

โมเดลเชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กร ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

THE CAUSAL MODEL OF ACCEPTANCE AND USE OF
TECHNOLOGY AFFECTING COMMUNICATION BEHAVIOR
IN ORGANIZATION THROUGH SOCIAL MEDIA OF ACADEMIC
SUPPORT STAFF RAJAMANGALA UNIVERSITY
OF TECHNOLOGY KRUNGTHAP

ศักดิ์ชัย จันทะแสง

Sakchai Jantasang

นักวิชาการศึกษา สำนักงานประกันคุณภาพการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

Email: Sakchai.j@mail.rmuk.ac.th

Received: 2022-08-31 Revised: 2022-12-04 Accepted: 2022-12-13

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ และ 2) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ จำนวน 260 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ด้วย Google Form และวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยใช้โปรแกรม LISREL ผลการวิจัยพบว่า 1) โมเดลเชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพตามสมมติฐานนั้น มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าสถิติไค-สแควร์ เท่ากับ 57.50 ค่า df เท่ากับ 43 ค่า p-value เท่ากับ 0.08 ดัชนี GFI เท่ากับ 1.00 ดัชนี AGFI เท่ากับ 0.99 ค่า SRMR เท่ากับ 0.00 ค่า RMSEA เท่ากับ 0.01 และ 2) สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ และพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ส่วนความคาดหวังในประสิทธิภาพของสื่อสังคมออนไลน์ และความคาดหวังในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ

บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยส่งผ่านพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ตัวแปรทั้งหมดในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ได้ร้อยละ 78

คำสำคัญ: การยอมรับและการใช้เทคโนโลยี/พฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กร/สื่อสังคมออนไลน์

Abstract

This research aimed to: 1) develop the causal model of acceptance and Use of technology affecting communication behavior in organization through social media of academic support staff Rajamangala University of Technology Krungthep; and 2) examine the relationship of the developed model with empirical data. The sample was 260 academic support staffs of Rajamangala University of Technology Krungthep derived by convenience sampling. Data were collected by an online questionnaire with Google Form and the casual relationship was examined by LISREL. The research results were as follows: 1) The causal model of acceptance and use of technology affecting communication behavior in organization through social media of academic support staff Rajamangala University of Technology Krungthep was consistent with the empirical data with goodness of fit statistics: chi-square test = 57.50, df=43, p-value=0.08, GFI=1.00, AGFI=0.99, SRMR=0.00, RMSEA=0.01 and 2) Facilitating conditions the use of social media and behavioral intention of using social media had a positive direct influence on use behavior of using social media for internal communication expectancy for social media. Performance expectancy for social media and effort expectancy of using social media indirect influence on use behavior of using social media for internal communication of academic support staffs, Rajamangala University of Technology Krungthep by passing on the behavioral intention of using social media. All variables in the model could explain the variance affecting use behavior of using social media for internal communication of academic support staffs, Rajamangala University of Technology Krungthep at the percentage of 78.

Keywords: Acceptance and Use of Technology, Communication Behavior in Organization, Social Media Technology

1. บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีสื่อสังคมได้เข้ามามีบทบาทต่อสังคมโลกเป็นอย่างมาก เนื่องจากการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่แพร่หลายและมีความรวดเร็วมากขึ้น รวมถึงการพัฒนาศักยภาพของโทรศัพท์มือถือได้เปลี่ยนแปลงการติดต่อสื่อสารแบบเก่าให้กลายเป็นยุคแห่งสื่อสังคมออนไลน์ องค์กรต่าง ๆ และคนทั่วไปต่างต้องพึ่งพาสื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสาร โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพอ.องค์การมหาชน) หรือ ETDA เผยผลสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของปี 2564 สถานการณ์ COVID-19 โดยคนที่อยู่ใน Gen Z ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดไปกับการเรียนออนไลน์ กว่า 5 ชั่วโมง โดยเฉลี่ยคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 10 ชั่วโมง 36 นาที โดยจะใช้มากในช่วงวันทำงาน วันเรียนหนังสือ นาน 10 ชั่วโมง 55 นาที ซึ่งการติดต่อสื่อสารออนไลน์ในสถานการณ์ COVID-19 ถือเป็นปัจจัยสำคัญในปัจจุบันซึ่งหนึ่งในแอปพลิเคชันในการติดต่อสื่อสารที่คนไทยนิยมมากที่สุดคือ แอปพลิเคชันไลน์ จากการเผยแพร่ของ LINE Thailand ให้บริการครบรอบ 10 ปี ในปี พ.ศ. 2565 มีจำนวนผู้ใช้งานมากกว่า 50 ล้านคน ถือเป็นตัวช่วยในอำนวยความสะดวกในการสื่อสารช่วงวิกฤตสถานการณ์ COVID-19 ระบาด [1]

ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (UTAUT) เป็นแนวทางงานวิจัยด้านการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Acceptance Research) ซึ่งเป็นการศึกษาในเชิงพฤติกรรมมนุษย์เพื่ออธิบายวิธีการและเหตุผลของแต่ละบุคคลในการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ (IT) เพื่อพัฒนาทฤษฎีที่ใช้อย่างมีประสิทธิภาพพฤติกรรมบุคคลหรือองค์การในการยอมรับเทคโนโลยี และการสร้างความเข้าใจในอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นตัวช่วยและตัวเร่งให้เกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของแต่ละบุคคลหรือแต่ละองค์กรรวมทั้งการแสดงให้เห็นถึงเหตุผลของการลงทุนด้านไอทีในอนาคต ทั้งนี้ในกลุ่มทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ จะมีทฤษฎีที่มุ่งเน้นการศึกษาเพื่อสร้างความเข้าใจในบทบาทของความตั้งใจที่ทำหน้าที่เป็นตัวพยากรณ์พฤติกรรม (predictor of behavior) เช่น พฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หรือการใช้ (usage) ซึ่งเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญต่อการสร้างองค์ความรู้ใหม่ให้เกิดขึ้นในงานวิจัยด้านการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ [2]

