

รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านโซเชียลมีเดียของข้าราชการโรงเรียนเตรียมทหาร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ

CASUAL RELATIONSHIP MODEL OF UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY ON COMMUNICATION BEHAVIOR IN ORGANIZATION THROUGH SOCIAL MEDIA OF ARMED FORCES ACADEMIES PREPARATORY SCHOOL

ศุภสัณฑ์ เกิดสวัสดิ์* สุมามาลย์ ปานคำ

Suppasan Kerdsawad, Sumaman Pankham*

วิทยาลัยนวัตกรรมดิจิทัลและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรังสิต

College of Digital Innovation and Information Technology, Rangsit University.

**Corresponding author, e-mail: suppasan.k62@rsu.ac.th*

Received: 7 January 2020; **Revised:** 19 March 2020; **Accepted:** 31 March 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านโซเชียลมีเดีย ที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ข้าราชการโรงเรียนเตรียมทหาร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ ที่เคยใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กร จำนวน 400 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยใช้เทคนิควิธีการจับฉลากรายชื่อ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า 7 ระดับ ที่มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.97 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านโซเชียลมีเดีย ประกอบด้วย 6 ตัวแปร ดังนี้ ตัวแปรต้น ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพของโซเชียลมีเดีย ความคาดหวังในการใช้งานโซเชียลมีเดีย อิทธิพลทางสังคมต่อการใช้งานโซเชียลมีเดีย สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานโซเชียลมีเดีย ตัวแปรส่งผ่าน ได้แก่ พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานโซเชียลมีเดีย และตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการใช้งานโซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กร ผลการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ พบว่า รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี มีค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) = 230.86 ที่องศาอิสระ (df) = 117, CMIN/DF = 1.97, RMR = 0.04, RMSEA = 0.04 และในส่วนของค่าดัชนี AGFI, GFI, CFI, IFI, TLI = 0.91, 0.94, 0.98, 0.98, 0.97 ตามลำดับ โดยด้านความตั้งใจในการใช้งานโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้งานโซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรมากที่สุด

คำสำคัญ: รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี การสื่อสารภายในองค์กร โมเดลสมการโครงสร้าง โซเชียลมีเดีย

Abstract

This research aimed to develop the causal relationship model of unified theory of acceptance and use of technology on communication behavior in organizations through social media and verify the conformity of the causal relationship model that has been developed with empirical data. The sample group in this research included 400 officers of Armed forces academies preparatory school. That used the LINE application for internal communication, selected by using the simple sampling method. A questionnaire composed of the 7 scale, with reliability at 0.97, was applied to collect the data. The data were analysis by structural equation modeling. The findings were as follows: the causal relationship model of unified theory acceptance and use of technology on communication behavior in organizations through social media consists of six factors, as follows: Explanatory Variable, which were Performance Expectancy for Social Media, Effort Expectancy of using Social Media, Social Influence toward the use of Social Media, Facilitating Conditions the use of Social Media. Mediator Variable, which were Behavioral Intention of using Social Media and Dependent Variable, which were Use Behavior of using Social Media for Internal Communication. The findings were as follows: the causal relationship model that has been developed conformed to the empirical data to a great extent. From statistic shows the Chi-square = 230.86, degrees of freedom = 117, CMIN/DF = 1.97, RMR = 0.04, RMSEA = 0.04 and index Value AGFI, GFI, CFI, IFI, TLI = 0.91, 0.94, 0.98, 0.98, 0.97. By Behavioral Intention of using Social Media has influences and Facilitating Conditions the use of Social Media to Use Behavior of using Social Media for Internal Communication.

