รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

A Causal Relationship Model of Acceptance and Use of Technology Affecting Internal Communication Behavior via Social Media of Academic Support Staff at Thammasat University

ยงยุทธ บุญกิจ[1]
สมชาย เล็กเจริญ[2]

Received: 25-01-2019; Revised: 9-04-2019; Accepted: 5-02-2019

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้เพื่อพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของโมเดลที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ วิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม แบบมาตรประมาณค่า 7 ระดับ ใช้เทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โมเดลวิจัย ประกอบด้วย 9 องค์ประกอบ ได้แก่ 1. ความคาดหวังในประสิทธิภาพ 2. ความคาดหวังในความพยายามใช้งาน 3. อิทธิพลทางสังคม 4. แรงจูงใจด้านความบันเทิง 5. มูลค่าราคาต่อประโยชน์ที่ได้รับ 6. สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน 7. ความเคยชิน 8. พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน 9. พฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผลการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ พบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดีโดยมีค่า CMIN/DF = 1.28, GFI = 0.94, AGFI = 0.92, NFI =

[1]นักศึกษาปริญญาโท, หลักสูตรสารสนเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสังคม วิทยาลัยนวัตกรรมดิจิทัลและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรังสิต, Email: yuthsmt157@gmail.com

[2]ผู้ช่วยศาสตราจารย์, หลักสูตรสารสนเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสังคม วิทยาลัยนวัตกรรมดิจิทัลและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรังสิต, Email: somchai.l@rsu.ac.th

0.96, CFI = 0.99, SRMR = 0.00 และ RMSEA = 0.03 ตัวแปรในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ได้ร้อยละ 79

คำสำคัญ: โมเดลสมการโครงสร้าง ทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี พฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กร สื่อสังคมออนไลน์

ABSTRACT

The objectives of this research were to develop the causal relationship of Unifed Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT 2) affecting internal communication behaviors via social media application of supporting personnel in Thammasat Universiy and to validate the concordance of the causal relationship of the developed model and empirical data. The samples were 400 Academic Support staff at Thammasat University. The tool used to collect data was the questionnaires (with 7 rating scales), and the Structural Equations Model (SEM) was used to analyze the causal relationship. The questionnaires contained the query measure gauges for measuring variables which included nine variables: 1) Performance Expectancy, 2) Effort Expectancy, 3) Social Influence, 4) Hedonic Motivation, 5) Price Value, 6) Facilitating Conditions, 7) Habit, 8) Behavioral Intention, and 9) Social Media Communication Behavior. The results indicated that 1) the model was consistent with the empirical data with the CMIN/DF = 1.28, GFI = 0.94, AGFI = 0.92, TLI = 0.99, CFI = 0.99, SRMR = 0.00 and RMSEA = 0.03. The variables in the model amounted to 79 percent (R^2 = 0.79) of the variance of Academic Support staff's communication behavior via social media at Thammasat University.

Keywords: Structural Equation Modeling, Unified Theory of Acceptance and use of Technology 2 (UTAUT 2), Internal Communication Behavior, Social Media Technology

