

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการยอมรับโซเชียล โอแพค สำหรับห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา

ปิยวรรณ ขาวฟุ่ม¹

กิมศักดิ์ เอ็งฉ้วน²

อดิศักดิ์ สุขกุล³

ยุทธพล วิเชียรอินทร์⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการยอมรับโซเชียล โอแพค สำหรับผู้ใช้บริการห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ (2) ตัวแบบการพยากรณ์ (Prediction) และตัวแปรที่มีผลกระทบต่อการยอมรับโซเชียล โอแพค กับความถี่ในการสืบค้นโซเชียล โอแพค

วิธีการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ใช้บริการในการสืบค้นสารสนเทศออนไลน์ โซเชียล โอแพค จากห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ 5 แห่ง จำนวน 379 คน ได้มาจากการแบ่งชั้นภูมิตามสถานศึกษา โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการหาค่าการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลสรุปการวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้ใช้ยอมรับโซเชียล โอแพค ด้านการสังเกตได้ของนวัตกรรม และด้านความเข้ากันได้ของนวัตกรรม ซึ่งเป็นตัวแปรที่อธิบายแนวโน้มความถี่ในการสืบค้น Quick Search และการสืบค้น Advanced Search มากที่สุด ตามลำดับ ในขณะที่ผู้ใช้ยอมรับโซเชียล โอแพค ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบของนวัตกรรม เป็นตัวแปรที่อธิบายแนวโน้มความถี่ในการสืบค้น Heading Search และการสืบค้น 3 ประเภท มากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสนับสนุนและสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

คำสำคัญ: การแพร่กระจายนวัตกรรม, การยอมรับนวัตกรรม, โซเชียลโอแพค, ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

² อาจารย์ประธานสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ ระดับปริญญาโท คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง (อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์)

³ อาจารย์ประจำสาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์)

⁴ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำแขนงวิชารังสีเทคนิค คณะเทคนิคการแพทย์ มหาวิทยาลัยมหิดล (อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์)

Factors Affecting the Adoption of Social OPAC for Academic Libraries

Piyawan Khawphum¹
Peemasak Angchun²
Adisak Sukul³
Yudthaphon Vichianin⁴

ABSTRACT

The objectives of this research were to: 1) study factors affecting the adoption of social OPAC for academic libraries 2) study the prediction and variable of Social OPAC uses and the frequency of Social OPAC uses. The number of samples in this study was 379 users of Social OPAC for Academic Libraries.

This research use online questionnaire tested about factors that affect the Diffusion and Adoption of Social OPAC. Using techniques of descriptive statistics, the researcher analyzed the data collected in terms of percentage, frequency, mean and standard deviation. Multiple regression analysis method was also employed to test research hypotheses. Findings are as followings: The aspect of observe ability and compatibility of innovation affected the adoption of Social OPAC and were the explanatory variables for frequency in retrieving information using Quick Search and Advanced Search. Also, the aspect of relative advantage in innovation affected the adoption of Social OPAC and was an explanatory variable towards frequency in the retrieval of information using Heading Search and all three searching apparatuses mentioned.

Keyword: Diffusion Innovation, Adoption Innovation, Social OPAC, Academic Libraries

¹Master student, Department of Library and Information Sciences, Faculty of Humanities, Ramkhamhaeng University

²Ph.D. (Library and Information Science), Faculty member of the Department of Library and Information Sciences, Faculty of Humanities, Ramkhamhaeng University

³ Ph.D. (Computer Science), Faculty member of the Department of Computer Science, Faculty of Science, King Mongkut's Institute of Technologies Ladkrabang

⁴ Ph.D. (Communication and Information Sciences), Assistant Professor, Department of Radiological Technology, Faculty of Medical Technology, Mahidol University

บทนำ

เมื่อเทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง ห้องสมุดจึงได้รับผลกระทบโดยตรงจากการพัฒนาเทคโนโลยี เพราะห้องสมุดเป็นแหล่งจัดเก็บ เผยแพร่ทรัพยากรสารสนเทศ และมีการดำเนินงานโดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร รวมทั้งเทคโนโลยีเว็บเพื่อการจัดการ และดำเนินงานห้องสมุด โดยใช้เว็บไซต์เป็นเครื่องมือหลักในการให้บริการแก่ผู้ใช้และติดต่อสื่อสาร รวมถึงการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของห้องสมุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งนวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศ Web2.0 ถูกพัฒนาขึ้นมาอย่างรวดเร็ว ซึ่งผู้คนทั่วโลกสามารถติดต่อสื่อสาร พูดคุยแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลข่าวสารกันอย่างไร้พรมแดนที่เรียกว่า สังคมออนไลน์ (social network) (ณัฐ สมณคุปต์, 2554) จากคุณลักษณะดังกล่าว ก่อให้เกิดเทคโนโลยี Library 2.0 ซึ่งห้องสมุดได้นำมาประยุกต์ใช้ในการให้บริการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ และเพิ่มช่องทางการสืบค้น ตลอดจนสามารถเผยแพร่สารสนเทศให้แก่ผู้ใช้โดยการแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร ส่งผลให้ผู้ใช้มีส่วนร่วมในการเพิ่มเติมเนื้อหาที่ต้องการเพื่อเป็นการเชื่อมโยงข้อมูล และเข้าถึงข้อมูลห้องสมุดในเรื่องที่ต้องการมาใช้ประโยชน์ได้ง่าย (น้ำทิพย์ วิภาวิน , 2542)

จากการพัฒนาระบบการสืบค้นทรัพยากรของห้องสมุดในรูปแบบใหม่ จึงได้เกิดระบบการสืบค้นสารสนเทศออนไลน์ โซเชียล โอแพค (SOPAC : social online public access catalog) เป็นส่วนหนึ่งของระบบห้องสมุดอัตโนมัติวีทีแอลเอส ซึ่งพัฒนาจัดจำหน่าย และให้บริการโดยบริษัทวีทีแอลเอส (VTLS) (vtls, 2013) และเผยแพร่ระบบดังกล่าวในประเทศไทยครั้งแรกโดยบริษัทบู๊คโปรโมชัน แอนด์ เซอร์วิส จำกัด ในปี 2553 โดยเป็นระบบงานย่อยของโปรแกรมระบบห้องสมุดอัตโนมัติวีทีแอลเอส เพื่อสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศออนไลน์ที่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงและค้นคืนทรัพยากรสารสนเทศที่ต้องการ