ในสถานการณ์ COVID-19 ระบาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีนโยบายให้ลดการปฏิบัติงานในพื้นที่ และเพิ่มการปฏิบัติเป็นแบบ Work from Home มากขึ้น ซึ่งการสื่อสารภายในองค์กรถือเป็นกระบวนการทำให้เกิดการสื่อสารที่สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีของบุคลากรส่งผลให้องค์กรมีสามารถปฏิบัติงานได้ต่อเนื่องในสถานการณ์ COVID-19 ระบาด ดังนั้นการสื่อสารภายในองค์กรนั้นมีความจำเป็นที่จะต้องใช้เทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์เข้ามาเกี่ยวข้องซึ่งแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมในการสื่อสารของคนไทยส่วนใหญ่ในปัจจุบันนี้คือ แอปพลิเคชันไลน์ เนื่องจากสามารถส่งข้อความ ข้อความเสียง รูปภาพ วิดีโอ โทรศัพท์ หรือโทรแบบวิดีโอได้ อีกทั้งยังสามารถบันทึกข้อความและสื่อสารแบบกลุ่มได้อีกด้วย โดยไม่เสียค่าบริการเพิ่มเติมนอกเหนือจากค่าบริการอินเทอร์เน็ตของแต่ละคน

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษาโมเดลเชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยนั้นสามารถนำมาใช้เป็นแนวทาง

ในการพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กรให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ในยุคปัจจุบันทำให้เกิดการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

2.2 เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

3. แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษา แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยดังนี้

ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT)

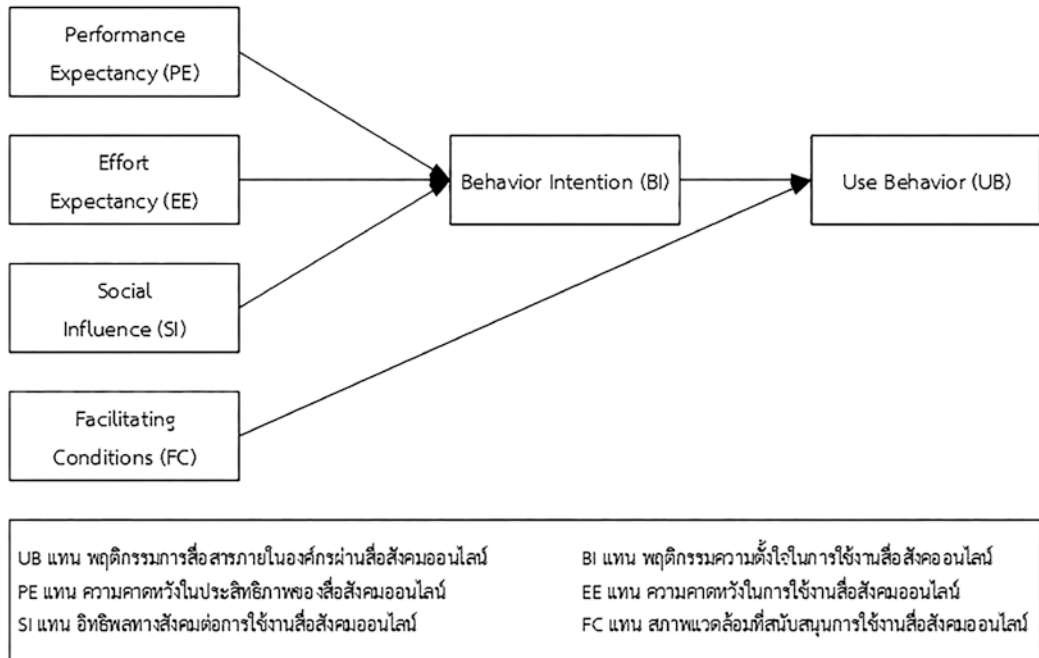
Venkatesh et al. [3] ได้ค้นคว้าทฤษฎีรวมการใช้เทคโนโลยีและการยอมรับเทคโนโลยี (Unified of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT) ซึ่งเป็นการประยุกต์เอาข้อมูลมาจาก 8 ทฤษฎี ดังนี้ 1) ทฤษฎีที่ใช้สำหรับการเชื่อมโยงระหว่างความเชื่อและทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (Theory of Reasoned Action: TRA) ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล ซึ่งอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อและทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม 2) ทฤษฎีที่ศึกษาทางด้านพฤติกรรม ซึ่งได้รับการพัฒนาและขยายทฤษฎี TRA (Theory of Planned Behavior: TPB) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ซึ่งอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจและพฤติกรรมได้รับอิทธิพลจากทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม 3) ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานเป็นตัววัดความสำเร็จของการพัฒนาการใช้เทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) โดยจะเป็นแบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี ซึ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ 4) ทฤษฎีที่ใช้สำหรับการวิจัยในเรื่องเกี่ยวกับจิตวิทยาเพื่อใช้สนับสนุนแรงจูงใจที่ใช้อธิบายถึงการแสดงพฤติกรรม (Motivational Model: MM) แบบจำลองทฤษฎีแรงจูงใจ เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในบุคคลที่ใช้ความพยายามในการผลักดันให้เกิดการกระทำอย่างต่อเนื่อง 5) ทฤษฎีที่ผสมผสานกันระหว่าง TAM กับ TPB (Combined – TAM-TPB หรือ C-TAM-TPB) เพื่อใช้สำหรับทดสอบการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยประสบการณ์การใช้ระบบว่ามี อิทธิพลต่อการปรับปรุงและการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลที่มีความซับซ้อนได้มากยิ่งขึ้น ใช้การรับรู้ถึงพฤติกรรมของตนเองในการแสดงพฤติกรรมใด ๆ ที่สามารถระบุถึงอุปสรรคของการใช้งาน 6) ทฤษฎีที่ใช้วัดการใช้งานจริงในเทคโนโลยีและใช้ทำนายเกี่ยวกับการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคล (Model of PC Utilization: MPCU) เหมาะสำหรับนำมาใช้พยากรณ์การยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของแต่ละบุคคลโดยเป็นการพยากรณ์พฤติกรรมการใช้มากกว่าที่จะศึกษาและอธิบายความตั้งใจ 7) ทฤษฎีพื้นฐานทางสังคม โดยที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้อธิบายถึงนวัตกรรม และใช้