บทนำ

สื่อสังคมออนไลน์เป็นส่วนหนึ่งของเทคโนโลยีเว็บ 2.0 เป็นเครื่องมือที่ทำงานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีวัตถุประสงค์สำหรับการติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยน แบ่งปันเรื่องราวต่างๆ ระหว่างบุคคลสองคน หรือกลุ่มบุคคลในลักษณะการเข้าร่วมเครือข่ายออนไลน์เดียวกัน (ธนะวัฒน์ วรรณประภา, 2560, น. 9) ปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ใช้โซเชียลมีเดียประมาณ 51 ล้านคน โดย 46 ล้านคน ใช้งานผ่าน Mobile Device อันดับหนึ่ง คือ เฟซบุ๊ก โดยไลน์ มีคนใช้งานเป็นอันดับ 3 แต่เป็นแอปพลิเคชันที่มีการใช้งานมากเป็นอันดับ 1 (We Are Social and Hootsuite, 2018) เครือข่ายสังคมออนไลน์มีการใช้งานอย่างแพร่หลายและมีอิทธิพลอย่างกว้างขวางในหลากหลายวงการ รวมทั้งแวดวงการศึกษา จากงานวิจัยการยอมรับเทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานของประเทศไทย กรณีบุคลากรของสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ที่ใช้งานระบบสารสนเทศการบริหารทรัพยากรบุคคล พบว่า ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลโดยรวมต่อความตั้งใจในการใช้ระบบมากที่สุดคือ ความเข้าใจในเทคโนโลยีใหม่ และนโยบายของสถาบันมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้ระบบทางตรงมากกว่าทางอ้อม (อรวรรณ สุขยานี, 2558) ส่วนพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมเพื่อพัฒนาในการปฏิบัติงานของบุคลากรทางการศึกษาในสำนักงานจังหวัดนครปฐมแห่งหนึ่งพบว่า บุคลากรทางการศึกษาส่วนใหญ่มีการใช้เครือข่ายสังคมในระดับปานกลาง โดยมีเว็บไซต์ที่เข้าใช้งานคือ เฟซบุ๊ก (Facebook), Hi5, Blog Gang, ทวิตเตอร์ (Twitter), Myspace, Skype (ทัตธนันท์ พุ่มนุช, 2555) ความตั้งใจใช้แท็บเล็ตพีซีของครูผู้สอนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราชเขต 3 โดยปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ความเชื่อมั่นในสื่อแท็บเล็ตพีซี และในภาพรวมพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจมากที่สุด คืออิทธิพลทางสังคม ได้แก่ นโยบายของรัฐบาล เพื่อนร่วมงาน และภาพลักษณ์ทางสังคม (ณัฐพร ทองศรี, 2555) จากผลการวิจัยเรื่องอิทธิพลของโซเชียลมีเดียที่มีต่อคนทำงานในองค์กร (แมนพาวเวอร์กรุ๊ป, 2559 อ้างถึงใน เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอทส์, 2017) เพื่อศึกษาแรงงานในตลาดประเทศไทย จากกลุ่มคนทำงาน จำนวน 1,208 คน พบว่า 1) กลุ่มตลาดแรงงานในประเทศไทยยังคงใช้เฟซบุ๊ก มากที่สุด รองลงมา คือ ไลน์ และอันดับที่ 3 คือ ยูทูป 2) สาเหตุของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในที่ทำงาน ส่วนใหญ่ใช้ศึกษาค้นคว้าข้อมูล ติดตามข่าวสารในชีวิตประจำวัน รองลงมา คือใช้เพื่อการติดต่อ ส่งข้อความ และอับดับที่ 3 เพื่อหาความบันเทิงข่าวสารแทนทีวีและสื่อสิ่งพิมพ์ 3) ข้อดีและข้อเสียของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนทำงานในองค์กร ข้อดี คือ กลุ่มคนทำงานสามารถใช้ในการสื่อสารข้อมูลถึงผู้คนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็วและสะดวก ข้อเสีย คือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์จะทำให้เกิดความไม่ระมัดระวังในการใช้งาน ขาดการกลั่นกรองด้านความถูกต้องข้อมูลที่ได้รับอาจไม่เป็นความจริงและอาจเกิดผลเชิงลบได้ และข้อ 4) ทัศนคติในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ของคนทำงานในองค์กร คนส่วนใหญ่มีทัศนคติในเชิงบวกต่อภาพรวมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในสถานที่ทำงาน แต่ยังไม่เห็นด้วยกับอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ต่อการสร้างความผ่อนคลาย การสร้างสมาธิ ความตั้งใจในการทำงาน รวมถึงไม่มีผลต่อการใช้เพื่อโฆษณาหน่วยงานสินค้าหรือบริการ และการส่งเสริมการขายในองค์กรหน่วยงานของตนเอง

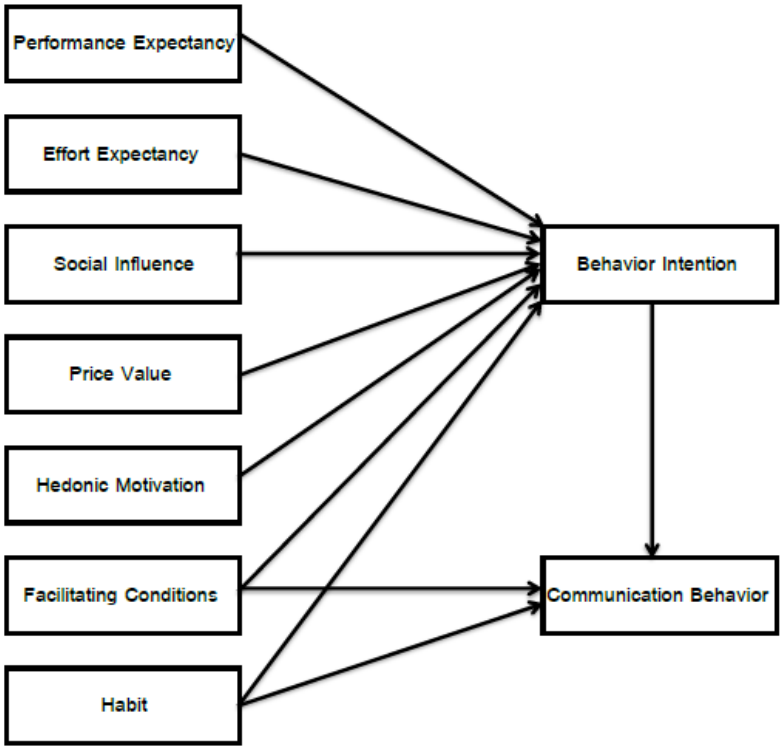
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เป็นสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา โดยปัจจุบันแบ่งเป็น 3 กลุ่มหน่วยงาน ได้แก่ กลุ่มให้บริการและสนับสนุนการบริหารมหาวิทยาลัย กลุ่มบริการและสนับสนุนการศึกษา/กลุ่มศูนย์ความเป็นเลิศ/กลุ่มวิสาหกิจ และกลุ่มคณะ/วิทยาลัย/สถาบัน ซึ่งมี 27 หน่วยงานที่จัดการเรียนการสอน (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2561, น. 94-95) โดยกลุ่มนี้มีพนักงาน 2 สายงาน คือ สายวิชาการที่มีหน้าที่หลักในการสอนหนังสือ และสายสนับสนุนวิชาการที่มีหน้าที่สนับสนุนการจัดการเรียนการสอนและการบริหารงานของผู้บริหารงาน ซึ่งมีการสั่งการและประสานงานในหลายระดับและหลายทิศทาง เมื่อมีการใช้แอปพลิเคชันไลน์เพื่อการสื่อสารระหว่างบุคคล และนำมาใช้ในการทำงาน ความแตกต่างกันด้าน คณะ วิทยาลัย และสถาบัน กลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ

จากเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เพื่อพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลถึงพฤติกรรมและสามารถนำผลมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อการสื่อสารในองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูงสุดต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดตามทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี 2
ที่มา: Venkatesh, Thong, & Xu., 2012

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรสายสนับสนุนในหน่วยงานที่จัดการเรียนการสอน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จาก 27 หน่วยงาน จำนวน 1,911 คน (กองทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2561)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บุคลากรสายสนับสนุนในหน่วยงานที่จัดการเรียนการสอน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จำนวน 400 คน ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุแบบมีตัวแปรแฝง (Causal Structural Models with Latent Variable) นงลักษณ์ วิรัชชัย (2542) ได้เสนอไว้ว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม ควรจะอยู่ในอัตราส่วน 10-20 ตัวแปรสังเกตได้ และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดที่ยอมรับได้ดูจากค่าสถิติ Holster ที่ต้องมีค่ามากกว่า 200 จึงจะถือว่ารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ในการศึกษาครั้งนี้มีตัวแปรที่สังเกตได้ จำนวน 28 ตัวแปร ซึ่งต้องใช้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 280 คน เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูล ผู้วิจัยจึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง ได้มาโดยการสุ่มแบบชั้นภูมิ(Stratified Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการทำงาน กลุ่มสาขาวิชา เพศ อายุ ระยะเวลาปฏิบัติงาน ประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชันไลน์ ระยะเวลาในการใช้แอปพลิเคชันไลน์โดยรวมในแต่ละวัน รวมถึงอุปกรณ์สื่อสารสำหรับใช้แอปพลิเคชันไลน์ จำนวนทั้งสิ้น 8 ข้อ ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี จำนวน 7 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ 2) ด้านความคาดหวังในความพยายามใช้งาน 3) ด้านอิทธิพลทางสังคม 4) ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน 5) แรงจูงใจด้านความบันเทิง 6) ด้านมูลค่าราคาต่อประโยชน์ที่ได้รับ และ 7) ด้านความเคยชิน จำนวน 22 ข้อ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน และพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ตัวแปรแฝงภายในของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน และ 2) ด้านพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 6 ข้อ ได้จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี จากนั้นกำหนดนิยามศัพท์เฉพาะและสร้างข้อคำถามโดยยึดแนวทางตามหลักการทฤษฎีนำมาสร้างข้อคำถามให้สอดคล้องและครอบคลุมกับนิยามศัพท์เฉพาะ โดยในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 นั้นผู้วิจัยกำหนดให้มีลักษณะการตอบเป็นแบบระดับความคิดเห็นด้วยมาตรประมาณค่า (Rating Scale) 7 ระดับ (7 = มากที่สุด, 6 = มาก, 5 = ค่อนข้างมาก, 4 = ปานกลาง, 3 = ค่อนข้างน้อย , 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด) ตามมาตรวัดของ Likert (Likert, 1932)

การหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย

1. ความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) หาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยใช้ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน พบว่าทุกข้อคำถามมีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.60-1.00 และได้ปรับปรุงข้อคำถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2. ความเชื่อมั่น (Reliability) โดยทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างบุคลากรสายสนับสนุนในหน่วยงานที่จัดการเรียนการสอน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่มีประสบการณ์การในการใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการทำงาน จำนวน 30 คน แล้วคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีของครอนบาค (Cronbach, 1951) พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.97 โดยพิจารณาเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่นไม่ควรต่ำกว่า 0.70 (ชไมพร กาญจนกิจสกุล, 2555, น. 126) ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์คุณภาพของเครื่องมือ

