื่อสารออกไปภายนอกสู่ลูกค้า สะท้อนให้เห็นความสำคัญของความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อประสบการณ์จากการได้รับการบริการทางวิชาการ ดังนี้

ปัจจัยที่ 1 การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Communication) เป็นสิ่งที่อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้ยินจากปากต่อปากจากบุคคลอื่นและการสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์ ซึ่งมีผลต่อการกำหนดความคาดหวังขึ้นในจิตใจและเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์การสื่อสารแบบปากต่อปากและสังคมออนไลน์

ปัจจัยที่ 2 ความต้องการส่วนบุคคล (Personal Needs) คือ ความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร แต่ละคนที่แตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะและพฤติกรรมของแต่ละคน ซึ่งจะทำให้ความต้องการของแต่ละคนแตกต่างกันออกไป มีผลต่อประสบการณ์ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร เกิดการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์การใช้ชีวิต ที่มีแตกต่างกัน

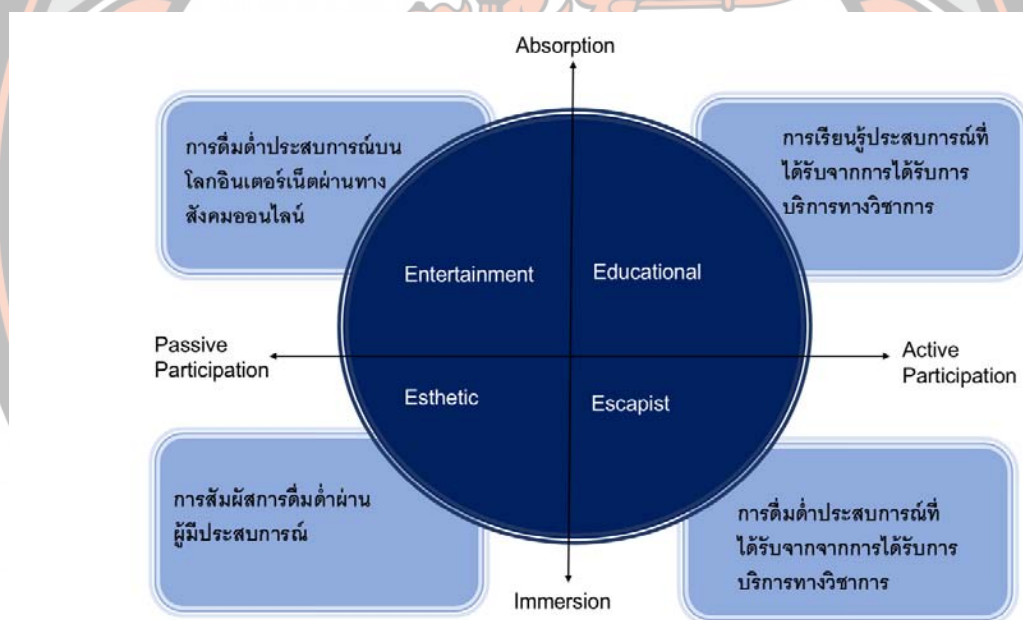
ปัจจัยที่ 3 ประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) เป็นประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากการได้รับบริการทางวิชาการ ที่มีอิทธิพลต่อระดับความคาดหวัง มีผลต่อประสบการณ์ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ซึ่งเกิดการเรียนรู้และสั่งสมเป็นประสบการณ์ ใช้ประเมินความพึงพอใจหรือความประทับใจที่ได้รับ

ปัจจัยที่ 4 การติดต่อสื่อสารออกไปภายนอกสู่ลูกค้า (Market Communication) คือ การติดต่อสื่อสารจากภายนอก ซึ่งมีอิทธิพลต่อความคาดหวังที่มีต่อประสบการณ์ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ผ่านประสบการณ์การสื่อสารแบบปากต่อปากและสังคมออนไลน์ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

จากการอภิปรายผลข้างต้นดังกล่าว สะท้อนถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อประสบการณ์จากการได้รับการบริการทางวิชาการ ซึ่งเป็นแนวทางในการพัฒนาหน่วยงานบริการวิชาการ ก้าวสู่องค์กรนวัตกรรมและสร้างความเป็นเลิศด้านการบริการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดอย่างเหนือความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

ประเด็นที่ 2 นอกจากนั้น เมื่อพิจารณาผลการศึกษา วัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมถึงแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ความคาดหวังต่อการเป็นหน่วยงานนวัตกรรมด้านบริการวิชาการ

ในมิติของความเป็นเลิศด้านสมรรถนะหลักขององค์กรและความเป็นเลิศด้านสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ ที่มีต่อการสั่งสมประสบการณ์ เกิดจากการเรียนรู้และการดื่มด่ำประสบการณ์ในอดีตหรือเคยสัมผัสมาก่อนมีประสบการณ์ ก่อให้เกิดความทรงจำที่ดีและไม่ดีต่อประสบการณ์จากการได้รับการบริการทางวิชาการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง Experience Economy ของ Pine and Gilmore (1998, pp.98-102) ผู้วิจัยจึงทำการเชื่อมโยงเข้ากับแนวคิดเรื่อง Experience Economy ของ Pine and Gilmore (1998, pp.98-102) เพื่ออธิบายรายละเอียดความสัมพันธ์ตามแนวคิดเรื่อง Experience Economy ของ Pine and Gilmore (1998, pp.98-102) ภายใต้ขอบเขตประสบการณ์จำแนกออกเป็น 4 ด้านคือ Entertainment Experience, Educational Experience, Escapist Experience และ Esthetic Experience ซึ่งนำมาแสดงเป็นแผนภาพ 15 ได้ดังนี้



ภาพ 15 การเชื่อมโยงแนวคิดเรื่อง The Four Realms of an Experience ต่อความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อประสบการณ์จากการได้รับการบริการทางวิชาการ

ภาพ 16 แสดงให้เห็นว่า ความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อประสบการณ์จากการได้รับการบริการทางวิชาการ ภายใต้แนวคิดเรื่อง The Four Realms of an Experience พบว่า อยู่ในขอบเขตประสบการณ์ทั้ง 4 ด้าน คือ Entertainment Experience, Educational Experience, Escapist Experience และ Esthetic Experience โดยมีรายละเอียดของขอบเขตประสบการณ์ (The Four Realms of an Experience) สะท้อนถึงความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อประสบการณ์จากการได้รับการบริการทางวิชาการ อธิบายได้ดังนี้

1. การเรียนรู้ประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) โดยการซึมซับและสัมผัสกับการได้รับการบริการทางวิชาการทั้งในมิติทั้งเชิงลบและเชิงบวก สอดคล้องกับขอบเขตประสบการณ์ในลักษณะ Education Experience แนวคิดของ Pine and Gilmore (1998, pp.98-102) ใน The Four Realms of an Experience ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรเรียนรู้และสัมผัสโดยตรงด้วยตัวเอง