ปัจจุบันห้องสมุดในประเทศไทยมีการนำระบบการสืบค้นสารสนเทศออนไลน์ โซเชียล โอแพคมาใช้กันอย่างแพร่หลาย ซึ่งระบบดังกล่าวได้นำเอาคุณสมบัติของ refine search และ facet มาใช้แก้ปัญหาการสืบค้นเพื่อเป็นแนวทางการสืบค้นให้แก่ผู้ใช้ โดยระบบการสืบค้นสารสนเทศออนไลน์ โซเชียล โอแพค ได้นำนวัตกรรมใหม่มาปรับใช้ และเผยแพร่ไปยังเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งสร้างขึ้นมาจากคำนึกถึงผู้ใช้เป็นหลัก เพื่อการเข้าถึงที่ง่าย สะดวก และรวดเร็ว รวมทั้งบูรณาการกับระบบการลงรายการบรรณานุกรม (catalog) โดยทำให้ผู้ใช้ห้องสมุดสามารถมีส่วนร่วมในการกำหนดกลุ่มคำ (tag) การประเมินค่าความนิยม (rate) การวิจารณ์หนังสือ (review) และเผยแพร่ไปยังสื่อสังคมออนไลน์ (share) โดยสารสนเทศที่ผู้ใช้แลกเปลี่ยนจะถูกนำไปใช้กับระบบห้องสมุด และเป็นสื่อที่ให้บริการเชื่อมโยงทางเครือข่ายสังคม และกลายมาเป็นสิ่งที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในชีวิตประจำวัน รวมทั้งห้องสมุดในสถาบันต่าง ๆ ด้วย

เมื่อมีการใช้งานระบบโซเชียล โอแพคอย่างแพร่หลาย สังเกตได้ว่าผู้ใช้บางส่วนมักมีปัญหาในเรื่องของความไม่เข้าใจ ความไม่รู้ และความไม่แน่ใจในเทคโนโลยีว่าจะเหมาะสมสำหรับนำไปใช้ ส่งผลให้ไม่ใช้คุณสมบัติเพิ่มเติมของระบบ และอาจจะไม่ยอมรับเนื่องจากขาดทักษะการรู้สารสนเทศรวมทั้งอินเทอร์เน็ต ประเด็นสำคัญประการหนึ่งของการนำนวัตกรรมไปใช้ คือการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีของห้องสมุด (ปราวีณยา สุวรรณ ณัฐโชติ และ ปรัชญนันท์ นิลสุข, 2548) ซึ่งการนำระบบการสืบค้นสารสนเทศออนไลน์ โซเชียล โอแพค เข้ามาใช้ในการให้บริการแก่ผู้ใช้เพื่อก้าวเข้าสู่เทคโนโลยียุคปัจจุบัน แต่สิ่งที่สะท้อนให้เห็นพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่ต้องปรับเปลี่ยนไปเพื่อสอดคล้องกับเทคโนโลยีนั้นตามที่ Paul A. H. และ Ralph, L. D. (1992) ได้กล่าวว่า ความล้มเหลว

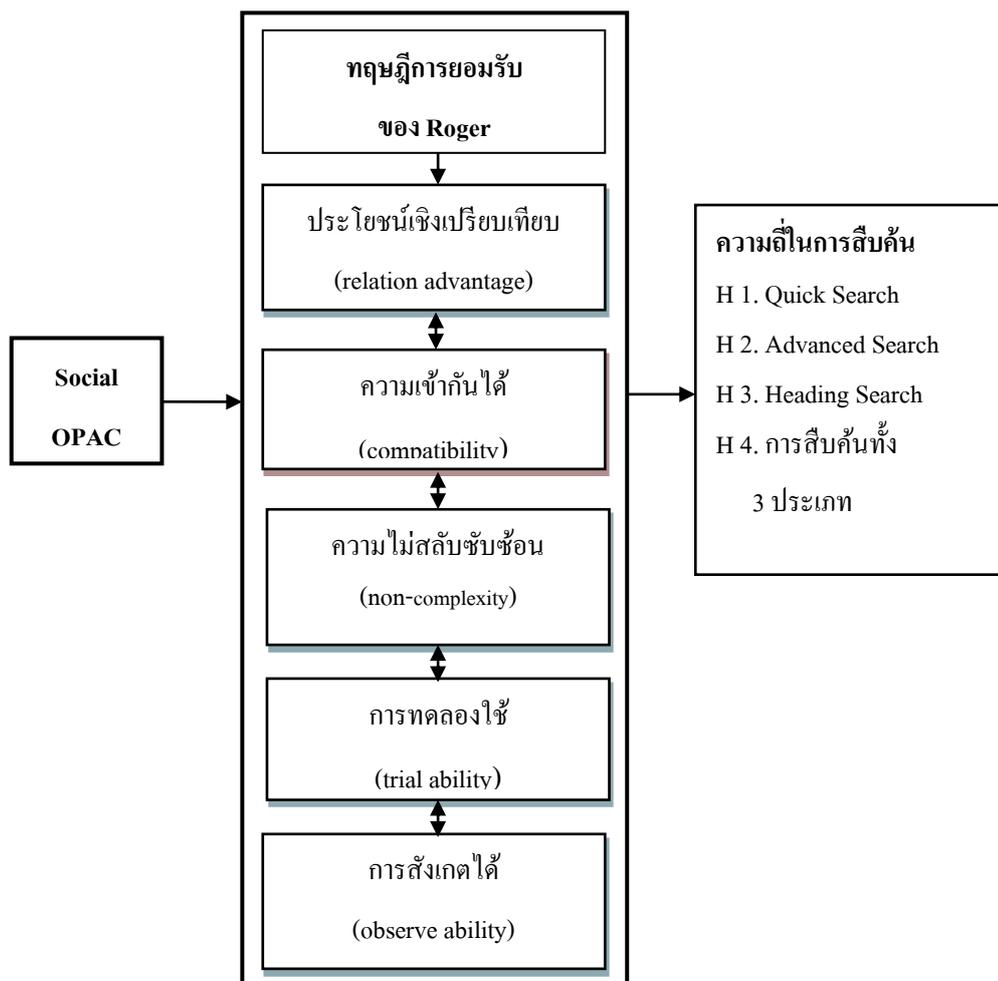
ของการให้บริการระบบการสืบค้นสารสนเทศออนไลน์ คือ การขาดการยอมรับจากกลุ่มคนที่มองว่าการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่เป็นการเสียเวลาและไม่คุ้มค่ากับผลประโยชน์ที่จะได้รับจากเทคโนโลยี สอดคล้องกับบทความของ ปราวีณยา สุวรรณณัฐโชติ และ ปรัชญนันท์ นิลสุข (2548) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีของผู้บริหารสถานศึกษาและครูอาจารย์ จากการศึกษาพบว่า การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีนั้น ขึ้นอยู่กับตัวของคุณค่าเป็นสำคัญตราบดีที่บุคคลเห็นว่า นวัตกรรมและเทคโนโลยีไม่มีประโยชน์ ไม่เข้าใจในประโยชน์ ไม่รับรู้หรือไม่ทราบไม่เคยชินกับเทคโนโลยีเหล่านั้น ก็จะทำให้ นวัตกรรมและเทคโนโลยีไม่ถูกนำไปเผยแพร่ ไม่ว่าจะ นวัตกรรม และเทคโนโลยีจะดีเพียงใด การยอมรับที่จะทำความรู้จัก เข้าใจการนำไปใช้จนเป็นนิสัยหรือนำไปใช้ อย่างเกิดประโยชน์สูงสุดของนวัตกรรมและเทคโนโลยีขึ้นอยู่กับบุคคลด้วย โดยนำทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory) ของ โรเจอร์และชูมาเกอร์ (Rogers and Shoemaker, 1971) มาปรับใช้อีกทั้งระบบการสืบค้นสารสนเทศออนไลน์ โซเชียล โอแพค เป็นนวัตกรรมที่ใหม่ในวงการห้องสมุดในประเทศไทย และยังมีผู้วิจัยเกี่ยวกับคุณค่าและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การยอมรับโซเชียล โอแพค สำหรับห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา จากความสำคัญดังกล่าวจึงศึกษาวิจัยเรื่องนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การยอมรับโซเชียล โอแพค สำหรับผู้ใช้บริการห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ
2. เพื่อศึกษาตัวแบบการพยากรณ์ และตัวแปรที่มีผลกระทบต่อ การยอมรับโซเชียล โอแพค กับความถี่ในการใช้งานสืบค้น โซเชียล โอแพค สำหรับผู้ใช้บริการห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

กรอบแนวคิดและสมมติฐานในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดและสมมติฐานในการวิจัย ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยและสมมติฐานในการวิจัย

ที่มา: การยอมรับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ของบุคลากรทางการแพทย์ในโรงพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ อุบลราชธานี (หน้า 15), โดย นันทาศิณี พิริยะ เศรษฐ์โสภณ, 2545, กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวความคิดสำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้อาศัยทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory) ของ โรเจอร์และชูมาคเกอร์ (Rogers and Shoemaker) และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนกรอบแนวคิด ลูกศรได้แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพยากรณ์ กับตัวแปรตาม ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ 1. ความมีความมีความประโยชน์เชิงเปรียบเทียบของนวัตกรรม 2. ความเข้ากันได้ของนวัตกรรม 3. ความไม่สลับซับซ้อนของนวัตกรรม 4. การทดลองใช้นวัตกรรม และ 5. การสังเกตได้ของนวัตกรรม เป็นตัวแปรที่อธิบายถึงแนวโน้มความถี่ การใช้ระบบการสืบค้นสารสนเทศออนไลน์ โซเชียล โอแพค ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้ส่งผลให้เกิดการยอมรับการแพร่กระจายของนวัตกรรม โดยผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดนี้เป็นแนวทางสำหรับการตั้งสมมติฐานและวิธีดำเนินการวิจัย

สมมุติฐานของการวิจัย

1. การยอมรับโซเชียล โอแพค เป็นตัวแปรที่อธิบายแนวโน้มความถี่ในการสืบค้น Quick Search
2. การยอมรับโซเชียล โอแพค เป็นตัวแปรที่อธิบายแนวโน้มความถี่ในการสืบค้น Advanced Search
3. การยอมรับโซเชียล โอแพค เป็นตัวแปรที่อธิบายแนวโน้มความถี่ในการสืบค้น Heading Search
4. การยอมรับโซเชียล โอแพค เป็นตัวแปรที่อธิบายแนวโน้มความถี่ในการสืบค้นทั้ง 3 ประเภท

(การยอมรับโซเชียล โอแพค : ตัวแปรพยากรณ์ ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ความมีประโยชน์เชิงเปรียบเทียบของนวัตกรรม ความเข้ากันได้ของนวัตกรรม ความไม่สลับซับซ้อนของนวัตกรรม การทดลองใช้นวัตกรรม และการสังเกตได้ของนวัตกรรม: จากทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory) ของ โรเจอร์ และชูมาเกอร์ (Rogers and Shoemaker)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร คือ ผู้ใช้งานโซเชียล โอแพค โดยประกอบด้วย นักศึกษา อาจารย์ บรรณารักษ์ปฏิบัติหน้าที่ให้บริการทรัพยากรสารสนเทศ จากห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ จำนวน 5 แห่ง ประกอบด้วย สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี, ศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม และสำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย โดยผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 397 คน จากประชากรทั้งหมด 47,651 คน และใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (stratified random sampling)
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปทาง e-mail, twitter และ Facebook ได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ทั้งสิ้น 379 ชุด คิดเป็น 95%

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลเกี่ยวกับการสืบค้นสารสนเทศของห้องสมุด

ผู้ใช้ที่ได้ศึกษามีจำนวน 379 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 57) ซึ่งมีสถานภาพเป็นนักศึกษา (ร้อยละ 61) รองลงมาคือ บรรณารักษ์ (ร้อยละ 22) ถัดมา บุคคลภายนอก (ร้อยละ 15) และอาจารย์ (ร้อยละ 2) ตามลำดับ และผู้ใช้ส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 72) รองลงมาคือระดับปริญญาโท (ร้อยละ 15) และระดับปริญญาเอก (ร้อยละ 14) โดยอุปกรณ์ที่ใช้ในการสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศออนไลน์ โซเชียล โอแพค ส่วนใหญ่นิยมใช้คอมพิวเตอร์หรือโน้ตบุ๊กส่วนตัว (ร้อยละ 58) รองลงมาคือ คอมพิวเตอร์ของห้องสมุด (ร้อยละ 25) โทรศัพท์มือถือ (ร้อยละ 11) และ แท็บเล็ตหรือไอแพด (ร้อยละ 5) ตามลำดับ และสถานที่ในการสืบค้น ส่วนใหญ่นิยมสืบค้นข้อมูลที่ห้องสมุด (ร้อยละ 35) รองลงมา คือ บริเวณมหาวิทยาลัย (ร้อยละ 34) และ หอพัก (ร้อยละ 31) ตามลำดับ

การอบรมวิธีการใช้งานโซเชียลโอแพค ผู้ใช้ส่วนใหญ่ ไม่ได้ผ่านการอบรมวิธีการใช้งาน คิดเป็น (ร้อยละ 55) โดยความถี่ในการสืบค้นผ่านโซเชียล โอแพค ต่อสัปดาห์ มีความถี่ระหว่าง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ มากที่สุด (ร้อยละ 79) และผู้ใช้ส่วนใหญ่เคยใช้การสืบค้นซ้ำ (Refine search) (ร้อยละ 64) โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้ไม่เคยแสดงความ คิดเห็น (write a review) และผู้ใช้ส่วนใหญ่ไม่เคยประเมินค่าความนิยมในรายการทรัพยากรหนังสือ (ร้อยละ 64) และผู้ใช้ส่วนใหญ่นิยมแบ่งปัน (shared) ผลการสืบค้นสื่อไปยังสังคมออนไลน์ Facebook (ร้อยละ 54)

ผู้ที่มีระดับการยอมรับโซเชียลโอแพค ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบของนวัตกรรม โดยรวมมีคะแนน เฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่มีการยอมรับอยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อโดยข้อที่ มีค่าเฉลี่ยสูงลำดับแรก คือ โซเชียล โอแพค ทำให้การสืบค้นง่าย, สะดวก และรวดเร็วขึ้น รองลงมา คือ โซเชียล โอ แพคดีกว่าและมีประโยชน์มากกว่าโอแพค ในรูปแบบเก่า ตามลำดับ

ผู้ที่มีระดับการยอมรับโซเชียล โอแพค ด้านความเข้ากันได้ของนวัตกรรม โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ใน ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่มีการยอมรับ อยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุด คือ การเรียนรู้การใช้ โซเชียล โอแพคเป็นเรื่องง่าย สามารถทำความเข้าใจและเรียนรู้ด้วยตนเองได้ รองลงมา คือ ผลลัพธ์จากการสืบค้นผ่าน โซเชียล โอแพค เป็นที่น่าพอใจและได้รับข้อมูลที่ตรงกับความต้องการ