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยวิธีแจกแบบสอบถามกับบุคลากรสายสนับสนุนในหน่วยงานที่จัดการเรียนในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จำนวน 27 หน่วยงาน ในช่วงเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม พ.ศ. 2561 มีผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ และจำนวนตามสัดส่วนของวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ จำนวน 400 ฉบับ และนำมาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่จะนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ใช้วิธีการคำนวณหาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร หาขนาดอิทธิพล และทิศทางว่าเป็นอย่างไรจากแนวคิดและทฤษฎีที่ผู้วิจัยใช้อ้างอิงมีการทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่าสถิติ P-Value มากกว่า 0.05, CMIN/DF น้อยกว่า 2.00, GFI ตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป, AGFI ตั้งแต่

0.90 ขึ้นไป และ RMSEA น้อยกว่า 0.08 ซึ่งสอดคล้องกับสถิติวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (กริช แรงสูงเนิน, 2554)

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่สังกัดในกลุ่มสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25 เป็นเพศหญิง จำนวน 304 คน คิดเป็นร้อยละ 76 มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44 ระยะเวลาปฏิบัติราชการตั้งแต่ 10 ปี ขึ้นไป จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37 ประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชันไลน์ มากกว่า 4 ปี จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.75 ระยะเวลาในการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์โดยรวมต่อวัน มากกว่า 4 ชั่วโมง จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 ใช้โทรศัพท์มือถือในการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันไลน์ จำนวน 396 คน คิดเป็นร้อยละ 52.59

ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้และความโด่งของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จำแนกตามรายด้าน

รายด้าน	ค่าเฉลี่ย (M)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ความหมาย	ความเบ้ (Sk)	ความโด่ง(Ku)	ความหมาย
ความคาดหวังในประสิทธิภาพ(PE)	5.73	0.96	มาก	-0.78	0.41	แจกแจงแบบปกติ
ความคาดหวังในความพยายามใช้งาน(EE)	5.72	0.86	มาก	-0.79	0.93	แจกแจงแบบปกติ
อิทธิพลทางสังคม(SI)	5.35	1.18	ค่อนข้างมาก	-1.03	1.18	แจกแจงแบบปกติ
แรงจูงใจด้านความบันเทิง(HM)	4.98	1.27	ค่อนข้างมาก	-0.73	0.48	แจกแจงแบบปกติ

รายด้าน	ค่าเฉลี่ย (M)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ความหมาย	ความเบ้ (Sk)	ความโด่ง(Ku)	ความหมาย
มูลค่าราคาต่อประโยชน์ที่ได้รับ(PV)	5.10	1.22	ค่อนข้างมาก	-0.85	1.15	แจกแจงแบบปกติ
สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน(FC)	5.54	0.98	มาก	-0.81	1.18	แจกแจงแบบปกติ
ความเคยชิน(HA)	5.02	1.33	ค่อนข้างมาก	-0.99	0.61	แจกแจงแบบปกติ
พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน (BI)	5.21	1.17	ค่อนข้างมาก	-0.88	0.93	แจกแจงแบบปกติ
พฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กร (CB)	5.19	1.20	ค่อนข้างมาก	-0.96	0.97	แจกแจงแบบปกติ
ภาพรวม	**5.31**	**0.87**	**ค่อนข้างมาก**	**-0.75**	**0.43**	**แจกแจงแบบปกติ**

จากตารางที่ 1 ปรากฏว่า ภาพรวมค่าเฉลี่ย 5.31 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ค่าเฉลี่ยมากที่สุด 5.73 อยู่ในระดับมาก รองลงมาได้แก่ ความคาดหวังในความพยายามใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ มีค่าเฉลี่ย 5.72 อยู่ในระดับมาก และน้อยที่สุด ด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 4.98 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ค่าความเบ้ (Sk) อยู่ระหว่าง -0.73 ถึง -1.03 และค่าความโด่ง (Ku) อยู่ระหว่าง 0.41 ถึง 1.18 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ $\pm$ ไม่เกิน 3.00 แสดงว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ

ผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เทคนิคสมการโครงสร้างเชิงเส้น เพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร โดยการทดสอบความกลมกลืนระหว่างโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี โดยพบว่า ค่าสถิติไคสแควร์สัมพัทธ์ (CMIN/DF) เท่ากับ 1.28 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.94 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.92 ค่าดัชนีแสดงการยอมรับโมเดล (TLI) เท่ากับ 0.99 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI)

เท่ากับ 0.99 ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อน (SRMR) เท่ากับ 0.00 และค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.03 และค่าสถิติที่ใช้วัดเกี่ยวกับขนาดตัวอย่าง (Hoelter) เท่ากับ 358 ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ประเมินความสอดคล้องและความกลมกลืนของโมเดล พบว่า ผ่านเกณฑ์ทุกค่า สรุปได้ว่าโมเดลมีความสอดคล้องและกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าสถิติตรวจสอบความสอดคล้องจากการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง

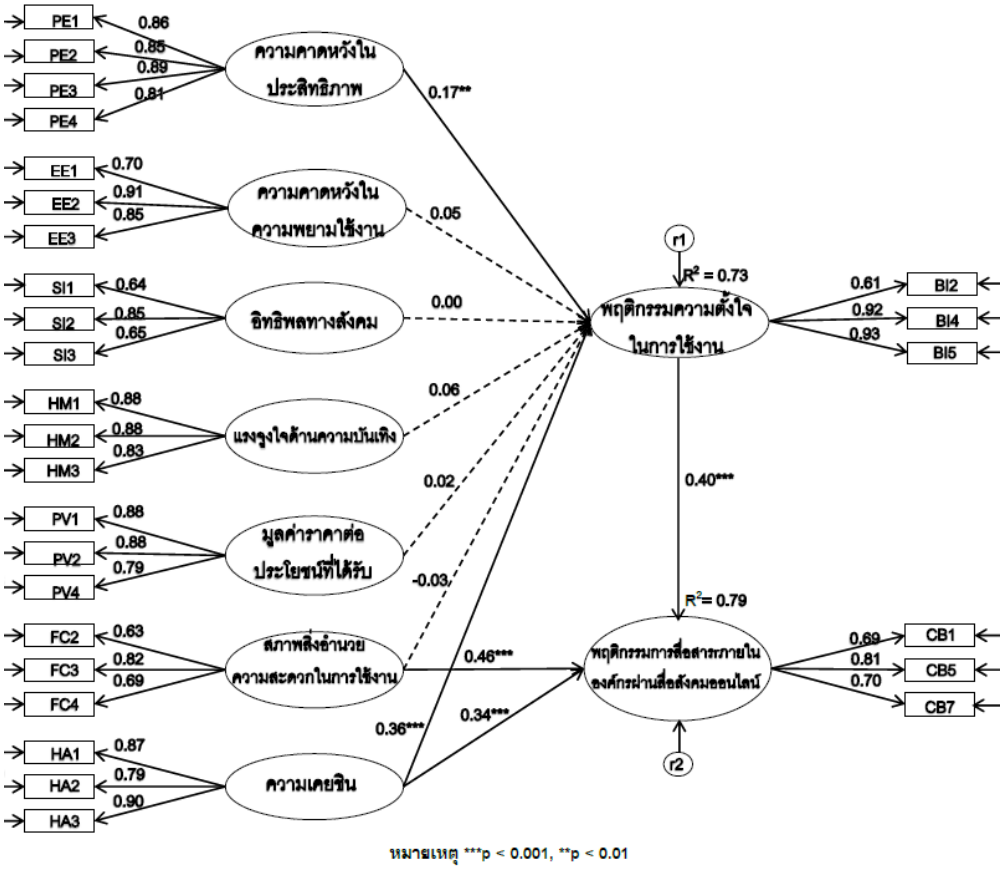
ค่าสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์การพิจารณา	ค่าสถิติที่ได้	การพิจารณา
CMIN/DF	< 2.00	1.28	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.90	0.94	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.90	0.92	ผ่านเกณฑ์
TLI	≥ 0.90	0.99	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.90	0.99	ผ่านเกณฑ์
SRMR	< 0.08	0.00	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.08	0.03	ผ่านเกณฑ์
HOELTER	> 200	358	ผ่านเกณฑ์

จากผลการวิเคราะห์ค่าสถิติตามตารางที่ 2 นั้นหมายถึงโมเดลรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเมื่อวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติแล้วมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องและความกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จะเห็นได้ว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี โดยมีค่าสถิติ ไค-สแควร์ (χ^2)= 341.41, องศาอิสระ (df) = 267, CMIN/DF = 1.28, GFI = 0.94, AGFI = 0.92, TLI = 0.99, CFI = 0.99, SRMR = 0.00 และ RMSEA = 0.03 มีค่าอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของสัมประสิทธิ์เส้นทางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ข้อมูลมีความสอดคล้องกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันไลน์ และพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านแอปพลิเคชันไลน์ มีค่าเท่ากับ 0.73 และ 0.79 ตามลำดับ แสดงว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดในโมเดลสามารถอธิบาย

ความแปรปรวนของตัวแปรพฤติกรรมความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันไลน์ และตัวแปรพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านแอปพลิเคชันไลน์ได้ ร้อยละ 73 และ 79 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเส้นทางอิทธิพลที่ส่งผลต่อตัวแปรพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านแอปพลิเคชันไลน์ พบว่า ตัวแปรที่ส่งอิทธิพลสูงสุดคือ ความเคยชินในการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.48 รองลงมาคือ สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.45 และ พฤติกรรมความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันไลน์ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.40 ดังรูปที่ 2 และตารางที่ 3