2. การตีมูลค่าประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) โดยตรงกับการได้รับการบริการทางวิชาการทั้งในมิติทั้งเชิงลบและเชิงบวก ก่อให้เกิดการจำจดเป็นความทรงจำที่ดีและไม่ดี ส่งผลต่อความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อประสบการณ์จากการได้รับการบริการทางวิชาการ สอดคล้องกับขอบเขตประสบการณ์ในลักษณะ Escapist Experience ในแนวคิดของ Pine and Gilmore (1998, pp.98-102) ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร มีส่วนร่วมตีมูลค่าประสบการณ์ด้วยตนเอง

3. การตีมูลค่าในลักษณะความบันเทิง เกิดจากการเรียนรู้สัมผัสผ่านผู้มีประสบการณ์จากการได้รับการบริการทางวิชาการทั้งในมิติทั้งเชิงลบและเชิงบวก อาทิเช่น อาจารย์ เจ้าหน้าที่ หรือผู้ที่มีส่วนที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้อง ผ่านการสื่อสารสังคมออนไลน์ อาทิ Line Facebook และอื่นๆ เป็นต้น สอดคล้องกับขอบเขตประสบการณ์ในลักษณะ Entertainment Experience และ Esthetic Experience แนวคิดของ Pine and Gilmore (1998, pp.98-102) ใน The Four Realms of an Experience ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ไม่ได้มีส่วนร่วมหรือสัมผัสโดยตรงกับการเรียนรู้ และการตีมูลค่าประสบการณ์ แต่เป็นเพียงแค่การมีส่วนร่วมในประสบการณ์เพื่อความบันเทิง

4. การสั่งสมประสบการณ์ก่อให้เกิดความทรงจำที่ดีและไม่ดี ต่อความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อประสบการณ์จากการได้รับการบริการทางวิชาการ สอดคล้องกับขอบเขตประสบการณ์ ทั้ง 4 ด้าน ในลักษณะ Entertainment Experience, Educational Experience, Escapist Experience และ Esthetic Experience ในแนวคิดของ Pine and Gilmore (1998, pp.98-102) ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร เรียนรู้และสัมผัสกับประสบการณ์ จากปัจจัยผลักดันที่มีผลต่อประสบการณ์ 3 ปัจจัย คือ 1) ประสบการณ์ในอดีต 2) การสื่อสารแบบปากต่อปากและเรียนรู้ผ่านสังคมออนไลน์ และ 3) ประสบการณ์ทำงาน กล่าวคือ ความคาดหวังต่อการเป็นหน่วยงานนวัตกรรมด้านบริการวิชาการ ในมิติของความเป็นเลิศด้านสมรรถนะหลักขององค์กรและความเป็นเลิศด้านสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ เกิดขึ้นจากการเรียนรู้และตีค่าประสบการณ์ทั้ง 4 ด้าน เกิดการสั่งสมประสบการณ์ซึ่งมีอิทธิพลต่อความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ

จากการนำเสนอการอภิปราย ความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ ผลข้างต้นนำไปสู่ข้อสรุปได้ว่า ความคาดหวังที่มีต่อประสบการณ์จากการได้รับการบริการทางวิชาการ เป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดความคาดหวังต่อการเป็นหน่วยงานนวัตกรรมด้านบริการวิชาการ ในมิติของความเป็นเลิศด้านสมรรถนะหลักขององค์กรและความเป็นเลิศด้านสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ โดยปัจจัยผลักดันที่มีผลต่อประสบการณ์ 3 ปัจจัย คือ 1) ประสบการณ์ในอดีต 2) การสื่อสารแบบปากต่อปากและเรียนรู้ผ่านสังคมออนไลน์ และ 3) ประสบการณ์ทำงาน เป็นหัวใจสำคัญที่นำไปสู่การเข้าใจความต้องการอย่างแท้จริงของผู้รับบริการจากหน่วยงานบริการวิชาการ โดยเฉพาะอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ซึ่งสอดคล้องกับ Robert Heffernan and Steve Lavalle (2007, pp. 38 - 49) ศึกษาในเรื่อง Emotional interactions: the frontier of the customer-focused enterprise, Strategy & Leadership กล่าวว่า กุญแจสู่ความสำเร็จคือการเข้าใจความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า โดยการใช้กรอบประสบการณ์ของลูกค้าเพื่อจัดลำดับความสำคัญตามผลกระทบของการสัมผัสกับลูกค้า

ดังนั้น ความคาดหวังที่มีต่อประสบการณ์ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนา กำหนดนโยบาย การวางแผน

ยุทธศาสตร์ของหน่วยงานบริการวิชาการ ก้าวสู่การเป็นหน่วยงานนวัตกรรมด้านบริการวิชาการ ในมิติของความเป็นเลิศด้านสมรรถนะหลักขององค์กรและความเป็นเลิศด้านสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่

4. รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ในการรับบริการทางวิชาการ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

ประเด็นที่ 1 จากการศึกษาผลการวิจัย พบว่า รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์สำหรับการให้บริการทางวิชาการ เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ที่มีต่อความคาดหวังในการเป็นหน่วยงานนวัตกรรมด้านบริการวิชาการ ในมิติของความเป็นเลิศด้านสมรรถนะหลักขององค์กรและความเป็นเลิศด้านสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ เมื่อพิจารณาผลการศึกษา วัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมถึงแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผลการศึกษากิจการวิจัยดังกล่าว สอดคล้องกับแนวคิดของกิริติ ยศยิ่งยง (2552 หน้า 56), McGregor (2008), Sunje and Pasic (2003), Ekvall (2002) กล่าวว่า องค์การนวัตกรรมเป็นแนวคิดการบริหารจัดการองค์กรแนวใหม่ในการปรับเปลี่ยน คุณลักษณะองค์กรหรือการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่เคยปรับเปลี่ยนมาก่อนเพื่อตอบสนองสิ่งเร้าของโลกาภิวัตน์ที่มีความรู้และนวัตกรรม เป็นปัจจัยหลักในการเพิ่มคุณค่าและบริการที่มีคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจ โดยเฉพาะในมิติของนวัตกรรมทางยุทธศาสตร์ขององค์กร นวัตกรรมสินค้าและบริการ นวัตกรรมทางทุนมนุษย์ และนวัตกรรมทางกระบวนการ ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลง วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม ความเชื่อ เป้าหมาย รวมถึงโครงสร้างองค์กร เพื่อกำหนดทิศทางการทำธุรกรรมขององค์กรใหม่