Keywords: Causal Relationship Model, Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, Internal Communication, Structural Equation Modeling, Social Media

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีสังคมได้เข้ามามีอิทธิพลต่อสังคมโลกเป็นอย่างมาก เนื่องจากการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่แพร่หลายและมีความรวดเร็วมากขึ้น รวมถึงการพัฒนาศักยภาพของโทรศัพท์มือถือได้เปลี่ยนแปลงการติดต่อสื่อสารแบบเก่าให้กลายเป็นยุคแห่งสังคมออนไลน์ หน่วยงาน องค์กรต่าง ๆ และคนทั่วไปต่างต้องพึ่งพา สื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสาร สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (สพธอ.) หรือ ETDA เผยผลสำรวจพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตของปี พ.ศ. 2561 จากกลุ่มตัวอย่าง 10,730 คนทั่วประเทศ โดยกระจายอยู่ในทั้ง Gen X, Y, Z และ Baby Boomer พบว่า ประชากรไทยจากกลุ่มตัวอย่างมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ย 10 ชั่วโมง 5 นาทีต่อวัน ทั้งนี้ ได้มีการสำรวจกิจกรรมการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ตเพื่อติดตามดูว่าคนส่วนใหญ่นิยมกิจกรรมใช้งานอินเทอร์เน็ตในด้านใด ซึ่งผลการสำรวจพบว่า 5 อันดับแรกที่มีความนิยมของผู้ใช้งาน

อินเทอร์เน็ต คือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ การรับ-ส่งอีเมล การค้นหาข้อมูล การดูโทรทัศน์/ดูคลิปวิดีโอ/ฟังเพลง และการซื้อทางออนไลน์ [1]

ทางด้าน LINE Thailand ได้มีการเผยแพร่ผลการสำรวจจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่มีกิจกรรมการใช้งานผ่านแอปพลิเคชันไลน์ ในปี ค.ศ. 2019 พบว่า จากประชากรประเทศไทยทั้งหมด จำนวน 69 ล้านคน จะมีผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ จำนวน 44 ล้าน โดยประชากรไทยมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านมือถือเฉลี่ย 3 ชั่วโมง 36 นาทีต่อวัน และมีการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์เฉลี่ย 63 นาทีต่อวัน ซึ่งจะเห็นได้ว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตใช้เวลาถึงร้อยละ 29 หรือมากกว่า ¼ ของการใช้งานอินเทอร์เน็ตในแต่ละวันอยู่บนแอปพลิเคชันไลน์ [2]

ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (UTAUT) เป็นแนวทางการวิจัยด้านการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Acceptance Research) ซึ่งเป็นการศึกษาในเชิงพฤติกรรมมนุษย์เพื่ออธิบายวิธีการและเหตุผลของแต่ละบุคคลในการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ (IT) เพื่อพัฒนาทฤษฎีที่ช่วยพยากรณ์พฤติกรรมบุคคลหรือองค์การในการยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศ เพื่อนำไปสู่การให้คำอธิบายและการพยากรณ์การยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสร้างความเข้าใจในอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นตัวช่วยและตัวเร่งให้เกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของแต่ละบุคคลหรือแต่ละองค์การ รวมทั้งการแสดงให้เห็นถึงเหตุผลของการลงทุนด้านไอทีในอนาคต ทั้งนี้ในกลุ่มทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ จะมีทฤษฎีที่มุ่งเน้นการศึกษาเพื่อสร้างความเข้าใจในบทบาทของความตั้งใจที่ทำหน้าที่เป็นตัวพยากรณ์พฤติกรรม (Predictor of Behavior) เช่น พฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านโซเชียลมีเดียหรือการใช้ (Usage) ซึ่งเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญต่อการสร้างองค์ความรู้ใหม่ให้เกิดขึ้นในงานวิจัยด้านการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ [3]

