

## บทคัดย่อ

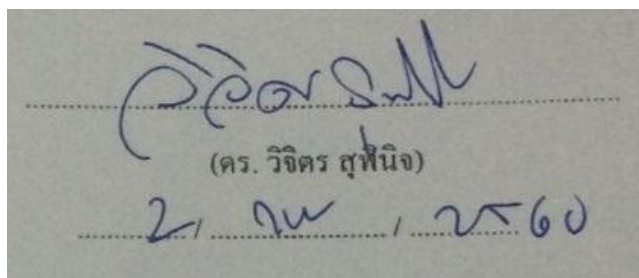
ชื่อเรื่อง : ทักษะชีวิตที่มีต่อธุรกิจด้านความเชื่อทางไสยศาสตร์ในสังคมออนไลน์ของประชาชนเขตบางบอน จังหวัดกรุงเทพมหานคร

โดย : นายชญาณิศ สุนทรเวสน์

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชา : การจัดการตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษา :



(ดร. วิจิตร สุพันธ์)  
21 ก.พ. 2560

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของประชาชนเขตบางบอน จังหวัดกรุงเทพมหานคร และ 2) ศึกษาทักษะชีวิตที่มีต่อธุรกิจด้านความเชื่อทางไสยศาสตร์ในสังคมออนไลน์ของประชาชนเขตบางบอน จังหวัดกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) และรวบรวมข้อมูลมาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Anova: f-test) และการเปรียบเทียบรายคู่ (Least Significant Difference: LSD) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 40-49 สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่า ทักษะชีวิตของประชาชนเขตบางบอนที่มีต่อธุรกิจด้านความเชื่อทางไสยศาสตร์ในสังคมออนไลน์ สามารถเรียงลำดับ ได้ดังนี้ (1) ด้านประสบการณ์ (2) ด้านบุคลิกภาพ (3) ด้านอิทธิพลจากครอบครัวและเพื่อน (4) ด้านอิทธิพลทางสังคม (5) ด้านเครื่องมือทางการตลาด และ (6) ด้านการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ สถานภาพ และอาชีพหลัก ของประชาชนเขตบางบอน จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้มีทัศนคติต่อธุรกิจด้านความเชื่อทางไสย

ศาสตร์ในสังคมออนไลน์ ไม่แตกต่างกันทั้งในภาพรวมและรายด้าน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ส่วนด้าน อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน หลัก ของประชาชนเขตบางบอน จังหวัด กรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้มีทัศนคติต่อธุรกิจด้านความเชื่อทางไสยศาสตร์ในสังคมออนไลน์ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ประชาชนเขตบางบอน จังหวัดกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อธุรกิจด้านความเชื่อทางไสยศาสตร์ในสังคมออนไลน์ น้อยที่สุด เรื่องธุรกิจด้านความเชื่อทางไสยศาสตร์มีการใช้สื่อที่เข้าถึงได้มีประสิทธิภาพและน่าเชื่อถือ ฉะนั้นทางผู้ประกอบการธุรกิจด้านความเชื่อทางไสยศาสตร์ในสังคมออนไลน์ ควรมีการปรับปรุงในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพและเป็นที่น่าเชื่อถือของประชาชนมากยิ่งขึ้น

### Abstract

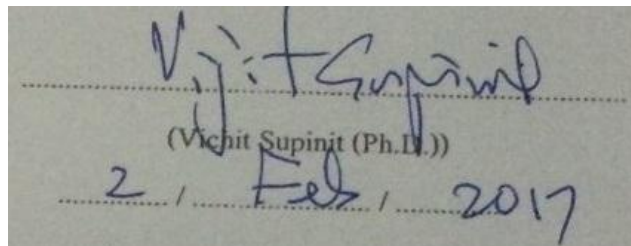
Research Title : Attitude has Effect with the Superstition Business in Social Network of Population at Bangbon District Bangkok

Researcher : Mr. Chayanis Soontornwesn

Degree : Master of Business Administration

Major : Maeketing Management

Advisor :



Vichit Supinit  
(Vichit Supinit (Ph.D.))  
2 / Feb / 2017

This research aims for: studied demographic of population at Bangbon district Bangkok and studied attitude has affected with the superstition business in social network of population at Bangbon district Bangkok. The research was through conducting survey samples to around 400 persons. Information's were derived from questionnaire, Frequency, Percentage, Mean, Standard deviation, One-way Anova: f-test and Least Significant Difference: LSD for hypothesis test.

The researcher found that; Almost of survey samples were male average age 40-49 years old, who had completed education in bachelor degree, their career are employee in private company and average income less than 15,001-20,000 baht per month. In addition to, researcher found, attitude of population at Bangbon district Bangkok has affected with the superstition business in social network, that is to say: experience, personal, family and friends influenced, social Influence, marketing and social network.

In hypothesis, found that, the population of Bangbon district differed in gender, status and career there were same in attitude superstition business in social network by overall and aspect significance in level 0.05. And the population of Bangbon district had differed in age, education and income there were differed in attitude superstition business in social network significance in level 0.05.

Almost of population of Bangbon district Bangkok had attitude with the superstition business in social network less. In superstition business was using social network that is accessible, efficient and reliable, so the operator should be improve social network for performance and reliability of even more people.