รูปที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องและความกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 3 ตารางค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวมที่มีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ตัวแปร	ตัวแปรแฝงภายใน						
ตัวแปรแฝงภายนอก	พฤติกรรมความตั้งใจ (BI)			พฤติกรรมการสื่อสาร (CB)			หมายเหตุ
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	
พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน (BI)	-	-	-	0.40***	-	0.40***	สนับสนุน
ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE)	0.17**	-	0.17**	-	0.07	0.07***	สนับสนุน
ความคาดหวังในความพยายามใช้งาน (EE)	0.05	-	0.05	-	0.02***	0.02***	สนับสนุน
อิทธิพลทางสังคม (SI)	0.00	-	0.00	-	0.00	0.00	ไม่สนับสนุน
แรงจูงใจด้านความบันเทิง (HM)	0.06	-	0.06	-	0.02	0.02***	สนับสนุน
มูลค่าราคาต่อประโยชน์ที่ได้รับ (PV)	0.02	-	0.02	-	0.01	0.01***	สนับสนุน
สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (FC)	-0.03	-	-0.03	0.46***	-0.01	0.45***	สนับสนุน
ความเคยชิน (HA)	0.36***	-	0.36***	0.34***	0.15**	0.48***	สนับสนุน
ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2)		0.73			0.79		
ค่าสถิติ x^2 = 341.41, p= 0 , df = 267, CMIN/DF = 1.28, GFI = 0.94, AGFI = 0.92, TLI = 0.99, CFI = 0.99, SRMR = 0.00, RMSEA = 0.03							

"หมายเหตุ: DE แทน อิทธิพลทางตรง IE แทน อิทธิพลทางอ้อม TE แทน อิทธิพลผลรวม

*** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมความตั้งใจใช้งาน สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และความเคยชินในการใช้งาน มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านแอปพลิเคชันไลน์ ในขณะที่ความเคยชินในการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านแอปพลิเคชันไลน์ โดยผ่านพฤติกรรมความตั้งใจใช้งาน ข้อค้นพบเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

พฤติกรรมความตั้งใจใช้งาน มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านแอปพลิเคชันไลน์ แสดงว่า พฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านแอปพลิเคชันไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เป็นผลมาจากความตั้งใจที่บุคคลจะกระทำภายใต้การควบคุมของตนเอง เป็นไปตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนของ Ajzen (2012) ที่กล่าวว่า ความตั้งใจเป็นปัจจัยหลัก (Central factor) ในการกำหนดพฤติกรรมของบุคคล เป็นปัจจัยจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม และ Venkatesh et al., (2012) พบว่า พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานเป็นปัจจัยที่มีระดับความสัมพันธ์โดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพจน์ อุ่นเรือน (2560) และอรรถสิทธิ์ สารพัฒน์ (2560) ที่พบว่า พฤติกรรมความตั้งใจ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านแอปพลิเคชันไลน์

สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และความเคยชินมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านแอปพลิเคชันไลน์ แสดงว่า พฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านแอปพลิเคชันไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปัจจัยพื้นฐานที่มีอยู่รองรับการใช้งาน และอำนวยความสะดวกในการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ (Venkatesh et al. 2003) และ Venkatesh et al., (2012) พบว่า สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานเป็นปัจจัยที่มีระดับความสัมพันธ์โดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จักรพงษ์ สื่อประเสริฐสิทธิ์ (2554) พบว่าปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนมีความสัมพันธ์กับการใช้งานจริงของบริการการสื่อสารระหว่างกันผ่านข้อความและรูปภาพทันทีผ่านโทรศัพท์ เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญ และงานวิจัยของ สุพจน์ อุ่นเรือน (2560) และตรีรัก ประภากรเกียรติ (2560) ที่พบว่า สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรม ส่วนความเคยชินที่สืบเนื่องจากการเรียนรู้และปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอส่งผลให้บุคลากรสายสนับสนุน

ในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ในการทำงาน Venkatesh et al., (2012) พบว่า ความเคยชินเป็นปัจจัยที่มีระดับความสัมพันธ์โดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี สอดคล้องกับ Pahnila, Siponen, & Zheng (2011) ที่พบว่า ความเคยชินมีผลต่อการใช้ Tao Bao และ อรรถสิทธิ์ สารพัฒน์ (2560) พบว่า ความเคยชินมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านแอปพลิเคชันไลน์

ความเคยชิน นอกจากจะมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านแอปพลิเคชันไลน์แล้ว ยังมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านแอปพลิเคชันไลน์ ผ่านพฤติกรรมความตั้งใจใช้งาน แสดงว่า บุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีความเคยชิน และตั้งใจสื่อสารภายในองค์กรผ่านแอปพลิเคชันไลน์ Venkatesh et al., (2012) พบว่า ความเคยชินมีผลโดยตรงและโดยอ้อมต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งานเทคโนโลยี ประสบการณ์ที่เพิ่มขึ้นในการใช้งานทำให้เกิดการใช้เทคโนโลยีที่ติดเป็นนิสัย โดยสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Liao et al., (2006) พบว่า ความเคยชินมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจอย่างต่อเนื่องในการใช้อีคอมเมิร์ซ และผลการวิจัยของ อรรถสิทธิ์ สารพัฒน์ (2560) ที่พบว่า ความเคยชินมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านแอปพลิเคชันไลน์ ผ่านพฤติกรรมความตั้งใจใช้งาน