จากการอภิปรายผลข้างต้นดังกล่าว สะท้อนถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อประสบการณ์จากการได้รับการบริการทางวิชาการ เป็นแนวทางในการพัฒนาหน่วยงานบริการวิชาการ ก้าวสู่องค์กรนวัตกรรมและสร้างความเป็นเลิศด้านการบริการ ภายใต้รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ในการให้บริการทางวิชาการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดอย่างเหนือความคาดหมายของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ทั้งในมิติของความเป็นเลิศด้านสมรรถนะหลักขององค์กร ประกอบด้วย ประกอบด้วย 1) ศูนย์ประสานงานด้านการบริการวิชาการ 2) ผู้บริหารที่มี วิสัยทัศน์ก้าวไกล ทันทต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก 3) หน่วยงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ ซื่อสัตย์และมีจริยธรรม 3) การบริการที่ดี สะดวก รวดเร็ว มีมาตรฐาน และนำ

นวัตกรรมและความเป็นเลิศด้านสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ ประกอบด้วย 1)การทำงานเชิงรุกในพื้นที่บริการวิชาการ 2) การบริการวิชาการเพื่อสังคม 3) การบริการวิชาการเพื่อสรรหารายได้ 4) การให้คำปรึกษาและการจัดการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ

ข้อจำกัดในการทำวิจัย

เนื่องจากการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยโดยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผลที่ได้จากการศึกษา คือ การสร้างองค์ความรู้ใหม่ เพื่อการเรียนรู้และสามารถอธิบายภายใต้บริบทของจุดมุ่งหมายของการวิจัย ประกอบด้วย 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ 2) เพื่อศึกษาความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการและ 3) เพื่อศึกษารูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ในการรับบริการทางวิชาการ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร จึงไม่สามารถอธิบายความเป็นวัตถุวิสัย (Objectivity) ให้แก่การศึกษาจากการทดสอบค่าทางสถิติได้

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ประเด็นที่ 1 จากการศึกษาผลการวิจัย พบว่า ความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์จากการได้รับการบริการทางวิชาการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดความคาดหวังต่อการเป็นหน่วยงานนวัตกรรมด้านบริการวิชาการ ในมิติของความเป็นเลิศด้านสมรรถนะหลักขององค์กรและความเป็นเลิศด้านสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับ ผลการศึกษาพฤติกรรมของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีพฤติกรรมผูกพันกับสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเกิดจากค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยมีปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ทักษะคิด สังคมและวัฒนธรรม เป็นปัจจัยผลักดันให้เกิดพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อการรับบริการทางวิชาการ

ดังนั้น จากผลการศึกษาดังกล่าวจึงเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย การวางยุทธศาสตร์และการพัฒนาหน่วยงานบริการวิชาการ ให้สอดคล้องคล้อยกับพฤติกรรมอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อเป็นหน่วยงานนวัตกรรมด้าน

บริการวิชาการ ทั้งในมิติของความเป็นเลิศด้านสมรรถนะหลักขององค์กร ประกอบด้วย

- 1) ศูนย์ประสานงานด้านการบริการวิชาการ
- 2) ผู้บริหารที่มี วิสัยทัศน์ก้าวไกล ทันทต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก
- 3) หน่วยงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ เชื่อสัจย์และมีจริยธรรม
- 3) การบริการที่ดี สะดวก รวดเร็ว มีมาตรฐาน และน่าไว้วางใจและเป็นเลิศด้านสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่

ประกอบด้วย 1)การทำงานเชิงรุกในพื้นที่บริการวิชาการ 2) การบริการวิชาการเพื่อสังคม 3) การบริการวิชาการเพื่อสรรหารายได้ 4) การให้คำปรึกษาและการจัดการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ

ประเด็นที่ 2 จากการศึกษาผลการวิจัย พบว่า รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์สำหรับการให้บริการทางวิชาการ เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ที่มีต่อความคาดหวังในการเป็นหน่วยงานนวัตกรรมด้านบริการวิชาการ ในมิติของความเป็นเลิศด้านสมรรถนะหลักขององค์กรและความเป็นเลิศด้านสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญต่อการพัฒนาเป็นหน่วยงานนวัตกรรมด้านบริการวิชาการ ทั้งในมิติของความเป็นเลิศด้านสมรรถนะหลักขององค์กรและความเป็นเลิศด้านสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ โดยการสร้าง Application Form ซึ่งจะเป็นเครื่องมือสำคัญต่อการให้บริการ ทั้งในมิติของความเป็นเลิศด้านสมรรถนะหลักขององค์กรและความเป็นเลิศด้านสมรรถนะตามบทบาทหน้าที่ รองรับพฤติกรรมการทำงานของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ในอนาคตได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

สำหรับการพัฒนาสู่การวิจัยในระดับสูง โดยการนำองค์ความรู้ที่ได้จากผลการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ โดยระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผสมผสาน (Mixed Methodology) เพื่อให้เนื้อหาครอบคลุมและลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มความเป็นวัตถุวิสัย (Objectivity) ให้แก่การศึกษาจากการทดสอบค่าทางสถิติได้ เปรียบเทียบองค์ความรู้ที่เป็นอัตวิสัย (Subjectivity) สำหรับการวิจัยเรื่อง “รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์และความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ”



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรรองทอง เกิดนาค . (2551). **พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ชุมชนออนไลน์** www.hi5.com กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
- กันยา สุวรรณแสง (2532). กันยา สุวรรณแสง (2532). **การพัฒนาบุคลิกภาพและการปรับตัว**. กรุงเทพฯ: บำรุงสาสน์
- กียรติ ยศยิ่งยง (2552), **การจัดการความรู้ในองค์กรและกรณีศึกษา**. กรุงเทพมหานคร: มิสเตอร์ ก๊อปปี้ (ประเทศไทย) จำกัด.
- ฉวีวรรณ สัตยธรรม (2541) **การพยาบาลจิตเวชและสุขภาพจิต** พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพมหานคร ยุทธรินทร์การพิมพ์
- ชลธิชา จุ้ยนาม, (2557) **พฤติกรรมและผลจากการใช้เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ของนักเรียน ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ในจังหวัดสุโขทัย**. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal, Silpakorn University, ฉบับภาษาไทย มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ (กันยายน - ธันวาคม 2558)
- ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์.ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์. (2551). **พฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ด ยูเคชั่น.
- ถวิล ธาราโกชนัน. (2543). **พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน**. กรุงเทพฯ: ทิพย์วิสุทธิ
- ทัตชนันท์ พุ่มนุช (2555) **การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคม (Social Network) เพื่อพัฒนา ในการปฏิบัติงานของบุคลากรทางการศึกษาในสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษา นครปฐม**. Veridian E- Journal, SU Vol.5 No. 1. สืบค้นจาก <http://www.ejournal.su.ac.th/upload/351.pdf>.
- ธนัสถ์ เกษมไชยานันท์. (2544). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์(Web sites)ของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร** (วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต). คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.).
- ธีรยสส์ อุดมมณีธนกิจ (2545) **พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของอาจารย์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่** วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ธีระพร อุวรรณโณ . (2557). **จิตวิทยาและสังคมวิทยาพื้นฐานเพื่อการแนะแนว**. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