การสื่อสารภายในองค์กร โดยถือเป็นกระบวนการทำให้เกิดการสื่อสารที่สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงาน การสื่อสารในองค์กรที่มีประสิทธิภาพจะเป็นสิ่งเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในองค์กร ช่วยทำให้ลดความขัดแย้ง และสร้างความเข้าใจอันดีของบุคลากร ส่งผลให้องค์กรมีความมั่นคง เหนียวแน่น และแข็งแกร่งมากขึ้น ปัจจุบันองค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่รวดเร็ว การบริหารงานทุกชั้นตอนล้วนแล้วแต่มีการติดต่อสื่อสารในการประสานงานเข้ามาเกี่ยวข้อง ผู้บริหารและบุคลากรทุกคนต้องมีการเรียนรู้การใช้งานและลักษณะของการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้เหมาะสมกับการทำงานในองค์กร โดยโรงเรียนเตรียมทหารเป็นหน่วยงานราชการที่มีการสอนนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาและมีการทำงานร่วมกันของข้าราชการหลากหลายช่วงอายุ ดังนั้นการสื่อสารภายในองค์กรนั้นมีความจำเป็นที่จะต้องใช้เทคโนโลยีโซเชียลมีเดียเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมในการสื่อสารของคนไทยส่วนใหญ่ในปัจจุบันนี้ คือ แอปพลิเคชันไลน์ เนื่องจากสามารถส่งข้อความ ข้อความเสียง รูปภาพ วิดีโอ โทศัพท์ หรือโทรแบบวิดีโอได้ อีกทั้งยังสามารถบันทึกข้อความ และสื่อสารแบบกลุ่มได้อีกด้วย โดยไม่เสียค่าบริการเพิ่มเติมนอกเหนือจากค่าบริการอินเทอร์เน็ตของแต่ละคน

จากเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านโซเชียลมีเดียของข้าราชการโรงเรียนเตรียมทหาร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ โดยข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนั้นสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กรให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียของข้าราชการในโรงเรียนเตรียมทหาร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ และทำให้เกิดการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

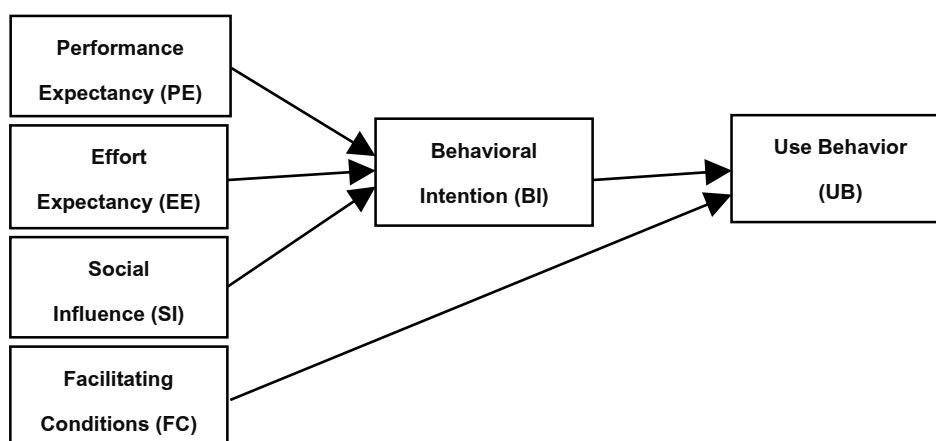
เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านโซเชียลมีเดียของข้าราชการโรงเรียนเตรียมทหาร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ แบบการวิจัยเชิงสำรวจ

1. กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของข้าราชการในโรงเรียนเตรียมทหาร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ โดยได้ศึกษาจากแนวคิดทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านโซเชียลมีเดีย (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology : UTAUT) [4] ซึ่งกรอบแนวคิดในการวิจัย มีดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) [4].

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ข้าราชการโรงเรียนเตรียมทหาร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ ที่เคยใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กร จำนวน 718 คน [5]

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ข้าราชการโรงเรียนเตรียมทหาร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ ที่เคยใช้แอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารภายในองค์กร โดยในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบมีตัวแปรแฝง (Causal Structural - Models with Latent Variable) นงลักษณ์ วิรัชชัย ได้เสนอไว้ว่า ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมควรอยู่ในอัตราส่วน 20 ต่อ 1 ตัวแปรและตัวอย่างน้อยที่สุดที่ยอมรับได้ จากค่าสถิติ Holter ที่ต้องมีค่ามากกว่า 200 จึงจะถือว่ารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ในการศึกษาครั้งนี้มีตัวแปรที่สังเกตได้จำนวน 18 ตัวแปร ซึ่งต้องใช้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 180-360 คนเป็นอย่างน้อย และเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูลผู้วิจัยจึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยใช้เทคนิควิธีการจับฉลากรายชื่อ [6]