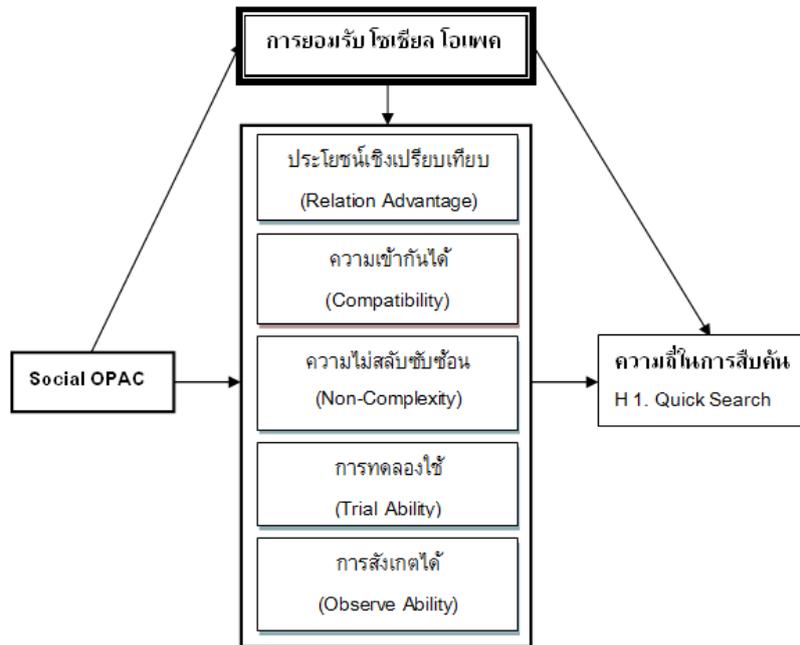
ผู้ที่มีระดับการยอมรับโซเชียล โอแพค ด้านความไม่สลับซับซ้อนของนวัตกรรม โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ใน ระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการยอมรับอยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุด คือ คุณสมบัติที่หลากหลาย ของโซเชียลโอแพค ส่งผลให้การใช้งานแต่ละคุณสมบัติของโซเชียลโอแพค และ ไม่ยากต่อการทำความเข้าใจ รองลงมา คือ จะแนะนำให้เพื่อนใช้โซเชียล โอแพค เพื่อสืบค้นทรัพยากรจาก ฐานข้อมูลห้องสมุด

ผู้ที่มีระดับการยอมรับโซเชียลโอแพค ด้านการทดลองใช้นวัตกรรม โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการยอมรับ อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงลำดับแรก คือ การอบรม และแนะนำวิธีการใช้รายบุคคลจะทำให้ผู้ใช้ยอมรับโซเชียล โอแพคได้อย่างรวดเร็ว รองลงมา คือ มีโอกาสได้ทดลอง ใช้โซเชียล โอแพคซึ่งส่งผลให้ยอมรับโซเชียล โอแพคได้เร็วขึ้น ตามลำดับ

ผู้ที่มีระดับการยอมรับโซเชียล โอแพค ด้านการสังเกตได้ของนวัตกรรม โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการยอมรับอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การที่ ห้องสมุดนำโซเชียล โอแพค มาใช้ส่งผลให้มีความน่าสนใจและ เกิดความทันสมัย รองลงมา คือ การสืบค้นของโซ เชียล โอแพครูปแบบใหม่ สามารถสังเกตได้ง่ายขึ้น

ผลการทดสอบสมมติฐาน

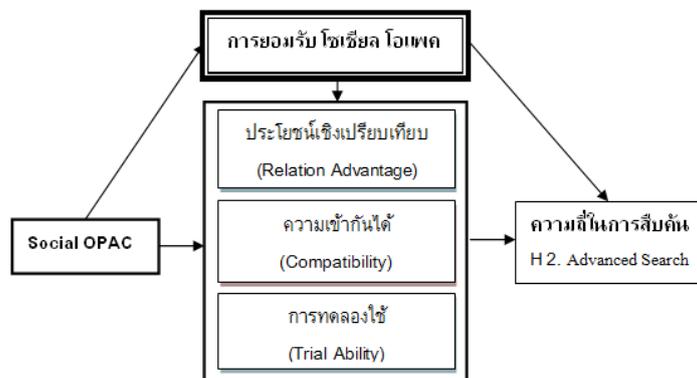
สมมติฐานที่ 1 (H1) การยอมรับโซเชียล โอแพค เป็นตัวแปรที่อธิบายแนวโน้มความถี่ในการสืบค้น Quick Search



ภาพประกอบ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน (H1)

ผลการทดสอบสมมติฐาน (H1) พบว่า ตัวแปรทั้ง 5 ที่อธิบายแนวโน้มปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับโซเชียล โอแพค สำหรับห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา มีผลต่อความถี่ของการใช้งานการสืบค้นอย่างรวดเร็ว ได้ถึง 70% เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรแต่ละตัว พบว่าตัวแปรมีความสำคัญมาก คือ ด้านการสังเกตได้ของนวัตกรรม รองลงมา ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงสนับสนุนสมมติฐานการวิจัย สามารถสรุปได้ว่าข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาใช้สำหรับการทดสอบสมมติฐานการวิจัยครั้งนี้ มีหลักฐานยืนยันเชิงประจักษ์ (empirical evidence) ที่สนับสนุน และสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ ขณะเดียวกันตัวแปรอิสระการสังเกตได้ และประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ สามารถพยากรณ์แนวโน้มความถี่ของการใช้งาน Quick Search ได้ 19% และ 10% ตามลำดับ

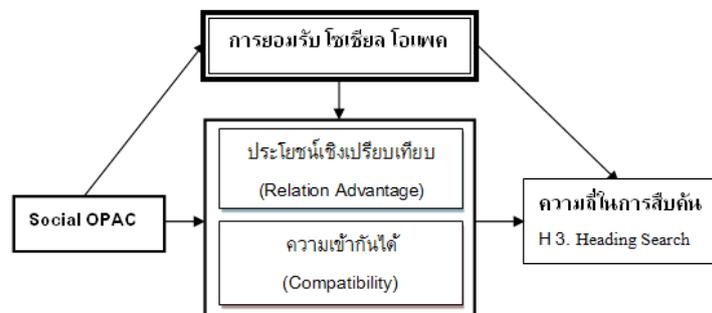
สมมติฐานที่ 2 การยอมรับโซเชียล โอแพค เป็นตัวแปรที่อธิบายแนวโน้มความถี่ในการสืบค้น Advanced Search



ภาพประกอบ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน (H2)

ผลการทดสอบสมมติฐาน (H2) พบว่า มีเพียงแค่ตัวแปร 3 ตัว ที่อธิบายแนวโน้มปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การยอมรับโซเชียล โอแพค สำหรับห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา มีผลต่อความถี่ของการใช้งาน Advance Search ได้ถึง 62% เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรแต่ละตัว พบว่าตัวแปรมีความสำคัญตามลำดับ คือ ด้านความเข้ากันได้ของนวัตกรรม ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ และด้านการสามารถนำไปทดลองใช้ ซึ่งมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงเป็นไปตามสมมติฐาน สามารถสรุปได้ว่าข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาใช้สำหรับ การทดสอบสมมติฐานการวิจัยครั้งนี้ มีหลักฐานยืนยันเชิงประจักษ์ (empirical evidence) ที่สนับสนุนและ สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ ขณะเดียวกันตัวแปรอิสระ ด้านความเข้ากันได้ของนวัตกรรม และ ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบของนวัตกรรม สามารถพยากรณ์แนวโน้มความถี่ของการใช้งาน Advance Search ได้ 29% และ18% ตามลำดับ