ภัสกร กรวยสวัสดิ์ (2553), **ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์.**

วิทยานิพนธ์เทคโนโลยีสารสนเทศมหาบัณฑิต สาขาสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น
 นवलจันทร์ เพิ่มพูนรัตนกุล (2547, หน้า 11) **ความคาดหวังของผู้เรียนต่อโครงการยกระดับ
 ความรู้พื้นฐานสำหรับคณะผู้ใหญ่นบ้านและผู้เ้าท้องถิ่น ในจังหวัดสุพรรณบุรี.**
 ปริญญาโทบริหารศึกษา มหาบัณฑิต, สาขาการศึกษาผู้ใหญ่ บัณฑิตวิทยาลัย ,
 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

เบญจา นิลบุตร (2546) **“ความคาดหวังของข้า ราชการตำรวจต่อรูปแบบภาวะ
 ผู้นำของผู้บังคับบัญชา ศึกษากรณีศึกษากองบัญชาการศึกษา วิทยานิพนธ์
 วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.**

ปณิชา นิตีพรมงคล (2555). **การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัย
 ทำงานในเขต กรุงเทพมหานคร.** สืบค้นจาก <http://www.spu.ac.th/commarts/files/2012/07/บทความ-ปณิชา.pdf>

ปณิตา นิสสัยสุข. (2552). **ความรู้และพฤติกรรมการคัดแยกขยะมูลฝอยของประชาชนใน
 พื้นที่เทศบาลเมืองบ้านสวน อําเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี.** ปัญหาพิเศษรัฐ
 ประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ
 มหาวิทยาลัยบูรพา

ปิยวัฒน์ เกตุวงศาและ ศุภธิดา ชนวนวัน (2558), **ใครเป็นใครในเครือข่ายสังคมออนไลน์:
 ความ หลากหลายทางคุณลักษณะและพฤติกรรม.**สถาบันวิจัยประชากรและสังคม.
 มหาวิทยาลัยมหิดล.

พัชรี มหาลาภ (2554, หน้า 14) **ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง** ค้นข้อมูลเมื่อ 25
 มิถุนายน 2560 เข้าถึงได้จาก http://www.novabizz.com/NovaAce/Behavior/Expectancy_Theory.htm#ixzz1cLMKBx79

พิชิต วิจิตรบุญยรัตน์, 2554) **สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต = Social media: Future
 Media.** วารสารนักบริหาร ปีที่ 31 ฉบับที่ 4 (ต.ค.-ธ.ค.2554) หน้า 99-103.

พิไลวรรณ จันทร์สุกรี (2545, หน้า 42) **ความคาดหวังในงานของนักศึกษาพยาบาลปีที่สี่
 วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีในเขตภาคเหนือ.**วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตร
 มหาบัณฑิต,สาขาการบริหารการพยาบาล, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ภัทรา เรื่องสวัสดิ์. (2553). **รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร**. รายงานโครงการเฉพาะ. นศ.ม., มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ยุพาวไล วาทีเพชร (2554) **พฤติกรรมการติดตามข่าวสารทางการตลาดผ่าน Social media : ศึกษาเฉพาะกรณีนิสิตระดับปริญญาโทมหาวิทยาลัยนเรศวร ศูนย์วิทยบริการ กรุงเทพมหานคร**. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- โยธิน ศันสนยุทธ์ และจุมพล พูลภัทรชีวิน. (2524). **จิตวิทยาสังคม**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิภาดา วัฒนนามกุล (2546, หน้า 13) **ทำไม...อย่างไร...กับ...การเรียนรู้ด้วยตนเอง (self-directed learning)**. (ออนไลน์) ที่มี: <http://secondary.kku.ac.th/sec4/sdl.htm> สืบค้นเมื่อ 17 พฤษภาคม 2560.
- วิมลสิทธิ์ หรยางกูร.(2541).**พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม**.พิมพ์ครั้งที่ 5.กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- สกาเวเดือน ปณสมิทธิ. (2540). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการรื้อปรับระบบของพนักงาน ธนาคาร**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิทยาศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สมโภชน์ เอี่ยมสุภาสิต (2550). **ทฤษฎีและเทคนิคการปรับพฤติกรรม**. (พิมพ์ ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.
- สมลักษณ์ เพชรช่วย (2540, หน้า 12) **ความคาดหวังในการเรียนการศึกษาสายสามัญวิธีเรียนทางไกลของผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมจังหวัดระยอง**. ปริญญาโทศึกษาศาสตร์ มหาบัณฑิต, สาขาการศึกษาผู้ใหญ่ บัณฑิตวิทยาลัย , มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุนทรী โคมิน. (2522). **ผลกระทบของการพัฒนาในแง่มุมมองของจิตวิทยาสังคม**. พัฒนาบริหารศาสตร์. 19(3).
- สำนักงานพัฒนาการศึกษารัฐธรรมนูญทางอิเล็กทรอนิกส์ (2556). **รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย**. มิถุนายน 2556.
- สุภาภรณ์ เพชรสุภา (2554), **ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์**.วารสารสารสนเทศศาสตร์ ปีที่ 28 ฉบับที่ 3 (กันยายน –ธันวาคม 2553)

- สุรางค์ ไควตระกูล (2546) **จิตวิทยาการศึกษา** พิมพ์ครั้งที่ 9 กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุวรรณ มาศเมฆ (2545) **ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการระบบ
เครือข่ายอินเทอร์เน็ตของอาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษา** สังกัด
ทบวงมหาวิทยาลัยต่อการดำเนินภารกิจ เกี่ยวกับการ จัดการศึกษา
ระดับอุดมศึกษา. วิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อดิเทพ บุตราชอดิเทพ บุตราช (2553). **เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network)**. ค้น
เมื่อ 7 มีนาคม 2560, จาก <http://km.ru.ac.th/computer/?p=199>
- อินทิรา จันทร์สูง (2552). **ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการ
บินต้นทุนต่ำเที่ยวบินภายในประเทศ**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,
สาขาการจัดการบัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อริยา คูหา. (2546). **แรงจูงใจและอารมณ์**. **ปัตตานี: ภาควิชาจิตวิทยาและการแนะแนว
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตปัตตานี.**
- Bernd H. Schmitt. (1999). Bernd H. Schmitt. (1999). Experiential Marketing. *Journal of
Marketing Management*, 1999 (15), 53-67.
- Cheung, C. M. K., & Lee, M. K. O. (2010). A Theoretical Model of Intentional Social
Action in Online Social Networks. [doi: DOI: 10.1016/j.dss.2009. 12.006].
Decision Support Systems, 49(1), 24-30.
- Chiu, C.-M., Hsu, M.-H., & Wang, E. T. G. (2006). Understanding Knowledge
Sharing in Virtual Communities: An Integration of Social Capital and Social
Cognitive Theories. [doi: DOI: 10.1016/j.dss.2006.04.001]. *Decision
Support Systems*, 42(3), 1872-1888..
- Cheung, C. M. K., & Lee, M. K. O. (2010). A Theoretical Model of Intentional Social
Action in Online Social Networks. [doi: DOI: 10.1016/j.dss.2009. 12.006].
Decision Support Systems, 49(1), 24-30.
- Hsu, M.-H., Ju, T. L., Yen, C.-H., & Chang, C.-M. (2007). Knowledge Sharing
Behavior in Virtual Communities: The Relationship Between Trust, Self-ef
cacy, and Outcome Expectations. [doi: DOI: 10.1016/j.ijhcs.2006. 09.003].
International Journal of Human- Computer Studies, 65(2), 153-169.