เป็นเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมในองค์กร (Innovation Diffusion Theory: IDT) หรือ (Diffusion of Innovations: DOI) เป็นทฤษฎีพื้นฐานทางสังคมวิทยาสำหรับใช้ศึกษาการเผยแพร่นวัตกรรมและการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคล และ 8) ทฤษฎีด้านพฤติกรรมมนุษย์ซึ่งจะพบว่า การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของมนุษย์ นั้นเกิดจากอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมของปัจจัยส่วนบุคคลและคุณสมบัติด้านพฤติกรรมส่วนตัว (Social Cognitive Theory: SCT) ทฤษฎีที่ใช้ศึกษาการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมนุษย์อธิบายถึงความตั้งใจแสดงพฤติกรรมของแต่ละบุคคลนั้น จะได้รับแรงขับเคลื่อนจากความเชื่อมั่นของผู้ใช้ (Self-Efficacy) และความคาดหวังในผลลัพธ์ของการทำงาน (Outcome Expectation)

ปัจจัยหลักจะประกอบด้วย 1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy : PE) คือ ความเชื่อของแต่ละคนว่าเทคโนโลยีสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้กับผู้ใช้ได้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมและสามารถใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจแสดงพฤติกรรมและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีได้ ซึ่งมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกันคือ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีความสามารถของเทคโนโลยี โดยแต่ละบุคคลเชื่อว่าการใช้งานเทคโนโลยีจะเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานได้ แรงจูงใจภายนอก ความคาดหวังในผลลัพธ์ของการทำงานและข้อดีของนวัตกรรม 2) ความคาดหวังในการใช้งาน (Effort Expectancy: EE) คือ ความง่ายในการใช้งานมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องคือ การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งานนวัตกรรมมีความยากและง่ายต่อการใช้งาน 3) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence: SI) คือ การรับรู้ของแต่ละคนว่ากลุ่มคนอื่น ๆ ที่มีความสำคัญต่อตัวเองได้ให้ความหวังว่าแต่ละคนควรใช้เทคโนโลยีใหม่ถือเป็นปัจจัยที่ส่งผลทางตรงต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรม สำหรับปัจจัยที่เกี่ยวข้องคือ บรรทัดฐานและปัจจัยทางสังคม และ 4) สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน (Facilitating Conditions: FC) คือความเชื่อของแต่ละคนว่าโครงสร้างพื้นฐานองค์กรที่ดีจะช่วยเสริมและเพิ่มความสะดวกในการใช้งานได้ ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้อง ได้แก่ การรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเอง สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกและความสอดคล้องเหมาะสมกับผู้ใช้บริการ [3]

3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาโมเดลเชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยได้นำแนวคิดทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อพฤติกรรมสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT) [3] เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยมีดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT [3]

4. ระเบียบวิธีวิจัย

การดำเนินการวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีเชิงอธิบาย (explanatory research) ด้วยแบบแผนการวิจัยแบบการออกแบบการพัฒนาทฤษฎี (theory development design) โดย Edmonds & Kennedy [4]

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเป็นบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ จำนวน 364 คน ที่ปฏิบัติงานอยู่ใน ปีการศึกษา 2563 ได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างตามเกณฑ์ของ Hair et al. [5] เสนอว่าเกณฑ์ขั้นต่ำสำหรับการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างขนาดตัวอย่างควรมีประมาณ 10 ต่อการประมาณค่า 1 พารามิเตอร์ โดยโมเดลในการวิจัยในครั้งนี้มีจำนวนที่ต้องการประมาณค่า ทั้งหมด 23 พารามิเตอร์ ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจึงควรเท่ากับ $23 \times 10 = 230$ ตัวอย่าง ซึ่งครอบคลุมขนาดของกลุ่มตัวอย่างและเพียงพอต่อการวิเคราะห์ข้อมูล ($n > 200$) เพื่อการสร้างตัวแบบสมการโครงสร้าง [6] โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (convenience sampling) สำหรับการเก็บตัวอย่างในครั้งนี้หลังจากที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามสำหรับการวิจัยออนไลน์ด้วย Google Form ระหว่างวันที่ 1-30 มีนาคม 2564 เมื่อนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้องแล้ว มีจำนวนข้อมูลที่ใช้ได้จริงในการวิจัยจำนวนทั้งสิ้น 260 ตัวอย่าง