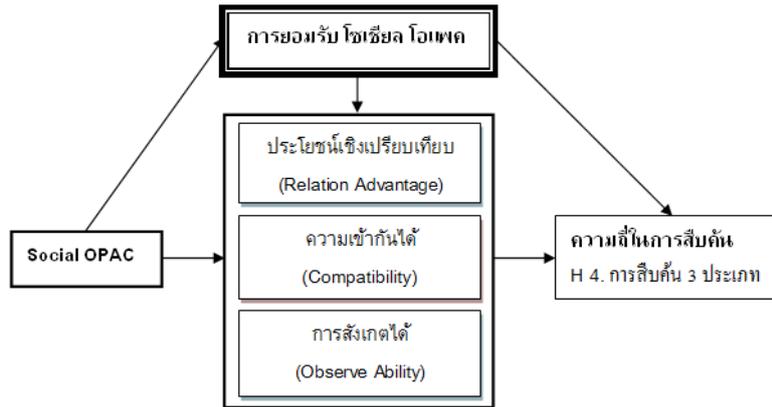
สมมติฐานที่ 3 (H3) การยอมรับโซเชียล โอแพค เป็นตัวแปรที่อธิบายแนวโน้มความถี่ในการสืบค้น Heading Search



ภาพประกอบ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน (H3)

ผลการทดสอบสมมติฐาน (H3) พบว่า มีเพียงแค่ตัวแปร 2 ตัว ที่อธิบายแนวโน้มปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การยอมรับโซเชียล โอแพค สำหรับห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา มีผลต่อความถี่ของการใช้งาน Heading Search ได้ ถึง 55% เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรแต่ละตัว พบว่าตัวแปรมีความสำคัญตามลำดับ คือ ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ และด้านความเข้ากันได้ของนวัตกรรม ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงเป็นไปตามสมมติฐาน สามารถสรุปได้ว่าข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาใช้สำหรับการทดสอบสมมติฐานการวิจัยครั้งนี้ มี หลักฐานยืนยันเชิงประจักษ์ (empirical evidence) ที่สนับสนุนและสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ ขณะเดียวกันตัวแปรอิสระ ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ รองลงมา ด้านความเข้ากันได้ของนวัตกรรม สามารถ พยากรณ์แนวโน้มความถี่ของการใช้งาน Heading Search ได้ 27% และ24% ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 4 (H4) การยอมรับโซเชียล โอแพค เป็นตัวแปรที่อธิบายแนวโน้มความถี่ในการสืบค้น 3 ประเภท



ภาพประกอบ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน (H4)

ผลการทดสอบสมมติฐาน (H4) พบว่า มีเพียงแค่ตัวแปร 3 ตัว ที่อธิบายแนวโน้มปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การยอมรับโซเชียล โอแพค สำหรับห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา มีผลต่อความถี่ของการทำงานการสืบค้น ได้ถึง 75% เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรแต่ละตัว พบว่าตัวแปรมีความสำคัญตามลำดับ คือ ด้าน ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ด้านความเข้ากันได้ของนวัตกรรม และด้านการสามารถสังเกตเห็นผลได้ ซึ่งมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงเป็นไปตามสมมติฐาน สามารถสรุปได้ว่าข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาใช้ในการ ทดสอบสมมติฐานการวิจัยครั้งนี้ มีหลักฐานยืนยันเชิงประจักษ์ (empirical evidence) ที่สนับสนุนและสอดคล้อง กับสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ ขณะเดียวกันตัวแปรอิสระ ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ รองลงมา ด้านความ เข้ากันได้ของนวัตกรรม สามารถพยากรณ์แนวโน้มความถี่ของการทำงานการสืบค้นทั้ง 3 ประเภท ได้ 38% และ 25% ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผู้ใช้ระบบการสืบค้นสารสนเทศออนไลน์ โซเชียล โอแพค

จากการวิจัยพบว่า อุปกรณ์ที่นิยมใช้ในการสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศออนไลน์ โซเชียลโอแพค คือ คอมพิวเตอร์ หรือโน้ตบุ๊กส่วนตัว เป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการสืบค้น อาจจะเป็นเพราะโน้ตบุ๊กพกพาสะดวก ซึ่ง สอดคล้องกับ การสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ เรื่อง การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2554 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบการใช้อินเทอร์เน็ต ระหว่างเพศชายและเพศหญิง ปรากฏว่า เพศหญิงมีการใช้ อินเทอร์เน็ตสูงกว่าเพศชาย ขณะเดียวกัน นิสิต นักศึกษามีการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ซึ่ง สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ ปรีศนา มัชฌิมา และสายสุดา ปันตระกูล (2553) พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้ คอมพิวเตอร์แบบพกพาในด้านการเรียน และ ด้านการสื่อสาร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ ทรงวุฒิ ประกอบ ธรรม (2551) และ ดวงใจ วงษ์เศษ (2554) พบว่า มีวิธีแสวงหาสารสนเทศโดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ คือ คอมพิวเตอร์มากที่สุด

2. ผู้ใช้แบ่งปันผลการสืบค้นสารสนเทศออนไลน์โซเชียล โอแพค และความถี่ในการทำงาน

จากการวิจัยพบว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่นิยมแบ่งปันผลการสืบค้นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทาง Facebook มากที่สุด ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่า ผู้ใช้นิยมใช้ สื่อสังคมออนไลน์ Facebook กันอย่างแพร่หลาย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ เพชรรุ่ง เอี่ยมสกุลนิล.(2555) และ Michael Dixon II (2010) โดยพบว่า ผู้ใช้บริการ Social Network โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Facebook อยู่ในระดับมาก และมีแนวโน้มหรือทิศทางของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในวงการการศึกษา ซึ่งได้แก่ Facebook, Twitter, Flickr, YouTube ใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาเพื่อแบ่งปันเนื้อหา แสดงความคิดเห็น เรียนรู้และเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ ธันยธร ชาติละออง (2553) พบว่า ในปัจจุบัน ห้องสมุดหลายแห่งได้ทำ Social Networking มาใช้ในการบริการสารสนเทศ ซึ่ง ห้องสมุด libsucccess.org ได้นำเว็บไซต์ Social Networking มาประยุกต์ใช้ในบริการห้องสมุดเพื่อเกิดความทันสมัยในสายตาของบุคคลทั่วไป นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ รัฐธีร์ ปภัสสรีย์โชติ (2554); Han & Liu (2010) และ Blair & Level (2008) พบว่า ห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐส่วนใหญ่ ใช้เทคโนโลยีเว็บ 2.0 ที่เป็นเช่นนี้ สืบเนื่องจากเทคโนโลยีเว็บ 2.0 เป็นเทคโนโลยีที่ได้รับความนิยม และมีผู้ใช้จำนวนมาก และมีองค์กรต่าง ๆ นำไปใช้อย่างแพร่หลาย