ความคาดหวังในประสิทธิภาพ มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านแอปพลิเคชันไลน์ ผ่านพฤติกรรมความตั้งใจใช้งาน แสดงว่าพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านแอปพลิเคชันไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ใช้งานโดยเชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีใดๆ จะทำให้ได้รับประโยชน์เพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานช่วยให้บรรลุผลงานได้ (Venkatesh et al. 2012) และจากการศึกษาของ Sun, Cao, & You (2010) พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้ M-Commerce ในประเทศจีน สอดคล้องกับ Leong, Hew, Tan, & Ooi (2013) ซึ่งพบว่าการรับรู้ว่ามีประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้ M-Credit card ในประเทศมาเลเซีย นอกจากนี้ยังได้รับการสนับสนุนจากการศึกษาของ AbuShanab & Pearson (2007) ที่พบว่าลูกค้าที่มีความคาดหวังถึงประสิทธิภาพสูง ก็จะมีพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง และผลการวิจัยของ อรรถสิทธิ์ สารพัฒน์ (2560) ที่พบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพ มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านแอปพลิเคชันไลน์ ผ่านพฤติกรรมความตั้งใจใช้งาน ต่างจากผลการวิจัยของ สุพจน์ อุ่นเรือน (2560) และตรีรัก ประภากรเกียรติ

(2560) ที่พบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพ มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงลบต่อพฤติกรรมการใช้งานผ่านพฤติกรรมความตั้งใจใช้งาน

จากเหตุผลข้างต้นนี้ แสดงถึงการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านแอปพลิเคชันไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้นในการทำงาน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ควรส่งเสริมให้มีการอบรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ หรือสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ ในการสื่อสารภายในองค์กรแก่บุคลากรสายสนับสนุนในหน่วยงานจัดการเรียนการสอน หรือสามารถนำโมเดลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ไปใช้ในการพัฒนาแอปพลิเคชันที่สามารถใช้งานสื่อสารภายในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ในลักษณะใกล้เคียงกับแอปพลิเคชันไลน์และนำมาใช้ในการทำงานสำหรับบุคลากรสายสนับสนุนในหน่วยงานจัดการเรียนการสอน ซึ่งเป็นเรื่องที่ง่ายในการยอมรับและนำมาใช้งาน และเนื่องการศึกษาครั้งนี้ ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างเฉพาะบุคลากรสายสนับสนุนในหน่วยงานจัดการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ อาจไม่ครอบคลุมบุคลากรทั้งมหาวิทยาลัย สำหรับการวิจัยในอนาคตจึงควรเพิ่มประชากรในกลุ่มบุคลากรสายวิชาการ บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการหน่วยงานที่ไม่ได้จัดการเรียนการสอน และกลุ่มผู้บริหารเพื่อเป็นตัวแทนในภาพรวมของมหาวิทยาลัย และเนื่องจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เป็นสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐบาล การทำวิจัยในครั้งต่อไปควรเลือกกลุ่มตัวอย่างจากสถาบันอุดมศึกษาเอกชนสถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาล เพื่อนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบว่าโมเดลมีความแปรเปลี่ยนหรือไม่ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสถาบันอุดมศึกษาในประเทศต่อไป

สรุปผล

การศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยผู้วิจัยได้กรอบแนวคิดจากทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ 2 ของ Venkatesh et al., (2012) ได้อธิบายถึงรูปแบบการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ได้แก่ พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน

ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความง่ายต่อการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน แรงจูงใจด้านความบันเทิง มูลค่าราคาต่อประโยชน์ที่ได้รับ และความเคยชิน

ผลการวิจัยครั้งนี้ จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ส่วนใหญ่สังกัดในกลุ่มสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25 เป็นเพศหญิง จำนวน 304 คน คิดเป็นร้อยละ 76 มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44 ระยะเวลาปฏิบัติราชการตั้งแต่ 10 ปี ขึ้นไป จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37 ประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชันไลน์ มากกว่า 4 ปี จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.75 ระยะเวลาในการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์โดยรวมต่อวัน มากกว่า 4 ชั่วโมง จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 ใช้โทรศัพท์มือถือในการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันไลน์ จำนวน 396 คน คิดเป็นร้อยละ 52. 59 จากสี่ตัวเลือกที่ตอบได้มากว่าหนึ่งข้อ โดยภาพรวมค่าเฉลี่ย 5.31 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ค่าเฉลี่ยมากที่สุด 5.73 อยู่ในระดับมาก รองลงมาได้แก่ ความคาดหวังในความพยายามใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ มีค่าเฉลี่ย 5.72 อยู่ในระดับมาก และน้อยที่สุด ด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 4.98 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ค่าความเบ้ (Sk) อยู่ระหว่าง -0.73 ถึง -1.03 และค่าความโด่ง (Ku) อยู่ระหว่าง 0.41 ถึง 1.18 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ $\pm$ ไม่เกิน 3.00 แสดงว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ โดยพฤติกรรมความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันไลน์ ได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากความเคยชินในการใช้แอปพลิเคชันไลน์ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.36 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และสุดท้ายในด้านพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านแอปพลิเคชันไลน์ ได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.46 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