4.2 ตัวแปรที่ศึกษา

4.2.1 ตัวแปรสาเหตุ หมายถึง ตัวแปรอิสระต่าง ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ 1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพของสื่อสังคมออนไลน์ 2) ความคาดหวังในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ 3) อิทธิพลทางสังคมต่อการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ 4) สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ และ 5) พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์

4.2.2 ตัวแปรผล หมายถึง ผลที่ถูกกำหนดเนื่องจากตัวแปรที่จัดกระทำหรือทดลองนั่นเอง ได้แก่ พฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์

4.2.3 ตัวแปรสังเกตได้ หมายถึง ตัวแปรที่สามารถวัดหรือสังเกตได้โดยใช้เครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งตัวแปรสังเกตในการศึกษาค้างนี้มี 6 ตัวแปร ผู้วิจัยกำหนดข้อคำถามสำหรับวัดค่าตัวแปรสังเกตได้ตัวแปรละ 3 ข้อ รวม 18 ข้อ ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์ขั้นต้นสำหรับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงการ [7] ข้อคำถาม ดังตารางที่ 1

4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามโมเดลเชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ แบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อคำถาม จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามวัดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร โดยประยุกต์ข้อคำถามจากแนวคิดแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีของ Venkatesh et al. [3] ประกอบด้วยข้อคำถาม 6 ด้าน ดังนี้ 1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพของสื่อสังคมออนไลน์ 2) ความคาดหวังในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ 3) อิทธิพลทางสังคมต่อการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ 4) สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ 5) พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ และ 6) พฤติกรรมการสื่อสารสังคมออนไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กร ผู้วิจัยกำหนดข้อคำถามสำหรับวัดค่าตัวแปรสังเกตได้ ด้านละ 3 ข้อ รวม 18 ข้อ ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์ขั้นต้นสำหรับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงการ [7] มีลักษณะเป็นมาตรประมาณค่า (rating scale) 7 ระดับ คะแนนเริ่มต้นตั้งแต่ 1 ถึง 7 (7 = มากที่สุด, 6 = มาก, 5 = ค่อนข้างมาก, 4 = ปานกลาง, 3 = ค่อนข้างน้อย, 2 = น้อย และ 1 = น้อยที่สุด) มีความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 มากกว่า 0.50 [8] มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อตั้งแต่ .22 ถึง .74 ซึ่งค่าอำนาจจำแนกของข้อคำถามอยู่ในเกณฑ์ 0.20 ขึ้นไป จึงถือว่าข้อคำถามที่พัฒนาขึ้นมีค่าอำนาจจำแนกใช้ได้ [9] และมีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .86 ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า .070 จึงถือแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยนี้มีค่าความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ [10]

4.4 การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามสำหรับการวิจัยออนไลน์ด้วย Google Form ระหว่างวันที่ 1-30 มีนาคม 2564 เมื่อนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้องแล้ว มีจำนวนข้อมูลที่ใช้ได้จริงในการวิจัยจำนวนทั้งสิ้น 260 ตัวอย่าง ที่จะนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ด้วยการวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) โดยใช้วิธีการประมาณค่าความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum Likelihood: ML) ซึ่งพิจารณาจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) ค่าดัชนีความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Comparative Goodness of Fit Index: CFI) ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) และค่าดัชนีรากมาตรฐานของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (Standard Root Mean Square Residual: SRMR) (พุทพงษ์ สุขสว่าง [11] และ Schumacker & Lomax [12]) เกณฑ์การแปลความหมาย [13] ดังนี้ 1) ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด 2) ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย 3) ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับค่อนข้างน้อย 4) ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 5) ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.50 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับค่อนข้างมาก 6) ค่าเฉลี่ย 5.51 – 6.50 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และ 7) ค่าเฉลี่ย 6.51 – 7.00 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

5. ผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอผลการศึกษาโมเดลเชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ดังนี้

5.1 สถิติพื้นฐานและการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ และค่าความโด่งของตัวแปรในโมเดลเชิงสาเหตุ

ข้อความ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	Sk	Ku	แปลผล
ความคาดหวังในประสิทธิภาพของสื่อสังคมออนไลน์ (PE)	5.23	0.86	ค่อนข้างมาก	-0.76	0.38	ปกติ
PE1 ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันไลน์มีประโยชน์ต่อการสื่อสารภายในองค์กรของท่าน เช่นเข้าถึง รับข้อมูล แจ้งข่าวสาร และนโยบาย	5.24	0.89	ค่อนข้างมาก	-0.82	0.60	ปกติ
PE2 ท่านคิดว่าการใช้แอปพลิเคชันช่วยให้การสื่อสารภายในองค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ และช่วยให้ท่านทำงานร่วมกับผู้อื่นได้สะดวกขึ้น	5.22	0.81	ค่อนข้างมาก	-0.76	0.48	ปกติ
PE3 ท่านคิดว่าการใช้แอปพลิเคชันไลน์ช่วยให้สมาชิกในองค์กรได้รับข้อมูลหลากหลายรูปแบบ เช่น รูปภาพ วิดีโอ เสียง ไฟล์ เอกสาร	5.23	0.85	ค่อนข้างมาก	-0.80	0.53	ปกติ
ความคาดหวังในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (EE)	5.27	0.78	ค่อนข้างมาก	-0.78	0.83	ปกติ