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม โดยเป็นคำถามปลายปิด ประกอบด้วยคำถามที่เป็นคำถามปลายปิดที่มีคำตอบให้เลือก จำนวน 2 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ข้อคำถาม จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชันไลน์ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร โดยประยุกต์ข้อคำถามจากแนวคิด แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีของ Venkatesh et al. [3] ประกอบด้วย ข้อคำถามเกี่ยวกับความคาดหวังในประสิทธิภาพของโซเชียลมีเดีย ความคาดหวังในการใช้งานโซเชียลมีเดีย อิทธิพลทางสังคมต่อการใช้งานโซเชียลมีเดีย สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานโซเชียลมีเดีย พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานโซเชียลมีเดีย และพฤติกรรมการใช้งานโซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กร จำนวน 18 ตัวแปรสังเกตได้ ผู้วิจัยกำหนดข้อคำถามสำหรับวัดค่าตัวแปรสังเกตได้ ตัวแปรละ 3 ข้อ ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์ขั้นต้นสำหรับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง [7] รวมมีข้อคำถามทั้งสิ้น 24 ข้อ

ผู้วิจัยได้หาคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย โดยนำแบบสอบถามที่พัฒนาข้อคำถามขึ้นไปตรวจสอบความครอบคลุมและความตรงด้านเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ซึ่งค่าคะแนน IOC ของข้อคำถามทั้ง 18 ข้อ มีคะแนนอยู่ระหว่าง 0.67–1.00 คะแนน อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม สามารถนำไปใช้ได้ [8] ผู้วิจัยจึงได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลองเก็บข้อมูล (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำมาทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha-Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค [9] พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.97 ซึ่งมีความมากกว่า 0.70 จึงถือว่าแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยนี้มีค่าความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ [10] และมีค่าอำนาจจำแนกของข้อคำถามอยู่ระหว่าง 0.69 - 0.85 ซึ่งมีค่าอยู่ในเกณฑ์ 0.20 ขึ้นไป จึงถือว่าข้อคำถามที่พัฒนาขึ้นมีค่าอำนาจจำแนกใช้ได้ [11]

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) และสถิติอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุด้วยตัวแบบสมการเชิงโครงสร้าง โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์

ผลการวิจัย

ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านโซเชียลมีเดียของข้าราชการโรงเรียนเตรียมทหาร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ ที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ โดยได้นำมาตรวจสอบการกระจายข้อมูลของตัวแปรสังเกตได้ในแต่ละปัจจัย โดยวิเคราะห์ความเบ้ (Skewness) และความโด่ง (Kurtosis) พบว่า ค่าความเบ้อยู่ระหว่าง -1.11 ถึง -0.85 และค่าความโด่งอยู่ระหว่าง 0.36 ถึง 1.37 ซึ่งทั้งสองค่านี้ อยู่ระหว่าง ± 3.00 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าผลการตรวจสอบการกระจายข้อมูลของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 18 ตัวแปร มีการกระจายของข้อมูลแบบแจกแจงปกติ [12]