ช่วงเวลาที่เข้าใช้ในการสืบค้นผ่านโซเชียล โอแพค ต่อสัปดาห์ มีความถี่ระหว่าง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ใช้นิยมการเข้าใช้การสืบค้นสารสนเทศประเภท Quick Search (การสืบค้นอย่างรวดเร็ว) มากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากรูปแบบของการสืบค้นที่ใช้ง่าย เข้าถึงสะดวกอีกทั้งการสืบค้นดังกล่าว ปรากฏอยู่บนหน้าเริ่มต้นของการสืบค้นโซเชียล โอแพค ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ ไพบูลย์ ปะวะเสนะ (2550); สุกัญญา จีราระรินทร์ศักดิ์. (2551) และ เปี่ยมสุข พุกกาวิ (2552) พบว่า การใช้เว็บไซต์สำนักหอสมุดกลาง นิสิตส่วนใหญ่เข้าใช้ เว็บไซต์ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการเว็บไซต์ของห้องสมุดมากที่สุด คือ ความสะดวกในการค้นหาข้อมูล

3. ผู้ใช้มีระดับการยอมรับนวัตกรรมระบบการสืบค้นสารสนเทศออนไลน์ โซเชียล โอแพค

ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบของนวัตกรรม พบว่า ผู้ใช้มีระดับการยอมรับ โซเชียล โอแพค ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ โดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีการยอมรับอยู่ในระดับมาก 3 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ โซเชียล โอแพค ทำให้การสืบค้นง่าย สะดวก และรวดเร็วขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Pikkarainen et al. (2004) พบว่า ตัวแปรการรับรู้ถึงการใช้งานง่าย มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ เนื่องจากการที่ผู้ใช้สามารถใช้งานได้โดยง่าย โดยรู้สึกถึงความคุ้นเคย และความถนัดอย่างคล่องแคล่ว เพื่อใช้งานระบบได้อย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ ก็จะทำให้รับรู้ถึงประโยชน์ได้อย่างมากจากการใช้ระบบ

ความเข้ากันได้ของนวัตกรรม พบว่า ผู้ใช้มีระดับการยอมรับ โซเชียลโอแพค ด้านความเข้ากันได้ของนวัตกรรม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการยอมรับอยู่ในระดับมาก 3 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การเรียนรู้การใช้ โซเชียล โอแพคเป็นเรื่องง่าย สามารถทำความเข้าใจและเรียนรู้ด้วยตนเองได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ C. M. K. Cheung, G. W. W. Chan, and M. Limayem (2005) พบว่า การรับรู้ถึงความเข้ากันได้ของนวัตกรรม หรือเหมาะสมของเทคโนโลยีสารสนเทศกับลักษณะงาน มีผลกระทบโดยตรงต่อประสิทธิภาพของแต่ละบุคคล อย่างมีนัยสำคัญ และสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Johnson and Craven (2010) พบว่า การค้นคืนและการแสดงผลรายการโดยใช้โปรแกรมประยุกต์ Web2.0 โดยเฉพาะผู้ใช้สมบัติและการ

ทำงานหลักล้วนมีความสัมพันธ์กันกับการใช้งานและ ผู้ใช้แนะนำว่าควรเปลี่ยนเป็น โอแพคจากรูปแบบเดิม ให้เป็น โอแพครูปแบบใหม่โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ใช้อยอมรับและรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ จากการใช้งานที่ง่าย และตรงกับการสำรวจการให้บริการ Web2.0 มีส่วนส่งเสริมให้ผู้ใช้งานสามารถใช้ข้อมูลร่วมกันมีพื้นที่ทางสังคมออนไลน์ และ แบ่งปัน ข้อมูลสารสนเทศร่วมกันได้

ด้านความไม่สลับซับซ้อนของนวัตกรรม พบว่า ผู้ใช้มีระดับการยอมรับ โซเชียลโอแพค ด้านความไม่สลับซับซ้อนของนวัตกรรม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการยอมรับอยู่ในระดับมาก 3 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณสมบัติที่หลากหลาย ของโซเชียลโอแพค ส่งผลให้การใช้งานแต่ละคุณสมบัติของโซเชียลโอแพค และไม่ยากต่อการทำความเข้าใจ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ คัทเลีย ปานสุนทร (2549) พบว่า บริการ e-Tax Filing ไม่ซับซ้อนต่อการใช้บริการ จึงจะยอมรับบริการ e-Tax Filing รวมถึงต้องมีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตที่เพียงพอ จึงจะสามารถใช้บริการ e-Tax Filing ได้

ด้านการทดลองใช้ของนวัตกรรม พบว่า ผู้ใช้มีความคิดเห็นต่อการยอมรับ โซเชียลโอแพค ด้านการทดลองใช้นวัตกรรมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการยอมรับอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การอบรมและแนะนำวิธีการใช้รายบุคคลจะทำให้ผู้ใช้อยอมรับโซเชียล โอแพคได้อย่างรวดเร็ว

ด้านการสังเกตมีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม พบว่า ผู้ใช้ซึ่งเป็นผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อการยอมรับโซเชียลโอแพค ด้านการทดลองใช้นวัตกรรม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการยอมรับอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การอบรมและแนะนำวิธีการใช้รายบุคคลจะทำให้ผู้ใช้อยอมรับโซเชียลโอแพคได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ กมลพรรณ เนียมกุล (2553) ศึกษาเรื่อง การยอมรับและใช้จริงโดยสารประจำทางด่วนพิเศษของกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านการสามารถสังเกตเห็นผลได้

4. การทดสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมการแพร่กระจายระบบการสืบค้นสารสนเทศออนไลน์ โซเชียล โอแพค

จากการวิจัยพบว่า ตัวแปรอิสระที่มีผลต่อความถี่ของการใช้งาน Quick Search ของผู้ใช้ โดยตัวแปรมีความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านการสังเกตได้ของนวัตกรรม และรองลงมา ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบของนวัตกรรม ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจจะเป็นเพราะการใช้งาน Quick Search ใช้งานได้ง่าย ไม่ยุ่งยากหรือซับซ้อนอีกทั้งยังสะดวก และผู้ใช้งานสามารถสังเกตได้ง่าย

ด้านการสังเกตได้ของนวัตกรรม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ กมลพรรณ เนียมกุล (2553) พบว่า ด้านการสามารถสังเกตเห็นผลได้ ในด้านของความสะดวก และด้านความรวดเร็ว รองลงมาคือ ด้านประโยชน์ เิงเปรียบเทียบ และสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ พรรณทิพา แอด้า (2549) พบว่า ในด้านการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ และทักษะความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

ด้านการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ และในด้านสภาพแวดล้อมทาง เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Pikkarainen et al. (2004) พบว่า การรับรู้ถึงการใช้ง่าย มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ เนื่องจากสามารถใช้งานได้อย่างง่าย โดยรู้สึกถึงความคุ้นเคย และความถนัดอย่างคล่องแคล่วเพื่อใช้งานระบบได้อย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Chen (2008) พบว่า การรับรู้ถึงการใช้ง่ายและมีประโยชน์ของระบบ ในระดับมากเนื่องจากเป็นเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นมาในระยะเวลาพอสมควรอีกทั้งได้มีการออกแบบให้ใช้งานได้ง่าย และสะดวก