	ข้อความ	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	Sk	Ku	แปลผล
EE1	ท่านคิดว่าการออกแบบหน้าจอแอปพลิเคชันไลน์มีความชัดเจนไม่ซับซ้อน	5.26	0.84	ค่อนข้างมาก	-1.04	2.28	ปกติ
EE2	ท่านคิดว่าการเรียนรู้เพื่อใช้แอปพลิเคชันไลน์สามารถทำได้ด้วยตัวเอง	5.29	0.89	ค่อนข้างมาก	-0.66	0.27	ปกติ
EE3	ท่านคิดว่าขั้นตอนการใช้แอปพลิเคชันไลน์สามารถทำได้ง่าย	5.27	0.85	ค่อนข้างมาก	-1.14	2.58	ปกติ
อิทธิพลทางสังคมต่อการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (SI)		5.35	0.99	ค่อนข้างมาก	-1.01	1.15	ปกติ
SI1	ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กรเนื่องจากผู้บังคับบัญชาสั่งการทางแอปพลิเคชันไลน์	5.11	0.90	ค่อนข้างมาก	-1.02	0.70	ปกติ
SI2	ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์เนื่องจากเพื่อร่วมงานก็ใช้แอปพลิเคชันไลน์สื่อสาร	5.55	1.08	มาก	-1.16	1.76	ปกติ
SI3	ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์เนื่องจากสมาชิกในครอบครัวส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสาร	5.38	0.99	ค่อนข้างมาก	-1.08	0.90	ปกติ
สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (FC)		5.54	0.96	มาก	-0.81	1.12	ปกติ
FC1	ท่านใช้แอปพลิเคชันไลน์เพราะมีทรัพยากรที่เอื้อต่อการใช้แอปพลิเคชันไลน์ เพื่อการสื่อสารภายในองค์กร เช่น สัญญาณอินเทอร์เน็ต	5.70	1.14	มาก	-1.14	1.80	ปกติ
FC2	ท่านคิดว่าสภาพแวดล้อมหรือลักษณะงานของท่านสามารถใช้งานแอปพลิเคชันไลน์สำหรับสื่อสารภายในองค์กรได้ดี	5.50	1.15	ค่อนข้างมาก	-0.58	1.56	ปกติ
FC3	ท่านสามารถของความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงานเมื่อประสบปัญหาจากการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์	5.42	1.23	ค่อนข้างมาก	-0.92	0.86	ปกติ
พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (BI)		5.21	0.92	ค่อนข้างมาก	-0.86	0.93	ปกติ
BI1	ท่านมักคิดอย่างรอบคอบดีแล้วก่อนใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารภายใน	5.39	1.05	ค่อนข้างมาก	-1.01	1.56	ปกติ
BI2	ท่านจะแนะนำเพื่อนร่วมงานให้เข้าร่วมกลุ่มไลน์ เพื่อการสื่อสารภายในองค์กร	5.07	0.94	ค่อนข้างมาก	-0.95	0.61	ปกติ
BI3	ท่านคาดหวังว่าบุคลากรทุกคนจะใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารภายใน	5.18	0.98	ค่อนข้างมาก	-0.90	1.18	ปกติ
พฤติกรรมการสื่อสารสังคมออนไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กร (UB)		5.39	1.02	ค่อนข้างมาก	-0.94	0.96	ปกติ
UB1	ผู้บังคับบัญชาตามลำดับชั้นของท่าน แจ้งข้อมูล ข่าวสาร หรือนโยบายผ่านแอปพลิเคชันไลน์ให้ทราบ	5.20	0.92	ค่อนข้างมาก	-1.06	0.84	ปกติ

ข้อความ	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	Sk	Ku	แปลผล
UB2 ท่านติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงานผ่านแอปพลิเคชันไลน์	5.38	0.94	ค่อนข้างมาก	-1.10	1.38	ปกติ
UB3 ท่านติดต่อสื่อสารกับเพื่อนต่างหน่วยงานผ่านแอปพลิเคชันไลน์	5.58	1.10	มาก	-0.96	0.41	ปกติ
ภาพรวม	5.33	0.92	ค่อนข้างมาก	-0.86	0.90	ปกติ

ภาพรวมค่าเฉลี่ยของตัวแปรในโมเดลเชิงสาเหตุอยู่ในระดับ ค่อนข้างมาก (5.33) เมื่อพิจารณา รายด้านพบว่า สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก (5.54) รองลงมาได้แก่ พฤติกรรมการสื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กร อิทธิพลทางสังคมต่อการใช้งาน สื่อสังคมออนไลน์ ความคาดหวังในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ความคาดหวังในประสิทธิภาพของสื่อสังคม ออนไลน์ และพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (5.39, 5.35, 5.27, 5.23 และ 5.21 ตามลำดับ)

ผลการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุ โดยได้นำมาตรวจสอบการ กระจายข้อมูลของตัวแปรสังเกตได้ในแต่ละปัจจัย โดยการวิเคราะห์ค่าความเบ้ (Skewness) ค่าความโด่ง (Kurtosis) พบว่า ค่าความเบ้อยู่ระหว่าง -1.01 ถึง -0.76 และค่าความโด่งอยู่ระหว่าง 0.38 ถึง 1.15 ซึ่งทั้งสอง ค่านี้้อยู่ระหว่าง ± 3.0 ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าผลการตรวจสอบการกระจายข้อมูลของตัวแปร มีการกระจายของข้อมูลแบบแจกแจงปกติ [14]