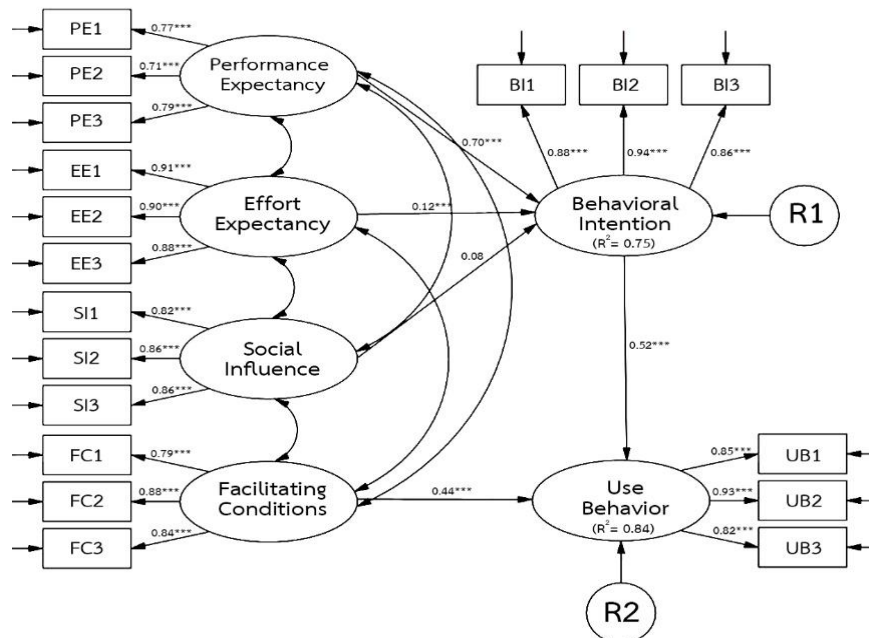
ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านโซเชี่ยลมีเดียของข้าราชการโรงเรียนเตรียมทหาร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ

	Performance Expectancy	Effort Expectancy	Social Influence	Facilitation Conditions	Behavioral Intention	Use Behavior
Performance Expectancy	1					
Effort Expectancy	0.66**	1				
Social Influence	0.73**	0.69**	1			
Facilitation Conditions	0.68**	0.67**	0.70	1		
Behavioral Intention	0.68**	0.65**	0.66**	0.75**	1	
Use Behavior	0.67**	0.65**	0.72**	0.75**	0.76**	1

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปร จำนวน 6 ตัวแปร พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมด 15 คู่ มีความสัมพันธ์กันทั้งหมด และความสัมพันธ์ของตัวแปรทุกคู่ มีทิศทางเดียวกันเป็นความสัมพันธ์ทางบวก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.66 – 0.76 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทุกคู่ส่วนใหญ่มีค่าไม่เกิน 0.80 แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรมีระดับความสัมพันธ์ไม่สูงมากนักไม่เกิดปัญหา Multicollinearity จึงเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง [11]

ผลการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี โดยพิจารณาจากค่า ไค-สแควร์ เท่ากับ 230.86 ที่องศาอิสระเท่ากับ 117 เมื่อพิจารณาค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ เป็นอัตราส่วนระหว่างค่าสถิติไค-สแควร์กับจำนวนองศาอิสระ (χ^2/df) หรือค่า CMIN/df มีค่าเท่ากับ 1.97 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ มีค่าน้อยกว่า 3 [12] เมื่อพิจารณาค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของเศษเหลือในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน (Standardized Root Mean Square Residual: Standardized RMR) มีค่าเท่ากับ 0.04 และค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.04 ทั้งสองค่านี้มีค่าน้อยกว่า 0.08 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนด [12] ในส่วนของค่าดัชนี AGFI, GFI, CFI, IFI, TLI มีค่าเท่ากับ 0.91, 0.94, 0.98, 0.98, 0.97 ตามลำดับ และมีค่า Hoelter ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 248 และเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ประเมินความสอดคล้องและความกลมกลืนของโมเดล โดยค่า AGFI, GFI, CFI, IFI, TLI ต้องมีค่าอยู่ระหว่าง 0.90 – 1.00 และค่า Hoelter ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ต้องมีค่าสูงกว่า

หรือเท่ากับ 200 ซึ่งพบว่า ผ่านเกณฑ์ทุกค่าซึ่งแสดงค่าสถิติจากรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ผลการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ที่มีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านโซเชียลมีเดียของข้าราชการ โรงเรียนเตรียมทหาร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ

ค่าอิทธิพลรวม อิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อม ในรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านโซเชียลมีเดียของข้าราชการ โรงเรียนเตรียมทหาร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าอิทธิพลรวม อิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อม ระหว่างตัวแปรแฝง ในรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านโซเชียลมีเดียของข้าราชการโรงเรียนเตรียมทหาร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ

ตัวแปรผล	BI			UB		
ตัวแปรเหตุ	DE	IE	TE	DE	IE	TE
PE	0.70***	-	0.70***	-	0.36***	0.36***
EE	0.12***	-	0.12***	-	0.06	0.06
SI	0.08	-	0.08	-	0.04	0.04
FC	-	-	-	0.44***	-	0.44***
BI	-	-	-	0.52***	-	0.52***
R ²	0.75			0.84		

***p < 0.001, DE = Direct Effect (อิทธิพลทางตรง), IE = Indirect Effect (อิทธิพลทางอ้อม), TE = Total Effect (อิทธิพลรวม)

จากตารางที่ 2 พบว่า พฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กร (UB) ได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากด้านความตั้งใจในการทำงานโซเชียลมีเดีย (BI) และด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้งาน (FC) ซึ่งมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.52 และ 0.44 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และได้รับอิทธิพลทางอ้อมมากที่สุดจากด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพของโซเชียลมีเดีย (PE) ซึ่งมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.36 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ส่วนด้านความตั้งใจในการทำงานโซเชียลมีเดีย (BI) ได้รับอิทธิพลทางตรงมากที่สุดจากด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพของโซเชียลมีเดีย (PE) และด้านความคาดหวังในการใช้งานโซเชียลมีเดีย (EE) ซึ่งมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.70 และ 0.12 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

สรุปและอภิปรายผล

ผลการตรวจสอบรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านโซเชียลมีเดียของข้าราชการโรงเรียนเตรียมทหาร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า รูปแบบมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี และเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กร มีดังนี้

1. ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพของโซเชียลมีเดีย และปัจจัยด้านความคาดหวังในการใช้งานโซเชียลมีเดีย มีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยด้านพฤติกรรมการตั้งใจในการทำงานโซเชียลมีเดีย ทั้งนี้ ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพของโซเชียลมีเดียเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากข้าราชการในองค์กรรับรู้ถึงประโยชน์ในการสื่อสารภายในองค์กร ช่วยให้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารภายในองค์กรและบรรลุวัตถุประสงค์ได้รวดเร็วขึ้น ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT) ของ Venkatesh et al. [3] และสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุวิภา แสงพันธุ์ตา และสุมาลย์ ปานคำ [13] ที่พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพของโซเชียลมีเดีย ปัจจัยด้านความคาดหวังในการใช้งานโซเชียลมีเดีย และปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมต่อการใช้งานโซเชียลมีเดีย มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านพฤติกรรมการตั้งใจในการทำงานโซเชียลมีเดียของบุคลากรกระทรวงแรงงาน ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญรองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านความคาดหวังในการใช้งานโซเชียลมีเดีย เนื่องจากแอปพลิเคชันไลน์เป็นระบบที่เข้าใจได้ง่าย สามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานได้ง่ายและขั้นตอนการใช้งานที่มีความสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Ramon Palau-Saumell, Santiago Forgas-Coll, Javier Sánchez-García and Emilio Robres [14] ที่พบว่า ความคาดหวังจากประสิทธิภาพ ความคาดหวังความพยายาม เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันมือถือสำหรับร้านอาหาร

2. ปัจจัยด้านพฤติกรรมการตั้งใจในการทำงานโซเชียลมีเดีย และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้งานโซเชียลมีเดีย มีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กร ทั้งนี้ ด้านพฤติกรรมการตั้งใจในการทำงานโซเชียลมีเดีย เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากข้าราชการในองค์กรมีความต้องการที่จะใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง จึงช่วยสนับสนุนให้มีพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรอย่างเป็นประจำ และมีความตั้งใจที่จะแนะนำให้เพื่อนร่วมงานใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT) ของ Venkatesh et al. [3] และทฤษฎีการกระทำอย่างมีเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) ของ Fishbein & Ajzen [15] ที่พบว่า มนุษย์โดยปกติแล้วเป็นผู้ที่มีเหตุผล พฤติกรรมของบุคคลใดบุคคลหนึ่งจึงไม่ได้เกิดขึ้นโดยขาดการพิจารณามาก่อน

