

อิทธิพลของทัศนคติต่อการใช้งานและปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีของพนักงานอุตสาหกรรมค้าส่งและค้าปลีกไทย

The Influence of Attitudes Toward Usability and Related Factors on the Intention Behaviors of Thai Wholesale and Retail Industry Employees in Using Technology

วนิดา ตะนุรักษ์¹ นรพล จินันท์เดช² และประยงค์ มีใจเชื้อ³

Wanida Tanurak¹, Norapol Chinuntdej², and Prayong Meechaisue³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของ (1) การรับรู้ว่ายง่ายต่อการใช้งานที่มีผลต่อการรับรู้ว่ามีประโยชน์ ทัศนคติต่อการใช้งานและพฤติกรรมความตั้งใจ (2) การรับรู้ว่ามีประโยชน์ที่มีผลต่อทัศนคติต่อการใช้งานและพฤติกรรมความตั้งใจ (3) ทัศนคติต่อการใช้งานที่มีผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย พนักงานอุตสาหกรรมการค้าส่งและค้าปลีก พื้นที่ในการจัดเก็บ คือ กรุงเทพมหานคร จำนวน 450 คน เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติสำเร็จรูป ผลการวิจัยพบว่า โมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของทัศนคติต่อการใช้งานและปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีของพนักงานอุตสาหกรรมการค้าส่งและค้าปลีกไทย มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดีมาก ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ทุกข้อสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

สรุปข้อค้นพบที่ได้จากงานวิจัย พบว่า ตัวแปรแฝงการรับรู้ว่ายง่ายต่อการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้ว่ามีประโยชน์ มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมเชิงบวกกับทัศนคติต่อการใช้งานและมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจ สำหรับตัวแปรการรับรู้ว่ามีประโยชน์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติการใช้และมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจ สำหรับตัวแปรทัศนคติต่อการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจ แสดงว่า การรับรู้ว่ายง่ายและการรับรู้ว่ามีประโยชน์ส่งผลทางบวกต่อทัศนคติและพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยีของพนักงานอุตสาหกรรมการค้าส่งและค้าปลีกไทย

คำสำคัญ : การรับรู้ว่ายง่ายต่อการใช้งาน, การรับรู้ว่ามีประโยชน์, ทัศนคติต่อการใช้งาน, พฤติกรรมความตั้งใจ

¹นิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

²Master student, Master of Business Administration Program, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University

³อาจารย์ที่ปรึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

²Faculty staff, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University

³อาจารย์ที่ปรึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

³Faculty staff, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University

Abstract

In this thesis, the researcher examines the influence of (1) the perceived ease of use on perceived usefulness, attitudes toward usability, and intention behaviors; (2) the effects of perceived usefulness on attitudes toward use and intention behaviors; and (3) attitudes toward usability and intention behaviors.

The sample population consisted of 450 employees working in the wholesale and retail industries. Bangkok Metropolis was the area in which data were collected. The research instrument was a questionnaire. Using techniques of descriptive statistics, the data collected were analyzed in terms of mean and standard deviation. In addition, Pearson's product moment correlation coefficient method and the structural equation

modeling (SEM) technique were also employed by the researcher. Data were analyzed using a computer software program.

Findings are as follows:

The causal model for the influence of attitudes on usability and related factors on intention behaviors in the use of technology on the part of the personnel under study was found to be congruent with empirical data at a very good level.

In carrying out hypothesis testing, the researcher found that all items were congruent with the set hypotheses postulated for this inquiry at the statistically significant level of .01.

Research findings showed that the latent variable of perceived ease of use showed positive direct influence on perceived usefulness, positive direct and indirect influence on the attitudes of usability, and positive indirect influence on intention behaviors. The variable of perceived usefulness exhibited positive direct influence on attitudes toward the use and positive indirect influence on intention behaviors. The variable of attitudes toward usability evinced positive direct influence on intention behaviors. This means that perceived ease of use and perceived usefulness exert positive effects on the attitudes and intention behaviors involving the use of technology by the personnel under investigation.

Keywords: Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Attitude toward and Behavioral Intention to Use

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้งานในองค์กร พนักงานต้องมีความรู้ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และสามารถประยุกต์ใช้งานระบบสารสนเทศในการเชื่อมโยงข้อมูลต่างๆ ได้ ผลการวิจัยของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ธุรกิจทางการค้าและการบริการมีบุคลากรที่ใช้คอมพิวเตอร์ในการปฏิบัติงานเป็นประจำเฉลี่ยต่อกิจการน้อยที่สุดที่ 3.3 คน เหตุผลที่ไม่ใช้คอมพิวเตอร์ จำแนกตามเหตุผลของ

การไม่ใช้คอมพิวเตอร์ สำหรับสถานประกอบการที่ไม่ใช้คอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่ให้เหตุผลของการไม่ใช้คอมพิวเตอร์คือ ความไม่จำเป็น ไม่เหมาะสมของรูปแบบธุรกิจหรือสินค้าร้อยละ 94.4 รองลงมา ได้แก่ ค่าใช้จ่ายสูงร้อยละ 20.7 ไม่เห็นประโยชน์ที่จะได้รับร้อยละ 17.2 และลูกจ้างไม่มีทักษะในการใช้งานร้อยละ 15.1 ส่วนเหตุผลอื่น ๆ มีไม่เกินร้อยละ 5.0 (กระทรวงเทคโนโลยีและการสื่อสาร, สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557, หน้า 6-7)

หน่วยงานเหล่านี้ประสบปัญหาการเชื่อมโยงของ

ข้อมูลแต่ละฝ่ายในองค์การ ข้อมูลล่าช้าการตรวจสอบข้อมูล ยุ่งยากทำให้เกิดข้อผิดพลาด ทั้งนี้ยังทำให้ข้อมูลที่ได้รับ อาจจะไม่เป็นปัจจุบันหรือไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ การเชื่อมของ ข้อมูลแต่ละฝ่ายแตกต่างกัน ทำให้เป็นอุปสรรคในการ ดำเนินงาน เกิดความซ้ำซ้อนของข้อมูล รวมไปถึงบุคลากร ไม่มีความเชี่ยวชาญ บุคลากรเป็นคนที่รุ่นเก่าไม่ยอมรับการ เปลี่ยนแปลงคุ้นเคยกับการทำงานแบบเดิมๆ และเกิดความ กลัวว่าเทคโนโลยีจะเข้ามาลดบทบาทการทำงานของตัวเอง ทำให้เกิดการต่อต้านเทคโนโลยี

การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยจัดการงานบริหาร องค์กร การออกแบบโครงสร้างระบบสารสนเทศที่ให้ใช้งาน ง่ายขึ้นก่อให้เกิดความอยากใช้ อยากรทดลองของผู้ใช้งาน โดยที่ผู้ใช้งานไม่ต้องมีความรู้ด้านระบบสารสนเทศมากนัก การกรอกรายละเอียดข้อมูลหรือการใช้งานไม่ซับซ้อนและ ได้ผลลัพธ์ออกมาได้อย่างถูกต้องแม่นยำมีความสะดวก สบาย และงานเสร็จเร็วขึ้น จะส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดการ ยอมรับระบบสารสนเทศ แต่หากระบบสารสนเทศออกแบบ มายุ่งยากทำงานซับซ้อน ผู้ใช้งานต้องปรับตัวหรือใช้ความ พยายามในการเรียนรู้ว่าจะส่งผลในเชิงลบได้ หากผู้ใช้งาน มีการรับรู้ว่าจะระบบสารสนเทศนั้นใช้งานง่าย และใช้แล้วมี ประโยชน์ต่อผู้ใช้ 2 ปัจจัยนี้จะทำให้ผู้ใช้เกิดทัศนคติในทาง บวกได้ ทำให้ส่งผลไปยังพฤติกรรมยอมรับเกิดการใช้งาน จริง แต่ถ้าผู้ใช้งานมองว่าไม่มีประโยชน์ การใช้งานยุ่งยาก ลำบาก ผู้ใช้งานก็เกิดทัศนคติในทางลบได้เช่นกัน ผู้วิจัยได้ ศึกษา หลักการและแนวคิดของการสร้างแบบจำลองการ ยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Technology Acceptance Model-TAM) เพื่อนำมาใช้ทำนายการยอมรับ หรือปฏิเสธ การใช้ระบบเทคโนโลยีของผู้ใช้งาน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการ ใช้งานที่มีผลต่อการรับรู้ว่ามีประโยชน์ ทัศนคติต่อการใช้งาน และพฤติกรรมความตั้งใจ
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ว่ามีประโยชน์ที่ มีผลต่อทัศนคติต่อการใช้และพฤติกรรมความตั้งใจ
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของทัศนคติต่อการใช้ที่มีผล ต่อพฤติกรรมความตั้งใจ

สมมติฐานการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่จากเอกสาร หนังสือ บทความ เว็บไซต์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้ สมมติฐานของการวิจัยอย่างมีเหตุผลดังนี้

H1: การรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวก กับการรับรู้ว่ามีประโยชน์

H2: การรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวก กับทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี

H3: การรับรู้ว่ามีประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกกับ ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี

H4: ทัศนคติต่อการใช้มีอิทธิพลเชิงบวกกับ พฤติกรรมความตั้งใจ

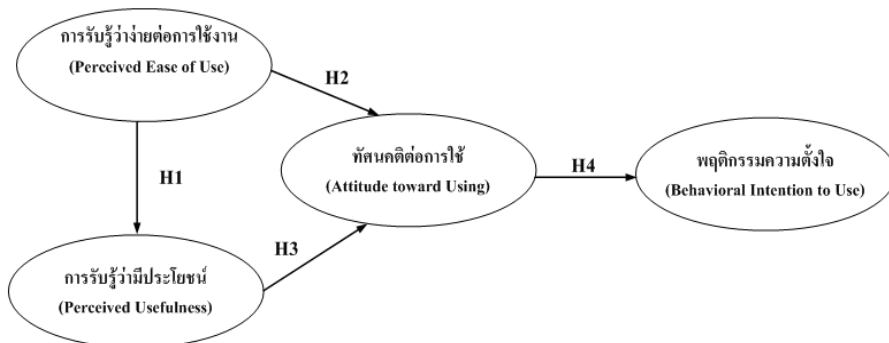
การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีเป็นทฤษฎีที่พัฒนามา จากทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุผล Fishbein and Ajzen (1975) เชื่อว่าการที่บุคคลจะลงมือกระทำพฤติกรรมใดนั้น สามารถทำนายได้จากการวัดความเชื่อ (Belief) ทัศนคติ (Attitudes) และ ความตั้งใจกระทำ (Intention) ซึ่งท้าย ที่สุดผลลัพธ์ของความตั้งใจที่ออกมาจะส่งผลทำให้เกิด พฤติกรรมนั้น และเพื่อใช้อธิบายหรือทำนายพฤติกรรมของ ผู้ใช้ในการยอมรับหรือต้องการใช้ระบบสารสนเทศนั้น ต่อมา Davis (1989) ได้มีการแนะนำโมเดลการยอมรับเทคโนโลยี ที่อธิบายการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศของแต่ละบุคคล เป้าหมายของทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) เพื่ออธิบายตัวแปรที่สำคัญ ต่อการยอมรับเทคโนโลยีคือ ปัจจัยด้านการตระหนักความ มีประโยชน์ (Perceived Usefulness) ปัจจัยด้านการ ตระหนักการใช้งานง่าย (Perceived Ease Of Use) ปัจจัย ด้านทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการใช้งาน (Attitude towards Using) ปัจจัยด้านความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรม (Behavior Intention) การทำนายการยอมรับด้านเทคโนโลยี สารสนเทศ ได้ใช้ทฤษฎีการยอมรับตามหลักเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) แนวคิดพื้นฐานสำหรับการ อธิบายการเชื่อมโยงกันระหว่างตัวแปร 2 โครงสร้าง คือ โครงสร้างที่ ประกอบด้วย 2 ตัวแปร คือการรับรู้ว่ามี ประโยชน์ และการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน โครงสร้างที่ 2