5.2 การตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลเชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพกับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ [11, 12]

ดัชนี	เกณฑ์	ค่าสถิติในโมเดล	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติหรือสัดส่วน	$\chi^2 = 57.50$ df=43 p= .08	
	χ^2/df ไม่เกิน 2.00	57.50/43 = 1.28	ผ่านเกณฑ์
GFI	มากกว่า 0.90	1.00	ผ่านเกณฑ์
AGFI	มากกว่า 0.90	0.99	ผ่านเกณฑ์
CFI	มากกว่า 0.95	1.00	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	น้อยกว่า 0.05	0.01	ผ่านเกณฑ์
SRMR	น้อยกว่า 0.05	0.00	ผ่านเกณฑ์

โมเดลเชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายใน องค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยดัชนีในกลุ่มสมบูรณ์ พบว่า ค่าไค-สแควร์ (χ^2) = 57.50, df = 43,

p-value = 0.08, ค่า GFI = 1.00, ค่า AGFI = 0.99, ค่า RMSEA = 0.01 และ ค่า SRMR = 0.00 ส่วนในดัชนีกลุ่มเปรียบเทียบ พบว่า ค่า CFI = 1.00 เมื่อพิจารณาตามเกณฑ์ตามสอดคล้อง พบว่า ค่าไค-สแควร์ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และดัชนีอื่น ๆ ยังชี้ให้เห็นว่า โมเดลเชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

5.3 การศึกษาอิทธิพลของโมเดลเชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

โมเดลเชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า ค่าไค-สแควร์ (X^2) = 57.50, df = 43, p-value = 0.08, ค่า GFI = 1.00, ค่า AGFI = 0.99, ค่า CFI = 1.00, ค่า RMSEA = 0.01 และ ค่า SRMR = 0.00 ค่าสัมประสิทธิ์การทำนายของตัวแปรตามคือ พฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (UB) ได้ร้อยละ 78 ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (UB) ได้แก่ พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (BI) และสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (FC) และตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (UB) โดยส่งผ่านพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (BI) ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพของสื่อสังคมออนไลน์ (PE) ความคาดหวังในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (EE) และ อิทธิพลทางสังคมต่อการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (SI) ดังตารางที่ 3 และภาพที่ 2

สำหรับการพิจารณาเส้นอิทธิพลของตัวแปรแฝงที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ พิจารณาตามลำดับของสมมติฐานในการวิจัยดังนี้

1. สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 0.42
2. พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 0.50
3. ความคาดหวังในประสิทธิภาพของสื่อสังคมออนไลน์ และความคาดหวังในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยส่งผ่านพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 0.65 และ 0.12 ตามลำดับ

4. อิทธิพลทางสังคมต่อการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยส่งผ่านพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 0.10

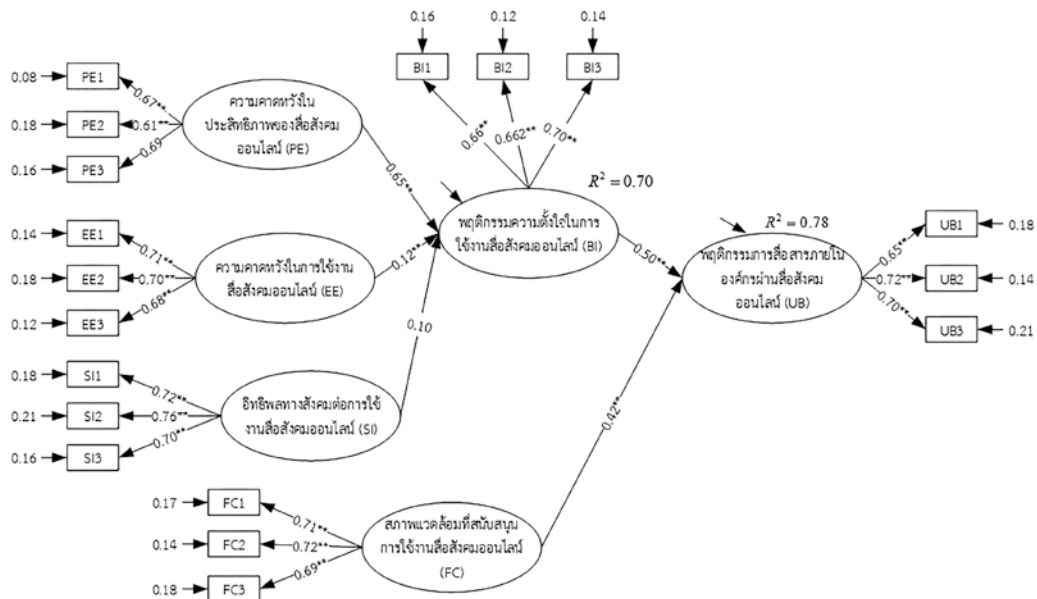
5. ตัวแปรทั้งหมดสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ได้ร้อยละ 78

6. พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มากกว่า สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของตัวแปรแฝงในโมเดลตามสมมติฐาน