ดังนั้น การที่บุคคลจะมีหรือไม่มีพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งนั้น จะเกิดจากความตั้งใจและมีเหตุผล ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญรองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการใช้งานโซเชียลมีเดีย เนื่องจากลักษณะงานของข้าราชการในองค์กรมีผลให้สามารถใช้งานโซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรได้ตลอดเวลา และมีความรู้ทางเทคโนโลยีมากพอที่จะใช้งานโซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของตรีรัก ประภากรเกียรติ และสุมาลย์ ปานคำ [16] ที่พบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังถึงความพยายามในการใช้แอปพลิเคชัน อิทธิพลของสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้บริการ และพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน

3. ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพของโซเชียลมีเดีย มีอิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวมต่อปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กร ดังนั้น โรงเรียนเตรียมทหาร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศควรให้ความสำคัญต่อการดำเนินการเพื่อส่งเสริมให้ข้าราชการมีพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรโดยมุ่งเน้นในเรื่องของความคาดหวังในการใช้งานโซเชียลมีเดีย อิทธิพลทางสังคมต่อการใช้งานโซเชียลมีเดีย และความคาดหวังในประสิทธิภาพของโซเชียลมีเดีย ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ A.Sarapat and S.Lekcharoen ที่พบว่า ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ มีอิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวมมากที่สุดต่อปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กร เนื่องจากผู้ใช้งานเทคโนโลยีรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้โซเชียลมีเดียในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร ทำให้ได้รับรู้ถึงข่าวสารและบรรลุมิติวัตถุประสงค์ได้รวดเร็วยิ่งขึ้น [17]

เอกสารอ้างอิง

- [1] สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2562). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561. กรุงเทพฯ: สำนักยุทธศาสตร์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน).
- [2] LINE Thailand. (2562). *Infographic : สถิติผู้ใช้ของ LINE ประเทศไทยในปี 2019*. สืบค้นเมื่อ 16 กันยายน 2562, จาก <https://www.thumbsup.in.th/line-th-stats-2019/>
- [3] สิงหะ จวีสุข, และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2555). ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ. *KMITL Information Technology Journal*, 1(1). สืบค้นจาก <http://journal.it.kmitl.ac.th>
- [4] 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.
- [5] โรงเรียนเตรียมทหาร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ. (2562). *ข้อมูลกำลังพลโรงเรียนเตรียมทหาร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ ปี 2562*. กองกำลังพล โรงเรียนเตรียมทหาร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ.
- [6] นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). *โมเดลลิสมารล: สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [7] สัจจวรรณ รัตตะโทก. (2557). *โมเดลสมการโครงสร้างสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. เอกสารประกอบการสอน. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- [8] ชูศรี วงศ์รัตน์. (2560). *เทคนิคการสร้างเครื่องมือวิจัย: แนวทางการนำไปใช้อย่างมืออาชีพ*. กรุงเทพฯ: อมรรการพิมพ์.
- [9] Cronbach, L. J. (1984). *Essentials of psychological testing*. 4th ed. New York: Harper & Row.
- [10] ชไมพร กาญจนกิจสกุล. (2555). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์*. ดาก: โพรเจ็คท์ ไฟฟ์-โพร.

- [11] บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- [12] กริช แรงสูงเนิน. (2554). *การวิเคราะห์ปัจจัยด้วย SPSS และ AMOS เพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: เอ็ดดูเคชั่น.
- [13] สุวิภา แสงพันธุ์ตา, และสุมาลย์ ปานคำ. (2562). รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรกระทรวงแรงงาน. *วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์*, 4(1), 75-77.
- [14] 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
- [15] Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction of Theory and Research*. USA: Addison-Wesly.
- [16] ตีรรัก ประกายเกียรติ, และสุมาลย์ ปานคำ. (2560). รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการรับ-ส่งพัสดุผ่านแอปพลิเคชัน Airpay ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. ใน การสัมมนาเครือข่ายนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา ครั้งที่ 16 ประจำปีการศึกษา 2559 ระหว่างวันที่ 29-30 มิถุนายน พ.ศ. 2560. หน้า 622-623.
- [17] A. Sarapat, & S. Lekcharoen. (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.