ประกอบด้วย 3 ตัวแปรคือ ทักษะคติของผู้ใช้ พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้ และพฤติกรรมการใช้จริง 1. การรับรู้ว่าย่างต่อการใช้งาน คือ การรับรู้ความง่ายการใช้งาน เป็นปัจจัยหลักที่สำคัญของทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งสามารถนิยามได้ว่า ความเชื่อของผู้ใช้ที่คาดหวังต่อระบบสารสนเทศที่มีการพัฒนาขึ้นมาใหม่และเป็นเครื่องมือที่จะใช้งานในอนาคต ต้องมีความง่ายในการเรียนรู้ที่จะใช้งาน และมีความเป็นอิสระจากประสบการณ์ 2. การรับรู้ว่ามีประโยชน์ เป็นปัจจัยหลักที่สำคัญของทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ซึ่งสามารถนิยามได้ว่า การวัดระดับขั้นของบุคคลที่เชื่อว่า ถ้าหากมีการใช้ระบบสารสนเทศที่มีการพัฒนาขึ้นมาใหม่ ระบบสารสนเทศจะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กรที่ทำงานอยู่นั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น 3. ทักษะคติต่อการ ใช้ พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้ และการใช้จริง ทักษะคติที่เกิดขึ้นจากผลของการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ระบบ ซึ่งหากผู้ใช้รับรู้ว่ายากเกินไปและมีประโยชน์และสามารถใช้งานได้ ผู้ใช้จะเกิดทักษะคติที่ดีต่อเทคโนโลยีนั้นซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นด้วย และจากการที่มีความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นแล้วผู้ใช้จะเกิดความรู้สึกว่าควรที่จะใช้งานเทคโนโลยีนั้นจริง (จักรพงษ์ สื่อประเสริฐสิทธิ์, 2554, หน้า 31)

กรอบแนวคิด

การบูรณาการกรอบแนวคิดมาจากปัจจัยด้านต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรม ความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี โดยประยุกต์ใช้โมเดลทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Technology Acceptance Model: TAM)



ภาพ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยมีวิธีการวิจัย คือ การวิจัยเชิงปริมาณ และแหล่งที่มาของข้อมูลได้มาจาก 2 แหล่ง ข้อมูลทุติยภูมิ และข้อมูลปฐมภูมิ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นพนักงานอุตสาหกรรมการค้าส่งและค้าปลีก ที่มีสถานประกอบการตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 450 ราย โดยมีจำนวนพนักงานรวมทั้งสิ้น 1,257,685 คน แบ่งเขตของกรุงเทพมหานครออกเป็น 50 เขต (สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีและการสื่อสาร, 2557) มีค่าพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณ 19 จำนวนข้อคำถาม 24 ข้อ โดยแบ่งเก็บข้อมูลตามสัดส่วนของประชากรแต่ละเขต

สถิติที่ใช้ในการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป LISREL ผลการวิเคราะห์แบบออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้ (1) การวิเคราะห์ผลสถิติลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (2) การวิเคราะห์ผลสถิติเชิงพรรณนาของระดับค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละตัวแปร (3) วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) (4) การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์และการทดสอบสมมติฐาน โดยวิเคราะห์ตัวแบบจำลองเชิงสาเหตุ (5) ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาปริญญาตรี ประเภทองค์การเป็นประเภทธุรกิจค้าปลีก และประสบการณ์ทำงานสูงสุด 6-10 ปี

การวิเคราะห์ผลสถิติเชิงพรรณนาของระดับค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละตัวแปร พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่ง ดังนี้ (1) การรับรู้ ว่าง่ายต่อการใช้งาน พบว่า เทคโนโลยีสารสนเทศที่ง่ายต่อการ ใช้เพิ่มการเรียนรู้ รองลงมาเทคโนโลยีสารสนเทศเข้าถึง ข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว และมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดในระดับ เห็นด้วย คือ เทคโนโลยีสารสนเทศที่ง่ายทำให้เข้าใจการใช้ งานไม่ต้องใช้ความพยายามมาก (2) การรับรู้ว่ามีประโยชน์ พบว่า การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพิ่มประสิทธิภาพในการ ทำงานให้ดียิ่งขึ้น รองลงมา เทคโนโลยีสารสนเทศช่วย เชื่อมโยงข้อมูลกับหน่วยงานภายในองค์กรได้เร็วขึ้น และ

มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดในระดับเห็นด้วย คือ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศเพิ่มศักยภาพการทำงานให้สะดวกรวดเร็ว (3)ทัศนคติต่อการ ใช้ พบว่า การนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้า มาใช้งานเป็นความคิดที่ดี รองลงมา คือ มีความเชื่อมั่นและ ไว้วางใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และมีค่าเฉลี่ยน้อย ที่สุดคือ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสามารถรองรับการ ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ (4) พฤติกรรม ความตั้งใจ พบว่า เทคโนโลยีสารสนเทศตรงตามความ ต้องการพร้อมทั้งได้รับข้อมูลที่มี รองลงมา คือ ท่านมีความ ตั้งใจที่จะใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติงาน บ่อยเท่าที่ต้องการ และมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ท่านแนะนำ ให้บุคคลอื่นใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ

ตัวแปร/ตัวชี้วัด	Lambda-X	Theta-Delta	AVE	CR
การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน(PE)			0.589	0.894
การเรียนรู้ (PE1)	0.779	0.394		
การเข้าใจการใช้งาน (PE2)	0.751	0.436		
การประยุกต์ใช้ (PE3)	0.864	0.254		
การทำงานที่ชัดเจน (PE4)	0.917	0.159		
การปฏิบัติงานง่ายขึ้นไม่ยุ่งยากซับซ้อน (PE5)	0.600	0.640		
การเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว (PE6)	0.645	0.584		
การรับรู้ว่ามีประโยชน์(PU)			0.595	0.910
การมีประสิทธิภาพในการทำงาน (PU1)	0.676	0.543		
การมีศักยภาพการทำงาน สะดวกรวดเร็ว (PU2)	0.641	0.589		
การลดข้อผิดพลาดในการทำงาน (PU5)	0.825	0.319		
การเชื่อมโยงข้อมูลได้เร็วขึ้น (PU6)	0.705	0.502		
ทัศนคติต่อการ ใช้ (AT)			0.451	0.828
การมีประสิทธิภาพ (AT1)	0.809	0.346		
ข้อมูลเชื่อถือได้ (AT2)	0.696	0.516		
การมีความเชื่อมั่นและไว้วางใจ (AT3)	0.542	0.706		
กระบวนการทำงานไปในทิศทางเดียวกัน (AT4)	0.546	0.702		
ความคิดที่ดีในการใช้งาน (AT5)	0.771	0.406		
การมีความพึงพอใจที่ได้ใช้งาน (AT6)	0.619	0.617		
พฤติกรรมความตั้งใจ (BI)			0.639	1.000
ข้อมูลที่มีคุณภาพ (BI1)	0.618	0.618		
การมีความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง (BI2)	0.870	0.244		
การแนะนำให้บุคคลอื่นใช้ (BI3)	0.881	0.224		
การมีความตั้งใจที่จะใช้งานบ่อย (BI4)	0.826	0.317		
การมีพฤติกรรมการใช้งานมากขึ้น (BI5)	0.775	0.400		

ผลการวิเคราะห์การตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปทั้งหมดจึงผ่านเกณฑ์ค่า Average Variance Extracted (AVE) ของตัวแปรแฝง การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน การรับรู้ว่ามีประโยชน์ พฤติกรรมความตั้งใจ มีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป จึงผ่านเกณฑ์ ส่วนค่า (AVE) ของตัวแปรแฝงทัศนคติต่อการไม่ผ่านเกณฑ์ และค่าความเที่ยงรวม (Composite Reliability: CR) ของทุกตัวแปรแฝงมีค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป ทั้งหมดจึงผ่านเกณฑ์ที่กำหนด

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตามโมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอิทธิพลของทัศนคติต่อการไม่ผ่านเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีของพนักงาน ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบดังนี้

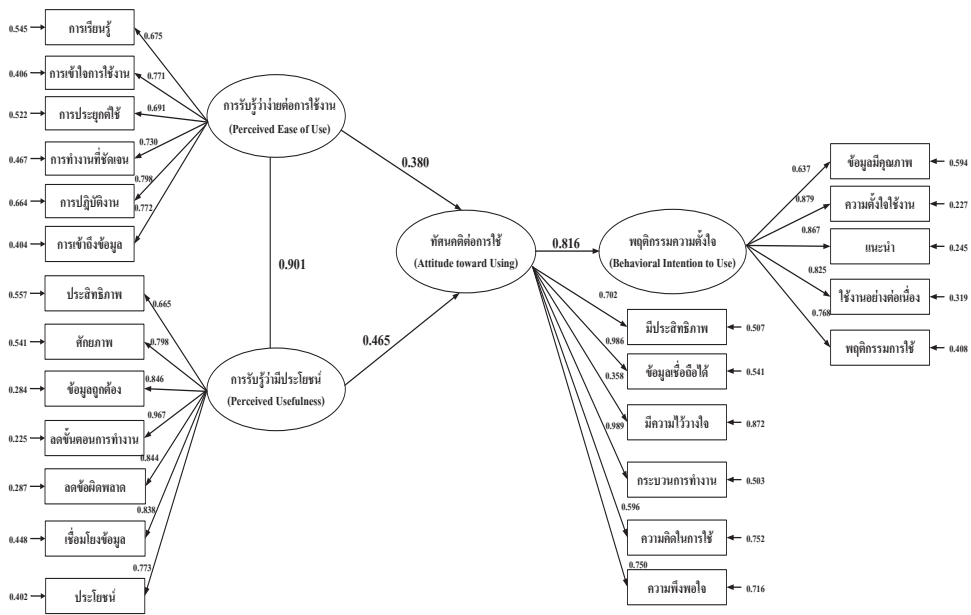
(1) ด้านการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน วัดได้จากตัวแปรสังเกตได้จำนวน 6 ตัว พบว่า การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งานมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ องค์ประกอบตัวแปรสังเกตได้ผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนดทุกตัว เทคโนโลยีที่ง่ายต่อการใช้งาน พิจารณาได้ดังนี้ อันดับแรก เทคโนโลยีสารสนเทศมีขั้นตอนการทำงานที่ชัดเจน ระบบสารสนเทศมีขั้นตอน กระบวนการ การทำงานที่ชัดเจนส่งผลให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานระบบสารสนเทศได้คล่องตัวและง่ายต่อการใช้งาน เทคโนโลยีสารสนเทศสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับวิธีการทำงานแบบดั้งเดิมได้ อันดับที่สอง นำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาประยุกต์ใช้กับการทำงานรูปแบบเดิม เพื่อลดแรงต่อต้านการใช้เทคโนโลยีใหม่ ระบบการทำงานให้เป็นไปในรูปแบบการทำงานเดิมปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานให้น้อยที่สุด อันดับที่สาม เทคโนโลยีสารสนเทศที่ง่ายต่อการใช้งานทำให้ผู้ใช้งานต้องการเรียนรู้เพิ่มขึ้น เมื่อระบบสารสนเทศมีความง่ายผู้ใช้งานเกิดการเรียนรู้เพิ่มเติมเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตามที่ต้องการ

(2) การรับรู้ว่ามีประโยชน์ วัดได้จาก ตัวแปรสังเกตได้จำนวน 7 ตัว พบว่า การรับรู้ว่ามีประโยชน์ มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ องค์ประกอบ