ตัวแปรผล	พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (BI)			พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กร (UB)		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
ความคาดหวังในประสิทธิภาพของสื่อสังคมออนไลน์ (PE)	0.65**	-	0.65**	-	0.34**	0.34**
ความคาดหวังในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (EE)	0.12**	-	0.12**	-	0.08	0.08
อิทธิพลทางสังคมต่อการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (SI)	0.10	-	0.10	-	0.06	0.06
สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (FC)	-	-	-	0.42**	-	0.42**
พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (BI)	-	-	-	0.50**	-	0.50**
สัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2)	0.70			0.78		

หมายเหตุ: DE = อิทธิพลทางตรง, IE = อิทธิพลทางอ้อม, TE = ผลรวมอิทธิพล, ** $p < 0.01$



ภาพที่ 2 ผลการตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดลหลังปรับโมเดล

6. สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผลการวิจัย

6.1.1 โมเดลเชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า ค่าไค-สแควร์ (X^2) = 57.50, df = 43, p-value = 0.08, ค่า GFI = 1.00, ค่า AGFI = 0.99, ค่า CFI = 1.00, ค่า RMSEA = 0.01 และ ค่า SRMR = 0.00

6.1.2 ตัวแปรทั้งหมดสามารถรวมกันอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กร ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ได้ร้อยละ 78

6.1.3 สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ความคาดหวังในประสิทธิภาพของสื่อสังคมออนไลน์ และความคาดหวังในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กร และมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กร โดยส่งผ่านพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์

6.2 อภิปรายผล

6.2.1 การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อพฤติกรรม

การสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ พบว่า โมเดลการวัด 5 โมเดล ได้แก่ พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กร พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ความคาดหวังในประสิทธิภาพของสื่อสังคมออนไลน์ ความคาดหวังในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ และสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของ Venkatesh et al. [3] และมี 1 โมเดลการวัดที่ไม่สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของ Venkatesh et al. [3] คือ อิทธิพลทางสังคมต่อการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์

6.2.2 ความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

1) ผลการศึกษาด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพของสื่อสังคมออนไลน์ และด้านความคาดหวังในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ แสดงว่าพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านแอปพลิเคชันของบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ใช้งานโดยเชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีใด ๆ จะทำให้ได้รับประโยชน์เพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานช่วยให้บรรลุผลได้ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT) ของ Venkatesh et al. [3] และสอดคล้องกับ ยงยุทธ บุญกิจ และ สมชาย เล็กเจริญ [15] และ ศุภสันต์ เกิดสวัสดิ์ และสมุลย์ ปานคำ [16] ที่พบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพ มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ และจากการศึกษาของ AbuShanab & Pearson [17] ที่พบว่า ลูกค้ำที่มีความคาดหวังถึงประสิทธิภาพสูง ก็จะมีพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งานระบบธนาคารออนไลน์สูงไปด้วย ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญรองลงมาได้แก่ ด้านความคาดหวังในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากแอปพลิเคชันไลน์เป็นระบบที่เข้าใจได้ง่าย สามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานได้ง่ายและขั้นตอนการใช้งานที่มีความสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ramon et al. [18] ที่พบว่า ความคาดหวังจากประสิทธิภาพ ความคาดหวังความพยายาม เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันออนไลน์ผ่านระบบโทรศัพท์มือถือสำหรับร้านอาหาร ซึ่ง ศุภสันต์ เกิดสวัสดิ์ และสมุลย์ ปานคำ [16] ที่พบว่า ความคาดหวังในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์

2) ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ และด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กร แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เป็นปัจจัยสำคัญมากที่สุด เนื่องจากบุคลากรในองค์กรมีความต้องการที่จะใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง จึงช่วยสนับสนุนให้มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กรเป็นประจำ และมีความตั้งใจที่จะแนะนำให้เพื่อนร่วมงานใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT) ของ Venkatesh et al. [3] และทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนของ Ajzen [19] ที่กล่าวว่า ความตั้งใจเป็นปัจจัยหลัก (Central Factor) ในการกำหนดพฤติกรรมของบุคคลเป็นปัจจัยจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม และ Venkatesh

et al. [20] พบว่า พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางตรงต่อพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยงยุทธ บุญกิจ และสมชาย เล็กเจริญ [15] และศุภสันต์ เกิดสวัสดิ์ และสุมาลย์ ปานคำ [16] ที่พบว่า พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านแอปพลิเคชันไลน์ ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญรองลงมาได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากลักษณะงานของบุคลากรในองค์กรมีผลให้สามารถใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กรได้ตลอดเวลาและมีความรู้ทางเทคโนโลยีมากพอที่จะใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กร สอดคล้องกับ Venkatesh et al. [20] พบว่า สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้งานเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางตรงต่อพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี และยงยุทธ บุญกิจ และสมชาย เล็กเจริญ [15] และศุภสันต์ เกิดสวัสดิ์ และสุมาลย์ ปานคำ [16] พบว่า สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านแอปพลิเคชันไลน์

3) ผลการศึกษาด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพของสื่อสังคมออนไลน์ และด้านความคาดหวังในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กรโดยส่งผ่านพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ แสดงว่า หน่วยงานหรือองค์กรควรให้ความสำคัญต่อการดำเนินการส่งเสริมให้บุคลากรมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กรโดยมุ่งเน้นในเรื่องความคาดหวังในประสิทธิภาพของสื่อสังคมออนไลน์ ความคาดหวังในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ อิทธิพลทางสังคมต่อการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sarapat & Lekcharoen [21] ที่พบว่า ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ มีอิทธิพลทางอ้อมและมีอิทธิพลรวมมากที่สุดต่อปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กร เนื่องจากผู้ใช้งานเทคโนโลยีรับรู้ประโยชน์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรทำให้ได้รับรู้ข่าวสารและบรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างรวดเร็ว และศุภสันต์ เกิดสวัสดิ์ และสุมาลย์ ปานคำ [16] ที่พบว่า ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ และด้านความคาดหวังในการใช้งานมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กรโดยส่งผ่านพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน

6.3 ข้อเสนอแนะ

6.3.1 ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยที่พบว่า พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ และสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ และความคาดหวังในประสิทธิภาพของสื่อสังคมออนไลน์ ความคาดหวังในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ และ อิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยส่งผ่านพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ที่มีการปฏิบัติงานที่บ้านเป็นส่วนใหญ่การสื่อสารภายในองค์กรเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้การปฏิบัติงานของบุคลากรเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้น ผู้บริหารและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรนำผลการวิจัยไปปรับปรุงและส่งเสริมกระบวนการสื่อสารภายในองค์กรมากยิ่งขึ้น

6.3.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

1) ผลการวิจัยในครั้งนี้ พบว่าพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กร พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ความคาดหวังในประสิทธิภาพของสื่อสังคมออนไลน์ ความคาดหวังในการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ และสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพได้ ร้อยละ 78 ในการวิจัยครั้งต่อไป จึงควรจะมีการศึกษาปัจจัยด้านต่าง ๆ เพิ่มเติม เช่น ปัจจัยด้านความเคยชิน ด้านมูลค่าต่อประโยชน์ที่ได้รับ และแรงจูงใจด้านความบันเทิง เป็นต้น

2) ควรศึกษาแนวทางในการส่งเสริมให้บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพกับกลุ่ม 9 มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาดำรงการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อสร้างความเข้าใจในการทำงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- [1] สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). รายงานผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2564. กรุงเทพฯ: สำนักยุทธศาสตร์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน)
- [2] สิงห์ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2555). ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ. KMITL Information Technology Journal, 1(1). ค้นเมื่อ วันที่ 12 พฤศจิกายน 2564 จาก <http://journal.it.kmitl.ac.th>
- [3] Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. MIS quarterly, 27(3), 425-487.
- [4] Edmonds, W. A. & Kennedy, T. D. (2017). An applied guide to research designs: Quantitative, qualitative, and mixed methods. London: Sage.
- [5] Hair, J.F et al. (2014) .Multivariate data analysis a global perspective (7th ed.). New Jersey: Prentice-Hall International.
- [6] Madden, T. J. & Dillon, W. R. (1982). Causal analysis and latent class models: An application to a communication hierarchy of effects model. Journal of Marketing Research, 19, 472-490.
- [7] สัจจวรรณ อดิระโทก. (2557). โมเดลสมการโครงสร้างสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์. เอกสารประกอบการสอน. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- [8] Rovinelli, R., & Hambleton, R. K. (1976). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. Washington, D.C. : ERIC.

- [9] บุญชม ศรีสะอาด. (2556). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1.พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- [10] Nunnally, J. C. (1978) Psychometric theory (2nd Ed.). New York : McGraw-Hill.
- [11] พูลพงศ์ สุขสว่าง. (2560). โมเดลสมการโครงสร้าง. กรุงเทพฯ: วัฒนาพานิช.
- [12] Schumacker, R. E. & Lomax, R. G. (2016). A beginner's guide to structural equation modeling. (4th ed.). New York: Taylor and Francis.
- [13] สุพัฒน์ สุกมลสันต์. (2535). รายงานการวิจัยเรื่อง การอภิเคราะห์และการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเรียน การสอนภาษาอังกฤษในระหว่างปี 2515 – 2530. กรุงเทพฯ: ฝ่ายวิจัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [14] กริช แร่งสูงเนิน. (2554). การวิเคราะห์ปัจจัยด้วย SPSS และ AMOS เพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: เอ็ดดูเคชั่น.
- [15] ยงยุทธ บุญกิจ และสมชาย เล็กเจริญ. (2562). รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. รัฐศาสตรสนเทศ, 25(1), 106-124.
- [16] ศุภสันต์ เกิดสวัสดิ์ และสุมาลย์ ปานคำ. (2563). รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านโซเชียลมีเดียของข้าราชการโรงเรียนเตรียมทหาร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ. วารสารศรีนครินทร์วิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 12(2), 103-112.
- [17] AbuShanab, E. & Pearson, J. M. (2007). Internet banking in Jordan the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) perspective. Journal of Systems and Information Technology, 9(1), 78-97
- [18] Ramon P.-S., Santiago F.-C., Javier S.-G., & Emilio R. (2019). User Acceptance of Mobile Apps for Restaurants: An Expanded and Extended UTAUT-2. Sustainability, 2019, 11, (1210). doi:10.3390/su11041210
- [19] Ajzen, I. (2012). The theory of planned behavior. In P. A. M. Lange, A. W. Kruglanski & E. T. Higgins (Eds.), Handbook of theories of social psychology (Vol. 1, pp. 438-459). London: Sage.
- [20] Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. MIS Quarterly, 36(1), 157-178.
- [21] Sarapat. A, & Lekcharoen.S. (2017). A Causal Relationship Model of Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Affecting Officers in the Armed Forces Academies Preparatory School's Internal Communication Behavior via Social Media Application. pp. 181-189. In 3rd National and International Conference on Education Research and Social Development. 27-28 April 2017, Rangsit University, Pathumthani, Thailand.