จากการวิจัยพบว่า ตัวแปรอิสระที่มีผลต่อความถี่ของการใช้งาน Advance Search ของผู้ใช้ โดยตัวแปรมีความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านความเข้ากันได้ของนวัตกรรม รองลงมาคือ ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบของนวัตกรรม ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจจะเป็นเพราะการใช้งานการสืบค้นประเภท Advance Search มีรูปแบบ และวิธีการสืบค้นไม่ต่างจากการสืบค้นด้วย OPAC ในรูปแบบเก่า โดยต้องคลิกลิ้งค์เพื่อเปิดหน้าจอการสืบค้น

จากการวิจัยพบว่า ตัวแปรอิสระที่มีผลต่อความถี่ของการใช้งาน Heading Search ของผู้ใช้ โดยตัวแปรมีความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบของนวัตกรรม รองลงมาคือ ด้านความเข้ากันได้ของนวัตกรรม ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจจะเป็นเพราะการใช้งานการสืบค้นประเภท Heading Search เป็นการสืบค้นที่มีวิธีการไม่ต่างจาก OPAC ในรูปแบบเก่า โดยมีการสืบค้นที่จะช่วยให้ผู้ใช้สามารถจำกัดขอบเขตของการค้นหา หรือค้นแบบเจาะจงได้ โดยสามารถค้นหาข้อมูลได้โดยตรงกับความต้องการมากที่สุด

ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Parveen and Sulaiman (2008) พบว่าการรับรู้ถึงประโยชน์ของระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์มากที่สุดในการนำไปสู่ความตั้งใจใช้เทคโนโลยี Wireless ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ โดยพบว่าตัวแปรการรับรู้ถึงการใช้งานง่าย มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ ในระดับมากที่สุด

จากการวิจัยพบว่า ตัวแปรอิสระที่มีผลต่อความถี่ของการใช้งานสืบค้น 3 ประเภท โดยตัวแปรมีความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบของนวัตกรรม รองลงมาคือ ด้านความเข้ากันได้ของนวัตกรรม ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจจะเป็นเพราะการใช้งานการสืบค้นทั้ง 3 ประเภท อาจจะเป็นเพราะระบบการสืบค้นสารสนเทศออนไลน์ โซเชียล โอแพค มีประโยชน์เชิงเปรียบเทียบมากกว่า ระบบการสืบค้นสารสนเทศออนไลน์โอแพคในรูปแบบเก่า เช่น ใช้งานง่าย สะดวก รวดเร็ว และเพิ่มคุณสมบัติ web2.0 และ library2.0 ที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้กับระบบการสืบค้นสารสนเทศออนไลน์ โซเชียล โอแพค

ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบของนวัตกรรม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Chen and Barnes (2007) และชวิตา พลกษะวัน (2554) พบว่าตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ กับความไว้วางใจมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ซึ่งผู้ใช้ที่มีการไว้วางใจต่อระบบในระดับมากจะทำให้เกิดการใช้งานที่บ่อยครั้ง และยังรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งานแต่ละครั้ง และความไว้วางใจ ยังได้สร้างความเชื่อมั่นในระบบให้เกิดขึ้นในใจของผู้ใช้งานนำไปสู่ทัศนคติในเชิงบวกทำให้เกิดการรับรู้ประโยชน์ที่เพิ่มมากขึ้น และ การรับรู้ความง่ายในการใช้งานถือเป็นปัจจัยสำคัญ ที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ดีในการใช้งาน และส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานในที่สุด นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ โรเจอร์ (Rogers, 1983, p 172) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า การยอมรับนวัตกรรม หมายถึงการตัดสินใจที่จะนำนวัตกรรมนั้นไปใช้อย่างเต็มที่ เพราะนวัตกรรมนั้นเป็นวิถีทางที่ดีกว่า และมีประโยชน์มากกว่า

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย

จากผลการวิจัยและข้อเสนอแนะของ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการยอมรับโซเชียล โอแพค สำหรับห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา ผู้วิจัยเห็นว่าสามารถเป็นแนวทางในการให้บริการโซเชียล โอแพค สำหรับห้องสมุด ดังนี้

ด้านบริการสารสนเทศ

1. ควรมีฝึกอบรมเทคโนโลยีสารสนเทศให้แก่เจ้าหน้าที่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการระบบการสืบค้นออนไลน์โซเซียล โอแพค

2. ควรมีการอบรมหรือแนะนำวิธีการใช้งานให้แก่ผู้ใช้หรือจัดทำคู่มืออย่างง่ายไว้ให้ผู้ใช้บริการสามารถคลิกอ่านเองได้

3. ต้องเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เข้าถึงการใช้งานมากขึ้น และควรมีการแนะนำหรือจัดอบรมการสืบค้นทุกขั้นตอน เพื่อทำความเข้าใจ เข้าถึงข้อมูลสารสนเทศได้ทั่วถึงมากยิ่งขึ้น บางท่านไม่เคยเข้าใช้งานเลย ทำให้การเข้าถึงสารสนเทศเป็นไปได้ยาก ถึงแม้ว่าจะมีระบบที่ดีก็ตาม ก็ไม่เกิดประโยชน์เท่าที่ควร

4. ควรมีผู้ให้บริการ อธิบายเกี่ยวกับวิธีการใช้ระบบโซเซียล โอแพคให้นิสิตต่างชาติเข้าใจในการระบบนี้จะมีประโยชน์อย่างยิ่ง

5. การประเมินการใช้อันเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จในการนำระบบโซเซียล โอแพคมาใช้ เพราะผลที่ได้จากการประเมินสามารถนำไปใช้เพื่อการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านนโยบายเกี่ยวกับการใช้ การจัดสรรงบประมาณ และการพัฒนาบุคลากร

ด้านการบริหาร

1. ผู้บริหารระดับสูงควรให้ความสำคัญในการกำหนดนโยบายของระบบการสืบค้นโซเซียล โอแพค ให้ชัดเจน เพื่อพัฒนาการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ

2. ควรมีบุคลากรซึ่งมีความรู้ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อดำเนินงานตั้งค่าและสามารถปรับแต่งแก้ไขหน้าจอสื่อโซเซียล โอแพคด้วยตนเองได้

3. พัฒนาศักยภาพให้มีความรู้ ความสามารถทางวิชาชีพบรรณารักษ์และเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะด้านการให้บริการแก่ผู้ใช้ การวิเคราะห์และทำรายการ หรือฝึกอบรมด้านต่าง ๆ เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่จะแสดงบนหน้าจอสื่อระบบการสืบค้นออนไลน์โซเซียล โอแพค

4. กำหนดบุคลากรผู้รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์การใช้ระบบการสืบค้นโซเซียล โอแพค ทั้งต่อผู้ใช้บุคลากรภายนอก และบุคลากรภายในห้องสมุด