ตัวแปรสังเกตได้ผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนดทุกตัว การรับรู้ว่าเทคโนโลยีมีประโยชน์ พิจารณาได้ดังนี้ อันดับแรก ลดขั้นตอนการทำงาน ผู้ใช้เทคโนโลยีไม่ต้องปฏิบัติงานซ้ำซ้อน ลดเวลาในการทำงาน ได้ผลลัพธ์ทันเวลา อันดับที่สอง การใช้งานเทคโนโลยีระบบสารสนเทศได้รับข้อมูลถูกต้องครบถ้วน อันดับที่สาม การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศลดข้อผิดพลาดในการทำงาน เทคโนโลยีให้ประโยชน์ในทางปฏิบัติ และผลลัพธ์ ทำให้องค์กรการมีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

(3) ทัศนคติต่อการไม่ผ่านเกณฑ์ วัดได้จาก ตัวแปรสังเกตได้จำนวน 6 ตัว พบว่า ทัศนคติต่อการไม่ผ่านเกณฑ์ มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ องค์ประกอบตัวแปรสังเกตได้ผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนดทุกตัว ทัศนคติต่อการไม่ผ่านเกณฑ์ พิจารณาได้ดังนี้ อันดับแรก การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสามารถรองรับการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ใช้งานปฏิบัติงานตามขั้นตอนได้ผลลัพธ์ตามที่ต้องการ เพิ่มความเชื่อมั่นในความสามารถของผู้ใช้งาน เกิดทัศนคติที่ดีในการใช้เทคโนโลยี อันดับที่สอง การนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้งานเป็นความคิดที่ดี อันดับที่สาม การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ได้รับข้อมูลที่เชื่อถือได้ ข้อมูลที่ได้จากเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นข้อมูลดิบที่ผ่านขั้นตอนการกรองข้อมูลและการประมวลผลที่ได้ประสิทธิภาพและได้คุณภาพของข้อมูล

(4) พฤติกรรมความตั้งใจ วัดได้จากตัวแปรสังเกตได้จำนวน 5 ตัว พบว่า พฤติกรรมความตั้งใจ มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ องค์ประกอบตัวแปรสังเกตได้ผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนดทุกตัว พฤติกรรมความตั้งใจ พิจารณาได้ดังนี้ อันดับแรก ท่านแนะนำให้บุคคลอื่นใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เมื่อผู้ใช้เกิดทัศนคติที่ดีและใช้งานจริง ทำให้ผู้ใช้งานนั้นจะแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศตามไปด้วย อันดับที่สอง มีความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง อันดับที่สาม ท่านมีความตั้งใจที่จะใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติงานบ่อยเท่าที่ ต้องการ มีพฤติกรรมการใช้งานมากขึ้น เทคโนโลยีสารสนเทศตรงตามความต้องการพร้อมทั้งได้รับข้อมูลที่มีคุณภาพ



ภาพ 2 แบบจำลองสมการโครงสร้างงานวิจัย

ผลการวิเคราะห์ เส้นทางการความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ภายนอกกับตัวแปรแฝงภายนอก (LAMBDA-X) พบว่า ตัวแปรแฝงการรับรู้ว่าย่างต่อการใช้งาน มีตัวแปรองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดที่สามารถอธิบายองค์ประกอบตัวแปรอิทธิพลของการรับรู้ว่าย่างต่อการใช้งานมากที่สุดคือ เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้ปฏิบัติงานง่ายขึ้น ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.798 รองลงมาคือ เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้เข้าถึงข้อมูลได้สะดวกรวดเร็วขึ้น ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.772 และ ตัวแปรองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ว่าย่างต่อการใช้งานน้อยที่สุดคือ เทคโนโลยีสารสนเทศที่ง่ายต่อการใช้งานจะทำให้ท่าน ต้องการเรียนรู้เพิ่มขึ้น โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.675

ผลการวิเคราะห์ เส้นทางการสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ภายในกับตัวแปรแฝงภายใน (LAMBDA-Y) พบว่า ตัวแปรแฝงการรับรู้ว่ามีประโยชน์ มีตัวแปรองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด ที่สามารถอธิบายองค์ประกอบตัวแปรอิทธิพลของการรับรู้ว่ามีประโยชน์มากที่สุด คือ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยลดขั้นตอนในการทำงาน ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.967 รองลงมาคือ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ได้รับข้อมูลถูกต้องครบถ้วน ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.846 และ ตัวแปรองค์ประกอบ

ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ว่ามีประโยชน์น้อยที่สุดคือ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.665

ส่วนตัวแปรแฝงทัศนคติต่อการ ใช้ มีตัวแปรองค์ประกอบสำคัญที่สุดที่สามารถอธิบายองค์ประกอบตัวแปรอิทธิพลของทัศนคติต่อการ ใช้มากที่สุดคือ เทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลให้กระบวนการทำงานในองค์กรของท่านไปในทิศทางเดียวกัน มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.989 รองลงมาคือ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ท่านได้รับข้อมูลที่เชื่อถือได้ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.986 ตัวแปรองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการ ใช้มากที่สุดคือ ท่านมีความเชื่อมั่นและไว้วางใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.358

ส่วนตัวแปรแฝงพฤติกรรมความตั้งใจ มีตัวแปรองค์ประกอบสำคัญที่สุดที่สามารถอธิบายองค์ประกอบตัวแปรอิทธิพลของพฤติกรรมความตั้งใจมากที่สุด คือ ท่านมีความตั้งใจที่จะใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่องในอนาคต ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.879 รองลงมาคือท่านจะแนะนำให้บุคคลอื่นใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.869 ตลอดจนมีตัวแปรองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจน้อยที่สุด

คือ เทคโนโลยีสารสนเทศตรงตามความต้องการพร้อมทั้งได้รับข้อมูลที่มีคุณภาพ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.637

ส่วนของตัวแบบจำลองโครงสร้าง ประกอบด้วย เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงภายนอกกับตัวแปรแฝงภายใน (GAMMA) และ เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงภายในกับตัวแปรแฝงภายใน (BETA) โดยวิเคราะห์ที่ตัวแบบจำลองเชิงสาเหตุ ตามภาพที่ 2 ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยโดยเรียงตามลำดับของวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งานที่มีผลต่อการรับรู้ว่ามีประโยชน์ ทศนคติต่อการใช้งานและพฤติกรรมความตั้งใจ พบว่า การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ว่ามีประโยชน์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ 0.901 การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อทัศนคติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์รวม 0.799 และการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งานมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการใช้งานจริง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์รวม 0.653 หากผู้ใช้งานรับรู้ว่ามีประโยชน์ ง่ายต่อการใช้งาน ผู้ใช้จะเกิดทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีนั้นซึ่งจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมใช้งานเทคโนโลยีนั้นด้วยและจากการที่มีความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีแล้วผู้ใช้จะเกิดความรู้สึกว่าควรที่จะใช้งานเทคโนโลยีจริง