Joosten, T. (2012). **Social Media for Educators: Strategies and Best Practices**. USA: Jossey- Bass.

Kotler R. Phillip and Keller, Kevin L. (2006). **Marketing Management** (5th ed.). New Jersey : Pearson Education.

Lahey.2001. **พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน**. กรุงเทพมหานคร: เวิร์ดเวฟ เอ็ดดูเคชั่น หน้า 5

Lin and Lu (2011), Lin, K.-Y., & Lu, H.-P. (2011). **Why People Use Social Networking Sites: An Empirical Study Integrating Network Externalities and Motivation Theory**. [doi: DOI: 10.1016/j. chb.2010.12.009]. *Computers in Human Behavior*, In Press, Corrected Proof.

McGregor, D. (1957). **The Human Side of Enterprise, Adventures in Thought and Action**. Retrieved November 25, 2010, From <http://www.lib.uwo.ca/programs/generalbusiness/dougmcgregor.html>

Parasuraman, A., Berry, L. L. & Zeithaml, V. A. (1990). **Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations**. Retrieved November 25, 2010, From <http://books.google.co.th/books?id=NueNyMPSsuQC&pg=PA239> [http://books.google.co.th/books?id=NueNyMPSsuQC&pg=PA239&lpg=PA239&dq=Parasuraman,+A.,+Berry,+L.+L.+%26+Zeithaml,+V.+A.+\(1990\).+Delivering+quality+service:+Balancing+customer+perceptions+and+expectations.+New+York:+The+free+press.&source=bl&ots=tj0_Sofxly&sig=TgjJbb5ljDm0xqGLL2jJHzm_5TA&hl=th&sa=X&ei=Iru4UpKeLY6FiAfYnICACg&ved=0CE0Q6AEwBTgK#v=onepage&q=Parasuraman%2C%20A.%2C%20Berry%2C%20L.%20L.%20%26%20Zeithaml%2C%20V.%20A.%20\(1990\).%20Delivering%20quality%20service%3A%20Balancing%20customer%20perceptions%20and%20expectations.%20New%20York%3A%20The%20free%20press.&f=false](http://books.google.co.th/books?id=NueNyMPSsuQC&pg=PA239&lpg=PA239&dq=Parasuraman,+A.,+Berry,+L.+L.+%26+Zeithaml,+V.+A.+(1990).+Delivering+quality+service:+Balancing+customer+perceptions+and+expectations.+New+York:+The+free+press.&source=bl&ots=tj0_Sofxly&sig=TgjJbb5ljDm0xqGLL2jJHzm_5TA&hl=th&sa=X&ei=Iru4UpKeLY6FiAfYnICACg&ved=0CE0Q6AEwBTgK#v=onepage&q=Parasuraman%2C%20A.%2C%20Berry%2C%20L.%20L.%20%26%20Zeithaml%2C%20V.%20A.%20(1990).%20Delivering%20quality%20service%3A%20Balancing%20customer%20perceptions%20and%20expectations.%20New%20York%3A%20The%20free%20press.&f=false)

Pine, J. and Gilmore, J. (1998). **Welcome to the Experience Economy**. *Harvard Business Review*, 1998 (98407), 97-105.

- Plummer, J.T. (1974). The Concept and Application of Lifestyle Segmentation. *Journal of Marketing*, 38(1), pp. 33-37.
- Robert Heffernan, Steve LaValle. (2007). Emotional interactions: the frontier of the customer-focused enterprise. *Strategy & Leadership*, 35(3), 38 – 49.
- Shin, D.-H. (2010). The Effects of Trust, Security and Privacy in Social Networking: A Security- Based Approach to Understand the Pattern of Adoption. [doi: DOI: 10.1016/j.intcom.2010.05.001]. *Interacting with Computers*, 22(5), 428-438.
- Stutzman et al. (2011), Stutzman, F., Capra, R., & Thompson, J. (2011). Factors Mediating Disclosure in Social Network Sites. [doi: DOI: 10.1016/j.chb.2010.10.017]. *Computers in Human Behavior*, 27(1), 590-598.
- Stutzman et al. (2011), Stutzman, F., Capra, R., & Thompson, J. (2011). Factors Mediating Disclosure in Social Network Sites. [doi: DOI: 10.1016/j.chb.2010.10.017]. *Computers in Human Behavior*, 27(1), 590-598.
- Wade and Tavis. 1999. พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน. กรุงเทพมหานคร: เวิร์ดเวฟ เอ็ดดูเคชั่น.
- Zimbardo and Gerrig. 1999. พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน. กรุงเทพมหานคร: เวิร์ดเวฟ เอ็ดดูเคชั่น