เอกสารอ้างอิง

กริช แรงสูงเนิน. (2554). *การวิเคราะห์ปัจจัยด้วย SPSS และ AMOS เพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

กองทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2561). ตารางแสดงจำนวนอัตรากำลังทุกประเภท ประจำปี 2561 ณ วันที่ 1 เมษายน 2561. ใน *การประชุมคณะกรรมการบริหารมหาวิทยาลัย ครั้งที่ 11/2561, ห้องประชุมสัญญา ธรรมศักดิ์ ตึกโดม ชั้นสอง มธ. ท่าพระจันทร์.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จักรพงษ์ สื่อประเสริฐสิทธิ์. (2554). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี: กรณีศึกษาการใช้บริการการสื่อสารระหว่างกันผ่านข้อความและรูปภาพแบบทันทีผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชไมพร กาญจนกิจสกุล. (2555). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์*. ตาก: โพรเจ็คท์ ไฟฟ์-โฟว์.

ณัฐพร ทองศรี. (2555). *ความตั้งใจใช้แท็บเล็ตของครูผู้สอนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 3 การประยุกต์ใช้ตัวแบบการยอมรับเทคโนโลยี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต) กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ตรีรัก ประภากรเกียรติ. (2560). *รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการรับ-ส่ง พัสดุผ่านแอปพลิเคชัน Airpay ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.

ทัตธนันท์ พุ่มนุช. (2555). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคม (Social Network) เพื่อพัฒนาในการปฏิบัติงานของบุคลากรทางการศึกษาในสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษานครปฐม*. สืบค้น 21 มิถุนายน 2561, จาก https://www.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/28155

ธนะวัฒน์ วรรณประภา. (2560). สื่อสังคมออนไลน์กับการศึกษา. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. สืบค้น 21 มิถุนายน 2561,* จาก https://edu.msu.ac.th/journal/home/ journal _file/316.pdf

นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). *โมเดลลิสเรล สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เพนนินซูลาร์ แอสโซซิเอทส์. (2017). *แมนพาวเวอร์เผยผลวิจัย "อิทธิพลของโซเชียลมีเดียที่มีต่อคนทำงานในองค์กร".* สืบค้น 21 มิถุนายน 2561, จาก http://www.smethailandclub.com/news-7701-id.html

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2561). *บันทึกธรรมศาสตร์* 2561. สืบค้น 21 มิถุนายน 2561, จาก http://www.pr.tu.ac.th/annual_2018/AnnualReport/mobile/index.html#p=1

สุพจน์ อุ่นเรือน. (2560). *รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันช้อปปิ้งบนสมาร์ทโฟนของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต) ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.

อรรถสิทธิ์ สารพัฒน์. (2560). *รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรโรงเรียนเตรียมทหาร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต) ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.

อรวรรณ สุขยานี. (2558). *ความตั้งใจในการใช้ระบบสารสนเทศการบริหารทรัพยากรบุคคล ของบุคลากรสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์: การประยุกต์ใช้ตัวแบบการยอมรับเทคโนโลยี*. สืบค้น 21 มิถุนายน 2561, จากhttp://itc.nida.ac.th/home/images/research/research-2558.pdf

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.

Cronbach, L.J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika, (16)3,* 297-334.

Leong, L. Y., Hew, T. S., Tan, G. W. H., & Ooi, K. B. (2013). Predicting the determinants of the NFC-enabled mobile credit card acceptance: A neural networks approach. *Expert Systems with Applications, 40, 5604-5620.*

Liao, C., Palvia, P., & Lin, H. N. (2006). The roles of habit and web site quality in e-commerce. *International Journal of Information Management, 26,* 469-483.

Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology,140*, 1-55. Retrieved April 19, 2018 from https://legacy.voteview.com/pdf/Likert_1932.pdf

Pahnila, S., Siponen, M., & Zheng, X. (2011). Integrating habit into UTAUT: The Chinese eBay case. *Pacific Asia Journal of the Association for Information Systems, 3*(2), 1-30

Sun, Q., Cao, H., & You, J. (2010). Factors influencing the adoption of mobile service in China: An integration of TAM. Journal of Computers, *5*(5), 799-806.

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), 425-478.

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.

We Are Social and Hootsuite. (2018). *สถิติผู้ใช้ดิจิทัลทั่วโลก "ไทย" เสพติดเน็ตมากสุดในโลก-"กรุงเทพ" เมืองผู้ใช้ Facebook สูงสุด*. สืบค้น 22 มิถุนายน 2561, จาก https://www.brandbuffet.in.th /2018/02/global-and-thailand-digital-report-2018/