2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ว่ามีประโยชน์ที่มีผลต่อทัศนคติต่อการใช้งานและพฤติกรรมความตั้งใจ พบว่า การรับรู้ว่ามีประโยชน์ มีอิทธิพลทางตรงกับทัศนคติโดยมีค่าสัมประสิทธิ์รวม 0.465 และ การรับรู้ว่ามีประโยชน์ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการใช้งานจริง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์

0.380 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศคือ ปัจจัยที่กำหนดการรับรู้ในแต่ละบุคคลว่าเทคโนโลยีมีส่วนช่วยพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานให้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว มีความถูกต้องแม่นยำขึ้น พร้อมทั้งเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติและพฤติกรรมการใช้จริง

3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของทัศนคติต่อการใช้งานที่มีผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจ พบว่า ทัศนคติต่อการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมความตั้งใจ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์รวม 0.816 พฤติกรรมการใช้งานได้รับอิทธิพลจากทัศนคติต่อการใช้งานส่งผลให้เกิดการยอมรับการใช้งานของระบบรวมไปถึงการเกิดความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

สรุปได้ว่า ตัวแปรแฝงการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งานและการรับรู้ว่ามีประโยชน์ มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมในเชิงบวกต่อทัศนคติในการใช้เทคโนโลยีและพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีของอุตสาหกรรมการค้าส่งและค้าปลีกไทย การรับรู้ว่ามีประโยชน์มีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อทัศนคติในการใช้งาน แสดงว่า ถ้าพนักงานในอุตสาหกรรมรับรู้ว่าการใช้งานเทคโนโลยีง่ายต่อการใช้งานและรับรู้ว่ามีประโยชน์ส่งผลทำให้เกิดการยอมรับการใช้เทคโนโลยีมากขึ้น

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า โมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลทัศนคติในการใช้เทคโนโลยีและพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีของอุตสาหกรรมการค้าส่งและค้าปลีกไทย มีความสอดคล้องข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดีมากพิจารณาได้จาก ตาราง 2 และผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังตาราง 3

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติวัดความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าสถิติ	เกณฑ์	ค่าสถิติที่ได้
P-value	> 0.05	0.063
χ^2/df	< 2.00	1.173
Comparative Fit Index (CFI)	≥ 0.95	0.998
Goodness of Fit Index (GFI)	≥ 0.95	0.966
Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)	≥ 0.95	0.937
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	< 0.05	0.020
Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)	< 0.05	0.0155

ตาราง 3 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ค่าสถิติ
H ₁ : การรับรู้ว่าย่่งต่อการใช้งานส่งผลในทางบวกต่อการรับรู้ว่ามีประโยชน์	DE=0.901, t value = 12.119
H ₂ : การรับรู้ว่าย่่งต่อการใช้งานส่งผลในทางบวกต่อทัศนคติต่อการใช้	DE=0.380, t value = 2.868
H ₃ : การรับรู้ว่ามีประโยชน์ส่งผลในทางบวกต่อทัศนคติต่อการใช้	DE=0.465, t value = 8.276
H ₄ : ทัศนคติต่อการใช้ส่งผลในทางบวกต่อพฤติกรรมการความตั้งใจ	DE=0.816, t value = 11.115

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอสรุปประเด็นตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

การรับรู้ว่าย่่งต่อการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกกับการรับรู้ว่ามีประโยชน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.901 และมีค่า t-value เท่ากับ 12.119 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จูรีพร ทองทะวาย (2555) ศึกษาการรับรู้ความง่ายของการใช้บริการจากภายนอกเพื่อพัฒนาระบบงานมีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ของการใช้บริการจากภายนอกเพื่อพัฒนาระบบงาน พบว่า การยอมรับความง่ายของการใช้บริการภายนอกพัฒนามีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ของการใช้บริการจากภายนอกเพื่อพัฒนาระบบงาน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเป็น 0.589 สอดคล้องกับ ชลธิชา ศรีแสง (2555) ศึกษางานวิจัยเรื่องการยอมรับการใช้งานของระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษานักการกรงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) พบว่า การรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของระบบมีความสัมพันธ์ในแง่บวกต่อการรับรู้ว่ามีประโยชน์ และสอดคล้องกับนักวิจัยหลายท่าน กล่าวว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน เป็นระดับที่ผู้ใช้เชื่อว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้มีความง่ายในการใช้งาน สามารถใช้งานได้ โดยไม่ต้องอาศัยความพยายามมากนัก ส่งผลโดยตรงต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ เป็นระดับที่ผู้ใช้เชื่อว่าประโยชน์ของเทคโนโลยีจะสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้กับงานของตน (Kigongo, 2011; Shroff, R. H., Deneen, C. D. & Ng, E. M. W., 2011; Chen, 2008)