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยพระเชตุвр



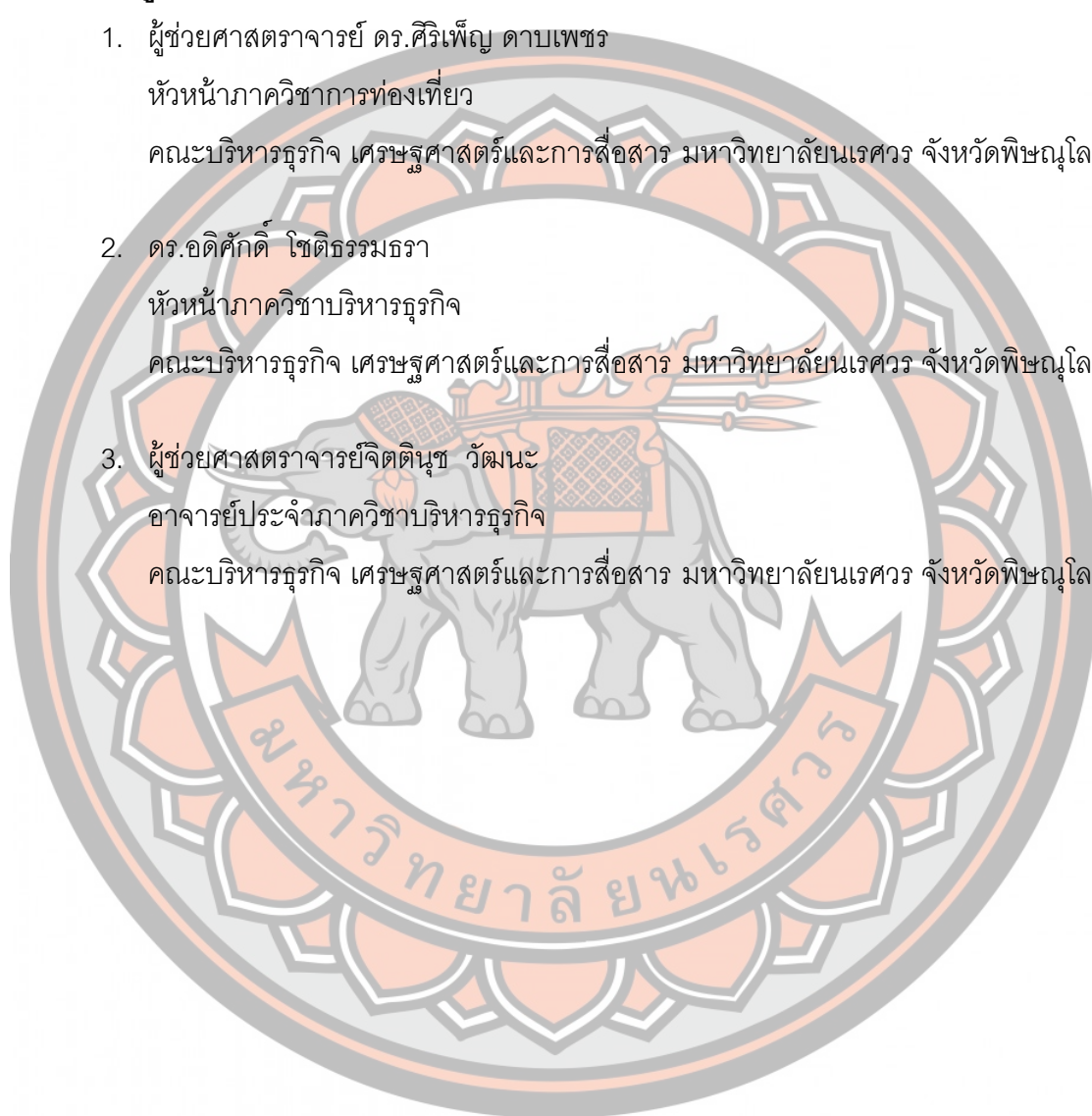
ภาคผนวก ก
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ
หนังสือราชการขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญ

มหาวิทยาลัยพระนคร

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ ด้านตรวจสอบประเมินเครื่องมือ

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเพ็ญ ดาบเพชร
หัวหน้าภาควิชาการท่องเที่ยว
คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก
2. ดร.อดิศักดิ์ โชติธรรมธรา
หัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิตติณัฐ วัฒนะ
อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก





บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย งานวิชาการ โทร. ๘๘๓๙

ที่ ศธ ๐๕๒๗.๐๒/ว ๒๓๘๐

วันที่ ๑๘ กรกฎาคม ๒๕๖๐

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริเพ็ญ ดาบเพชร

ด้วย นางสาวชญาพร คุณประทุม รหัสประจำตัว ๕๖๐๗๔๑๗๓ นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์และความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุจโรจน์ แก้วอุไร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ในการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่องนี้ บัณฑิตวิทยาลัย พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างยิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระ ดังแนบมาพร้อมนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอ๋อมพร หลินเจริญ)

รองคณบดีฝ่ายวิชาการ ปฏิบัติราชการแทน

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย งานวิชาการ โทร. ๘๘๓๙

ที่ ศธ ๐๕๒๗.๒๐/ว๒๓๘๐

วันที่ ๑๘ กรกฎาคม ๒๕๖๐

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระ

เรียน ดร.อดิศักดิ์ โชติธรรมธรา

ด้วย นางสาวชญาพร คุณประทุม รหัสประจำตัว ๕๖๐๗๔๑๗๓ นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์และความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุจโรจน์ แก้วอุไร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ในการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่องนี้ บัณฑิตวิทยาลัย พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างยิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระ ดังแนบมาพร้อมกันนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอื้อมพร หลินเจริญ)
รองคณบดีฝ่ายวิชาการ ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย งานวิชาการ โทร. ๘๘๓๙

ที่ ศธ ๐๕๒๗.๐๒/ว ๒๓๘๐

วันที่ ๑๘ กรกฎาคม ๒๕๖๐

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิตตินุช วัฒนนะ

ด้วย นางสาวชญาพร คุณประทุม รหัสประจำตัว ๕๖๐๗๔๑๗๓ นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา สังกัดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์และความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุจโรจน์ แก้วอุไร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ในการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่องนี้ บัณฑิตวิทยาลัย พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนี้เป็นอย่างยิ่ง จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระ ดังแนบมาพร้อมนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอี่ยมพร หลินเจริญ)

รองคณบดีฝ่ายวิชาการ ปฏิบัติราชการแทน

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



ภาคผนวก ข ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และ
การสื่อสารมหาวิทยาลัยนเรศวร

ลำดับ	อายุ (Age)	เพศ (gender)	การศึกษา (education)	ภาควิชา (occupation)
1	40-49 ปี	ชาย	ปริญญาเอก	บริหารธุรกิจ
2	40-49 ปี	ชาย	ปริญญาโท	บริหารธุรกิจ
3	30-39 ปี	ชาย	ปริญญาเอก	นิเทศศาสตร์
4	30-39 ปี	ชาย	ปริญญาโท	การท่องเที่ยว
5	40-49 ปี	หญิง	ปริญญาเอก	การท่องเที่ยว
6	40-49 ปี	ชาย	ปริญญาเอก	เศรษฐศาสตร์
7	30-39 ปี	หญิง	ปริญญาเอก	เศรษฐศาสตร์
8	40-49 ปี	หญิง	ปริญญาเอก	นิเทศศาสตร์
9	40-49 ปี	หญิง	ปริญญาโท	การบัญชี
10	30-39 ปี	หญิง	ปริญญาเอก	การท่องเที่ยว
11	40-49 ปี	หญิง	ปริญญาเอก	บริหารธุรกิจ
12	40-49 ปี	ชาย	ปริญญาเอก	การเงิน
13	40-49 ปี	ชาย	ปริญญาเอก	บริหารธุรกิจ
14	40-49 ปี	ชาย	ปริญญาเอก	บริหารธุรกิจ
15	40-49 ปี	หญิง	ปริญญาเอก	บริหารธุรกิจ



แบบสัมภาษณ์

เรื่อง รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์และความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ

คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ในหัวข้อ รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์และความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม, ความคาดหวัง และรูปแบบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ แบบประเมินฉบับนี้มีทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการผ่านสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามรูปแบบการบริการทางวิชาการผ่านสังคมออนไลน์ของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของอาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

1. คุณใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์เพื่ออะไรในชีวิตประจำวันของคุณ ทำไมคุณถึงเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ดังกล่าวและสื่อสังคมออนไลน์นี้ให้ประโยชน์กับคุณอย่างไร

.....