ด้านความร่วมมือระหว่างห้องสมุด

ควรมีความร่วมมือระหว่างห้องสมุดที่ใช้งานโซเซียล โอแพค เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ในการดำเนินงานต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับเปรียบเทียบการใช้โซเซียล โอแพค ระบบต่าง ๆ
2. ควรมีการศึกษาปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมโซเซียล โอแพค สำหรับผู้ใช้ชาวต่างชาติ
3. ควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลรูปแบบอื่น ๆ มาประกอบด้วย เช่น การสัมภาษณ์เพื่อให้ผู้ใช้แสดงความคิดเห็นและเสนอแนะแนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อห้องสมุดได้มากขึ้น

บรรณานุกรม

- กมลพรรณ เนียมกุล. (2553). *การยอมรับและใช้รถโดยสารประจำทางด่วนพิเศษของกรุงเทพมหานคร*.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชวีศา พงศ์ตะวัน. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับระบบ SAP ของพนักงานในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วน
พลาสติกประเภทไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์*. การศึกษาอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัย
นวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศัทธิตา ปานสุนทร. (2549). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับบริการยื่นแบบแสดงรายการ และชำระภาษีผ่านเครือข่าย
อินเทอร์เน็ต*. วิทยานิพนธ์ปริญญาพัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ณัฐ สมณคุปต์. (2554). *รายงานการวิจัยเรื่อง การใช้สื่อเครือข่ายสังคมเพื่อการเรียนรู้ร่วมกันแบบบูรณาการทาง
การเกษตรโดยใช้โครงการเป็นหลัก*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดวงใจ วงษ์เศษ. (2554). *รายงานการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการแสวงหาและการใช้สารสนเทศของอาจารย์และ
นักศึกษาคณะพยาบาลศาสตร์มีซัน มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก*. สระบุรี: มหาวิทยาลัย
นานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก.
- ทรงวุฒิ ประกอบธรรม. (2551). *พฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์ของนักเรียนโรงเรียนพิทยบริหารธุรกิจ อำเภอบาง
ละมุง จังหวัดชลบุรี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชลบุรี เขต 3*.
วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ฉันทธร ชาติละออง. (2553). *Social media เตรียมรับ 3/4 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในสหรัฐฯ ภายในปี 2014*.
สืบค้นจาก <http://mashingup.wordpress.com/2010/06/07/social-media>
- น้ำทิพย์ ภิภาวิน. (2542). *ห้องสมุดใหม่ไอที*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ประภาวดี สืบสนธิ์. (2532). *การศึกษาความต้องการของผู้ใช้สารนิเทศ*. *วารสารบรรณารักษศาสตร์*, 9(2), 12-28.
- ปราวีณา สุวรรณรัฐโชติ และปรัชญนันท์ นิลสุข. (2548). *การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี*. *วารสารพัฒนา
เทคนิคศึกษา*, 18(56), 32-40.
- ปรีศนา มัชฌิมา และสายสุดา ปันตระกูล. (2553). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์แบบพกพาของนักศึกษา
ระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต*. *วารสารวิจัย มสท สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*,
8(1), 87-96.
- เปี่ยมสุข ทุงกาวิ. (2552). *รายงานการวิจัยเรื่อง การใช้เว็บไซต์สำนักหอสมุดกลางของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พรรณทิพา แอดำ. (2549). *การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศของข้าราชการสำนักงานปลัดกระทรวงพลังงาน*.
ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พวงผกา พัวโพธิ์วงศ์. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมระบบ Team work ในการปฏิบัติงานของ
พนักงานบริษัท กนกสิน เอ็กชปอร์ตอิมพอร์ต จำกัด*. ใน *มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. เอกสารการ
ประชุมวิชาการเพื่อนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 6*. (หน้า 220-229). สืบค้นจาก
http://www.pnru.ac.th/offi/graduate/upload-files/uploaded/Thesis%206/T6_E011.pdf

- เพชรรุ่ง เอี่ยมสกุลนิล. (2555). รายงานการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยี
 อุดรดิตถ์. อุดรดิตถ์: วิทยาลัยเทคโนโลยีอุดรดิตถ์.
- ไพบูลย์ ปะวะเสนะ. (2550). การใช้เว็บไซต์ห้องสมุดกรมบัญชีกลางของบุคลากรกรมบัญชีกลาง. วิทยานิพนธ์
 ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- รัฐธีร์ ปัสสุรีย์โชติ. (2554). การใช้เทคโนโลยีเว็บ 2.0 ของห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐ. วิทยานิพนธ์ปริญญา
 อักษรศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุกัญญา จีราระรันศักดิ์. (2551). รายงานวิจัยเรื่อง การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการห้องสมุดสำนักหอสมุด
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปีการศึกษา 2551. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุรศักดิ์ อมรัตน์ศักดิ์. (2554). ทฤษฎีทางการทดสอบ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2554). การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2554. สืบค้น จาก
<http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/ictHSum54.pdf>
- Blair, J., & Level, A. V. (2008). Creating and evaluating a subject-based blog: Planning, implementation and assessment. *Reference Services Review*, 36(2), 156-166.
- Chen, L. D. (2008). A model of consumer acceptance of mobile payment. *International Journal of Mobile Communications*, 6(1), 32-52.
- Chen, Y. H., & Barnes, S. (2007). Initial trust and online buyer behavior. *Industrial Management & Data Systems*, 107(1), 21-36.
- Cheung, C. M., Chan, G. W., & Limayem, M. (2005). A critical review of online consumer behavior: Empirical research. *Journal of Electronic Commerce in Organization*, 3(4), 1-19.
- Dixon II, M. (2013). Social Media Trends in Higher Education. Retrieved from <http://www.slideshare.net/mdixonii>.
- Han, Z., & Liu, Y. Q. (2010). Web 2.0 applications in top Chinese university libraries. *Library Hi Tech*, 28(1), 41-62.
- Husain, R., & Ansari, M. A. (2006). From card catalogue to web OPACs. *Bulletin of Information Technology*, 26(2), 41-47.
- Johnson, F. C., & Craven, J. (2010). Beyond usability: The study of functionality of the 2.0 online catalogue (OPAC). *New Review of Academic Librarianship*, 16(2), 228-250.
- Michigan State University. (2007). *Michigan state university libraries*. Retrieved from <http://www.lib.msu.edu/>
- Parveen, F., & Sulaiman, A. (2008). Technology complexity, personal innovativeness and intention to use wireless internet using mobile devices in Malaysia. *International Review of Business Research Papers*, 4(5), 1-10.
- Paul, A. H., & Ralph, L. D. (1992). Customer acceptance: The key to successful introductions of innovations. *Marketing Intelligence & Planning*, 10(1), 4-10.

- Pikkarainen, T. et al. (2004). Consumer acceptance of online banking: An extension of the technology acceptance model. *Internet Research*, 14(3), 224-235.
- Roger, E. M. (1983). *Diffusion of innovations* (3th ed.). New York: The Free Press.
- Rogers, E. M., & Shoemaker, F. F. (1971). *Communication of innovations: A cross-cultural approach* (2nd ed.). New York: The Free Press.
- VTLS. (2013). *Innovative*. Retrieved from [http://vtls.com /products/chamo](http://vtls.com/products/chamo)
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3th ed.). New York: Harper & Row.