การรับรู้ว่าย่่งต่อการใช้งานมีอิทธิพลทางบวกกับทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.380 และมีค่า

t-value เท่ากับ 2.868 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐสพันธ์ เผ่าพันธ์ (2555) ปัจจัยที่สร้างแรงจูงใจต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ พบว่า การรับรู้อินเทอร์เน็ตง่ายต่อการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวก ต่อทัศนคติที่มีต่ออินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีอย่างมีนัยสำคัญ ($r = 0.145, sig = 0.000$) สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุชรา ประกอบธรรม (2554) ศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ภาควิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (วิทยาเขตรังสิต) พบว่า การรับรู้ว่าย่่งต่อการใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อการทัศนคติ และยังสอดคล้องกับนักวิจัยหลายท่าน กล่าวว่า การรับรู้ถึงขั้นตอนวิธีการที่ง่ายในการใช้เทคโนโลยีในมุมมองของผู้ใช้บริการในการพิจารณาการใช้เทคโนโลยีว่ามีขั้นตอนการใช้ที่ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน สามารถศึกษาเรียนรู้วิธีการใช้งานเทคโนโลยีนั้นๆ ได้โดยง่ายไม่จำเป็นต้องมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน หากมีการรับรู้ว่าย่่งในการใช้เทคโนโลยีในระดับที่มากส่งผลให้ผู้ใช้ช้กันเกิดทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีนั้นๆ เกิดความตั้งใจในการใช้งานอย่างสม่ำเสมอกล่าวได้ว่า การรับรู้ว่าย่่งต่อการใช้งานมีอิทธิพลต่อทัศนคติในการใช้ทั้งทางตรงและทางอ้อม (Mckechnie, Winklhofer, & Ennew, 2006)

การรับรู้ว่ามีประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกกับทัศนคติต่อการใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.465 และมีค่า t-value เท่ากับ 8.276 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และยังสอดคล้องกับ งานวิจัยของ Lai and Li. (2005) พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับและการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์ทางบวกและเป็นจุดสำคัญส่งผลต่อกันและกันกับทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน สอดคล้องกับ งานวิจัย

ของ ศนิ อนันต์รัตนโชติ (2553) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านระบบเว็บไซต์ (Web Payment) ของผู้ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ พบว่า การรับรู้ว่ามีประโยชน์มีผลทางบวกต่อทัศนคติเป็นอย่างมาก และยังสอดคล้องกับนักวิจัยหลายท่าน กล่าวว่า ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยตระหนักถึงคุณค่าและประโยชน์ที่จะได้รับ ในการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล การทำงานของบุคคลนั้นๆ บุคคลมีการรับรู้ว่าคุณประโยชน์ของการใช้ตรงกับความต้องการทำให้เกิดการยอมรับในเทคโนโลยีนั้นต่อไป (Wang et al., 2006; Luarn and Lin, 2005; Davis, 1989)

ทัศนคติต่อการใช้ที่มีผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.816 และมีค่า t-value เท่ากับ 11.115 สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้ และยังสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ปิยภรณ์ อภิฐานัฐิติ (2551) ศึกษาเรื่องการศึกษาทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมความตั้งใจเชิงพฤติกรรม และพฤติกรรมกรให้บริการ กรณีศึกษา พนักงานประกันวินาศภัย พบว่า ทัศนคติต่อพฤติกรรมกรให้บริการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจใช้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติพนักงานที่มีต่อพฤติกรรมกรให้บริการ มีค่าเท่ากับ 0.220 ($n = 277$, $P = 0.000$) สอดคล้องกับ Davis et al. (1989) พบว่า ทัศนคติที่มีต่อการใช้งานจะส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ และการใช้งานจริง (Actual Use) ทัศนคติเป็นตัวแปรที่มีผลต่อการใช้งานจริงของผู้ใช้

ผลการวิจัย อิทธิพลของทัศนคติต่อการใช้และปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีของอุตสาหกรรมการค้าส่งและค้าปลีกไทย พบว่า เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงภายนอกกับตัวแปรแฝงภายใน ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างตัวแปรการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งานส่งผลกับการรับรู้ว่ามีประโยชน์ มีค่ามากที่สุด โดยมีค่าเท่ากับ 0.901 และการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งานส่งผลกับทัศนคติต่อการใช้มีค่าเท่ากับ 0.380 และเส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงภายในกับตัวแปรแฝงภายใน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างตัวแปรทัศนคติต่อการใช้ส่งผลกับ

พฤติกรรมกรการใช้จริง มีค่ามากที่สุด โดยมีค่าเท่ากับ 0.816 และการรับรู้ว่ามีประโยชน์ส่งผลกับทัศนคติต่อการใช้ มีค่าเท่ากับ 0.465 เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทุกเส้นทางมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 แสดงให้เห็นว่า โมเดลสมการโครงสร้างของงานวิจัยสามารถนำไปเป็นเครื่องมือในการวิจัยในอุตสาหกรรมการค้าส่งและค้าปลีกไทย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับนักวิชาการหลายท่านที่ทำการศึกษาวิจัย ดังนี้ ศศิพร เหมือนศรีชัย (2554) ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ ERP Software ของผู้ใช้งานด้าน ผลการวิจัยพบว่า ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงและการฝึกอบรมนั้น ส่งผลต่อรูปแบบการยอมรับเทคโนโลยีมากที่สุด และนอกจากนี้ยัง พบว่า เมื่อเทคโนโลยีใหม่ที่น่าสนใจในองค์กรมีความเข้ากันได้กับระบบงานเก่า และเทคโนโลยีนั้นมีความเกี่ยวข้องกับงาน ประสบการณ์โดยตรงของผู้ใช้งาน ผู้ใช้งานจะรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งานส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีในที่สุด สอดคล้องกับ พรรณารณณ์ แสงดี (2554) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีโปรแกรมสำเร็จรูป SCM ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่นำไปสู่การใช้งานโปรแกรม SCM มากที่สุด พบว่า ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ของโปรแกรม และการรับรู้ถึงความง่ายของโปรแกรม ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตนาที่จะใช้งานโปรแกรม มากที่สุด พบว่า ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ของโปรแกรม และทัศนคติที่นำไปสู่การใช้งานโปรแกรม

ข้อเสนอแนะทางการจัดการ

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ว่ามีประโยชน์ และยังส่งผลเชิงบวกไปยังทัศนคติต่อการใช้งานและพฤติกรรมความตั้งใจ การรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน เมื่อเทคโนโลยีที่ใช้มีความใช้งานง่ายก่อให้เกิดผู้ใช้งานต้องการที่จะใช้งานเทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้น การรับรู้ว่ามีประโยชน์ผู้ใช้งานที่รับรู้ว่ามีประโยชน์ในการใช้เทคโนโลยีส่งผลให้งานเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทัศนคติต่อการใช้งาน เมื่อผู้ใช้งานเทคโนโลยีรับรู้ถึงความง่ายในการใช้และประโยชน์ที่ได้รับ ผู้ใช้จะเกิดทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยี และยังส่งผลบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจ ดังนั้นหากองค์กรมีนโยบายการนำเทคโนโลยีเข้าไปใช้งานควรคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องและส่งผลต่อความสำเร็จในการนำเทคโนโลยีเข้าไปใช้งาน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยขอเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป คือ