.....

.....

2. คุณใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ช่องทางใดเป็นหลักในชีวิตประจำวันของคุณ ทำไมคุณถึงเลือกช่องทางดังกล่าวและช่องทางดังกล่าวให้ประโยชน์อย่างไร

.....

.....

.....

3. สถานที่ส่วนใหญ่ที่คุณใช้สื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละวัน คือที่ใด และคุณใช้สถานที่นั้นใช้สื่อสังคมออนไลน์ทำกิจกรรมอะไรบ้างและส่วนใหญ่ใช้สถานที่นั้นเป็นประจำหรือไม่

.....

.....

.....

4. คุณใช้สื่อสังคมออนไลน์กี่ครั้งต่อสัปดาห์ และคุณใช้สื่อสังคมออนไลน์ทำกิจกรรมอะไร

.....

.....

.....

5. คุณใช้สื่อสังคมออนไลน์กี่ชั่วโมงต่อวันและกิจกรรมที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมอะไร

.....

.....

.....

6. สื่อสังคมออนไลน์ที่คุณนิยมใช้มากที่สุด คืออะไร ทำไมคุณถึงเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ดังกล่าว และสื่อสังคมออนไลน์ที่คุณเลือกดังกล่าวคุณเอามาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันของคุณได้อย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

7. คุณเคยประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านกิจกรรมต่างๆในชีวิตประจำวันของคุณหรือไม่ / ถ้าเคย / คุณใช้สื่อสังคมออนไลน์ทำกิจกรรมอะไรบ้าง และสื่อสังคมออนไลน์ให้ประโยชน์กับกิจกรรมนั้นๆอย่างไร

.....

.....

.....

ส่วนที่ 2 ความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการผ่านสังคมออนไลน์

1. คุณเคยคาดหวังกับการได้รับบริการทางวิชาการ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรหรือไม่ ถ้าเคย/ คุณคาดหวังอย่างไร / แล้วการให้บริการทางวิชาการเป็นไปตามที่คุณคาดหวังหรือไม่/อย่างไร

.....

.....

.....

2. คุณเคยใช้บริการทางวิชาการผ่านสังคมออนไลน์ ของคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรหรือไม่ ถ้าเคย /การให้บริการทางวิชาการเป็นอย่างไร/สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของคุณหรือไม่ / อย่างไร

.....

.....

.....

3. คุณเคยใช้บริการทางวิชาการผ่านสังคมออนไลน์ ของหน่วยงานอื่นหรือไม่ ถ้าเคย / หากพิจารณาในเชิงบวกและเชิงลบ อยากให้คุณยกตัวอย่างและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนำปรับใช้กับคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรอย่างไร

.....

.....

.....

4. คุณเคยได้ทราบข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาหรือข้อดี ข้อเสียเกี่ยวกับการให้บริการทางวิชาการผ่านสังคมออนไลน์ หรือไม่ / ถ้าเคย / คุณได้รับข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาหรือข้อดี ข้อเสีย นั้นอย่างไร

.....

.....

.....

5. คุณมีองค์ความรู้เกี่ยวกับการให้บริการทางวิชาการผ่านสังคมออนไลน์ อาทิ จากงานวิจัย บทความ ตำรา การฝึกอบรมหรืองานสัมมนาเกี่ยวกับการบริการทางวิชาการผ่านสังคมออนไลน์ หรือไม่ / ถ้ามี / คุณมีข้อเสนอแนะต่อการนำความรู้ที่มีไปพัฒนาต่อการบริการทางวิชาการผ่านสังคมออนไลน์ได้อย่างไร

.....

.....

.....

6. อะไรคือสิ่งที่คุณคาดหวังว่าจะได้รับจากการบริการทางวิชาการผ่านสังคมออนไลน์ ของคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร (โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด)

.....

.....

.....

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามรูปแบบการบริการทางวิชาการผ่านสังคมออนไลน์ของอาจารย์คณะ

บริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

1. คุณต้องการให้คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ใช้รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ใด ในการให้บริการทางวิชาการ แล้วทำไมถึงเลือกรูปแบบดังกล่าว

.....

.....

.....

2. อะไรคือสิ่งที่สำคัญที่สุดของรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ ที่เป็นประโยชน์ต่อการให้บริการทางวิชาการของคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

.....

.....

.....

3. อะไร คือ ข้อควรระวังที่อาจส่งผลกระทบต่อการใช้บริการทางวิชาการของรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ / คุณมีข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาอย่างไร

.....

.....

.....

4. รูปลักษณะของสื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสมกับการให้บริการทางวิชาการของคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ควรมีลักษณะเป็นอย่างไร / ทำไมถึงควรมีลักษณะดังกล่าว

.....

.....

.....