(1) ศึกษาพนักงานกลุ่มตัวอย่างธุรกิจอื่น เพื่อนำมาเปรียบเทียบ ทำให้ทราบถึงการยอมรับเทคโนโลยีและความต้องการของผู้ใช้งานที่ชัดเจนมากขึ้น

(2) ศึกษาปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งานและการรับรู้ว่ามีประโยชน์ เพื่อส่งผลให้

องค์กรนำไปใช้ตัดสินใจในการนำเทคโนโลยีเข้าไปใช้งานให้เกิดประโยชน์กับองค์กรสูงสุด

(3) ศึกษาตัวแปรเพิ่ม หรือนำตัวแปรอื่นมาศึกษา เช่น การตัดสินใจซื้อโปรแกรมสำเร็จรูปเข้าไปใช้งานในองค์กรความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ความร่วมมือในองค์กร เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงเทคโนโลยีและการสื่อสาร, สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2557). รายงานการสำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารในสถานประกอบการ พ.ศ. 2557. ค้นเมื่อ 9 ตุลาคม 2557, จาก http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/ict_estRep57.pdf
- จักรพงษ์ สื่อประเสริฐสิทธิ์. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี : กรณีศึกษาการใช้บริการการสื่อสารระหว่างกันผ่านข้อความและรูปภาพแบบทันที ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จรีพร ทองทะวาย. (2555). ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับของผู้ว่าจ้างในวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) กรณีผู้ให้บริการด้านการพัฒนาระบบงาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะสถิติประยุกต์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ชลธิชา ศรีแสง. (2555). การยอมรับการใช้งานของระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ปีที่ 4. ฉบับที่ 1. หน้า 35-51.
- ณัฐพันธ์ เผ่าพันธ์. (2551). ปัจจัยที่สร้างแรงจูงใจต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์. รายงานวิจัย ประจำปีงบประมาณปี 2549, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- บุษรา ประกอบธรรม. (2554). การศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา: กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. วารสารสุทธิปริทัศน์, 27(81), 93-108.
- พรรณณารณ์ แสงดี. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีโปรแกรมสำเร็จรูป SCM (Supply Chain Management). การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศนิ อนันต์รัตนโชติ. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านระบบเว็บไซต์ (Web Payment) ของผู้ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์. การค้นคว้าอิสระปริญญาโท. สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี, วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศศิพร เหมือนศรีชัย. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ ERP Software ของผู้ใช้งานด้านบัญชี. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต ภาควิชาศรัทธาและการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Reference

- Bootsara Prakobtham. (2012). *Investigating the acceptance of social networking in students: Case Study of Bangkok University*. Suthiparithat Journal, 27(81), 93-108. (In Thai).
- Chen, L. (2008). *A Model of Consumer Acceptance of Mobile Payment*. Int. J. Mobile Communications, 6(1), 32 - 52.
- Chonticha Srisang. (2012). *Adulation for the use of the E-Payment System A Case Study of Ayudhya Bank Public Company Limited*. RMUTSV Research Journal, 4(1), 35-51. (In Thai).
- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. MIS Quarterly, 13(3), 318-339.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.

- Information and Communication Technology, National Statistical Office (2014). *The 2014 Establishment Survey on the use of In Information and Communication Technology*. Retrieved October 9, 2014, from http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/ict_estRep57.pdf (In Thai).
- Jakkaphong Sueprasertsith. (2011). *Factors influencing in acceptance technology A case study of Using Mobile Instant Messaging service in Bangkok*. Master of Science, Technology Management, College of Innovation, Thammasat University. (In Thai).
- Jureeporn Thongthawai. (2012). *Service Quality Factors that Influence the Acceptance of Outsourcing Services in Small and Medium-sized Enterprises (SMEs): A Case of Application Development Outsourcing*. Master Degree, Graduate School of Applied Statistics, National Institute of Development Administration. (In Thai).
- Lai, V. S., & Li, H. (2005). *Technology acceptance model for internet banking : an invariance analysis*. Information & Management, 42, 373-386.
- Luarn, P., and Lin, H.H. (2005). *Toward an understanding of the behavioral intention to use Mobile Banking*. Computers in Human Behavior, 21, 873-891.
- Natsapun Paopun. (2008). *Factors Motivating Consumers in Purchasing Decision by Using Website*. Research Report for Fiscal Year 2006, Sripatum University. (In Thai).
- Mckechnie, S., Winklhofer, H., & Ennew, C. (2006). Applying the technology acceptance model to the online retailing of financial services. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 34(4), 388-410.
- Pannaporn Saengdee. (2011). *The Study on the Acceptance of SCM Software (Supply Chain Management)*. Master of Science, Technology Management, College of Innovation, Thammasat University. (In Thai).
- Sani Ananrattanachot. (2010). *The Study on the Acceptance of Web Payment Technology*. Master of Science, Technology Management, College of Innovation, Thammasat University. (In Thai).
- Sasiporn Muansrichai. (2011). *Factors Affecting the Acceptance of ERP Software from the Perspective of Accounting Users*. Master of Accounting, Department of Accountancy, Faculty of Commerce and Accountancy, Thammasat University. (In Thai).
- Shroff, R. H., Deneen, C. D. & Ng, E. M. W. (2011). Analysis of the technology acceptance model in examining students' behavioural intention to use aneportfolio system. *Australasian Journal of Educational Technology*, 27(4), 600-618. cited 9, October 2014.
- Wang, Y. -S., Lin, H. -H., and Larn P. (2006). Predicting consumer intention to use mobile service. *Info System*, 16,57-179.