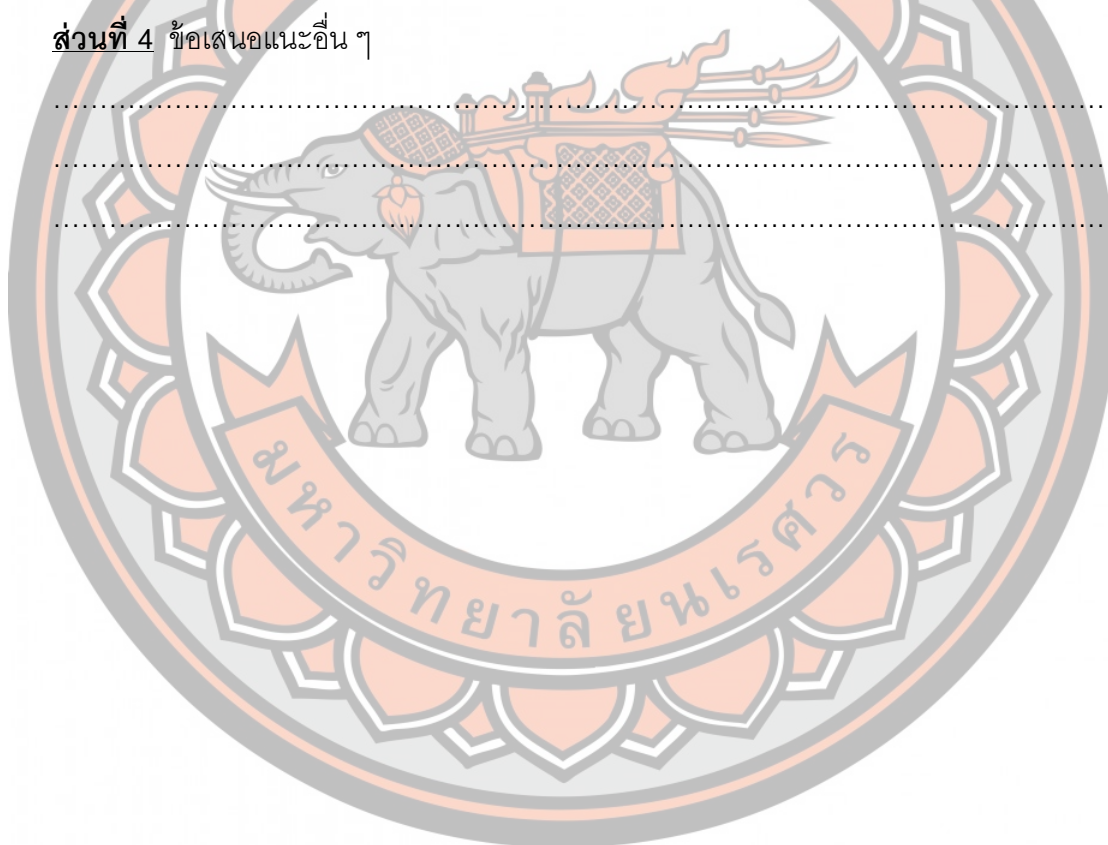
5. ถ้าหากคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร นำรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ตามที่คุณต้องการนำมาปรับใช้กับการให้บริการทางวิชาการ คุณจะใช้บริการหรือไม่ / ถ้าคุณใช้ / รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อการได้รับบริการทางวิชาการของคุณอย่างไร / และสามารถแก้ปัญหาของการได้รับบริการทางวิชาการของคุณหรือไม่ / ได้อย่างไร

.....

.....

.....

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ





ภาคผนวก ง

ผลการประเมินด้านจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

มหาวิทยาลัยพระนคร



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สำนักงานอธิการบดี กองบริหารการวิจัย งานบริหารมาตรฐานและเครือข่าย โทร.8642

ที่ ศธ 0527.01.33(1)/NU-IRB **๖1๖1**

วันที่ **16** พฤศจิกายน 2560

เรื่อง ผลการประเมินด้านจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

เรียน นางสาวชญาพร คุณประทุม : นิสิตรดับปริญญาโท (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุจโรจน์ แก้วอุไร : อาจารย์ที่ปรึกษา)

ตามที่ ท่านได้เสนอโครงการวิจัย เรื่อง รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์และความคาดหวังของอาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ (หมายเลขโครงการ : 0953/60) มายังคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อขอรับพิจารณารับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ นั้น

ในการนี้ คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ ได้พิจารณาโครงการวิจัยดังกล่าวแล้ว และมีมติ รับรอง แบบเร่งรัด ซึ่งมีเอกสารที่รับรองดังนี้

1. AF 01-10 เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 15 กันยายน 2560
2. AF 02-10 เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 15 กันยายน 2560
3. AF 03-10 เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 15 กันยายน 2560
4. AF 04-10 เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 15 กันยายน 2560
5. AF 05-10 เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 15 กันยายน 2560
6. สรุปโครงการเพื่อการพิจารณาทางจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 15 กันยายน 2560
7. โครงการวิจัยฉบับเต็ม เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 15 กันยายน 2560
8. ประวัติผู้วิจัย เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 15 กันยายน 2560
9. แบบสัมภาษณ์และแบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 15 กันยายน 2560
10. งบประมาณของโครงการวิจัย เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 15 กันยายน 2560

จึงเรียนมาเพื่อทราบ และพิจารณาดำเนินการตามข้อปฏิบัติสำหรับนักวิจัยที่ระบุไว้ด้านหลังของใบรับรอง

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วนวัลย์ ดาดี)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยนเรศวร

COA No. 645/2017
IRB No. 0953/60



คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

มหาวิทยาลัยนเรศวร

99 หมู่ 9 ตำบลท่าโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก 65000 เบอร์โทรศัพท์ 05596 8642

เอกสารรับรองโครงการวิจัย

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ดำเนินการให้การรับรองโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่เป็นมาตรฐานสากล ได้แก่ Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guideline และ International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice หรือ ICH-GCP

ชื่อโครงการ	: รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์และความคาดหวังของอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อการรับบริการทางวิชาการ
Study Title	: Expectation of Faculty of Business, Economics and Communication Lecturers, Naresuan University about the Academic Service Thoughe Social Media
ผู้วิจัยหลัก	: นางสาวชญาพร คุณประทุม
สังกัดหน่วยงาน	: คณะศึกษาศาสตร์
วิธีทบทวน	: แบบเร่งรัด (Expedited Review)
รายงานความก้าวหน้า	: ส่งรายงานความก้าวหน้าอย่างน้อย 1 ครั้ง/ปี หรือส่งรายงานฉบับสมบูรณ์หากดำเนินโครงการเสร็จสิ้นก่อน 1 ปี

เอกสารรับรอง

1. AF 01-10 เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 15 กันยายน 2560
2. AF 02-10 เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 15 กันยายน 2560
3. AF 03-10 เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 15 กันยายน 2560
4. AF 04-10 เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 15 กันยายน 2560
5. AF 05-10 เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 15 กันยายน 2560
6. สรุปโครงการเพื่อการพิจารณาทางจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 15 กันยายน 2560
7. โครงการวิจัยฉบับเต็ม เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 15 กันยายน 2560
8. ประวัติผู้วิจัย เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 15 กันยายน 2560
9. แบบสัมภาษณ์และแบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 15 กันยายน 2560
10. งบประมาณของโครงการวิจัย เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 15 กันยายน 2560

ลงนาม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วนาวลัย ดาดี)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

มหาวิทยาลัยนเรศวร

วันที่รับรอง	: 13 พฤศจิกายน 2560
Date of Approval	: November 13, 2017
วันหมดอายุ	: 13 พฤศจิกายน 2561
Approval Expire Date	: November 13, 2018

ทั้งนี้ การรับรองนี้มีเงื่อนไขดังที่ระบุไว้ด้านหลังทุกข้อ (ดูด้านหลังของเอกสารรับรองโครงการวิจัย)

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ - นามสกุล : นางสาวชญาพร คุณประทุม

เกิดเมื่อ : 9 สิงหาคม 2530

ที่อยู่ : 109 ถ.ดำรงพัฒนา ต.ในเมือง อ.เมือง จ.พิษณุโลก 65000

ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน : เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป

ที่ทำงาน : คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร ตำบลท่าโพธิ์
อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2548 : สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนเฉลิมขวัญสตรี จังหวัดพิษณุโลก

พ.ศ. 2553 : สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาประวัติศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก

