

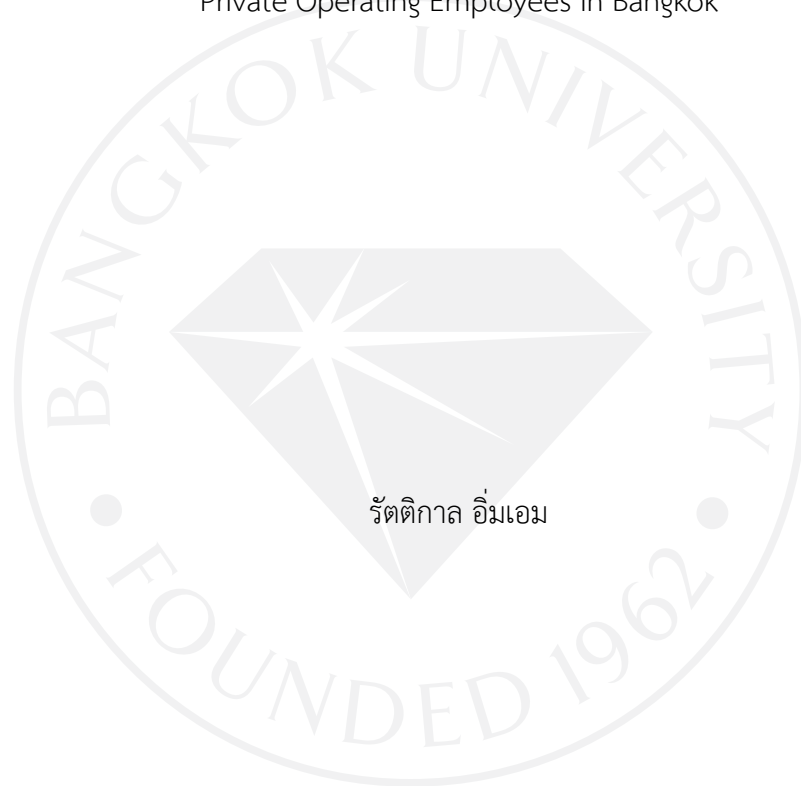
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร
ของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Affecting Decision Making on “LINE” Application Usage of
Private Operating Employees in Bangkok



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร
ของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Affecting Decision Making on “LINE” Application Usage of
Private Operating Employees in Bangkok



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2559



©2560

รัตติกาล อีมएम

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชน
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย รัตติกาล อิมเอม

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุทินันท์ พรหมสุวรรณ)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิศสุภา ปัจฉิมสวัสดิ์)

(ดร.คีนสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

31 มีนาคม 2560

รัตติกาล อิมเอม. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มีนาคม 2560, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขต
กรุงเทพมหานคร (84 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร.สุทินันท์ พรหมสุวรรณ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล 2) เพื่อศึกษา
ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร และ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของ
ปัจจัยองค์ประกอบในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการใช้
แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถาม
ออนไลน์เป็นเครื่องมือและทดสอบความตรงของเนื้อหา และความน่าเชื่อถือด้วยวิธีของครอนบาร์คกับ
พนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน ได้ความเชื่อมั่น 0.935 โดยแจกกับพนักงาน
เอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร 400 คน ส่วนวิธีการทางสถิติแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ สถิติเชิงพรรณนา
และสถิติเชิงอนุมาน และสถิติหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่งผลกระทบต่อการใช้
แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนปัจจัยพฤติกรรมการ
ใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรด้านระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้แต่ละครั้ง จำนวนครั้งโดย
เฉลี่ยของการใช้งานแต่ละวัน และอุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุดส่งผลกระทบต่อการใช้แอปพลิเคชัน
LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร และอิทธิพลของปัจจัยด้านเทคโนโลยี
สารสนเทศ และปัจจัยด้านประโยชน์ในการใช้งาน ส่งผลกระทบต่อการใช้แอปพลิเคชัน LINE
ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: พฤติกรรมองค์ประกอบ, การตัดสินใจ, แอปพลิเคชัน LINE

Imaim, R. M.B.A., March 2017, Graduate School, Bangkok University.

Factors Affecting Decision Making on “LINE” Application Usage of Private Operating Employees in Bangkok (84 pp.)

Advisor: Assoc.Prof.Suthinan Pomsuwan, Ph.D.

ABSTRACT

The objectives of this study were: 1) to examine differences of personal factors 2) to examine the differences of “LINE” Application usage behavior factors in the organization, and 3) to examine the influence of components of the “LINE” application factors in the organization affecting decision making on “LINE” application usage of private operating employees in Bangkok. The online questionnaire was used as a tool and the Cronbach's Alpha Coefficient was applied for accuracy and reliability test 30 private operating employees in Bangkok. The value of reliability test is 0.935 and then it was distributed to 400 private operating employees in Bangkok to fill out. The implemented statistical methods were the descriptive statistics such as percentage, mean and standard deviation; and the inferential statistics with the multiple regression analysis.

The findings indicated that personal factors: the education level and the average monthly income factors affected decision making on “LINE” application usage of private operating employees in Bangkok. For the “LINE” Application usage behavior factors in the organization in the average length of time usage of each time factor, the average number of times per day usage factor and the most equipment used affected decision making on “LINE” application usage of private operating employees in Bangkok. Moreover, the influence of the information technology factor and the usage benefits factor affected decision making on “LINE” application usage of private operating employees in Bangkok with the statistical significance at the 0.05 level.

Keywords: Behavior Elements, Decision, LINE Application

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้ความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ ซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะ แนวทางการศึกษา ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องในงาน ตลอดจนการให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ในการวิจัย จนการค้นคว้าอิสระฉบับนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนสำเร็จไปได้ด้วยดี รวมถึงอาจารย์ท่านอื่น ๆ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ และสามารถนำวิชาการต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้

รัตติกาล อิมएम



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.4 การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย	5
1.5 สมมติฐานการวิจัยและวิธีการทางสถิติ	6
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
1.7 นิยามคำศัพท์	8
บทที่ 2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ประวัติและความเป็นมาและความสำคัญของกรณีศึกษาที่ใช้ในการวิจัย	9
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน LINE	11
2.3 แนวคิดปัจจัยส่วนบุคคล	15
2.4 แนวคิดด้านพฤติกรรม	25
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี	27
2.6 ทฤษฎีการตัดสินใจ	30
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	31
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	
3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย	34
3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	37
3.3 กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล	37
3.4 สมมติฐานการวิจัย	37
3.5 วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัย	38

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)	39
4.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)	52
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	66
5.2 การอภิปรายผล	72
5.3 ข้อเสนอแนะ	74
บรรณานุกรม	75
ภาคผนวก	78
ประวัติผู้เขียน	84
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1: ข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคลด้านเพศ จะแสดงเป็นข้อมูลเฉพาะค่าร้อยละ	40
ตารางที่ 4.2: ข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคลด้านอายุ จะแสดงเป็นข้อมูลเฉพาะค่าร้อยละ	40
ตารางที่ 4.3: ข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา จะแสดงเป็นข้อมูลเฉพาะค่าร้อยละ	41
ตารางที่ 4.4: ข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จะแสดงเป็นข้อมูลเฉพาะค่าร้อยละ	41
ตารางที่ 4.5: ข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ในการทำงาน จะแสดงเป็นข้อมูลเฉพาะค่าร้อยละ	42
ตารางที่ 4.6: ข้อมูลพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรด้านประสบการณ์ในการทำงาน จะแสดงเป็นข้อมูลเฉพาะค่าร้อยละ	42
ตารางที่ 4.7: ข้อมูลพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรด้านระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้แต่ละครั้ง จะแสดงเป็นข้อมูลเฉพาะค่าร้อยละ	43
ตารางที่ 4.8: ข้อมูลพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรด้านจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยของการใช้งานแต่ละวัน จะแสดงเป็นข้อมูลเฉพาะค่าร้อยละ	43
ตารางที่ 4.9: ข้อมูลพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรด้านอุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุด จะแสดงเป็นข้อมูลเฉพาะค่าร้อยละ	44
ตารางที่ 4.10: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร	44
ตารางที่ 4.11: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านความง่ายในการใช้งานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร	45
ตารางที่ 4.12: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นปัจจัยความสามารถในการควบคุมการใช้งานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร	47
ตารางที่ 4.13: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นปัจจัยประโยชน์ในการใช้งานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร	48

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.14: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็น ปัจจัยด้านการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของ พนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร	49
ตารางที่ 4.15: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการ ทดสอบสมมติฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนก ตามเพศ	52
ตารางที่ 4.16: แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างแตกต่างการตัดสินใจในการใช้ แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขต กรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ	53
ตารางที่ 4.17: แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม สถานภาพ ด้านระดับการศึกษา	54
ตารางที่ 4.18: แสดงค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ของผู้ตอบแบบสอบถามความแตกต่าง การตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา	54
ตารางที่ 4.19: แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม สถานภาพด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	55
ตารางที่ 4.20: แสดงค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ของผู้ตอบแบบสอบถามความแตกต่าง การตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	56
ตารางที่ 4.21: แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม สถานภาพด้านประสบการณ์ในการทำงาน	58
ตารางที่ 4.22: แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม สถานภาพด้านประสบการณ์ในการใช้งาน	59

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.23: แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพด้านระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้แต่ละครั้ง	59
ตารางที่ 4.24: แสดงค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ของผู้ตอบแบบสอบถามความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพด้านระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้แต่ละครั้ง	60
ตารางที่ 4.25: แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพด้านจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยของการใช้งานแต่ละวัน	61
ตารางที่ 4.26: แสดงค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ของผู้ตอบแบบสอบถามความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกสถานภาพด้านจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยของการใช้งานแต่ละวัน	62
ตารางที่ 4.27: แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพด้านอุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุด	63
ตารางที่ 4.28: แสดงค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ของผู้ตอบแบบสอบถามความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกสถานภาพด้านอุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุด	64
ตารางที่ 4.29: ตารางแสดงค่าอิทธิพลของตัวแปรปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ความง่ายในการใช้งาน ความสามารถในการควบคุมการใช้งาน และประโยชน์ในการใช้งาน มีความสัมพันธ์ต่อระดับการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)	65

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: กรอบแนวคิดการวิจัย	6
ภาพที่ 2.1: สัญลักษณ์แอปพลิเคชัน LINE	10



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย

“สังคมก้มหน้า” เป็นวาทกรรมที่สื่อให้เห็นถึงพฤติกรรมของกลุ่มคนทุกเพศ ทุกวัย ดำเนินกิจกรรมการติดต่อสื่อสารผ่านอุปกรณ์สื่อสารที่เรียกกันว่า สมาร์ทโฟน (Smart Phone) ซึ่งสัดส่วนของยอดจำหน่ายสมาร์ทโฟนในปัจจุบันได้เพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก เนื่องมาจากการพัฒนาคุณสมบัติที่แต่เดิมมีไว้แค่การติดต่อสื่อสารผ่านการสนทนาเท่านั้น แต่ปัจจุบันผู้ใช้มีความต้องการเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เป็นผลมาจากแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์สื่อสารแบบสมาร์ทโฟนมีการพัฒนาต่อยอดมากขึ้นทั้งจากค่ายผู้ให้บริการโทรศัพท์หรือจากที่บริษัทพัฒนาซอฟต์แวร์หลายบริษัท หันมาพัฒนาแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ และด้วยแอปพลิเคชันที่เพิ่มขึ้นและมีคุณสมบัติมากขึ้น ทำให้ผู้ใช้อุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบสมาร์ทโฟนมีแนวโน้มในการใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการในชีวิตประจำวัน เช่น การติดต่อสื่อสาร การส่งข้อความ หรือรูปภาพ การทำธุรกรรมทางการเงิน การเชื่อมต่อและสืบค้นข้อมูลบนสัญญาณอินเทอร์เน็ต การชมภาพยนตร์ การฟังเพลง การถ่ายภาพ หรือแม้แต่การเล่นเกมที่ทั้ง Online และ Offline เป็นต้น ทำให้เป็นทางเลือกสำหรับการติดต่อสื่อสารของบุคคลจำนวนมาก ซึ่งอาจจะกล่าวได้ว่าบุคคลที่ไม่มีแอปพลิเคชัน LINE ส่วนตัว คือบุคคลที่ล้าสมัยไปในทันที และบุคคลนั้นยังไม่สามารถรับข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วในโลกยุคปัจจุบันได้ (เทิดรัฐ แววศักดิ์, 2556)

แอปพลิเคชัน LINE เป็นแอปพลิเคชันสำหรับการสนทนาบนอุปกรณ์สื่อสารรูปแบบสมาร์ทโฟน (Smart Phone) แต่ในปัจจุบันสามารถใช้งานผ่านคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (Desktop) และแท็บเล็ต (Tablet) ได้ด้วย โดยผู้ใช้สามารถสื่อสารด้วยการพิมพ์ข้อความจากอุปกรณ์การสื่อสารเครื่องหนึ่งไปสู่อีกเครื่องหนึ่ง จุดเด่นที่ทำให้แอปพลิเคชัน LINE แตกต่างกับแอปพลิเคชันสำหรับการสนทนาแบบอื่น คือ รูปแบบของสติ๊กเกอร์ (Sticker) ที่แสดงอารมณ์และความรู้สึกของผู้ใช้ที่หลากหลายเช่นสติ๊กเกอร์แสดงความรู้สึกขั้นพื้นฐาน สติ๊กเกอร์ตามเทศกาลและวันสำคัญ สติ๊กเกอร์ของตราสินค้าต่าง ๆ และสติ๊กเกอร์การ์ตูนที่มีชื่อเสียง เป็นต้น นอกจากนี้เมื่อผู้ใช้ต้องการพื้นที่สำหรับสมาชิกที่คุ้นเคยกันโดยเฉพาะจะสามารถสร้างกลุ่มเฉพาะ (Group Communication) สำหรับการสนทนาที่มีความเกี่ยวข้องกันระหว่างบุคคลหลายบุคคลให้สามารถเชื่อมต่อและสื่อสารกันภายในกลุ่มได้และลักษณะเฉพาะอีกประการหนึ่งที่เพิ่มความโดดเด่นของแอปพลิเคชัน LINE คือ ความสามารถในการสนทนาด้วยเสียงผ่าน LINE (Voice Call) โดยไม่เสียค่าบริการขณะสนทนา ถึงแม้ว่าปลายทางของคู่สนทนานั้นจะอยู่ไกลถึงต่างประเทศ โดยผู้ใช้สามารถสนทนาด้วยเสียงผ่าน Voice Call จากอุปกรณ์สื่อสารของตนเองไปสู่เครื่องหนึ่งได้ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

ใด ๆ เพิ่มเติมนอกจากค่าบริการอินเทอร์เน็ต ด้วยลักษณะของแอปพลิเคชัน LINE ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้ใช้สมาร์ทโฟนเป็นจำนวนมากต่างดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน LINE มาไว้ในเครื่อง เพื่อใช้งานตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน รวมถึงหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ ที่ใช้ช่องทาง LINE สื่อสารไปยังผู้บริโภค เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ (ศุภศิลาภี กุลจิตต์เจือวงศ์, 2556)

ทั้งนี้จะพบว่าจำนวนสมาชิกที่มีการเชื่อมต่อของแอปพลิเคชัน LINE เพิ่มขึ้นสูงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเมื่อสิ้นปี 2558 ยอดผู้ใช้งาน LINE ในประเทศไทยมีอยู่ทั้งสิ้น 33 ล้านคน นับเป็นอันดับที่ 2 ของโลก รองจากประเทศญี่ปุ่น ส่วนในเชิงสถิติ พบว่า ในส่วนของสถิติคาดการณ์ ในปี 2559 คนไทยจะใช้เวลาอยู่กับสมาร์ทโฟน 5.7 ชั่วโมงต่อวัน ใช้งาน LINE 83.7 นาทีต่อวัน ซึ่งเมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยการใช้งาน LINE ทั่วโลก ประเทศไทย จะมียอดการใช้งานส่งข้อความ หรือแชทมากกว่าค่าเฉลี่ยร้อยละ 52 ส่งรูปภาพ มากกว่าค่าเฉลี่ยร้อยละ 114 ส่งวิดีโอ มากกว่าค่าเฉลี่ยร้อยละ 85 และส่งสติ๊กเกอร์มากกว่าค่าเฉลี่ยร้อยละ 52 โดย LINE ได้วางเป้าหมายไว้ว่า ในปี 2559 คือ การสร้าง LINE ให้เป็นมากกว่าแอปพลิเคชันแชท ด้วยการเป็นช่องทางการใช้งานสำหรับผู้ใช้งานทั่วไปและองค์กรธุรกิจ ให้ผู้ใช้บริการสามารถเพิ่มความสุขผ่านการใช้ LINE ในขณะที่ลูกค้าองค์กรสามารถใช้ LINE ในการสร้างความรับรู้ สร้างความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเพิ่มจำนวนขายสินค้าให้กับสินค้าและบริการในทีเดียว ผ่านแอปพลิเคชัน LINE ใน 5 กลุ่มธุรกิจหลักที่ LINE มีพร้อมให้บริการ ได้แก่ ธุรกิจเกม ธุรกิจคอนเทนต์ ธุรกิจองค์กร ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ และธุรกิจเพย์เมนต์ โดยตั้งเป้าเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการเหล่านี้ให้เทียบเท่ากับบริการแชท และยังมีแผนในการผนวกบริการที่มีอยู่เข้าด้วยกันภายใต้แอปพลิเคชันเดียว (“ไลน์’ เผยปี 59 คนไทยใช้งานทะลุ 50 ล้าน”, 2559)

สำหรับประเทศไทย แอปพลิเคชัน LINE ถือเป็นแอปพลิเคชันที่เป็นที่นิยมในลำดับต้น ๆ เมื่อเทียบกับแอปพลิเคชันอื่น ๆ ซึ่งผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2557 ของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือ สทอ. พบว่า เครือข่ายสังคม ONLINE และแอปพลิเคชันยอดนิยม 3 อันดับแรก ได้แก่ เฟสบุ๊ก (ร้อยละ 93.7) LINE (ร้อยละ 86.8) และกูเกิ้ลพลัส (ร้อยละ 34.6) ซึ่งเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2556 จะเห็นว่าจะมีการสลับตำแหน่งระหว่าง LINE (ร้อยละ 61.1) และกูเกิ้ลพลัส (ร้อยละ 63.7) แสดงให้เห็นว่ามีผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน LINE เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), 2557) นอกจากนี้ในช่วงปี 2557 ที่ผ่านมา พบว่า LINE เป็นแอปพลิเคชันที่ครองแชมป์แอปพลิเคชันส่งความสุขปีใหม่ของคนไทย โดย AIS เปิดเผยว่าการอวยพรปีใหม่ 2558 มีปรากฏการณ์การอวยพรผ่าน SMS ลดลง และนิยมอวยพรและสื่อสารผ่านโลก ONLINE มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งแอปพลิเคชัน LINE สูงขึ้นถึงร้อยละ 400 ในคืนวันที่ 31 ธันวาคม 2557 ถึง 1 มกราคม 2558 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี พ.ศ. 2557

ทั้งนี้ความนิยมมาจากการมีวิธีการและเทคโนโลยีในการส่งความสุขปีใหม่ให้ลึกใ้ใช้มากมาย โดยเฉพาะสติกเกอร์ลวดลายน่ารัก เปรียบเสมือนการดอวยพร กลายเป็นสีสันใหม่ด้านบริษัท ทรูมูฟเอช (Truemove H) เปิดเผยว่ายอดใช้งานคืนส่งท้ายปีเพิ่มขึ้นร้อยละ 400 โดยแอปพลิเคชัน LINE ครองแชมป์เป็นอันดับแรก อันดับต่อมาคือเฟสบุ๊ก และอินสตราแกรม เพราะมีความสะดวก รวดเร็ว มีการส่งสติกเกอร์หลากหลายรูปแบบโดนใจ (องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย, 2558)

ปัจจุบันองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ต้องพบกับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว การบริหารทุกขั้นตอนล้วนแล้วแต่มีความต้องการในการติดต่อสื่อสารมาเกี่ยวข้อง ผู้บริหารและบุคลากรทั้งหมดต้องเรียนรู้ลักษณะของการติดต่อสื่อสารที่ดี เข้าใจหลักของการติดต่อสื่อสาร เพื่อประโยชน์สูงสุดของการปฏิบัติการกิจในองค์กร หากองค์กรใด มีกิจกรรมการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ จะเป็นการช่วยส่งเสริมให้การบริหารองค์กรบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ (สามารถ อัยกร, 2557) และในการเพิ่มประสิทธิภาพการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร เห็นว่าการใช้แอปพลิเคชัน LINE สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้ แต่ทั้งนี้ต้องเลือก ใช้ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม และเงื่อนไขต่าง ๆ ของงาน

จากที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพราะแอปพลิเคชัน LINE ถือเป็นการติดต่อสื่อสารสองทาง ซึ่งเป็นลักษณะของการติดต่อสื่อสารในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ มีจุดมุ่งหมายเพื่อการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต LINE มีคุณสมบัติที่สำคัญสำหรับการติดต่อสื่อสาร ทั้งการสร้างกลุ่มเฉพาะสำหรับการติดต่อสื่อสาร สามารถติดต่อสื่อสารได้ไม่จำกัดช่วงเวลา มีความหลากหลาย รองรับการส่งไฟล์ข้อมูลได้มากมายและที่สำคัญ คือ สามารถส่งผ่านข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว และเพื่อให้การใช้แอปพลิเคชัน LINE ติดต่อสื่อสารภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพ ผู้บริหารต้องศึกษาถึงข้อดี และข้อจำกัดของ LINE อย่างละเอียด แล้วพยายามขจัดข้อจำกัดต่าง ๆ ออกไป เพื่อให้ LINE สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการติดต่อสื่อสารให้กับองค์กรอย่างแท้จริง ป้องกันบุคลากรในองค์กรมีพฤติกรรมการเล่น LINE ในเวลาปฏิบัติงานจนเกิด “สังคมก้มหน้า” ขึ้นในองค์กร

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีการกำหนดวัตถุประสงค์ดังนี้

1.2.1 เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.2 เพื่อศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.3 เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยองค์ประกอบในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การกำหนดขอบเขตของการวิจัยนี้จะอธิบายในประเด็นหัวข้อดังนี้

1.3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่ใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended Questionnaire) ที่ประกอบด้วยปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร ปัจจัยองค์ประกอบในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร การตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร และการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้จะเป็นพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ พนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน ± 10 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน เนื่องจากผู้วิจัยได้มีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบอกต่อ (Snowball Sampling) ใน Google Forms ซึ่งมีโอกาสที่จะได้รับการตอบแบบสอบถามในเวลาจำกัด ผู้วิจัยจึงแจกไปทั้งหมด 400 ชุด เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นในระหว่างการเก็บข้อมูล โดยจะทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ในวันที่ 15 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2559

1.3.3 ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิจัย

การกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยจะกำหนดตัวแปร 2 ลักษณะดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ประกอบด้วย

- 1) ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำงาน
- 2) ข้อมูลปัจจัยพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร ประกอบด้วยประสบการณ์ในการทำงาน ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้แต่ละครั้ง จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยในการใช้แต่ละวัน และอุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุด

3) ข้อมูลปัจจัยองค์ประกอบในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร ประกอบด้วย ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านความสามารถในการควบคุมการใช้งาน และด้านประโยชน์ในการใช้งาน

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ประกอบด้วย

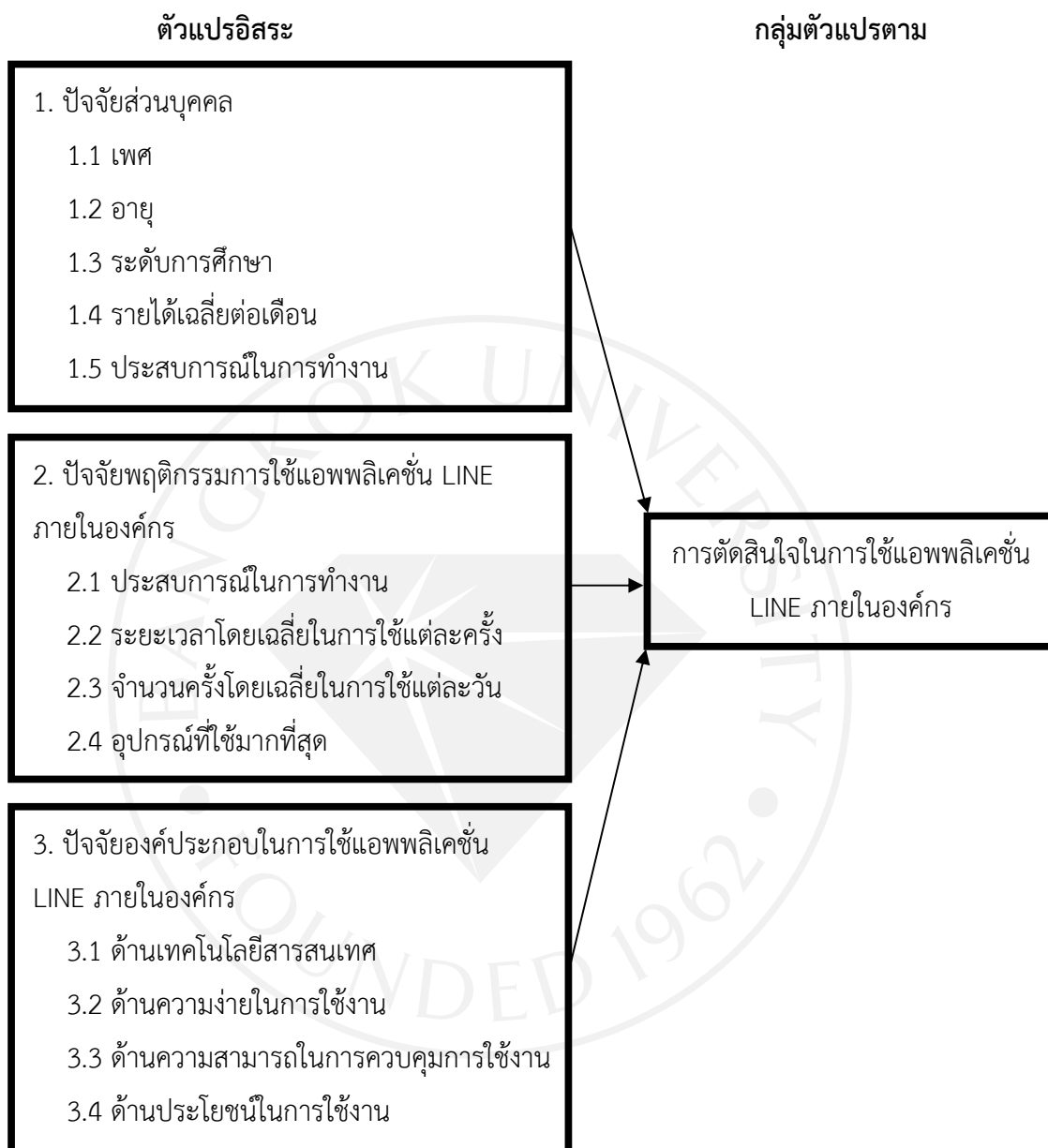
1) ข้อมูลการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร

1.4 การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย

จากการกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มตัวแปรอิสระจำนวน 3 กลุ่มโดยกลุ่มแรก คือ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำงาน กลุ่มที่สอง คือ ข้อมูลปัจจัยพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร ประกอบด้วย ประสบการณ์ในการทำงาน ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้แต่ละครั้ง จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยในการใช้แต่ละวัน และอุปกรณ์ที่ใช้งานมากที่สุด กลุ่มที่สาม คือ ข้อมูลปัจจัยองค์ประกอบในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร ประกอบด้วย ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านความสามารถในการควบคุมการใช้งาน และด้านประโยชน์ในการใช้งาน และตัวแปรตาม 1 กลุ่ม คือ ข้อมูลการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร

ทั้งนี้จะทำการทดสอบในลักษณะตัวแปรเดียว (Univariate Analysis) ของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตามเป็นรายตัวแปร โดยสามารถอธิบายตามกรอบแนวความคิดการวิจัยดังนี้

ภาพที่ 1.1: กรอบแนวคิดการวิจัย



1.5 สมมติฐานการวิจัยและวิธีการทางสถิติ

1.5.1 สมมติฐานการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีการกำหนดสมมติฐานดังนี้

1) ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

2) ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

3) อิทธิพลของปัจจัยองค์ประกอบในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร การทดสอบสมมติฐานทั้งสามข้อจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

1.5.2 วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัย

วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่

1) การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2) การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์สมมติฐานทั้ง 3 ข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

2.1) สมมติฐานข้อที่ 1 และ 2 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffe)

2.2) สมมติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับสำหรับงานวิจัยนี้อธิบายได้ดังนี้

1) ผลการวิจัยนี้คาดว่าจะสามารถนำไปเป็นข้อเสนอแนะใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ด้านการทำงานของพนักงานเอกชนในด้านการใช้แอปพลิเคชัน LINE

2) ผลการวิจัยนี้คาดว่าจะนำไปเป็นข้อเสนอแนะแก้ไขและปรับปรุงการการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชน

3) ผลการวิจัยนี้คาดว่าจะจะเป็นข้อเสนอแนะแนวทางสำหรับการเป็นตัวอย่างในการพัฒนาในแง่ผู้อื่น ๆ นอกเหนือจากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

1.7 นิยามคำศัพท์

นิยามคำศัพท์สำหรับงานวิจัยมีดังนี้

- 1) แอปพลิเคชัน LINE หมายถึง แอปพลิเคชันที่ใช้ในการสนทนาบนอุปกรณ์การสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ เช่น สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ และแท็บเล็ต ผู้ใช้สามารถสื่อสารด้วยการพิมพ์ข้อความจากอุปกรณ์การสื่อสารของตนเองไปสู่อีกเครื่องหนึ่งพัฒนาขึ้นโดยบริษัท LINE Corporation
- 2) การตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE หมายถึง การที่ผู้ใช้ตัดสินใจและตั้งใจที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน LINE ต่อไปในอนาคต รวมถึงการแนะนำบุคคลอื่นที่ใกล้ชิดให้ใช้ตามด้วย
- 3) พนักงานเอกชน หมายถึง ผู้ที่กรอกแบบสอบถามในงานวิจัยแบบ Online
- 4) ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ลักษณะเฉพาะบุคคลของพนักงานเอกชน ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำงาน
- 5) เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ช่วยให้มีความสะดวกในการใช้แอปพลิเคชัน LINE
- 6) ความง่ายในการใช้งาน หมายถึง การใช้แอปพลิเคชัน LINE มีความง่ายในการใช้งาน สะดวกรวดเร็วในการใช้งาน และสามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องอาศัยความพยายามมากนัก
- 7) ความสามารถในการควบคุมการใช้งาน หมายถึง การใช้แอปพลิเคชัน LINE สามารถกำหนดและควบคุมการใช้งานแอปพลิเคชัน LINE ให้เหมาะสมกับสถานการณ์และความต้องการของผู้ใช้ได้
- 8) ประโยชน์ในการใช้งาน หมายถึง การใช้งานแอปพลิเคชัน LINE ช่วยให้ผู้ผู้ใช้ได้รับประโยชน์ และสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่องการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถอธิบายได้ตามรายการดังนี้

- 2.1 ประวัติและความเป็นมาและความสำคัญของกรณีศึกษาที่ใช้ในการวิจัย
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน LINE
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยส่วนบุคคล
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีด้านพฤติกรรม
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี
- 2.6 แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ประวัติและความเป็นมาและความสำคัญของกรณีศึกษาที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ผู้วิจัยจะอธิบายกรณีศึกษาในรายละเอียดดังนี้

2.1.1 ประวัติและความเป็นมาของการใช้แอปพลิเคชัน LINE

ปฐมบทเริ่มต้นของ LINE เกิดขึ้นหลังจากตลาด สมาร์ทโฟนเติบโตอย่างรวดเร็วในทั่วโลก จนทำให้ NAVER Japan ซึ่งเป็นบริษัทที่ให้บริการเกี่ยวกับการ หาข้อมูล Search Engine เกม แพลตฟอร์มของเว็บไซต์ ในประเทศญี่ปุ่น หันมาสนใจตลาดโปรแกรมภายในของสมาร์ทโฟน ทางทีมงานของบริษัทได้เริ่มทำการวิจัยและหาข้อมูลตั้งแต่เดือนมกราคม ปี 2554 เพื่อทำความเข้าใจถึงสิ่งสำคัญในการติดต่อสื่อสารส่งผ่านข้อความของบุคคล ในยุคปัจจุบัน ระหว่างที่ทำการค้นหาข้อมูลอยู่นั้นได้เกิดเหตุการณ์แผ่นดินไหวในเดือนมีนาคม ปี 2554 ทำให้ ความคิดทางสังคมที่เกี่ยวกับการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต ได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

โดยเริ่มแรกการให้บริการการส่งผ่านข้อความ ของบริษัทมีแผนจะเกิดขึ้นเพื่อใช้ภายในองค์กรเท่านั้น แต่เนื่องจากช่วงแผ่นดินไหวดังกล่าวสร้างความเสียหาย จนทำให้การสื่อสารผ่านสายในรูปแบบดั้งเดิมขัดข้อง แต่ผู้คนก็ยังคงติดต่อสื่อสารกันผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ ด้วยเหตุผลนี้เองทำให้บริษัทได้เล็งเห็นถึงความสำคัญ ของการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต จึงริบพัฒนาแอปพลิเคชัน LINE อย่างเต็มที่ เพื่อให้บุคคลสามารถติดต่อสื่อสารกับคนที่รัก ได้ตลอดเวลาในยามฉุกเฉิน (เออาร์ไอพี บจก. (มหาชน), 2557)

จะเห็นได้ว่าปฐมบทเริ่มต้นของ LINE มาจากประเทศญี่ปุ่น โดยแอปพลิเคชัน LINE ได้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารส่งผ่านข้อความบนระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลสะดวก รวดเร็ว และทันกับสถานการณ์มากขึ้น ดังนั้นในองค์กรทั้งภาครัฐ และเอกชนสามารถที่จะประยุกต์ใช้แอปพลิเคชัน LINE ในกิจกรรมการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้ โดยแอปพลิเคชัน LINE เป็นโปรแกรมที่มีสัญลักษณ์และสามารถใช้ ติดต่อสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต บนสมาร์ตโฟน

ภาพที่ 2.1: สัญลักษณ์แอปพลิเคชัน LINE



ที่มา: ไลง์. (2558, 18 มิถุนายน). ภาพไลน์. สืบค้นจาก https://www.google.co.th/search?q=1366&bih=667&source=lnms&tbm=isch&si=99iVfXSli1uATwryHICw&ved=0CAgQ_AUoAw.

ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่พนักงานเอกชนภายในองค์กร ต้องประยุกต์แอปพลิเคชัน LINE เข้ามาเป็นช่องทางหนึ่งของกิจกรรมการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร เพื่อให้การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรเป็นไป ในลักษณะที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ โดยอาจเริ่มตั้งแต่ การกำหนดให้บุคลากรทุกคนมีสมาร์ตโฟน ประจำตัว ทำการ ติดตั้งแอปพลิเคชัน LINE และสร้างกลุ่มเฉพาะเพื่อการสื่อสาร กำหนดให้การติดต่อสื่อสารผ่านแอปพลิเคชัน LINE มีสถานะเป็น “การติดต่อสื่อสารที่เป็นทางการ” เปรียบเสมือนกับหนังสือ บันทึกข้อความ คำสั่ง หรือการประกาศทั่วไปภายในองค์กร

2.1.2 ความสำคัญของการใช้กรณีศึกษาการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าการตัดสินใจใช้ในแอปพลิเคชัน LINE เป็นสิ่งที่มีความสำคัญและมีความจำเป็นสำหรับพนักงาน เนื่องจากเป็นแอปพลิเคชันที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสาร สามารถส่งผ่านข้อมูลที่มีจำนวนมากและหลากหลายได้ เช่น ภาพ เสียง วิดีโอ ไฟล์ PDF ฯลฯ สมาชิกที่อยู่ภายในกลุ่มสามารถพิมพ์ข้อความ แลกเปลี่ยนข่าวสารในประเด็นที่ต้องการได้

สามารถเปิดเอกสารที่ได้รับแล้วนำไปปฏิบัติได้ทันที แอปพลิเคชัน LINE มีระบบที่สามารถแจ้งเตือนเมื่อมีข้อความใหม่เข้ามา ดูข้อความย้อนหลังได้ และสามารถส่งข้อมูลข่าวสารเพื่อการติดต่อสื่อสารได้ทั้งรายบุคคลและเป็นกลุ่ม

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน LINE

2.2.1 ความหมายของแอปพลิเคชัน LINE

ศุภศิลาป์ กุลจิตต์เจี๊วงค์ (2556) กล่าวว่า แอปพลิเคชัน LINE หมายถึง แอปพลิเคชันสำหรับการสนทนาบนอุปกรณ์การสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ เช่นสมาร์ทโฟน (Smart Phone) คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (Desktop) และแท็บเล็ต (Tablet) ผู้ใช้สามารถสื่อสารด้วยการพิมพ์ข้อความจากอุปกรณ์การสื่อสารเครื่องหนึ่งไปสู่อีกเครื่องหนึ่ง โดยได้รับการพัฒนาให้มีความสามารถหลากหลายเพื่อรองรับการใช้งานของผู้ใช้หลาย ๆ ด้าน จุดเด่นที่ทำให้แอปพลิเคชัน LINE แตกต่างกับแอปพลิเคชันสำหรับการสนทนาในรูปแบบอื่น ๆ คือรูปแบบของสติ๊กเกอร์ (Sticker) ที่แสดงอารมณ์และความรู้สึกของผู้ใช้ที่หลากหลาย เช่น สติ๊กเกอร์แสดงความรู้สึกขั้นพื้นฐาน สติ๊กเกอร์ตามเทศกาลและวันสำคัญ สติ๊กเกอร์ของตราสินค้าต่าง ๆ และสติ๊กเกอร์การ์ตูนที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

พรพิมล บุรณเบญญา และเพ็ญจิรา คันธวงค์ (2557) กล่าวว่า แอปพลิเคชัน LINE หมายถึง โปรแกรมแชทที่สามารถใช้งานได้ทั้งบนโทรศัพท์มือถือที่มีระบบปฏิบัติการ iOS, Android, Windows Phone และสามารถใช้งานได้บนคอมพิวเตอร์ PC และ Mac สามารถใช้สนทนา (Chat) ฟรีคอล (Free Call) วิดีโอคอล (Video Call) ส่งรูปภาพ ส่งสติ๊กเกอร์ และตั้งค่าการสนทนาเป็นกลุ่ม เป็นต้น

โซเชีลเน็ตเวิร์คไลน์ (2558) กล่าวว่า แอปพลิเคชัน LINE เป็นแอปพลิเคชันที่ให้บริการ Messaging ร่วมกับ Voice Over IP ทำให้ผู้ใช้สามารถสร้างกลุ่มสนทนา ส่งข้อความ ภาพ คลิปวิดีโอ หรือจะพูดคุยโทรศัพท์แบบเสียงก็ได้ โดยข้อมูลที่ถูกส่งขึ้นไปนั้นฟรีทั้งหมด ทั้งนี้สามารถใช้ได้ทั้งในระบบปฏิบัติการ iOS, Android, Windows Phone, PC และ BlackBerry

2.2.2 สถิติการใช้งานแอปพลิเคชัน LINE

จำนวนสมาชิกในการเชื่อมต่อของแอปพลิเคชัน LINE เพิ่มขึ้นสูงอย่างต่อเนื่องหากนับตั้งแต่ปีที่ก่อตั้ง คือ ปี พ.ศ. 2554 แอปพลิเคชัน LINE มีสมาชิกไม่ถึง 1 ล้านคนแต่ในปี พ.ศ. 2557 จากการเปิดเผยตัวเลขของบริษัท LINE Corporation ผู้พัฒนาแพลตฟอร์มบนโทรศัพท์มือถือชั้นนำของโลก ในงานการจัดประชุมธุรกิจ Online (LINE Conference Tokyo 2014) ที่ประเทศญี่ปุ่น เมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2557 ที่ผ่านมา พบว่า แอปพลิเคชัน LINE มีจำนวนผู้ใช้งานทั่วโลก 560 ล้านคน โดยประเทศที่มีจำนวนผู้ใช้งานมากเป็นอันดับ 1 คือ ประเทศญี่ปุ่น มีจำนวน 54 ล้านคน รองลงมาคือ ประเทศไทย จำนวน 33 ล้านคน ประเทศอินโดนีเซียจำนวน 30 ล้านคน ประเทศสหรัฐอเมริกาจำนวน 25 ล้านคน ประเทศสเปนและเม็กซิโก จำนวน 18 ล้านคนเท่ากัน และมียอดจำนวนผู้ใช้

ประจำทุกเดือน (Monthly Active Users: MAU) ทั้งหมด 170 ล้านคนทั่วโลก ขณะที่ยอดการรับและส่งข้อความสูงสุดภายในหนึ่งวัน (รวมถึงวิดีโอและรูปภาพ) มีจำนวน 13,000 ล้านข้อความ (เพิ่มขึ้นจากเดือนกันยายน 2556 ถึงร้อยละ 87) ยอดการส่งข้อความเสียง และโทรด้วยวิดีโอ สูงสุดภายในหนึ่งวัน จำนวน 34 ล้านครั้ง (เพิ่มขึ้นจากเดือนกันยายน 2556 ถึงร้อยละ 120) ส่วนสถิติการใช้ฟีเจอร์ใหม่ LINE นั้นมีปริมาณการสื่อสารรายวัน (โพสต์ไคลค์ และคอมเมนต์) จำนวน 160 ล้านครั้ง (เพิ่มขึ้นจากเดือนสิงหาคม 2556 ถึงร้อยละ 202) ส่วนสถิติการใช้สติ๊กเกอร์มีการรับและส่งสติ๊กเกอร์ภายในหนึ่งวัน จำนวนเกิน 1.8 พันล้านครั้ง และมียอดการใช้สติ๊กเกอร์ทั้งหมดเกิน 20,000 เซต (ไลน์ คอร์ปอเรชั่น, 2557)

2.2.3 ลักษณะเฉพาะของแอปพลิเคชัน LINE

แอปพลิเคชัน LINE มีลักษณะเฉพาะที่สร้างความแตกต่างอย่างเด่นชัดจากแอปพลิเคชันสนทนาอื่น ๆ และเป็นช่องทางการสื่อสารที่ผู้บริโภคเลือกเป็นสมาชิก โดยสามารถสรุปลักษณะเฉพาะของแอปพลิเคชัน LINE ที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกเป็นสมาชิก (ศุภศิลาป์ กุลจิตต์เจิววงศ์, 2556) ได้ดังนี้

1) เป็นการสื่อสาร 2 ทาง (Two-way Communication) LINE เป็นการสื่อสารโดยตรงจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยผู้ส่งสารสามารถส่งข้อความ รูปภาพ เอกสาร หรือข้อมูลข่าวสารตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร เพื่อก่อให้เกิดการรับรู้และพฤติกรรมที่ผู้ส่งสารต้องการ อีกทั้งผู้รับสารยังสามารถแสดงปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) โดยตรงได้ทันที ทำให้ผู้ส่งสารสามารถวัดผลของการสื่อสารได้ทันที

2) สามารถสร้างกลุ่มการสื่อสารได้เฉพาะกลุ่ม (Group Communication) เมื่อผู้ใช้ต้องการพื้นที่สำหรับสมาชิกที่คุ้นเคยกันโดยเฉพาะ ผู้ใช้สามารถตั้งค่าการใช้งานของ LINE ด้วยวิธีการสร้างกลุ่มเฉพาะในแวดวงสนทนาที่มีความเกี่ยวข้องกันระหว่างบุคคลหลายบุคคลให้สามารถเชื่อมต่อและสื่อสารกันภายในกลุ่ม ซึ่งเมื่อสมาชิกภายในกลุ่มคนใดคนหนึ่งส่งสารออกไป จะถึงผู้รับสารที่เป็นสมาชิกในกลุ่มได้ทุกคน

3) สามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจง หลังจากที่ผู้ส่งสารมีข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มผู้รับสารเป้าหมายหลัก และลักษณะของข้อความที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ ผู้ส่งสารสามารถส่งข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นไปยังผู้รับสารได้ตรงใจตามที่ผู้รับสารต้องการ

4) สามารถสื่อสารได้ตลอดเวลา (Anytime) ผู้ส่งสารสามารถสื่อสารไปยังผู้รับสารได้ตลอดเวลา โดยไม่จำกัดช่วงเวลาและระยะเวลาในการสื่อสาร หากยังมีการเชื่อมต่อเครือข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ต และคู่สื่อสารยังคงมีสถานะเป็นเพื่อนกัน

5) สามารถส่งรูปแบบสารได้หลากหลาย (Multi-media) ลักษณะเฉพาะของ LINE สามารถส่งสารที่มีรูปแบบหลากหลายแตกต่างกัน โดยผู้ส่งสารสามารถเลือกสรรสารให้เหมาะสมกับรูปแบบ

และกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารได้ เช่น ข้อความ รูปภาพ โปสเตอร์ การส่งลิงค์เพื่อเชื่อมต่อเว็บไซต์ จากภายนอก คลิปวิดีโอ รายการสินค้า สติกเกอร์ ตราสินค้า และข้อความเสียง เป็นต้น

6) สามารถเลือกปิดกั้นการสนทนาได้ (Block) เมื่อผู้รับสารไม่มีความประสงค์ที่จะรับสารนั้น อีกต่อไป หรือข้อความที่ส่งมานั้นรบกวนให้กับผู้รับสาร โดยผู้รับสารสามารถเลือกปิดการสนทนา กับผู้ส่งสารรายนั้นได้อย่างเฉพาะเจาะจง

7) สามารถสนทนาด้วยเสียงผ่าน LINE (Voice Call) ลักษณะเฉพาะอีกประการหนึ่งที่เพิ่มความโดดเด่นของ LINE คือ ความสามารถในการสนทนาผ่าน LINE เสมือนการพูดคุยทางโทรศัพท์ที่ไปยังสมาชิกบนเครือข่าย LINE โดยไม่เสียค่าบริการขณะสนทนา ถึงแม้ว่าปลายทางของคู่สนทนานั้นจะอยู่ไกลถึงต่างประเทศ โดยผู้ใช้ LINE สามารถสนทนาด้วยเสียงผ่าน Voice Call จากสมาร์ทโฟนไปยังสมาร์ทโฟน สมาร์ทโฟนไปยังคอมพิวเตอร์ หรือคอมพิวเตอร์ไปยังคอมพิวเตอร์ได้ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ใด ๆ เพิ่มเติมนอกจากค่าบริการอินเทอร์เน็ต

8) มีสติกเกอร์รูปแบบการ์ตูนที่ช่วยเพิ่มการสนทนาให้ชัดเจนขึ้น โดยสติกเกอร์รูปแบบการ์ตูนของ LINE จะช่วยสนับสนุนข้อความระหว่างคู่สื่อสารให้ชัดเจนมากขึ้น เพราะข้อความไม่สามารถอธิบายได้ด้วยน้ำเสียง ทำให้ไม่ทราบอารมณ์ผ่านน้ำเสียงของคู่สนทนา สติกเกอร์จึงเป็นสัญลักษณ์ในการแสดงออกแทนอารมณ์และความรู้สึกของคู่สื่อสาร อีกทั้งรูปแบบของสติกเกอร์ยังถ่ายทอดบุคลิกภาพต่าง ๆ ผ่านตัวการ์ตูน เช่น การแสดงความเสียใจ ดีใจ ขำขัน และบุคลิกอื่น ๆ ทำให้การสื่อสารมีสีสันและชีวิตชีวามากขึ้น

9) สามารถสร้าง TIMELINE ได้เช่นเดียวกับสังคม Online อื่น ๆ อย่างเฟสบุ๊ก (Facebook) และทวิตเตอร์ (Twitter) โดยผู้ใช้สามารถโพสต์ข้อความ รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอบนหน้า TIMELINE ของตนเองได้ตามความต้องการ

10) รองรับไฟล์ข้อมูลได้หลากหลาย (Files Support) ในกล่องสนทนาของ LINE นอกจากการส่งข้อความสนทนาเป็นตัวอักษร ภาพ หรือสติกเกอร์แล้ว ผู้ใช้ยังสามารถส่งแฟ้มงานเอกสารในรูปแบบของนามสกุลไฟล์ต่าง ๆ ได้ มีลักษณะคล้ายกับการรับ-ส่งอีเมล จากผู้ส่งไปยังผู้รับโดยตรง ซึ่งไฟล์ที่สามารถใช้งานร่วมกับ LINE นั้น เช่น .pdf .ppt .doc และ .jpeg เป็นต้น

ด้วยลักษณะของ LINE ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ทำให้ผู้ใช้สมาร์ทโฟนเป็นจำนวนมากต่างดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน LINE มาไว้ในเครื่อง เพื่อใช้งานตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน รวมถึงหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ ต่างใช้ช่องทาง LINE ในการสื่อสารไปยังผู้บริหารกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ

2.2.4 ข้อดีและข้อจำกัดของแอปพลิเคชัน LINE

ศุภศิศิลป์ กุลจิตต์เจี๊วงค์ (2556) กล่าวถึง ข้อดีและข้อจำกัดในตัวแอปพลิเคชัน LINE มีดังนี้

ข้อดีของแอปพลิเคชัน LINE มีดังนี้

- 1) มีอุปกรณ์รองรับที่หลากหลาย ได้แก่ สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ และแท็บเล็ตต่าง ๆ ทำให้ผู้ใช้สามารถซื้อและเลือกได้ตามขนาดระบบปฏิบัติการ และความชอบส่วนตัว
- 2) มีความเป็นส่วนตัว เมื่อผู้ใช้มีจำนวนเพื่อนใน LINE มากขึ้น ผู้ใช้สามารถเลือกรับหรือปฏิเสธข้อความด้วยการไม่ได้ตอบ โดย LINE จะแจ้งเตือนเพื่อให้ผู้ใช้ทราบว่า มีข้อความส่งมา เมื่อผู้ใช้ไม่ได้ตอบจะไม่มีผลใด ๆ นอกจากจำนวนการแจ้งเตือนที่เพิ่มขึ้น โดยผู้ใช้สามารถเลือกการปิดหรือยกเลิกการปิดได้ตามต้องการ
- 3) สามารถสนับสนุนทางด้านธุรกิจ เจ้าของสินค้าหรือบริการสามารถประยุกต์ใช้สติ๊กเกอร์ของ LINE กับบัญชี LINE ที่เป็นทางการ (Official LINE) ของบุคคลหรือองค์กรที่มีชื่อเสียงที่ได้ขึ้นทะเบียนไว้กับ LINE ซึ่งเป็นทางเลือกหนึ่งของตราสินค้าในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย
- 4) ช่วยเพิ่มสีสันและชีวิตชีวาให้กับการสนทนา ด้วยลักษณะเฉพาะของ LINE ที่สามารถสื่อสารได้หลากหลายรูปแบบ เช่น ข้อความ คลิปวิดีโอ คลิปเสียง โปสเตอร์ รูปภาพ เกม ตราสินค้าและสติ๊กเกอร์ เป็นต้น อีกทั้งผู้ส่งสารยังสามารถเลือกรูปแบบของสารให้เหมาะสมกับรูปแบบของการสื่อสารในลักษณะต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
- 5) มีความใหม่และทันสมัยอยู่เสมอ เนื่องด้วยแอปพลิเคชัน LINE ต้องเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตตลอดเวลา โดยในระบบจะมีการตั้งค่าการแจ้งเตือนให้แอปพลิเคชันมีรุ่น (Version) ที่ทันสมัยอยู่เสมอ ผู้ใช้จึงสามารถตั้งค่าติดตามการแจ้งเตือนเพื่อปรับปรุงแอปพลิเคชัน (Update) ตามการพัฒนาระบบของผู้ผลิตได้ตลอดเวลา
- 6) ประหยัดค่าใช้จ่ายในการสนทนาทางโทรศัพท์ โดยเฉพาะการสนทนาข้ามประเทศที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายด้วยระบบของ Voice Call หรือการสนทนาด้วยเสียงผ่าน LINE บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ทำให้ไม่เสียค่าใช้จ่ายนอกจากค่าบริการอินเทอร์เน็ต
- 7) สามารถประยุกต์ใช้กับการทำงาน ด้วยประสิทธิภาพของ LINE ที่สามารถรองรับแฟ้มงานที่หลากหลายนามสกุล ทำให้ผู้ใช้สามารถประยุกต์ใช้กับการทำงานโดยการรับ-ส่งแฟ้มงานที่มีนามสกุลต่าง ๆ ตามที่ LINE รองรับ (มีลักษณะคล้ายการรับ-ส่งอีเมล) จากนั้นผู้รับสามารถเปิดอ่าน ส่งต่อ หรือพิมพ์ออกมาได้ทันที ช่วยสร้างความสะดวกสบายและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น
- 8) เปิดโอกาสให้ผู้ใช้ได้สร้างสรรค์งานจากการบันทึกภาพและวิดีโอ พร้อมกับการนำเสนอและร่วมแบ่งปัน (Share) ให้กับกลุ่มเพื่อน ด้วยวิธีการสร้างอัลบั้มภาพ (Create Album) สำหรับภาพนิ่ง และการตัดต่อวิดีโอ (Snap Movie) สำหรับภาพเคลื่อนไหว ซึ่งสามารถใช้ได้ในโอกาสต่าง ๆ เช่น ขำ อวยพรวันเกิด และเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น

ข้อจำกัดของแอปพลิเคชัน LINE มีดังนี้

- 1) ต้องอาศัยการเชื่อมต่อของระบบอินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพเป็นตัวกลางในการรับ-ส่งข้อมูล โดยเฉพาะในรูปแบบของ Voice Call ที่ต้องใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจึงจะสามารถทำงานได้อย่างไม่ติดขัด ข้อจำกัดในเรื่องนี้ทำให้ LINE สามารถเข้าถึงผู้ใช้ได้เฉพาะบางพื้นที่ที่มีระบบอินเทอร์เน็ตเท่านั้น
- 2) สิ้นเปลืองพลังงานแบตเตอรี่ (Battery Consuming) ด้วยความสามารถที่หลากหลายบน LINE เช่น การเปิดคลิป์วิดีโอ การเชื่อมต่อจากลิงค์ภายนอก หรือการสนทนาโดยผ่าน Voice Call ทำให้สูญเสียพลังงานแบตเตอรี่เป็นจำนวนมาก ซึ่งหากเปิดทิ้งไว้นานจะทำให้พลังงานแบตเตอรี่ลดลงอย่างรวดเร็ว
- 3) มีข้อจำกัดในเรื่องของการลงทะเบียน ด้วยแอปพลิเคชันได้กำหนดให้ผู้ใช้สามารถลงทะเบียนโดยผ่านสมาร์ตโฟนเท่านั้น กล่าวคือ สมาร์ตโฟน 1 เครื่องจะมีไอดี LINE สำหรับการเข้าใช้ (Log in) เพียง 1 ไอดี และไม่สามารถลงทะเบียนได้ด้วยวิธีอื่น ซึ่งต่างจากโปรแกรมสนทนาอื่น ๆ ในรูปแบบเดียวกันอย่างไอแมสเสส (iMessage) เฟสบุ๊กแมสเซนเจอร์ (Facebook Messenger) หรืออินสตาแกรม (Instagram) ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้สามารถลงทะเบียนผ่านเว็บไซต์ได้

2.3 แนวคิดปัจจัยส่วนบุคคล

ความหมายความแตกต่างระหว่างบุคคล

สุธีรา เฝ้าโกศสถิตย์ (2543) กล่าวว่า มนุษย์เรานั้นมีความคล้ายกันอยู่หลายประการ เช่น ต่างก็มีความต้องการมีอารมณ์และความรู้สึกแต่ขณะเดียวกันนั้น ในบุคคลแต่ละคนก็มีความแตกต่างจากคนอื่น ๆ ได้หลากหลายประการ เช่น มีสีของตา สีของผมต่างกัน มีรูปร่างลักษณะแตกต่างกัน บางคนมีความฉลาดบางคนก็โง่เขลา แม้กระทั่งในคู่แฝดยังมีความแตกต่างกัน เช่น แตกต่างกันในความคิด และอารมณ์ ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า ไม่มีผู้ใดที่จะมีความเหมือนกันทุกอย่าง ในมนุษย์ทุกคนบนโลกนี้จึงมีความแตกต่างกัน ทั้งทางร่างกายและสิ่งแวดล้อมที่ต่างกัน และความแตกต่างของมนุษย์จึงเป็นเรื่องที่บุคคลควรเข้าใจและศึกษาเพื่อให้เข้าใจเพื่อนมนุษย์

รังสรรค์ โฉมยา (2553) กล่าวว่า ความแตกต่างพื้นฐานของแต่ละบุคคล (Demographic Differences) คือความแตกต่างจากพื้นฐานของแต่ละบุคคล ด้านเพศ อายุ เชื้อชาติสมรรถภาพของร่างกาย ซึ่งเรียกว่า Biographic Characteristics เป็นตัวแปรสำคัญที่จะส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคล บุคคลมีความแตกต่างกันโดยปัจจัยที่มีผลทำให้เกิดความแตกต่างกัน มีดังนี้

1) เพศ ธรรมชาติและสังคมกำหนดให้เพศหญิงและชายมีลักษณะของบุคลิกภาพที่แตกต่างกัน และในวัยเด็กไม่ได้อยู่ในขั้นของการแยกแยะความแตกต่างระหว่างเพศอย่างชัดเจน แต่เพศหญิงนี้ไม่ว่าจะอยู่ในช่วงอายุใดจะมีความสามารถในการเข้าใจอารมณ์ของบุคคลได้ดีกว่าเพศชาย และเพศชายมีความก้าวร้าวมากกว่าเพศหญิงในทุกกรณี

2) อายุ บุคลิกภาพของบุคคลจะเปลี่ยนแปลงไปตามอายุ ได้แก่ ความระมัดระวัง ความเข้มแข็ง ความคิดและความจำ ช่วงอายุที่มีความผิดปกติทางพฤติกรรมด้านความคิดและความจำ ส่วนใหญ่คือกลุ่มอายุที่สูงกว่า 60 ปีขึ้นไป

3) สุขภาพ บุคลิกภาพของบุคคลมีความเกี่ยวข้องกับสุขภาพ 2 ด้าน คือ สุขภาพทางกาย และสุขภาพทางจิต บุคคลที่มีร่างกายสมบูรณ์แข็งแรงจะส่งผลถึงความพร้อมในการสร้างบุคลิกภาพที่ดีและบุคคลที่มีสุขภาพจิตดีจะทำให้บุคลิกภายนอกดีตามไปด้วย

4) อาชีพ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบุคลิกภาพ เพราะอาชีพจะหล่อหลอมให้บุคลิกภาพของบุคคลสอดคล้องกับลักษณะอาชีพ เช่น อาชีพครู อาจารย์จะถูกล่อหลอมให้เป็นบุคคลที่ชอบบอกชอบสอน และพร้อมที่จะให้อภัยเสมอ

5) ประสบการณ์ บุคคลย่อมมีประสบการณ์ที่แตกต่างกันไป บุคคลที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูที่ดี มีความอบอุ่นในครอบครัว จะทำให้เป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในตัวเอง และบุคคลที่มีประสบการณ์ที่เลวร้ายในชีวิต จะทำให้เป็นผู้ที่มองโลกในแง่ร้าย หวาดระแวง ช่างสงสัย วิตกกังวล ขาดความเชื่อมั่นในตนเอง (“การพัฒนาบุคลิกภาพ”, ม.ป.ป.)

สาเหตุที่ทำให้บุคคลแตกต่างกัน

สุธีรา เฝ้าโกศสถิตย์ (2543) กล่าวว่า นักจิตวิทยาและนักการศึกษาเชื่อว่า ความแตกต่างระหว่างบุคคลนั้น เป็นผลมาจากพันธุกรรมและสิ่งแวดล้อมถ้าความดีเลวเกิดจากพันธุกรรม สิ่งที่เราควรทำ คือ ควรปรับปรุงชาติพันธุ์ของเราให้ดียิ่ง ๆ ขึ้น แต่ถ้ามนุษย์เป็นผลมาจากสิ่งแวดล้อม สิ่งที่เราปรับปรุงก็ได้แก่สิ่งแวดล้อมรอบตัวเรา ทำให้ดีขึ้นเหมือนกับชาวนา ถ้าต้องการให้ผลผลิตบังเกิดขึ้นอย่างงอกงามก็ต้องอาศัยการดูแลรักษาที่ดินให้สมบูรณ์และรู้จักเลือกใช้เมล็ดพันธุ์ที่ดี พืชแม้จะมีสายพันธุ์ที่ดี ถ้าปลูกในดินไม่ดีดินไม่มีปุ๋ยพืชย่อมจะไม่ได้ผลผลิตดี ทำนองเดียวกันพื้นดินแม้จะดีเพียงใด ถ้าพืชพันธุ์ไม่ดี พืชพันธุ์อ่อนแอ พันธุ์พืชไม่สามารถทนต่อโรคและแมลงก็ย่อมจะไม่ได้รับผลผลิตที่ดีเท่าที่ควร

กมลลักษณ์ พิมพ์สวัสดิ์ (2555) กล่าวว่า ความแตกต่างระหว่างบุคคลเกิดขึ้นได้ 2 ลักษณะ คือ 1) มีมาแต่กำเนิด เช่น สติปัญญา การเจริญเติบโต อวัยวะต่าง ๆ ความสามารถทางด้านภาษา ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจาก กรรมพันธุ์สภาพแวดล้อม การเลี้ยงดู การป่วยไข้ เป็นต้น 2) เกิดขึ้นทีหลัง ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากความสนใจ ความสำเร็จทางการศึกษา ประสบการณ์ การปรับตัว ทัศนคติ

แนวความคิด ซึ่งเกิดจากคุณภาพของผู้สอน แรงสนับสนุนจาก ครอบครัว ความทะเยอทะยาน
แรงผลักดันจากสังคม และสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

นิตินล ภูตะโชติ (2556) กล่าวว่า บุคลากรในองค์กรย่อมมีความแตกต่างกันหลายด้าน เช่น
เพศ อายุสถานภาพสมรส ลักษณะนิสัย บุคลิกภาพ ทักษะคติและค่านิยม ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งที่แต่ละ
คนมีและติดตัวมา ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการทำงาน

ส่วน จำเนียร ช่วงโชติ (2532) กล่าวไว้ในเรื่องการวัดความแตกต่างระหว่างบุคคลว่า บุคคล
มีคุณลักษณะที่แตกต่างกันซึ่งวัดได้ มีดังนี้

1) คุณลักษณะทางร่างกายและทางสรีระวิทยาของบุคคล เช่น ขนาด ส่วนสูง น้ำหนัก
สัดส่วน และการทำงานของระบบต่าง ๆ ในร่างกาย

2) คุณลักษณะทางจิตวิทยาของบุคคล เช่น ความแตกต่างในเรื่อง การสัมผัส การรับรู้สิ่ง
ต่าง ๆ ความแตกต่างในเรื่องสติปัญญา ความสนใจ เจตคติ ค่านิยม ความสามารถพิเศษ และด้าน
บุคลิกภาพ นอกจากนี้ ยังมีการจำแนกประเภทความแตกต่างระหว่างบุคคล ในลักษณะอื่น ๆ อีก
มากมาย ในที่นี้ จะกล่าวถึงลักษณะความแตกต่างระหว่างบุคคล โดยแบ่งเป็นความแตกต่างด้าน
ต่าง ๆ 4 ด้าน คือ

- 2.1) ความแตกต่างทางด้านร่างกาย
- 2.2) ความแตกต่างทางด้านอารมณ์
- 2.3) ความแตกต่างทางด้านสังคม
- 2.4) ความแตกต่างทางด้านสติปัญญา

ซึ่งจะกล่าวถึงความแตกต่างแต่ละประเภทดังนี้

ความแตกต่างทางด้านร่างกาย สามารถแบ่งได้ 2 ลักษณะ คือ

1) ลักษณะทางร่างกายซึ่งสามารถมองเห็นได้เด่นชัด เช่น รูปร่าง หน้าตา อายุ เพศ ลักษณะ
ของสีผิว เส้นผม เล็บ ฯลฯ และลักษณะอวัยวะต่าง ๆ ของร่างกาย ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละ
บุคคล

2) ลักษณะทางร่างกายซึ่งไม่สามารถมองเห็นได้เด่นชัด เช่น การทำงานของระบบต่าง ๆ ใน
ร่างกาย การเต้นของหัวใจ ความดันโลหิต กลุ่มเลือด ปฏิกิริยาที่มีต่อยาและสารเคมีอื่น ๆ ซึ่งเราสามารถ
ใช้เครื่องมือในการวัดลักษณะเหล่านี้ได้

ความแตกต่างทางด้านอารมณ์

จำเนียร ช่วงโชติ (2532) กล่าวว่า อารมณ์ หมายถึงความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลที่ถูกระตุ้น
จากสิ่งเร้า ทั้งสิ่งเร้าภายในและ ภายนอกและความรู้สึกที่เกิดขึ้นนี้ มีผลต่อการแสดงพฤติกรรมของ
บุคคล โดยทั่วไปอารมณ์จะมี ลักษณะอารมณ์ด้านบวก คือ อารมณ์ดี พอใจ สบายใจ สุขใจ ฯลฯ และ
อารมณ์ด้านลบ คือ อารมณ์ไม่ดี ไม่พอใจ หงุดหงิด ทุกข์ใจ ฯลฯ คนแต่ละคนมีอารมณ์แตกต่างกัน

นอกจากนี้ยังมีความสามารถในการ ควบคุมอารมณ์ได้แตกต่างกันด้วย ซึ่งลักษณะดังกล่าวอาจจะ ช่วยส่งเสริมให้บุคคลมีชีวิตที่มีความสุข หรืออาจเป็นตัวบั่นทอนความสุขในชีวิตก็ได้ นักจิตวิทยาเชื่อว่า อารมณ์เป็นสิ่งที่สามารถปลูกฝังให้เกิดขึ้นได้ เพราะสาเหตุที่ทำให้คนเราเกิดอารมณ์ต่าง ๆ นั้น เป็นผล จากการที่บุคคลเรียนรู้ตั้งแต่แรกเกิด เช่น วิธีการอบรมเลี้ยงดูในวัยเด็ก ซึ่งส่งผลอย่างมากต่อลักษณะ อารมณ์ของบุคคล นอกจากนี้ยังมี สิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลทำให้บุคคลมีอารมณ์แตกต่างกัน ได้แก่ การศึกษาจากครอบครัว โรงเรียน สภาพของสังคมที่บุคคลอาศัยอยู่บนบรรณนิยมและวัฒนธรรม ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจน สื่อมวลชนต่าง ๆ

ความแตกต่างทางด้านสังคม

จำเนียร ช่วงโชติ (2532) กล่าวว่า บุคคลแต่ละบุคคลมีพฤติกรรมด้านสังคมแตกต่างกัน นับตั้งแต่ลักษณะการพูดจาสื่อสาร การ แต่งกายการคบเพื่อน และบุคลิกภาพทางสังคมอื่น ๆ ทั้งนี้ เพราะแต่ละบุคคลมาจากสังคมที่แตกต่าง กัน เช่น มาจากครอบครัวที่แตกต่างกัน ซึ่งหมายถึงได้รับการ อบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน บิดามารดามี อาชีพการศึกษา พื้นฐานทางเศรษฐกิจและลักษณะอื่น ๆ ที่แตกต่างกัน ย่อมส่งผลให้บุคคลมีลักษณะ สังคมที่ไม่เหมือนกัน นอกจากนี้ครอบครัวแล้วยังมีหน่วย สังคมอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลทำให้บุคคลมีความ แตกต่างทางด้านสังคม เช่น กลุ่มเพื่อน ผู้ร่วมงาน โรงเรียน ชุมชนที่บุคคลอาศัยอยู่ และบุคคลที่ เกี่ยวข้อง ฯลฯ และความแตกต่างทางด้านสังคม ดังกล่าวจะส่งผลให้บุคคลมีแนวโน้มที่จะมีลักษณะ ของความสนใจ ความต้องการ ค่านิยมและ แรงจูงใจในการทำพฤติกรรมต่าง ๆ แตกต่างกันไปด้วย

ความแตกต่างทางด้านสติปัญญา

จำเนียร ช่วงโชติ (2532) กล่าวว่า ความแตกต่างทางด้านสติปัญญา ได้แก่ ความสามารถของ บุคคลในการจดจำ การคิด การตัดสินใจการแก้ปัญหา การเรียนรู้ และการกระทำสิ่งต่าง ๆ รวมทั้ง ความสามารถในการปรับตัว ถ้าบุคคลใดทำอะไรเหล่านี้ได้ดี แสดงว่าบุคคลนั้นมีสติปัญญาสูง นักจิตวิทยา และนักศึกษาค้นพบว่า คนเรามีระดับสติปัญญาแตกต่างกัน ตั้งแต่ระดับสูง-ต่ำ ซึ่งมีผลทำให้เกิดความ แตกต่างในด้าน ประสิทธิภาพของบุคคล ทั้งในแง่ของการทำงาน และการทำพฤติกรรมอื่น ๆ ในชีวิต โดยปกติ ความสามารถทางสติปัญญาของบุคคลจะแตกต่างกันไปตามปัจจัยสำคัญ 2 ประการ ได้แก่

1) พันธุกรรม หมายถึง ลักษณะต่าง ๆ ที่บุคคลได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ ซึ่งจาก การศึกษาส่วนใหญ่ พบว่า บุคคลมีแนวโน้มที่จะมีระดับสติปัญญาใกล้เคียงกับบิดามารดา และบรรพบุรุษ

2) สภาพแวดล้อม หมายถึง สภาพต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบุคคล ทั้งสภาพแวดล้อมทาง กายภาพ และสภาพแวดล้อมทางจิตวิทยา ล้วนส่งผลต่อพัฒนาการและความสามารถทางสติปัญญา ของบุคคลทั้งสิ้น เช่น อาหาร การดูแลสุขภาพ วิธีอบรมเลี้ยงดู การศึกษา และการส่งพัฒนาด้านอื่น ๆ

จำเนียร ช่วงโชติ (2532) ยังกล่าวอีกว่า อิทธิพลของสิ่งแวดล้อมที่มีต่อบุคคลแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

1) สิ่งแวดล้อมก่อนคลอด หรือสิ่งแวดล้อมในครรภ์มารดา โดยเฉพาะในช่วงสามเดือนแรกของการตั้งครรภ์ ถือว่าเป็นระยะวิกฤต ทั้งนี้เพราะเป็นระยะที่เนื้อเยื่อและส่วนสำคัญต่าง ๆ ของร่างกายกำลังพัฒนา อย่างรวดเร็ว สิ่งแวดล้อมในระยะนี้จึงมีผลต่อการเสริมสร้าง และการทำลายโครงสร้างพื้นฐานและระบบประสาทของร่างกายได้อย่างรุนแรง ปัจจัยที่มีผลต่อทารกในขณะที่อยู่ในครรภ์มีหลายอย่าง เช่น อายุของมารดา ความเกี่ยวพันทางสายเลือดของบิดามารดา คุณภาพอาหารยาที่รับประทาน รังสี บุหรี่ สุรา และความเจ็บป่วยระหว่างการตั้งครรภ์ เป็นต้น

2) สิ่งแวดล้อมขณะคลอด เช่น ภาวะที่สมองของทารกขาดออกซิเจนขณะคลอด สมองได้รับอันตรายจากการคลอด หรือการคลอดก่อนกำหนด ส่งผลให้บุคคลมีลักษณะเปลี่ยนแปลงได้

3) สิ่งแวดล้อมหลังคลอด หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับบุคคลในช่วงต่อ ๆ มาของชีวิตหลังจากที่คลอดออกมาจากครรภ์มารดาแล้ว สิ่งแวดล้อมหลังคลอดที่นักจิตวิทยาเห็นพ้องกันว่า มีอิทธิพลต่อการกำหนดพัฒนาการ และพฤติกรรมของบุคคลในระดับสูง ได้แก่

3.1) ครอบครัว คนแต่ละคนใช้ชีวิตและเติบโตมาในครอบครัว ครอบครัวจึงจัดเป็นสิ่งแวดล้อมที่มีความสำคัญยิ่ง เป็นแหล่งที่วางรากฐานของการพัฒนาการทุกด้านในชีวิต เป็นแหล่งที่บุคคลได้เรียนรู้สิ่งต่าง ๆ อย่างไม่เป็นทางการ และเป็นการเรียนรู้ที่ส่งผลอย่างลึกซึ้ง ต่อการพัฒนาในระยะหลัง ตัวแปรต่าง ๆ ในครอบครัวที่มีอิทธิพลต่อบุคคล ได้แก่ ทักษะคิดของพ่อแม่วิธีการอบรมเลี้ยงดูที่มีผลต่อการศึกษาและอาชีพของพ่อแม่และคนในครอบครัว ลำดับการเกิดของเด็ก ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งรูปแบบของความสัมพันธ์ในครอบครัว

3.2) โรงเรียนหรือสถานศึกษาเป็นสถาบันทางสังคมซึ่งทำหน้าที่จัดการเรียนรู้ให้แก่เด็กทั้งในด้านวิชาการ ด้านการปรับตัว และการพัฒนาบุคลิกภาพ ปัจจัยสำคัญในโรงเรียนที่มีอิทธิพลต่อบุคคล ได้แก่ บุคลิกภาพของครูหลักสูตรและวิธีการสอน ลักษณะและบรรยากาศในโรงเรียน ฯลฯ

3.3) กลุ่มเพื่อน ลักษณะและพฤติกรรมที่สำคัญซึ่งบุคคลได้รับอิทธิพลมาจากกลุ่มเพื่อน ได้แก่ การคล้อยตามและการยอมรับกติกาของกลุ่ม การมีค่านิยมทางสังคม ฯลฯ

3.4) สื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์อินเทอร์เน็ต วิกิพีเดีย และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อบุคคลอย่างมาก เพราะสื่อมวลชนให้ทั้งความรู้ ข่าวสารและความบันเทิง ประกอบกับในปัจจุบันนี้เป็นยุคของข่าวสารข้อมูลสื่อมวลชน จึงมีอิทธิพลต่อบุคคลทั้งในทางที่ปรารถนาและไม่พึงปรารถนา

3.5) ศาสนามีอิทธิพลต่อบุคคล ในส่วนของการสร้างค่านิยม ความสัมพันธ์กันเป็นชุมชน มีเอกลักษณ์และการพัฒนาตนเองของบุคคล

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533) กล่าวถึง ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) ได้ถูกพัฒนาจากแนวความคิดในเรื่องของสิ่งเร้าและการตอบสนอง (Stimulus-Response) หรือทฤษฎี เอส-อาร์ (S-R theory) ของกาเย่ (Gagne) และนำมาประยุกต์ใช้ได้อธิบายว่า บุคคลนั้นมีความแตกต่างกันหลายประการ เช่น ความสนใจ บุคลิกภาพ ทักษะสติ สติปัญญา เป็นต้น ความแตกต่างนี้ยังขึ้นอยู่กับสภาพทางสังคมและวัฒนธรรม ทำให้มีพฤติกรรม การสื่อสารและการเลือกเปิดรับสารที่แตกต่างกันได้แก่

- 1) มนุษย์เรามีความแตกต่างกันมาก ในองค์ประกอบทางจิตวิทยาของตัวบุคคล
- 2) ความแตกต่าง บางส่วนนั้นมาจากลักษณะที่แตกต่างทางชีวภาค หรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วนั้นจะมาจากความแตกต่างที่เกิดจากประสบการณ์ การได้เรียนรู้
- 3) มนุษย์ซึ่งถูกชูปเลี้ยงภายใต้สภาพการณ์ต่าง ๆ จะเปิดรับความคิดเห็นที่แตกต่างกันไป
- 4) การเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีนี้ที่สำคัญคือ

- 1) บุคคลมีความแตกต่างกันทั้งในด้านบุคลิกภาพและสภาพจิตวิทยา
- 2) ความแตกต่างกันดังกล่าวนี้เป็นเพราะบุคคลมีการเรียนรู้
- 3) บุคคลที่อยู่ต่างสภาพแวดล้อมกันจะได้รับการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน
- 4) การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อถือ และบุคลิกภาพที่แตกต่างกัน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2549) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับคุณสมบัติส่วนบุคคล หรือลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาด ครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้อาชีพ โดยการศึกษาเหล่านั้น เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด เนื่องจากลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่มีส่วนในการกำหนดตลาดเป้าหมายทางการตลาดของกลุ่มผู้ประกอบการต่าง ๆ เป็นต้น ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยา สังคม และวัฒนธรรม จะช่วยอธิบายถึงความคิด และความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จะสามารถเข้าถึง และมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมายรวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญดีดังนี้ อายุ (Age) เนื่องจากผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่าง ผู้ประกอบการจึงใช้ประโยชน์จากคุณสมบัติส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และอื่น ๆ มาเป็นตัวแปรในการดำเนินการตลาด เพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารงานทางด้านการตลาดต่อไป และจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

นอกจากนี้ตามการศึกษาของ Kotler (2000) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับคุณสมบัติส่วนบุคคล จะพบว่า ในการดำเนินการทางด้านการตลาดนั้น จะมีปัจจัยต่าง ๆ ที่สำคัญ คือ

1) เพศ (Gender) เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญ ในเรื่องของพฤติกรรมในการบริโภคมากเพราะ เพศที่แตกต่างกัน มีทัศนคติการรับรู้และการตัดสินใจในเรื่องการเลือกสินค้าที่บริโภคแตกต่างกัน โดยเฉพาะ ประเทศไทยซึ่งมีวัฒนธรรมในการเลี้ยงดูเด็กผู้ชายและเด็กผู้หญิงที่แตกต่างกันอย่างมาก โดยส่วนใหญ่

2) อายุ (Age) บุคคลที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่ต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นจะชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุจะ สนใจ สินค้าที่ เกี่ยวกับการรักษาสุขภาพซึ่งหากแบ่งช่วงกลุ่มอายุออกเป็นกลุ่มพฤติกรรมที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน โดยเด็กผู้ชายจะถูกเลี้ยงให้มีความกล้าแสดงออก และมีความรับผิดชอบเพื่อจะได้เป็น หัวหน้าครอบครัวต่อไป ส่วนเด็กผู้หญิงจะถูกเลี้ยงดูในลักษณะที่เป็นผู้ตามหรือเป็นภรรยาที่ดีทำให้ มีพฤติกรรมที่มีแนวโน้มในการไม่ค่อยกล้าแสดงความคิดเห็น จากที่กล่าวมาจึงอาจ กล่าวได้ว่าใน สังคมไทยเพศชายมีแนวโน้มที่จะเป็นผู้ตัดสินใจซื้อสินค้า และบริการของครอบครัวมากกว่าเพศหญิง

3) สถานภาพ (Status) เป็นสถานภาพของบุคคลต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการสมรส การเป็นโสด การเป็นหม้ายหรือหย่าร้าง เป็นต้น โดยในการดำเนินการทางการตลาด จะต้องมีการ พิจารณาถึงประเด็นต่าง ๆ ต่อไปนี้เพื่อทำให้เกิดการนำเสนอขายสินค้า และบริการต่าง ๆ ที่เหมาะสม กับบุคคล รวมถึงเหมาะสมกับสถานภาพทางครอบครัวประเภทต่าง ๆ ด้วย

4) ระดับการศึกษา (Education) เป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งของคุณสมบัติส่วนบุคคล เนื่องจากระดับการศึกษาจะเป็นตัวกลางหรือเป็นตัววัดระดับความคิดเห็น ระดับทัศนคติหรือระดับ ของความคิดของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก อีกทั้งระดับการศึกษาจะสามารถบ่งบอกถึงความเป็นอยู่ และ ความสนใจในสิ่งต่าง ๆ ได้โดยผู้ที่มีการสูงกว่า ส่วนใหญ่จะมีการดำรงชีวิตที่ดีกว่ากลุ่มผู้ที่มีระดับการ ศึกษาต่ำกว่า

5) อาชีพ (Occupation) เป็นปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งของการศึกษาเกี่ยวกับคุณสมบัติ ส่วนบุคคล เพราะอาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็น และความต้องการสินค้า และบริการ ที่แตกต่างกัน เช่น เกษตรกร หรือชาวนาก็จะซื้อสินค้าที่จะเป็นต่อการครองชีพ และสินค้าที่เป็นปัจจัย การผลิตเป็นส่วนใหญ่ส่วนพนักงานที่ทำงานในบริษัทต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะซื้อ สินค้าเพื่อเสริมสร้าง บุคลิกภาพ ข้าราชการก็จะซื้อสินค้าที่จำเป็นนักรุกกิจก็จะซื้อสินค้าเพื่อสร้างภาพพจน์ให้กับตัวเอง เป็นต้น นักการตลาดจะต้องศึกษาว่าสินค้า และบริการของบริษัทเป็นที่ต้องการของกลุ่มอาชีพ ประเภทใด เพื่อที่จะจัดเตรียมสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเหล่านี้ได้อย่างเหมาะสม เป็นต้น

6) รายได้ (Income) หรือสถานภาพทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) เป็นปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งของการศึกษาเกี่ยวกับคุณสมบัติส่วนบุคคล เนื่องจากระดับรายได้จะเป็นการแสดงออกถึงระดับทางด้านสถานภาพทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อราคาสินค้า และบริการที่ตัดสินใจสถานภาพเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้การออมทรัพย์อำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน นักการตลาด ต้องสนใจแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล เนื่องจากรายได้จะมีผลต่ออำนาจของการซื้อคนที่มียาได้ต่ำจะมุ่งซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพและมีความไวต่อราคามากส่วนคนที่มียาได้สูงจะมุ่งซื้อสินค้าที่มีคุณภาพ และราคาสูงโดยเน้นที่ภาพพจน์ของราคาสินค้าเป็นหลักการศึกษาอาชีพ และรายได้นั้นมีแนวโน้มสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดในความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล เช่น บุคคลที่มีการศึกษาสูงจะมีโอกาสเลือกอาชีพที่สามารถสร้างรายได้สูงกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำกว่า เป็นต้น

G. E. Belch และ Belch (2005 อ้างใน อัจฉรา นพวิญญูวงศ์, 2550) ในงานวิจัยนี้ศึกษาตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ได้แก่อายุ อาชีพ และรายได้โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้องการพฤติกรรมการตัดสินใจและอัตราการใช้จ่ายสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่มีแนวโน้มสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดในความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล

1) อายุ (Age) บุคคลที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นจะชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่นส่วนกลุ่มผู้สูงอายุจะสนใจสินค้าที่เกี่ยวกับการรักษาสุขภาพซึ่งหากแบ่งช่วงกลุ่มอายุออกเป็นกลุ่มพฤติกรรมที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน

2) เพศ (Sex) เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญในเรื่องของพฤติกรรมในการบริโภคมาก เพราะเพศที่แตกต่างกันมักมีทัศนคติการรับรู้และการตัดสินใจในเรื่องการเลือกสินค้าที่บริโภคแตกต่าง โดยมากเกิดจากสาเหตุ ในเรื่องของการได้รับการเลี้ยงดูการปลูกฝังนิสัยมาตั้งแต่ในวัยเด็ก โดยเฉพาะประเทศไทยซึ่งมีวัฒนธรรมในการเลี้ยงดูเด็กผู้ชาย และเด็กผู้หญิงที่แตกต่างกันอย่างมากระหว่างเด็กผู้ชายจะถูกเลี้ยงให้มีความกล้าแสดงออก และมีความรับผิดชอบเพื่อจะได้เป็นหัวหน้าครอบครัวต่อไป ส่วนเด็กผู้หญิงจะถูกเลี้ยงดูในลักษณะที่ให้สงบเสถียรและเป็นผู้ตามหรือ เป็นภรรยาที่ดี ทำให้มีพฤติกรรมที่มีแนวโน้มในการไม่ค่อยกล้าแสดงความคิดเห็น จากที่กล่าวมา จึงอาจกล่าวได้ว่าในสังคมไทยเพศชายมีแนวโน้มที่จะเป็นผู้ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของครอบครัวมากกว่าเพศหญิง

3) สถานภาพการสมรส (Status) สมรส โสด หย่าร้าง หรือเป็นหม้าย ซึ่งในอดีตถึงปัจจุบันเป็นเรื่องที่สำคัญ ในการใช้ความพยายามทางการตลาดมาโดยตลอดและมีความสำคัญมากยิ่งขึ้นใน ส่วนที่เกี่ยวข้องกับ หน่วยผู้บริโภค ทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน เช่น ผู้ที่หย่าร้างหรือเป็นหม้ายจะเลือกแต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่หรูหราทันสมัยมีเอกลักษณ์

4) การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูง มีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีอาชีพที่สามารถสร้างรายได้สูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำจึงมีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากกว่า

5) อาชีพ (Occupation) อาชีพ ของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น เกษตรกรหรือชาวนาก็จะซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ และสินค้าที่เป็นปัจจัยการผลิตเป็นส่วนใหญ่ส่วนพนักงานที่ทำงานในบริษัทต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าเพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพ ข้าราชการก็จะซื้อสินค้าที่จำเป็น นักธุรกิจก็จะซื้อสินค้าเพื่อสร้างภาพพจน์ให้กับตัวเอง เป็นต้น นักการตลาดจะต้องศึกษาว่าสินค้าและบริการของบริษัทเป็นที่ต้องการของกลุ่มอาชีพประเภทใด เพื่อที่จะจัดเตรียมสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเหล่านี้ได้อย่างเหมาะสม

6) รายได้ (Income) หรือสถานภาพทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) สถานภาพทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อราคาสินค้าและบริการที่ตัดสินใจสถานภาพเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน นักการตลาดต้องสนใจแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล เนื่องจากรายได้จะมีผลต่ออำนาจของการซื้อคนที่มีรายได้ต่ำจะมุ่งซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพและมีความไวต่อราคามาก ส่วนคนที่มีรายได้สูงจะมุ่งซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดี และราคาสูงโดยเน้นที่ภาพพจน์ของราคาสินค้าเป็นหลัก

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช (2552) รายงานว่า การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิต ครอบครัว อาชีพ สถานภาพทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต และบุคลิกภาพ

1) อายุ (Age) คือ อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการสินค้าและบริการที่ต่างกัน ตัวอย่างเช่น ช่วงอายุ 0-5 ปี จะต้องการสินค้าประเภทอาหารสำหรับเด็ก ของเล่น เสื้อผ้าสำหรับเด็ก ช่วงอายุ 6-19 ปี จะต้องการสินค้าประเภท เสื้อผ้า อุปกรณ์กีฬา วิทย์เทป อุปกรณ์การเรียน เครื่องสำอาง ช่วงอายุ 20-34 ปี จะต้องการสินค้าประเภท รถยนต์ เครื่องแต่งบ้าน ชื้อของให้เด็ก ๆ ช่วงอายุ 35-49 ปี จะต้องการสินค้าประเภทบ้านใหญ่ ๆ รถยี่ห้อดีกว่าเดิม รถคันที่ 2 และช่วงอายุ มากกว่า 60 ปี จะต้องการสินค้าประเภทสินค้าบำรุงร่างกาย บริการด้านการแพทย์ การท่องเที่ยว อย่างสะดวกสบาย เป็นต้น

2) ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle) คือ เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว ซึ่งในแต่ละขั้นตอนของครอบครัวจะมีสิ่งที่มีอิทธิพลและความต้องการที่แตกต่างกัน โดยทั่วไปมักทำการแบ่งขั้นวัฏจักรชีวิตครอบครัวเป็น 8 ลำดับ ในแต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะการบริโภคแตกต่างกันดังนี้ ได้แก่

- เป็นโสดและอยู่ในวัยหนุ่มสาว (The Bachelor Stage) ใช้จ่ายเงินเต็มที และมักใช้ จ่ายในด้านสินค้าอุปโภค บริโภคส่วนตัว เสื้อผ้า การพักผ่อนหย่อนใจ และเครื่องสำอาง เป็นต้น

- คู่สมรสใหม่และยังไม่มีบุตร (Newly Married Couples) มักจะซื้อสินค้าถาวร เช่น บ้าน รถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้าและเฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น
- ครอบครัวที่มีบุตรคนเล็กอายุต่ำกว่า 6 ขวบ (Full Nest I) สินค้าถาวรภายในบ้าน เครื่องแต่งบ้าน สินค้าสำหรับเด็ก และสนใจสิ่งใหม่ ๆ ที่คิดว่าดีสำหรับลูก
- ครอบครัวที่มีบุตรคนเล็กอายุมากกว่า 6 ขวบ (Full Nest II) มักจะซื้อสินค้าประเภทอาหาร เครื่องเขียน แบบเรียน รายการพักผ่อนสำหรับบุตร
- ครอบครัวที่บิดามารดามีอายุมาก บุตรโตแล้วแต่ยังไม่ได้แต่งงาน (Full Nest III) ฐานะทางการเงินดี ซื้อเครื่องแต่งบ้านทดแทนของเก่า บ้านขนาดใหญ่กว่าเดิม รถยนต์คันใหม่หรือ บริการพักผ่อนตากอากาศที่หรูหรา - ครอบครัวที่บิดามารดามีอายุมาก บุตรแยกครอบครัวแล้ว แต่ยังทำงานอยู่ (Empty Nest I) ฐานะทางการเงินดี ชอบเดินทางพักผ่อน มีการบริจาคเพื่อสังคมครอบครัวที่บิดามารดามีอายุ มาก บุตรแยกครอบครัวแล้วออกจากงานแล้ว (Empty Nest II) รายได้ลดลง ซื้อผลิตภัณฑ์ผู้สูงอายุ การรักษาพยาบาลอยู่คนเดียวเนื่องจากฝ่ายหนึ่งตายหรือหย่าขาด และบุตรแยกครอบครัวแล้ว (Solitary Survivors) ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นค่ารักษาพยาบาล

3) อาชีพ (Occupation) คือ อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มข้าราชการจะต้องการรถยนต์ของประเทศญี่ปุ่นที่ประหยัดน้ำมัน และราคาพอสมควร ในขณะที่นักธุรกิจจะต้องการรถยนต์จากประเทศแถบยุโรปที่ดูหรูหราราคาแพง เป็นต้น ดังนั้นนักการตลาดจะต้องศึกษาว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นที่ต้องการของกลุ่มอาชีพใดเพื่อที่จะนำมาจัดกิจกรรมทางการตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายได้อย่าง เหมาะสม

4) สถานะทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) คือ สถานะทางเศรษฐกิจที่จะมี ผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ได้แก่ รายได้จับจ่ายของผู้บริโภคซึ่งจะหมายถึงรายได้สุทธิของผู้บริโภคหลังจากที่เก็บจำนวนหนึ่งไว้เป็นเงินออมแล้วจะเป็นเงินที่ผู้บริโภคมีไว้เพื่อการใช้จ่าย อำนาจในการกั๊มเงินและสถานการณ์ทางเศรษฐกิจขณะนั้น ๆ ของประเทศ

5) การศึกษา (Education) คือ ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีแนวโน้มที่จะต้องการข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ประเภทของผลิตภัณฑ์และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ต่างกัน

6) รูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style) คือ นักการตลาดเชื่อว่าการเลือกผลิตภัณฑ์ของบุคคล ขึ้นอยู่กับแบบการดำรงชีวิต และยังเชื่อว่าแบบของการดำรงชีวิตของผู้บริโภคเป็นผลรวมของกิจกรรมที่บุคคลทำ (Activities) ความสนใจของบุคคล (Interest) ความคิดเห็นของบุคคลต่อสิ่งต่าง ๆ (Opinions) และลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographics) ของบุคคลนั้น อาจเขียนย่อ ๆ ได้ว่า Life Style = AIO + Demo ตัวอย่างเช่น

- กิจกรรมที่บุคคลทำ (Activities) ได้แก่ การทำงาน การพักผ่อน งานอดิเรก กีฬาที่เล่น
- ความสนใจของบุคคล (Interest) ได้แก่ ครอบครัว อาชีพ บ้านชุมชน แฟชั่น เป็นต้น

- ความคิดเห็นของบุคคลต่อสิ่งต่าง ๆ (Opinions) ได้แก่ ตัวเอง สังคม เศรษฐกิจ การศึกษา ผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

- ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographics) ได้แก่ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพถิ่นที่อยู่อาศัย เป็นต้น

7) บุคลิกลักษณะ (Personality) คือ บุคลิกลักษณะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อเพราะบุคลิกลักษณะเป็นผลรวมของทัศนคติและนิสัยของบุคคล ผู้บริโภคแต่ละคนจะมีบุคลิกที่แตกต่างกันไป เช่น เป็นคนละเอียดอ่อน คนเปิดเผย คนมีความคิด สร้างสรรค์ หรือเป็นคนมีระเบียบ เป็นต้น บุคคลที่มีบุคลิกต่างกันเหล่านี้จะมีพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน เช่น ผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์มักจะชอบทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ในขณะที่คนละเอียดถี่ถ้วนจะพอใจสินค้าที่รู้จักดีอยู่แล้วว่ามีคุณภาพ ดีและมีราคาเหมาะสม นักการตลาดจะต้องพยายามค้นหาบุคลิกของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ให้บรรลุเป้าหมายทางการตลาด โดยเฉพาะกับสินค้าบางประเภทที่มีผลต่อบุคลิกของผู้ใช้ที่จะปรากฏต่อคนอื่น ๆ ในสังคม เช่น สินค้าประเภทเสื้อผ้า น้ำหอม รถยนต์ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นต้น ตัวอย่างของการนำบุคลิกของผู้บริโภคไปใช้ เช่น บริษัทผลิตเบียร์พบว่านักดื่มเบียร์มีบุคลิกชอบเอาชนะ ก้าวร้าว และมีความเชื่อมั่นในตัวเอง ดังนั้นนักการตลาดจึงต้องพยายาม ให้ลักษณะเหล่านี้ ปรากฏในตัวสินค้า และปรากฏในชิ้นงานโฆษณาด้วย

2.4 แนวคิดด้านพฤติกรรม

2.4.1 ความหมายเกี่ยวกับพฤติกรรม

จรรยา ศิริวัฒนเมธานนท์ (2543) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง ปฏิบัติหรือกิจกรรมทุกอย่างของสิ่งมีชีวิต ดังนั้นพฤติกรรมของคนจึงหมายถึงปฏิบัติต่าง ๆ ที่บุคคลแสดงออกทั้งภายในและภายนอกตัวบุคคล มีทั้งที่สังเกตได้และสังเกตไม่ได้ ทั้งสิ่งที่สมัครใจจะกระทำหรือละเว้นการกระทำ ทั้งนี้พฤติกรรมของบุคคลย่อมแตกต่างกันไปตามสภาพสังคม วัฒนธรรม ซึ่งมักได้รับอิทธิพลจากความคาดหวังของบุคคลรอบข้าง สถานการณ์ขณะนั้น และประสบการณ์ในอดีต

2.4.2 ปัจจัยกำหนดพฤติกรรม

จรรยา ศิริวัฒนเมธานนท์ (2543) กล่าวว่า พฤติกรรมของบุคคลจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ซึ่งสาเหตุการเปลี่ยนแปลงอาจมีความแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล เช่น เปลี่ยนแปลงเองจากการเรียนรู้ตามวุฒิภาวะหรือระยะพัฒนาการเปลี่ยนแปลงเพราะถูกบังคับหรืออิทธิพลระหว่างบุคคล เปลี่ยนแปลงเพราะการลอกเลียนแบบ และเปลี่ยนแปลงเนื่องจากบุคคลยอมรับว่าเป็นสิ่งที่ดีต่อตนเอง มีความเหมาะสมตรงกับค่านิยม และแนวคิดของตนเอง ซึ่งสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวข้างต้นมีหลายปัจจัยเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังตัวอย่างเช่น วุฒิภาวะหรือพัฒนาการ การเรียนรู้ ยาและสิ่งเสพติด พันธุกรรม เป็นต้น

2.4.3 ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาพฤติกรรม

Emerson (1981) เชื่อว่า วิธีการศึกษาพฤติกรรมโดยตรงเป็นวิธีที่เป็นวิทยาศาสตร์เป็นปรนัย (Objective) เป็นนิรนัย (Deductive) มากกว่าวิธีการศึกษาทฤษฎีทางสุภาพ ซึ่งเป็นอัตนัย (Subjective) และอุปนัย (Inductive) จึงทำให้ไม่สามารถตรวจสอบได้ ดังนั้นทฤษฎีที่ใช้ศึกษาทางพฤติกรรมจึงไม่ใช่ทฤษฎีเดียว หรือมาจากแนวคิดอันเดียว ต้องอาศัยวิธีการศึกษาหลายอย่างรวมกัน ในที่นี้จึงขอยกตัวอย่างทฤษฎี ดังนี้

1) **ทฤษฎีสุนิยม (Hedonism Theory)** เป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาที่เชื่อว่า พฤติกรรมมนุษย์เกิดจากความต้องการ 2 อย่าง คือ ความต้องการทางกาย เช่น ความหิว ความต้องการทางเพศ และความต้องการทางจิต อารมณ์ และจิตวิญญาณ ได้แก่ ความกลัว ความรัก ความต้องการประสบความสำเร็จ ความต้องการมีศักดิ์ศรี ซึ่งนักทฤษฎีกลุ่มนี้ที่ชื่อ Freud (n.d.) กล่าวว่า มนุษย์เกิดมาพร้อมกับสัญชาตญาณในรูปของพลังงานที่ก่อให้เกิดพฤติกรรม พลังดังกล่าวประกอบด้วยจิตไร้สำนึก (Id) ที่เราไม่รู้สึกลงใจผลักดันจิตส่วนที่เรารู้ (Ego) ให้ทำสิ่งต่าง ๆ ที่ประสงค์และมีจิตสำนึกที่ควบคุมคือ มโนธรรม (Super Ego) หรือความรู้สึกผิดชอบชั่วดี อันเป็นผลจากการอบรมสั่งสอนของสังคม ซึ่งโครงสร้างที่รวมทั้ง 3 สิ่งนั้นมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน อาจกล่าวได้ว่า Id เป็นความพึงพอใจหรือความต้องการส่วนลึกของบุคคล ส่วน Ego เป็นสิ่งที่เกิดจากการพัฒนา Id แล้วจึงแสดงออกมาเป็นลักษณะของบุคคลที่แสดงออกตามความต้องการของสังคมอย่างมีเหตุผล และเพื่อความปลอดภัยของตนเองในการที่จะอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคม ส่วน Super Ego เป็นตัวประสานงานที่ควบคุมไม่ให้ Id แสดงความต้องการส่วนลึกออกมา และผลักดันให้ Ego ออกมาแทนที่ Super Ego ได้แก่ ค่านิยมของสังคมและวัฒนธรรมประเพณี

2) **ทฤษฎีมนุษยนิยม (Humanism Theory)** มีความเชื่อต่างจากทฤษฎีสุนิยม คือ มนุษย์ไม่ใช่ทาสของแรงผลักดัน แต่มนุษย์เกิดมาพร้อมกับศักยภาพของความเป็นมนุษย์ เช่น ความอยากรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ความต้องการพัฒนาตนเอง นักทฤษฎีในเรื่องนี้ได้แก่ Maslow (n.d.) ที่อธิบายว่า มนุษย์มีความต้องการ 5 ระดับ คือ

- 2.1) ความต้องการทางสรีระ (Physical Needs) หรือความต้องการทางด้านร่างกาย ได้แก่ ความต้องการอาหาร การนอนหลับพักผ่อน ความต้องการทางเพศ
- 2.2) ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) ได้แก่ ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการหนีห่างจากอันตราย ความต้องการหนีจากความเจ็บปวด
- 2.3) ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Love and Belonging Needs) ได้แก่ ความต้องการเพื่อนบ้าน ความต้องการเพื่อนร่วมงาน ความต้องการมีคนรัก
- 2.4) ความต้องการได้รับการยกย่อง นับถือ (Self –Esteem Needs) เป็นความต้องการให้คนอื่นชื่นชม ให้มีคุณค่านับถือชื่นชมในความสำเร็จ

2.5) ความต้องการบรรลุความสำเร็จแห่งตน (Self -Actualization) คือ ความต้องการเป็นตัวของตัวเอง ต้องการที่จะทำอะไรได้ตามที่ตนปรารถนา เป็นความต้องการที่จะคิดหรือกระทำประโยชน์แก่ส่วนรวมอย่างแท้จริง

ประเด็นสำคัญของความต้องการคือ ความต้องการขั้นสูงจะเกิดได้ก็ต่อเมื่อบุคคลได้รับความต้องการขั้นต่ำกว่าในทุกระดับ เพราะจะเป็นแรงขับให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น

3) ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Exchange Theory) ทฤษฎีนี้เน้นที่กระบวนการของการแลกเปลี่ยนสัมพันธ์ หรือการกระทำระหว่างบุคคล โดยมีข้อสมมติของบุคคลดังนี้

- 3.1) การกระทำทางสังคม เป็นวิธีการที่จะบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ
 - 3.2) การกระทำทางสังคมทุกอย่าง ผู้กระทำต้องลงทุนเช่น ลงแรง ลงเวลา และลงทรัพยากร
 - 3.3) การกระทำทางสังคมทุกอย่าง ผู้กระทำจะพยายามลดมูลค่าการลงทุนเท่าที่จะกระทำได้ ให้ต่ำกว่ากำไรมากที่สุด
 - 3.4) การกระทำทางสังคม ที่มีมูลค่าลงทุนต่ำกว่ากำไรเท่านั้น ที่จะยาวนานหรือคงทน
- ทฤษฎีนี้กล่าวว่า การกระทำทางสังคมเริ่มเกิดขึ้นเมื่อผู้กระทำทั้งในลักษณะบุคคลและกลุ่มพยายามจะเอาประโยชน์บางอย่างจากคู่กระทำของตน ซึ่งก็อาจจะเป็นบุคคลหรือกลุ่มเช่นกัน ดังนั้น การแลกเปลี่ยนบางอย่างซึ่งกันและกัน การดึงดูดซึ่งกันและกันในสถานการณ์เช่นนี้ ทำให้ฝ่ายหนึ่งหรือต่างฝ่ายต่างพอใจที่จะกระทำต่อกันหรือร่วมจุดหมายเดียวกัน ไม่ว่าจะกรณีใดก็ตามผลของปฏิสัมพันธ์หรือผลของการกระทำต่อกันก็คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

2.5.1 ความหมายของเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2552) กล่าวว่า เทคโนโลยี หมายถึง การนำความรู้ทางธรรมชาติวิทยาและต่อเนื่องมาถึงวิทยาศาสตร์ มาเป็นวิธีการปฏิบัติและประยุกต์ใช้เพื่อช่วยในการทำงานหรือแก้ปัญหาต่าง ๆ อันก่อให้เกิดวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร แม้กระทั่งองค์ความรู้นามธรรมเช่น ระบบหรือกระบวนการต่าง ๆ เพื่อให้การดำรงชีวิตของมนุษย์ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น

ณิชาอร เฟ็งเจริญ (2553) กล่าวว่า เทคโนโลยี หมายถึง ความเจริญในด้านต่าง ๆ ที่ปรากฏให้เห็นอยู่ในปัจจุบัน เป็นผลมาจากการศึกษาค้นคว้าทดลอง ประดิษฐ์คิดค้นสิ่งต่าง ๆ โดยอาศัยความรู้ทางวิทยาศาสตร์ เมื่อศึกษาค้นพบและทดลองใช้ได้ผลแล้ว ก็นำออกเผยแพร่ใช้ในกิจการด้านต่าง ๆ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพัฒนาคุณภาพ และประสิทธิภาพในกิจการต่าง ๆ เหล่านี้

ราชบัณฑิตยสถาน (2556) ได้ให้ความหมายของเทคโนโลยี หมายถึง วิทยาการที่เกี่ยวกับ ศิลปะในการนำเอาวิทยาศาสตร์ประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในทางปฏิบัติและอุตสาหกรรม

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า เทคโนโลยี หมายถึง สิ่งที่มีมนุษย์พัฒนาขึ้นโดยอาศัย ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ เพื่อนำมาช่วยในการทำงานหรือแก้ปัญหาต่าง ๆ เช่น อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร รวมไปถึงระบบหรือกระบวนการต่าง ๆ

2.5.2 ความหมายของการยอมรับเทคโนโลยี

ขวัญตา กิระวิศาสิก (2542) กล่าวว่า การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง การตัดสินใจใช้ เทคโนโลยีทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม โดยระยะเวลาในการตัดสินใจยอมรับนั้นไม่มีกำหนด แน่นอนตายตัว ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของเทคโนโลยีนั้น ๆ

เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล (2554) ได้ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่า เป็นการนำ เทคโนโลยีนั้นมาใช้ให้เป็นที่ไปได้โดยสิ่งที่ตามมา คือ ก่อให้เกิดการลงทุนกับการยอมรับ

สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร (2555) ได้ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่า เป็นองค์ประกอบที่ทำให้บุคคลเกิดความเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีใน 3 ด้าน คือ (1) พฤติกรรม (2) ทักษะที่มีต่อเทคโนโลยีและ (3) การใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น

ศศิพร เหมือนศรีชัย (2555) ได้ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นปัจจัยสำคัญใน การใช้งานและอยู่ร่วมกับเทคโนโลยีจากการที่ได้ใช้เทคโนโลยีทำให้เกิดประสบการณ์ความรู้ทักษะ และความต้องการใช้งานเทคโนโลยี

2.5.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี

Rogers และ Shoemaker (1971 อ้างใน พรรณทิพา แอดา, 2549) สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการ ยอมรับเทคโนโลยีออกเป็น 4 ปัจจัย ดังนี้

1) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้ยอมรับ (Receiver Variables) ได้แก่ พื้นฐานของบุคคล เป้าหมายหรือผู้รับการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ อายุ การรับฟังข่าวสารจาก แหล่งต่าง ๆ และการเข้าประชุมกลุ่ม ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษา การรับฟังข่าวสาร และการเข้าประชุมกลุ่ม จะแปรผันตามการยอมรับเทคโนโลยี ส่วนอายุจะแปรผกผันกับการยอมรับ เทคโนโลยี

2) ปัจจัยด้านระบบสังคม (Social System Variables) ได้แก่ สภาพทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และภูมิศาสตร์ โดยสภาพทางเศรษฐกิจจะมีผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่ต่างกัน และสถาบันที่เกี่ยวข้องกับสังคมเป็นปัจจัยที่เป็นเงื่อนไขที่มีผลต่อการยอมรับหรือไม่ยอมรับเทคโนโลยี ด้วย

3) ปัจจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของเทคโนโลยีในสายตาของผู้ที่จะใช้เทคโนโลยี (Perceived Characteristics of Technologies) คือ คุณลักษณะต่าง ๆ ของเทคโนโลยีที่บุคคลผู้ใช้เทคโนโลยีรับรู้โดยเชิงอัตวิสัย ได้แก่ ประโยชน์เชิงสัมผัส ความเข้ากันได้หรือความไม่ขัดแย้งกัน ความซับซ้อน ความสามารถทดลองได้ ความสามารถสังเกตและสื่อสารได้ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเทคโนโลยี ค่าเสียโอกาส และความสามารถที่จะแบ่งแยกได้

4) ปัจจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมในการติดต่อสื่อสารของบุคคล (Behavioral Communication) ช่องทางการสื่อสาร หมายถึง ตัวกลางที่นำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร หรือเรียกกันสั้น ๆ ว่า สื่อ ช่องทางการสื่อสารอาจเป็นสื่อมวลชน (เช่น วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์หนังสือพิมพ์หรือภาพยนตร์) หรือสื่อบุคคล (เช่น ผู้นำความคิดหรือตัวแทนการเปลี่ยนแปลง) หรือสื่อเฉพาะกิจ (เช่น โปสเตอร์ หรือแผ่นพับ) สื่อแต่ละประเภทที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น ความเร็วความคงทนถาวร ความแพร่หลาย ความไวอารมณ์หรือความเป็นเหตุเป็นผล เป็นต้น และลักษณะเฉพาะเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดว่า สื่อประเภทนั้น ๆ จะเหมาะแก่การให้ข่าวสารเพื่อจูงใจเพื่อการตัดสินใจของผู้มีศักยภาพที่จะรับเทคโนโลยีหรือไม่อย่างไร

ปัทมาพร ไคร้วานิช (2551) กล่าวว่า การยอมรับเทคโนโลยีนั้น มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ ดังนี้

1) ปัจจัยเงื่อนไขหรือสภาวะการณ์ทั่วไป ได้แก่

1.1) สภาพเศรษฐกิจ หากมีสภาพเศรษฐกิจดีกว่าก็มีแนวโน้มที่จะยอมรับการเปลี่ยนแปลงได้ง่ายกว่า เร็วกว่า สภาวะ ที่มีสภาพเศรษฐกิจแย่

1.2) สภาพทางสังคมและวัฒนธรรม มวลชนที่อยู่ในชุมชน หรือสังคมที่รักษาขนบธรรมเนียมประเพณีเก่า ๆ อย่างเคร่งครัดมากกว่า มีลักษณะการแบ่งชนชั้นทางสังคมอย่างเด่นชัดกว่า มีลักษณะการทำงานเพื่อส่วนรมน้อยกว่า มีค่านิยมและความเชื่อที่เป็นอุปสรรคต่อการเปลี่ยนแปลงมากกว่า มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ช้าลง และยอมรับในปริมาณที่น้อยกว่า

1.3) สภาพทางภูมิศาสตร์ พื้นที่ที่มีสภาพทางภูมิศาสตร์ที่สามารถติดต่อกับท้องที่อื่น ๆ โดยเฉพาะท้องที่มีเทคโนโลยีมากกว่า จะมีผลทำให้เกิดแนวโน้มในการยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เร็วกว่าและในปริมาณที่มากกว่า

2) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่

2.1) บุคคลเป้าหมายหรือผู้รับการเปลี่ยนแปลง ได้แก่

2.1.1) พื้นฐานทางบุคคล เพศหญิงยอมรับการเปลี่ยนแปลงเร็วกว่าเพศชาย กลุ่มที่มีระดับการศึกษาและประสบการณ์สูงจะยอมรับเร็วกว่า และกลุ่มคนที่มีอายุน้อยกว่าจะมีการยอมรับเร็วกว่ากลุ่มคนที่มีอายุมากขึ้น

2.1.2) พื้นฐานในการติดต่อสื่อสาร ประสิทธิภาพในการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน รวมทั้งความคิดที่มีเหตุผลเป็นสิ่งที่ช่วยให้เกิดการยอมรับมากขึ้น

2.1.3) พื้นฐานในเรื่องอื่น ๆ บุคคลที่มีแรงจูงใจ มีความพร้อมทางด้านจิตใจ มีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีที่นำมาเพื่อการเปลี่ยนแปลง จะมีแนวโน้มที่ยอมรับการเปลี่ยนแปลง มากกว่าและเร็วกว่า

2.2) คุณลักษณะของเทคโนโลยี เทคโนโลยีที่ง่ายต่อการปฏิบัติและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของบุคคลจะส่งผลต่อการยอมรับที่รวดเร็วกว่า

2.6 ทฤษฎีการตัดสินใจ

ได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้แตกต่างกันดังนี้

วุฒิชัย จำรงค์ (2523) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นเรื่องของการจัดการที่หลีกเลี่ยงไม่ได้และในการจัดการนั้น การตัดสินใจเป็นหัวใจในการปฏิบัติงานทุก ๆ เรื่องทุก ๆ กรณีเพื่อดำเนินการไปสู่วัตถุประสงค์ อาจมีเครื่องมือมาช่วยในการพิจารณา มีเหตุผลส่วนตัวอารมณ์ ความรักใคร่ ชอบพอ เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจ และมีลักษณะเป็นกระบวนการอันประกอบด้วย ขั้นตอนต่าง ๆ ต่อเนื่องกันไป

บุษกร คำคง (2542) กล่าวว่า การตัดสินใจต้องใช้ข้อมูลพื้นฐานจากเรื่องที่กำลังพิจารณา โดยใช้ความรู้พื้นฐานและข้อสรุปที่เป็นที่ยอมรับ นำมาผสมผสานกับการสรุปอ้างอิง เพื่อนำไปสู่เป้าหมาย แสดงทิศทางนำไปสู่การตัดสินใจ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2526 อ้างใน ปิยะนุช เหลืองงาม, 2552) ได้กล่าวว่า ในบรรดาทฤษฎีที่สำคัญของการตัดสินใจ อาจจำแนกได้อย่างน้อย 2 ประเภท ดังนี้

1) ทฤษฎีบรรทัดฐาน (Normative Theory) เป็นทฤษฎีการตัดสินใจที่มีลักษณะสำคัญ คือ จะคำนึงถึงว่า แนวทางการตัดสินใจ น่าจะเป็นหรือควรจะเป็นเช่นใด จึงจะสามารถบรรลุถึงเป้าหมายที่ต้องการตัดสินใจได้ซึ่งการพิจารณาว่าแนวทางใดเป็นแนวทางที่น่าจะเป็น หรือควรจะเป็นนั้นย่อมขึ้นอยู่กับวิจรรย์ญาณของบุคคลแต่ละคน ซึ่งอาจจะคล้ายคลึงหรือแตกต่างกันก็ได้ ดังนั้นการใช้ทฤษฎีนี้ตัดสินใจในประเด็นปัญหาใด ๆ ก็ตามจึงมีลักษณะที่ขึ้นอยู่กับมาตรฐานหรือหลักเกณฑ์ ดังกล่าว จะเป็นเครื่องกำหนดว่า มีปัญหานั้น ๆ น่าจะหรือควรจะตัดสินใจอย่างไร จึงจะดีที่สุด ถูกต้อง เหมาะสมที่สุด ซึ่งในทรรศนะของบุคคลอื่นที่มีมาตรฐานความพึงพอใจที่แตกต่างกัน อาจจะไม่เห็นว่ามีเหมาะสมก็ได้ ด้วยเหตุนี้ การตัดสินใจโดยใช้ทฤษฎีจึงมีลักษณะการพรรณนาแบบอุดมทัศน์ (Idea Type) มากกว่าจะเป็นแบบวิเคราะห์ถึงสภาพที่แท้จริง

2) ทฤษฎีพรรณนา (Descriptive Theory) คือ เป็นทฤษฎีการตัดสินใจที่มีลักษณะแตกต่างกับทฤษฎีแรกกล่าวคือ เป็นทฤษฎีที่มีสาระสำคัญที่ว่า การตัดสินใจเพื่อแก้ ปัญหาจะต้องกระทำอย่างไร จึงจะสัมฤทธิ์ผลได้ ไม่ว่าผลของการตัดสินใจนั้น จะเป็นที่ชื่นชอบหรือพึงพอใจของผู้ตัดสินใจหรือไม่ก็ตาม หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การตัดสินใจโดยใช้ทฤษฎีนี้จะพยายามหลีกเลี่ยงการใช้ความรู้สึกนึกคิดใดหรือค่านิยมส่วนตัวของผู้ตัดสินใจมาเป็นหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจ โดยมุ่งเน้นให้การตัดสินใจเป็นไปอย่างมีเหตุผล มีความถูกต้องและเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป เพื่อที่จะให้การตัดสินใจนั้น มีความถูกต้องเหมาะสมที่สุด ดังนั้นจะกล่าวได้ว่า การตัดสินใจ คือ ผลสรุปหรือผลขั้นสุดท้ายของกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลเพื่อเลือกแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์ ทรัพยากร และบุคคลสามารถ นำไปปฏิบัติและทำให้งานบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.7.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานแอปพลิเคชัน LINE

ณัฐพัฒน์ ชลวณิช (2556) ศึกษาพฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นที่มีต่อแอปพลิเคชัน LINE ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน LINE พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ทุกวัน มีระยะเวลาในการใช้โดยเฉลี่ย 15 นาที ต่อครั้ง ใช้งานผ่านอุปกรณ์สื่อสารประเภทโทรศัพท์มือถือมากที่สุด โดยมีรูปแบบการใช้งานเพื่อติดต่อกับเพื่อนจำนวนมาก ในส่วนลักษณะการใช้งาน พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ใช้เพื่อการส่งข้อความมากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อส่งสัญลักษณ์รูปภาพ (Emoji, Emoticon, Sticker) และมีลักษณะการใช้งานเพื่อส่งรูปภาพ ตามลำดับ สำหรับผลการศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อแอปพลิเคชัน LINE แบ่งเป็น 4 ส่วน คือ ความคิดเห็นด้านการใช้งาน ความคิดเห็นด้านอารมณ์ และความรู้สึก ความคิดเห็นด้านสังคม และความคิดเห็นด้านการเรียนการทำงาน สรุปได้ดังนี้ 1) ความคิดเห็นด้านการใช้งาน พบว่า ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นมากที่สุดในเรื่องการใช้งานง่ายทำให้การติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้น 2) ความคิดเห็นด้านอารมณ์และความรู้สึก พบว่า ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นมากที่สุดในเรื่องการใช้สัญลักษณ์รูปภาพ (Emoji, Emoticon, Sticker) สามารถช่วยในการสื่อความหมายทางอารมณ์ได้ดี 3) ความคิดเห็นด้านสังคม พบว่า ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นมากที่สุดในเรื่องการช่วยสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างบุคคลกับบุคคล และ 4) ความคิดเห็นด้านการเรียนการทำงาน พบว่า ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นมากที่สุดในเรื่องการช่วยสร้างกลุ่ม (Group) สำหรับการติดต่อเพื่อนที่เรียนหรือทำงานด้วยกัน

อัญญกร หวังฉวีพันธุ์ (2556) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายของผู้บริโภคบนแอปพลิเคชัน LINE ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายบนแอปพลิเคชัน LINE ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคลปัจจัยด้านการตลาดปัจจัย ด้านครอบครัวปัจจัยด้านสังคมและปัจจัยด้านคุณสมบัติของแอปพลิเคชัน LINE อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ระดับ 0.05 โดยปัจจัยด้านการตลาดเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายบนแอปพลิเคชัน LINE มากที่สุดรองลงมา คือ ปัจจัยด้านสังคมและปัจจัยด้านบุคคล ตามลำดับ

บุขรา ประกอบธรรม (2556) ศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ ผู้วิจัยได้นำแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีตามแนวคิดของ Davis (1989) มาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับกรอบแนวคิดของงานวิจัย ตัวแปรที่ศึกษา ประกอบด้วย การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceive Ease of Use) การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (Perceive Usefulness) อิทธิพลของสังคม (Social Influence) ทักษะที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward Using) และความตั้งใจใช้ (Intention to Use) ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน และอิทธิพลของสังคมมีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา และทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

พรพิมล บุรณเบญญา และเพ็ญจิรา คันธวงศ์ (2557) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน LINE ซึ่งศึกษาจากปัจจัยทุนทางสังคมเชื่อมโยง (Bridging Social Capital) หน้าที่การใช้งานของ LINE (LINE Functions) การรับรู้ความเสี่ยงของสื่อสังคม Online (Risk Perception) คุณภาพของระบบ (System Quality) และประโยชน์ของการโต้ตอบทางสังคม (Benefits of Social Interaction) ที่ส่งผลต่อการรับรู้ความพึงพอใจของผู้ใช้ (Perceived User Satisfaction) ในกลุ่มผู้ใช้วัยทำงาน ผลการศึกษาพบว่า มีเพียงปัจจัยด้านประโยชน์ของการโต้ตอบทางสังคมและคุณภาพของระบบ ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้วัยทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พภัช เชิดชูศิลป์ (2557) ศึกษาพฤติกรรมการใช้ LINE ที่มีผลต่อความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์การใช้ คือ พูดคุยติดต่อรหว่างบุคคล รองลงมา คือ พูดคุยในกลุ่มเพื่อติดต่อสื่อสารโดยใช้แอปพลิเคชัน LINE เป็นเวลาไม่แน่นอนมากที่สุด จำนวนคนที่ใช้ติดต่อสื่อสารมากที่สุด คือ จำนวน 1-3 คนมีระยะเวลาการใช้โดยเฉลี่ย 10-20 นาที สถานที่ใช้งานมากที่สุด คือ ที่พักหรือหอพัก ถัดมา คือ สถานศึกษา เครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการใช้ คือ โทรศัพท์มือถือ/ สมาร์ทโฟน รูปแบบการใช้งานมากที่สุด คือ สนทนากับเพื่อนมีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ในแอปพลิเคชัน LINE โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ รูปแบบการใช้งาน และด้านที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน และด้านการให้บริการ ตามลำดับ

ศักรินทร์ ต้นสุพงษ์ (2558) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน LINE โดย ปัจจัยที่ศึกษามีทั้งหมด 8 ปัจจัย ประกอบด้วย ประโยชน์ในการใช้งาน ความง่ายในการใช้งาน ความสามารถในการควบคุมการใช้งาน ความคุ้มค่าทางการเงิน ความสนุกสนาน เครือข่ายทางสังคม ความครบถ้วนด้านมิติเดียว และความคิดเห็นที่มีต่อไอทีโดยใช้แบบสอบถาม Online เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน LINE จำนวน 605 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนาและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่าเครือข่ายทางสังคม ความครบถ้วนด้านมิติเดียว ความสนุกสนาน และความคิดเห็นที่มีต่อไอทีส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน LINE อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเรียงตามลำดับ ความสำคัญจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ส่วนปัจจัยด้านประโยชน์ในการใช้งาน ความง่ายในการใช้งานความสามารถในการควบคุมการใช้งาน และความคุ้มค่าทางการเงิน ไม่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน LINE



บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย

งานวิจัยเรื่องการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีระเบียบวิธีการวิจัยดังนี้

- 3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย
- 3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 สมมติฐานการวิจัย
- 3.5 วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่มีรูปแบบการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Closed-end Questionnaire) ที่ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร ปัจจัยองค์ประกอบในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรและการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรในเขตกรุงเทพมหานครเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามรายละเอียดดังนี้

3.1.1 แบบสอบถาม (Questionnaire) มีทั้งหมด 4 ส่วนดังนี้

3.1.1.1 ใบขอขออนุญาตเก็บข้อมูล แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรและปัจจัยองค์ประกอบในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร

3.1.1.2 ปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำงาน โดยมีระดับการวัดดังนี้

- 1) เพศ ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- 2) อายุ ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale)
- 3) ระดับการศึกษา ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- 4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale)
- 5) ประสบการณ์ในการทำงาน ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale)

3.1.1.3 ปัจจัยพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร

ปัจจัยพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร ประกอบด้วย ประสิทธิภาพในการใช้งาน ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้แต่ละครั้ง จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยของการทำงานแต่ละวัน และอุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุด โดยมีระดับการวัดดังนี้

- 1) ประสิทธิภาพในการใช้งาน ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale)
- 2) ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้แต่ละครั้ง ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale)
- 3) จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยของการทำงานแต่ละวัน ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale)
- 4) เหตุผลของการใช้บริการ ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale)
- 5) อุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุด ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale)

3.1.1.4 ปัจจัยองค์ประกอบในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร

ปัจจัยองค์ประกอบในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรในประกอบด้วย ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านความสามารถในการควบคุม การใช้งาน และด้านประโยชน์ในการใช้งาน โดยมีระดับการวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

สำหรับการวัดระดับความคิดเห็นจะมีระดับการวัดดังนี้

- 1) ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด มีค่าคะแนนเป็น 1
- 2) ระดับความคิดเห็นน้อย มีค่าคะแนนเป็น 2
- 3) ระดับความคิดเห็นปานกลาง มีค่าคะแนนเป็น 3
- 4) ระดับความคิดเห็นมาก มีค่าคะแนนเป็น 4
- 5) ระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีค่าคะแนนเป็น 5

สำหรับการวัดระดับความคิดเห็นเป็นช่วงคะแนนมีระดับการวัดดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	มีความคิดเห็นมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีความคิดเห็นมาก
2.61 – 3.40	มีความคิดเห็นปานกลาง
1.81 – 2.60	มีความคิดเห็นน้อย
1.00 – 1.80	มีความคิดเห็นน้อยที่สุด

3.1.1.5 การตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร

การตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร โดยมีระดับการวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

สำหรับการวัดระดับความเชื่อมั่นจะมีระดับการวัดดังนี้

- 1) ระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด มีค่าคะแนนเป็น 1
- 2) ระดับการตัดสินใจน้อย มีค่าคะแนนเป็น 2
- 3) ระดับการตัดสินใจปานกลาง มีค่าคะแนนเป็น 3
- 4) ระดับการตัดสินใจมาก มีค่าคะแนนเป็น 4
- 5) ระดับการตัดสินใจมากที่สุด มีค่าคะแนนเป็น 5

สำหรับการวัดระดับความเชื่อมั่นเป็นช่วงคะแนนมีระดับการวัดดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	การตัดสินใจมากที่สุด
3.41 – 4.20	การตัดสินใจมาก
2.61 – 3.40	การตัดสินใจปานกลาง
1.81 – 2.60	การตัดสินใจน้อย
1.00 – 1.80	การตัดสินใจน้อยที่สุด

3.1.2 การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Test) และการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) ของแบบสอบถามแบบสอบถาม (Questionnaire)

3.1.2.1 การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Test)

งานวิจัยนี้จะนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วมอบให้กับอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและทำการแก้ไขตามข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย

3.1.2.2 การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test)

เมื่อผู้วิจัยได้แก้ไขแบบสอบถามตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาระบุเรียบร้อยแล้ว จะต้องนำแบบสอบถามมาทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) โดยทำการแจกกับกลุ่มตัวอย่างที่มีสภาพความเป็นกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้แก่ พนักงานที่ทำงานในองค์กร จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือโดยการวิเคราะห์ประมวลหาค่า ครอนบาร์ค แอลฟา (Cronbach's Alpha Analysis Test) ซึ่งได้ค่าเท่ากับ 0.935 หลังจากนั้นแบบสอบถามจะนำไปให้กลุ่มตัวอย่างได้ตอบตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ในการศึกษาโดยจะทำการแจกในวันที่ 15 เดือนตุลาคม พ.ศ. 2559– วันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2559

3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะเป็นพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ พนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน ± 10 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน เนื่องจากผู้วิจัยได้มีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบอกต่อ (Snowball Sampling) ใน Google Forms ซึ่งมีโอกาสที่จะได้รับการตอบแบบสอบถามในเวลาจำกัด ผู้วิจัยจึงแจกไปทั้งหมด 400 ชุด เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นในระหว่างการเก็บข้อมูล โดยจะทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ในวันที่ 15 เดือนตุลาคม – วันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2559 และได้ข้อมูลตอบกลับจำนวน 300 ชุด ซึ่งมากกว่าค่าคำนวณได้จากตารางสุ่ม ซึ่งเป็นผลดีในการยืนยันความถูกต้องของข้อมูลในการแปลผล

3.3 กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับกระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้

3.3.1 ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างพนักงานในองค์กรที่จะทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม ซึ่งเป็นพนักงานในองค์กรที่ไม่ติดภารกิจใด ๆ

3.3.2 นำแบบสอบถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้องแล้วไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยทำการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด

3.3.3 นำแบบสอบถามที่ถูกต้องสมบูรณ์จำนวน 400 ชุด นำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริงใน Google Forms โดยมีแบบสอบถามได้จำนวน 300 ชุด ที่ได้รับกลับคืนมาจากที่ตั้งเป้าหมาย และเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ 100 ชุด หลังจากนั้น ได้นำข้อมูลไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

3.3.4 เวลาที่ใช้ในการดำเนินการเพื่อเก็บแบบสอบถามเริ่มตั้งแต่วันที่ 15 เดือนตุลาคม พ.ศ. 2559

3.4 สมมติฐานการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีการกำหนดสมมติฐานดังนี้

3.4.1 ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

3.4.2 ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

3.4.3 อิทธิพลของปัจจัยองค์ประกอบในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร การทดสอบสมมติฐานทั้งสามข้อจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3.5 วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัย

วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้สามารถแบ่งได้ 2 ประเภทได้แก่

3.5.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.5.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์สมมติฐานทั้งสองข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

3.5.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 และ 2 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ เชฟเฟ้ (Scheffe)

3.5.2.2 สมมติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีผลการวิจัยที่สามารถอธิบายได้ดังนี้

4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์สมมติฐานทั้งสองข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

4.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 และ 2 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ เชฟเฟ่ (Scheffe)

4.2.2 สมมติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สมมติฐานทั้งสามข้อจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การบรรยายในส่วนนี้จะอธิบายทั้งข้อมูลที่เป็นข้อมูลคุณสมบัตส่วนบุคคล ปัจจัยพฤติกรรม การใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร ปัจจัยองค์ประกอบในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยอธิบายข้อมูลดังนี้

ตารางที่ 4.1: ข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคลด้านเพศ จะแสดงเป็นข้อมูลเฉพาะค่าร้อยละ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	74	24.7
หญิง	226	75.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ที่ได้จากการสำรวจส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยในกลุ่มเพศหญิง จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 75.3 และเพศชาย จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2: ข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคลด้านอายุ จะแสดงเป็นข้อมูลเฉพาะค่าร้อยละ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	-	-
20-30 ปี	101	33.7
31-40 ปี	134	44.7
41-50 ปี	57	19.0
51 ปีขึ้นไป	8	2.6
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ที่ได้จากการสำรวจส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 134 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 44.7 รองลงมาได้แก่อายุ 20-30 ปี จำนวน 101 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 33.7 อายุ 41-50 ปี จำนวน 57 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 19.0 และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3: ข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา จะแสดงเป็นข้อมูลเฉพาะค่าร้อยละ

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	45	15.0
ปริญญาตรี	202	67.3
สูงกว่าปริญญาตรี	53	17.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ที่ได้จากการสำรวจส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 202 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 67.3 รองลงมาได้แก่ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 53 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 17.7 และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 45 คนคิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4: ข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จะแสดงเป็นข้อมูลเฉพาะค่าร้อยละ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	39	13.0
15,001-35,000 บาท	173	57.7
35,001-45,000 บาท	45	15.0
45,001-55,000 บาท	24	8.0
55,001 บาทขึ้นไป	19	6.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ที่ได้จากการสำรวจส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001-35,000 บาท จำนวน 173 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 57.7 รองลงมาได้แก่รายได้ 35,001-45,000 บาท จำนวน 45 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 15.0 รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 39 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 13.0 รายได้ 45,001 บาทขึ้นไป จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 และรายได้ 55,001 – 60,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5: ข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคลด้านประสบการณ์ในการทำงาน จะแสดงเป็นข้อมูลเฉพาะค่าร้อยละ

ประสบการณ์ในการทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 ปี	50	16.7
3-6 ปี	61	20.3
7-9 ปี	41	13.7
มากกว่า 9 ปีขึ้นไป	148	49.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ที่ได้จากการสำรวจส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 9 ปีขึ้นไป จำนวน 148 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมาได้แก่ 3-6 ปี จำนวน 61 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 20.3 น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 50 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 16.7 และ 7-9 ปี จำนวน 41 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 13.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6: ข้อมูลพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรด้านประสบการณ์ในการใช้งาน จะแสดงเป็นข้อมูลเฉพาะค่าร้อยละ

ประสบการณ์ในการใช้งาน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	22	7.3
1-2 ปี	62	20.7
มากกว่า 2-3 ปี	84	28.0
มากกว่า 3 ปี	132	44.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ที่ได้จากการสำรวจส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้งานมากกว่า 3 ปี จำนวน 132 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาได้แก่มากกว่า 2-3 ปี จำนวน 84 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 28.0 1-2 ปี จำนวน 62 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 20.7 และน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 22 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 7.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7: ข้อมูลพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรด้านระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้แต่ละครั้ง จะแสดงเป็นข้อมูลเฉพาะค่าร้อยละ

ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้แต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 นาที	127	42.3
30 นาที - 1 ชั่วโมง	92	30.7
มากกว่า 1-2 ชั่วโมง	29	9.7
มากกว่า 2 ชั่วโมง	52	17.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ที่ได้จากการสำรวจส่วนใหญ่มีระยเวลาน้อยกว่า 30 นาที จำนวน 127 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาได้แก่ 30 นาที - 1 ชั่วโมง จำนวน 92 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 30.7 มากกว่า 2 ชั่วโมง จำนวน 52 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 17.3 และมากกว่า 1-2 ชั่วโมง จำนวน 29 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 9.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8: ข้อมูลพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรด้านจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยของการใช้งานแต่ละวัน จะแสดงเป็นข้อมูลเฉพาะค่าร้อยละ

จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยของการใช้งานแต่ละวัน	จำนวน	ร้อยละ
1-5 ครั้ง	83	27.7
6-10 ครั้ง	72	24.0
11-15 ครั้ง	36	12.0
มากกว่า 15 ครั้ง	109	36.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ที่ได้จากการสำรวจส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งในการใช้งานมากกว่า 15 ครั้ง จำนวน 109 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมาได้แก่ 1-5 ครั้ง จำนวน 83 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 27.7 6-10 ครั้ง จำนวน 72 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 24.0 และ 11-15 ครั้ง จำนวน 36 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9: ข้อมูลพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรด้านอุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุด จะแสดงเป็นข้อมูลเฉพาะค่าร้อยละ

อุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
สมาร์ทโฟน (Smart Phone)	265	88.3
แท็บเล็ต (Tablet)	4	1.4
คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC, Desktop)	22	7.3
คอมพิวเตอร์พกพา (Notebook, Laptop)	9	3.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ที่ได้จากการสำรวจส่วนใหญ่มีอุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุด สมาร์ทโฟน (Smart Phone) จำนวน 265 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 88.3 รองลงมาได้แก่คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC, Desktop) จำนวน 22 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 7.3 คอมพิวเตอร์พกพา (Notebook, Laptop) จำนวน 9 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 3.0 และแท็บเล็ต (Tablet) จำนวน 4 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	\bar{X}	SD	การแปลความหมาย
1. เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้ท่านมีความทันสมัย	4.39	.774	เห็นด้วยมากที่สุด
2. เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้การดำเนินชีวิตของท่านสะดวกสบายยิ่งขึ้น	4.52	.631	เห็นด้วยมากที่สุด
3. เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้ท่านทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดีขึ้น	4.17	.849	เห็นด้วยมาก
4. เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ท่านรู้สึกมีความสุขกับการใช้งาน	3.90	.877	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ระดับความคิดเห็นด้วยของพนักงานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยมากและเห็นด้วยมากที่สุด สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อนั้น ระดับความคิดเห็นด้วยมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.90-4.17 และระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.39-4.52 เรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยตามเกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลได้ดังนี้

ระดับความคิดเห็นด้วยของพนักงานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ อยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้การดำเนินชีวิตของท่านสะดวกสบายยิ่งขึ้น ($\bar{X} = 4.52$, $SD = .631$) เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้ท่านมีความทันสมัย ($\bar{X} = 4.39$, $SD = .774$)

ระดับความคิดเห็นของพนักงานเอกชนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ อยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยมาก ได้แก่ เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้ท่านทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดีขึ้น ($\bar{X} = 4.17$, $SD = .849$) เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ท่านรู้สึกมีความสุขกับการใช้งาน ($\bar{X} = 3.90$, $SD = .877$) ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นด้วยของพนักงานเอกชนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยน้อยและความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุดผลของการวิจัยไม่พบรายการใดอยู่ในเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยในระดับนี้

ตารางที่ 4.11: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านความง่ายในการใช้งานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านความง่ายในการใช้งาน	\bar{X}	SD	การแปลความหมาย
1. ท่านเข้าใจและมีความชัดเจนกับขั้นตอนการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร	4.14	.817	เห็นด้วยมาก
2. ท่านไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร	4.08	.840	เห็นด้วยมาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.11 (ต่อ): ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านความง่ายในการใช้งานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านความง่ายในการใช้งาน	\bar{X}	SD	การแปลความหมาย
3. ท่านทำงานได้อย่างราบรื่นในการใช้งานแอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร	4.15	.749	เห็นด้วยมาก
4. ท่านได้ผลงานตามที่ต้องการในการใช้งานแอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร	3.91	.845	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ระดับความคิดเห็นด้วยของพนักงานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครด้านความง่ายในการใช้งาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยมาก สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อนั้น มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.91-4.15 เรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยตามเกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลได้ดังนี้

ระดับความคิดเห็นด้วยของพนักงานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครด้านความง่ายในการใช้งาน อยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด ผลของการวิจัยไม่พบรายการใดอยู่ในเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยในระดับนี้

ระดับความคิดเห็นของพนักงานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครด้านความง่ายในการใช้งาน อยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยมาก ได้แก่ ท่านทำงานได้อย่างราบรื่นในการใช้งานแอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร ($\bar{X} = 4.15$, $SD = .749$) ท่านเข้าใจและมีความชัดเจนกับขั้นตอนการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร ($\bar{X} = 4.14$, $SD = .817$) ท่านไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร ($\bar{X} = 4.08$, $SD = .840$) ท่านได้ผลงานตามที่ต้องการในการใช้งานแอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร ($\bar{X} = 3.91$, $SD = .845$) ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นด้วยของพนักงานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครด้านความง่ายในการใช้งาน อยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยน้อยและความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด ผลของการวิจัยไม่พบรายการใดอยู่ในเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยในระดับนี้

ตารางที่ 4.12: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นปัจจัยความสามารถในการควบคุมการใช้งานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ความสามารถในการควบคุมการใช้งาน	\bar{X}	SD	การแปลความหมาย
1. ท่านสามารถบล็อก (Block) บุคคลที่ไม่ต้องการสนทนาด้วยภายในองค์กร และสามารถยกเลิกการบล็อกได้ในภายหลัง	4.07	.992	เห็นด้วยมาก
2. ท่านสามารถกำหนดให้มีหรือไม่มีแจ้งเตือน (Notification) เมื่อมีข้อความภายในองค์กรส่งมาได้	4.21	.873	เห็นด้วยมากที่สุด
3. ท่านสามารถปรับเปลี่ยนฟังก์ชันการทำงานของแอปพลิเคชัน LINE ให้สอดคล้องตามการทำงานภายในองค์กรของท่านได้	4.00	.860	เห็นด้วยมาก
4. ท่านสามารถกำหนดได้ด้วยตนเองว่าจะเปิดอ่านหรือตอบรับข้อความภายในองค์กรเมื่อใด	4.04	.915	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ระดับความคิดเห็นด้วยของพนักงานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครด้านความสามารถในการควบคุมการใช้งาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยมากและเห็นด้วยมากที่สุด สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อนั้น ระดับความคิดเห็นด้วยมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.00-4.07 และระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.21 เรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยตามเกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลได้ดังนี้

ระดับความคิดเห็นด้วยของพนักงานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครด้านความสามารถในการควบคุมการใช้งานอยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ ท่านสามารถกำหนดให้มีหรือไม่มีแจ้งเตือน (Notification) เมื่อมีข้อความภายในองค์กรส่งมาได้ ($\bar{X} = 4.21$, $SD = .873$)

ระดับความคิดเห็นของพนักงานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครด้านความสามารถในการควบคุมการใช้งาน อยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยมาก ได้แก่ ท่านสามารถบล็อก (Block) บุคคลที่ไม่ต้องการสนทนาด้วยภายในองค์กร และสามารถยกเลิกการบล็อกได้ในภายหลัง ($\bar{X} = 4.07$, $SD = .992$) ท่านสามารถกำหนดได้ด้วยตนเองว่าจะเปิดอ่านหรือตอบรับข้อความภายในองค์กรเมื่อใด ($\bar{X} = 4.04$, $SD = .915$) ท่านสามารถปรับเปลี่ยนฟังก์ชันการทำงานของแอปพลิเคชัน LINE ให้สอดคล้องตามการทำงานภายในองค์กรของท่านได้ ($\bar{X} = 4.00$, $SD = .860$) ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นด้วยของพนักงานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครด้านความสามารถในการควบคุมการใช้งาน อยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยน้อยและความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุดผลของการวิจัยไม่พบรายการใดอยู่ในเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยในระดับนี้

ตารางที่ 4.13: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นปัจจัยประโยชน์ในการใช้งานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ในการใช้งาน	\bar{X}	SD	การแปลความหมาย
1. การใช้แอปพลิเคชัน LINE ช่วยให้ท่านได้พูดคุยหรือสื่อสารกับผู้อื่นภายในองค์กรมากขึ้น	4.11	.883	เห็นด้วยมาก
2. การใช้แอปพลิเคชัน LINE ช่วยให้ท่านแบ่งปันข้อมูลข่าวสารและติดต่อกับผู้อื่นภายในองค์กรได้มากขึ้น	4.32	.799	เห็นด้วยมากที่สุด
3. การใช้แอปพลิเคชัน LINE ช่วยให้การทำงานภายในองค์กรของท่านรวดเร็วยิ่งขึ้น	4.23	.792	เห็นด้วยมากที่สุด
4. การใช้แอปพลิเคชัน LINE ช่วยให้คุณทำงานร่วมกับผู้อื่นภายในองค์กรสะดวกยิ่งขึ้น	4.18	.817	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ระดับความคิดเห็นด้วยของพนักงานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครด้านประโยชน์ในการใช้งาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยมากและเห็นด้วยมากที่สุด สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อนั้น ระดับความคิดเห็นด้วยมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.11-4.18 และระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.23-4.32 เรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยตามเกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลได้ดังนี้

ระดับความคิดเห็นด้วยของพนักงานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครด้านประโยชน์ในการใช้งาน อยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ การใช้แอปพลิเคชัน LINE ช่วยให้ท่านแบ่งปันข้อมูลข่าวสารและติดต่อกับผู้อื่นภายในองค์กรได้มากขึ้น ($\bar{X} = 4.32$, $SD = .799$) การใช้แอปพลิเคชัน LINE ช่วยให้การทำงานภายในองค์กรของท่านรวดเร็วยิ่งขึ้น ($\bar{X} = 4.23$, $SD = .792$) ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นของพนักงานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครด้านประโยชน์ในการใช้งาน อยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยมาก ได้แก่ การใช้แอปพลิเคชัน LINE ช่วยให้ท่านทำงานร่วมกับผู้อื่นภายในองค์กรสะดวกขึ้น ($\bar{X} = 4.18$, $SD = .817$) การใช้แอปพลิเคชัน LINE ช่วยให้ท่านได้พูดคุยหรือสื่อสารกับผู้อื่นภายในองค์กรมากขึ้น ($\bar{X} = 4.11$, $SD = .883$) ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นด้วยของพนักงานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครด้านประโยชน์ในการใช้งาน อยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยน้อยและความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุดผลของการวิจัยไม่พบรายการใดอยู่ในเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยในระดับนี้

ตารางที่ 4.14: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร	\bar{X}	SD	การแปลความหมาย
1. ท่านตัดสินใจว่าจะใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรต่อไปอีกเรื่อย ๆ ในอนาคต	4.36	.820	เห็นด้วยมากที่สุด

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.14 (ต่อ): ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร	\bar{X}	SD	การแปลความหมาย
2. ท่านตัดสินใจที่จะยังคงใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรแม้ว่าจะมีแอปพลิเคชันอื่น ๆ ในลักษณะที่คล้ายกัน	4.03	.863	เห็นด้วยมาก
3. ท่านตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรเพราะคิดว่าสามารถสะท้อนความเป็นตัวตนของท่านได้	3.60	1.051	เห็นด้วยมาก
4. ท่านตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรเพราะคิดว่าทำให้ท่านเกิดความมั่นใจในการแสดงออก	3.57	1.139	เห็นด้วยมาก
5. การตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรทำให้ท่านมักจะระมัดระวังเมื่อมีคนมาขอเป็นเพื่อน	3.81	1.058	เห็นด้วยมาก
6. ท่านตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรโดยคำนึงถึงคุณภาพและผลจากการใช้งาน	3.95	.872	เห็นด้วยมาก
7. ท่านตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรเพราะประทับใจในฟังก์ชันการใช้งาน	3.82	.961	เห็นด้วยมาก
8. ท่านตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรเพราะทุกคนในองค์กรเข้าถึงได้ง่าย	4.17	.847	เห็นด้วยมาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.14 (ต่อ): ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร	\bar{X}	SD	การแปลความหมาย
9. ท่านจะไม่ตัดสินใจรับคำเชิญเพื่อเข้าร่วมกลุ่มต่าง ๆ ทันทีเมื่อได้รับคำเชิญจากการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร	3.88	1.006	เห็นด้วยมาก
10. ท่านตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรเพราะท่านมีความชื่นชอบที่จะแสดงข้อมูลที่หลากหลายให้ผู้อื่นได้รู้	3.67	.908	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ระดับความคิดเห็นด้วยของพนักงานด้านการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยมากและเห็นด้วยมากที่สุด สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อนั้น ระดับความคิดเห็นด้วยมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.57-4.17 และระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.36 เรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยตามเกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลได้ดังนี้

ระดับความคิดเห็นด้วยของพนักงานด้านการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ ท่านตัดสินใจว่าจะใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรต่อไปอีกเรื่อย ๆ ในอนาคต ($\bar{X} = 4.36$, $SD = .820$)

ระดับความคิดเห็นด้วยของพนักงานด้านการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยมาก ได้แก่ ท่านตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรเพราะทุกคนในองค์กรเข้าถึงได้ง่าย ($\bar{X} = 4.17$, $SD = .847$) ท่านตัดสินใจที่จะยังคงใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรแม้ว่าจะมีแอปพลิเคชันอื่น ๆ ในลักษณะที่คล้ายกัน ($\bar{X} = 4.03$, $SD = .863$) ท่านตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรโดยคำนึงถึงคุณภาพและผลจากการใช้งาน ($\bar{X} = 3.95$, $SD = .872$) ท่านจะไม่ตัดสินใจรับคำเชิญเพื่อเข้าร่วมกลุ่มต่าง ๆ ทันทีเมื่อได้รับคำเชิญจากการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร

($\bar{X} = 3.88$, $SD = 1.006$) ท่านตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรเพราะประทับใจในฟังก์ชันการใช้งาน ($\bar{X} = 3.82$, $SD = .961$) การตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรทำให้ท่านมักจะระมัดระวังเมื่อมีคนมาขอเป็นเพื่อน ($\bar{X} = 3.81$, $SD = 1.058$) ท่านตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรเพราะท่านมีความชื่นชอบที่จะแสดงข้อมูลที่หลากหลายให้ผู้อื่นได้รู้ ($\bar{X} = 3.67$, $SD = .908$) ท่านตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรเพราะคิดว่าสามารถสะท้อนความเป็นตัวตนของท่านได้ ($\bar{X} = 3.60$, $SD = 1.051$) ท่านตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรเพราะคิดว่าทำให้ท่านเกิดความมั่นใจในการแสดงออก ($\bar{X} = 3.57$, $SD = 1.139$) ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นด้วยของพนักงานด้านการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยน้อยและความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุดผลของการวิจัยไม่พบรายการใดอยู่ในเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยในระดับนี้

4.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์สมมติฐานทั้งสามข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

4.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 และ 2 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของเซฟเฟ้ (Scheffe)

4.2.1.1 สมมติฐานข้อที่ 1.1 ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน โดยจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม ปรากฏดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

การตัดสินใจ	เพศชาย		เพศหญิง		t	P
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
รวมการตัดสินใจ	3.90	.808	3.87	.683	.226	.821

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกสถานภาพด้านเพศ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2.1.2 สมมติฐานข้อที่ 1.2 ความแตกต่างของปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน โดยจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffe)

ตารางที่ 4.16: แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ

การตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F	P
รวม การตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	3	3.633	1.211		
					2.406	.068
	ภายในกลุ่ม	296	149.029	.503		
	รวม	299	152.663			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพด้านอายุ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.17: แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

การตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F	P
รวม การตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	2	3.965	1.983		
					3.960	.020*
	ภายในกลุ่ม	297	148.697	.501		
	รวม	299	152.662			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่า P value = .020 แสดงว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18: แสดงค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ของผู้ตอบแบบสอบถามความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา

	(I) ระดับการศึกษา	(J) ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง	ค่าความผิดพลาดส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	Sig
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	.31429	.11664	.028*
		สูงกว่าปริญญาตรี	.17006	.14343	.496
	ปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	-.31429	.11664	.028*
		สูงกว่าปริญญาตรี	-.14423	.10920	.419

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 เมื่อทดสอบข้อมูลค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ของผู้ตอบแบบสอบถามความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพด้านระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาที่มีการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนมากกว่าระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.19: แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F	P
รวม การตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	4	12.597	3.149		
					6.633	.000*
	ภายในกลุ่ม	295	140.065	.475		
	รวม	299	152.663			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกสถานภาพด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่า P value = .000 แสดงว่ารายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20: แสดงค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ของผู้ตอบแบบสอบถามความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

	(I) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	(J) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง	ค่าความผิดพลาดส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	Sig
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001-35,000 บาท	.21802	.12214	.528
		35,001-45,000 บาท	.17726	.15075	.847
		45,001-55,000 บาท	.87532	.17877	.000*
		55,001 บาทขึ้นไป	.08650	.19278	.995
	15,001-35,000 บาท	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	-.21802	.12214	.528
		35,001-45,000 บาท	-.04076	.11531	.998
		45,001-55,000 บาท	.65730	.15009	.001*
		55,001 บาทขึ้นไป	-.13152	.16653	.960
	35,001-45,000 บาท	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	-.17726	.15075	.847
		15,001-35,000 บาท	.04076	.11531	.998
		45,001-55,000 บาท	.69806	.17417	.003*
		55,001 บาทขึ้นไป	-.09076	.18852	.994

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.20 (ต่อ): แสดงค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ของผู้ตอบแบบสอบถามความแตกต่าง การตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนใน เขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

	(I) รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	(J) รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย ความแตกต่าง	ค่าความผิดพลาด ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	Sig
รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	45,001-55,000 บาท	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	-.87532	.17877	.000*
		15,001-35,000 บาท	-.65730	.15009	.001*
		35,001-45,000 บาท	-.69806	.17417	.003*
		55,001 บาทขึ้นไป	-.78882	.21160	.009*
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	-.08650	.19278	.995
	55,001 บาทขึ้นไป	15,001-35,000 บาท	.13152	.16653	.960
		35,001-45,000 บาท	.09076	.18852	.994
		45,001-55,000 บาท	.78882	.21160	.009*
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	-.08650	.19278	.995

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 เมื่อทดสอบข้อมูลค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ของผู้ตอบแบบสอบถามความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีความ

แตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนมากกว่ารายได้ 45,001-55,000 บาท รายได้ 15,001-35,000 บาท มีความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนมากกว่ารายได้ 45,001-55,000 บาท รายได้ 35,001-45,000 บาท มีความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนมากกว่ารายได้ 45,001-55,000 บาท และรายได้ 45,001-55,000 บาท มีความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนน้อยกว่ารายได้ 55,001 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 4.21: แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์ในการทำงาน

การตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F	P
รวม การตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.234	.411		
					.804	.493
	ภายในกลุ่ม	296	151.429	.512		
	รวม	299	152.663			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกสถานภาพด้านประสบการณ์ในการทำงานไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2.1.3 สมมติฐานข้อที่ 2 ความแตกต่างของปัจจัยพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรด้านประสบการณ์ในการใช้งาน ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้แต่ละครั้ง จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยของการใช้งานแต่ละวัน และอุปกรณ์ที่ใช้งานมากที่สุดที่แตกต่างส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน โดยจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffe)

ตารางที่ 4.22: แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์ในการทำงาน

การตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F	P
รวม การตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.205	.402		
					.785	.503
	ภายในกลุ่ม	296	151.457	.512		
	รวม	299	152.663			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกสถานภาพด้านประสบการณ์ในการทำงานไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.23: แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพด้านระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้แต่ละครั้ง

การตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F	P
รวม การตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	3	12.255	4.085		
					8.612	.000*
	ภายในกลุ่ม	296	140.407	.474		
	รวม	299	152.663			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกสถานภาพด้านระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้แต่ละครั้งมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่า

P value = .000 แสดงว่าระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้แต่ละครั้งที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24: แสดงค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ของผู้ตอบแบบสอบถามความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพด้านระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้แต่ละครั้ง

	(I) ระยะเวลา โดยเฉลี่ย	(J) ระยะเวลา โดยเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย ความแตกต่าง	ค่าความผิดพลาด ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	Sig
ระยะเวลา โดยเฉลี่ย	น้อยกว่า 30 นาที	30 นาที- 1 ชั่วโมง	-.14042	.09429	.000*
		มากกว่า 1-2 ชั่วโมง	-.51260	.14175	.005*
		มากกว่า 2 ชั่วโมง	-.21798	.11339	.735
	30 นาที-1 ชั่วโมง	น้อยกว่า 30 นาที	.41042	.09429	.000*
		มากกว่า 1-2 ชั่วโมง	-.10217	.14667	.922
		มากกว่า 2 ชั่วโมง	.28244	.11949	.136
	มากกว่า 1-2 ชั่วโมง	น้อยกว่า 30 นาที	.51260	.14175	.005*
		30 นาที- 1 ชั่วโมง	.38462	.14667	.922
		มากกว่า 2 ชั่วโมง	.69806	.15962	.124

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 เมื่อทดสอบข้อมูลค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ของผู้ตอบแบบสอบถามความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพด้านระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้แต่ละครั้งพบว่า ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่มีการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ ระยะเวลาโดยเฉลี่ยน้อยกว่า 30 นาที มีความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนน้อยกว่าระยะเวลาโดยเฉลี่ย 30 นาที-1 ชั่วโมง และระยะเวลาโดยเฉลี่ยน้อยกว่า 30 นาที มีความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนน้อยกว่าระยะเวลาโดยเฉลี่ยมากกว่า 1-2 ชั่วโมง

ตารางที่ 4.25: แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพด้านจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยของการทำงานแต่ละวัน

การตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F	P
รวม การตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	3	10.115	3.372		
					7.001	.000*
	ภายในกลุ่ม	296	142.547	.482		
	รวม	299	152.662			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกสถานภาพด้านจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยของการทำงานแต่ละวันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่า P value = .000 แสดงว่าจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยของการทำงานแต่ละวันที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26: แสดงค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ของผู้ตอบแบบสอบถามความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกสถานภาพด้านจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยของการใช้งานแต่ละวัน

	(I) จำนวนครั้ง โดยเฉลี่ย	(J) จำนวนครั้ง โดยเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย ความแตกต่าง	ค่าความผิดพลาด ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	Sig
จำนวนครั้ง โดยเฉลี่ย	1-5 ครั้ง	6-10 ครั้ง	-.14106	.11176	.661
		11-15 ครั้ง	-.47995	.13849	.008*
		มากกว่า 15 ครั้ง	-.39343	.10110	.002*
	6-10 ครั้ง	1-5 ครั้ง	.14106	.11176	.661
		11-15 ครั้ง	-.33889	.14165	.128
		มากกว่า 15 ครั้ง	-.25237	.10539	.128
	11-15 ครั้ง	1-5 ครั้ง	.47995	.13849	.008*
		6-10 ครั้ง	.33889	.14165	.128
		มากกว่า 15 ครั้ง	.08652	.13340	.936
	มากกว่า 15 ครั้ง	1-5 ครั้ง	.39343	.10110	.002*
		6-10 ครั้ง	.25237	.10539	.128
		11-15 ครั้ง	-.08652	.13340	.936

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 เมื่อทดสอบข้อมูลค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ของผู้ตอบแบบสอบถามความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกสถานภาพด้านจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยของการใช้งานแต่ละวันพบว่า จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยที่มีการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ จำนวนครั้งโดยเฉลี่ย 1-5 ครั้ง มีความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชน

น้อยกว่าจำนวนครั้งโดยเฉลี่ย 11-15 ครั้ง และจำนวนครั้งโดยเฉลี่ย 1-5 ครั้ง มีความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนน้อยกว่าจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยมากกว่า 15 ครั้ง

ตารางที่ 4.27: แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพด้านอุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุด

การตัดสินใจ	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F	P
รวม การตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	3	8.469	2.823		
					5.795	.001*
	ภายในกลุ่ม	296	144.193	.487		
	รวม	299	152.663			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกสถานภาพด้านอุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่า P value = .001 แสดงว่าอุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุดที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28: แสดงค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ของผู้ตอบแบบสอบถามความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกสถานภาพด้านอุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุด

	(I) อุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุด	(J) อุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุด	ค่าเฉลี่ยความแตกต่าง	ค่าความผิดพลาดส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	Sig
อุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุด	สมาร์ทโฟน	แท็บเล็ต	1.13623	.35160	.016*
		คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	.41350	.15486	.070
		คอมพิวเตอร์พกพา	.19178	.23657	.883
	แท็บเล็ต	สมาร์ทโฟน	-1.13623	.35160	.016*
		คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	-.72273	.37938	.306
		คอมพิวเตอร์พกพา	-.94444	.41942	.169

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 เมื่อทดสอบข้อมูลค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ของผู้ตอบแบบสอบถามความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกสถานภาพด้านอุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุด พบว่า อุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุดที่มีการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ อุปกรณ์ที่ใช้สมาร์ทโฟน มีความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนมากกว่าอุปกรณ์ที่ใช้แท็บเล็ต

4.2.1.4 สมมติฐานข้อที่ 3 ความแตกต่างของปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ความง่ายในการใช้งาน ความสามารถในการควบคุมการใช้งาน และประโยชน์ในการใช้งานมีความสัมพันธ์ต่อระดับการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 4.29: ตารางแสดงค่าอิทธิพลของตัวแปรปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ความง่ายในการใช้งาน ความสามารถในการควบคุมการใช้งาน และประโยชน์ในการใช้งานมีความสัมพันธ์ต่อระดับการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ปัจจัย	สัมประสิทธิ์การถดถอย (Beta)	ค่า t	Sig (P - Value)
1. ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	.223	3.358	.001*
2. ปัจจัยด้านความง่ายในการใช้งาน	.068	.994	.321
3. ปัจจัยด้านความสามารถในการควบคุมการใช้งาน	.031	.545	.586
4. ปัจจัยด้านประโยชน์ในการใช้งาน	.367	6.047	.000*

$R^2 = .592$, $F\text{-Value} = 39.773$, $n = 300$, $P\text{-Value} \leq 0.05^*$

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีค่า P-Value = .001 และปัจจัยด้านประโยชน์ในการใช้งาน มีค่า P-Value = .000 ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ปัจจัยด้านความง่ายในการใช้งาน และปัจจัยด้านความสามารถในการควบคุมการใช้งานไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

บทสรุปการวิจัยเรื่องการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีบทสรุปที่สามารถอธิบายได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 การอภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัยจะนำเสนอใน 2 ส่วนดังนี้

5.1.1 การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ผลการวิเคราะห์พบว่า

5.1.1.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยในกลุ่มเพศหญิง จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 75.3 และเพศชาย จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 ตามลำดับ

5.1.1.2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 134 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 44.7 รองลงมาได้แก่อายุ 20-30 ปี จำนวน 101 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 33.7 อายุ 41-50 ปี จำนวน 57 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 19.0 และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 ตามลำดับ

5.1.1.3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 202 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 67.3 รองลงมาได้แก่ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 53 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 17.7 และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 45 คนคิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

5.1.1.4 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001-35,000 บาท จำนวน 173 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 57.7 รองลงมาได้แก่ รายได้ 35,001-45,000 บาท จำนวน 45 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 15.0 รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 39 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 15.1 รายได้ 60,001 บาทขึ้นไป จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และรายได้ 45,001 – 60,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

5.1.1.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 9 ปีขึ้นไป จำนวน 148 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมาได้แก่ 3-6 ปี จำนวน 61 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 20.3 น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 50 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 16.7 และ 7-9 ปี จำนวน 41 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 13.7 ตามลำดับ

5.1.1.6 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้งานมากกว่า 3 ปี จำนวน 132 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาได้แก่มากกว่า 2-3 ปี จำนวน 84 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 28.0 1-2 ปี จำนวน 62 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 20.7 และน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 22 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 7.3 ตามลำดับ

5.1.1.7 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้งานแต่ละครั้งน้อยกว่า 30 นาที จำนวน 127 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาได้แก่ 30 นาที-1 ชั่วโมง จำนวน 92 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 30.7 มากกว่า 2 ชั่วโมง จำนวน 52 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 17.3 และมากกว่า 1-2 ชั่วโมง จำนวน 29 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 9.7 ตามลำดับ

5.1.1.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งในการใช้งานมากกว่า 15 ครั้ง จำนวน 109 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมาได้แก่ 1-5 ครั้ง จำนวน 83 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 27.7 6-10 ครั้ง จำนวน 72 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 24.0 และ 11-15 ครั้ง จำนวน 36 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

5.1.1.9 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุดคือสมาร์ทโฟน (Smart Phone) จำนวน 265 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 88.3 รองลงมาได้แก่คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC, Desktop) จำนวน 22 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 7.3 คอมพิวเตอร์พกพา (Notebook, Laptop) จำนวน 9 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 3.0 และแท็บเล็ต (Tablet) จำนวน 4 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ

5.1.1.10 ระดับความคิดเห็นด้วยของพนักงานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยมากและเห็นด้วยมากที่สุด ซึ่งในระดับความคิดเห็นด้วยมาก ได้แก่ เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้ท่านทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดีขึ้น ($\bar{X} = 4.17$, $SD = .849$) เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ท่านรู้สึกมีความสุขกับการใช้งาน ($\bar{X} = 3.90$, $SD = .877$) และในระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้การดำเนินชีวิตของท่านสะดวกสบายยิ่งขึ้น ($\bar{X} = 4.52$, $SD = .631$) เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้ท่านมีความทันสมัย ($\bar{X} = 4.39$, $SD = .774$) ตามลำดับ

5.1.1.11 ระดับความคิดเห็นด้วยของพนักงานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครด้านความง่ายในการใช้งาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยมาก ได้แก่ ท่านทำงานได้อย่างราบรื่นในการใช้งานแอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร ($\bar{X} = 4.15$, $SD = .749$) ท่านเข้าใจและมีความชัดเจนกับขั้นตอน

การใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร ($\bar{X} = 4.14$, $SD = .817$) ท่านไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร ($\bar{X} = 4.08$, $SD = .840$) ท่านได้ผลงานตามที่ต้องการในการใช้งานแอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร ($\bar{X} = 3.91$, $SD = .845$) ตามลำดับ

5.1.1.12 ระดับความคิดเห็นด้วยของพนักงานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครด้านความสามารถในการควบคุมการใช้งาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยมากและเห็นด้วยมากที่สุด ในระดับความคิดเห็นด้วยมาก ได้แก่ ท่านสามารถบล็อก (Block) บุคคลที่ไม่ต้องการสนทนาด้วยภายในองค์กร และสามารถยกเลิกการบล็อกได้ในภายหลัง ($\bar{X} = 4.07$, $SD = .992$) ท่านสามารถกำหนดได้ด้วยตนเองว่าจะเปิดอ่านหรือตอบรับข้อความภายในองค์กรเมื่อใด ($\bar{X} = 4.04$, $SD = .915$) ท่านสามารถปรับเปลี่ยนฟังก์ชันการทำงานของแอปพลิเคชัน LINE ให้สอดคล้องตามการทำงานภายในองค์กรของท่านได้ ($\bar{X} = 4.00$, $SD = .860$) และในระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ ท่านสามารถกำหนดให้หรือไม่มีการแจ้งเตือน (Notification) เมื่อมีข้อความภายในองค์กรส่งมาได้ ($\bar{X} = 4.21$, $SD = .873$) ตามลำดับ

5.1.1.13 ระดับความคิดเห็นด้วยของพนักงานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครด้านประโยชน์ในการทำงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยมากและเห็นด้วยมากที่สุด ซึ่งในระดับความคิดเห็นด้วยมาก ได้แก่ การใช้แอปพลิเคชัน LINE ช่วยให้ท่านทำงานร่วมกับผู้อื่นภายในองค์กรสะดวกขึ้น ($\bar{X} = 4.18$, $SD = .817$) การใช้แอปพลิเคชัน LINE ช่วยให้ท่านได้พูดคุยหรือสื่อสารกับผู้อื่นภายในองค์กรมากขึ้น ($\bar{X} = 4.11$, $SD = .883$) และในระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ การใช้แอปพลิเคชัน LINE ช่วยให้ท่านแบ่งปันข้อมูลข่าวสารและติดต่อกับผู้อื่นภายในองค์กรได้มากขึ้น ($\bar{X} = 4.32$, $SD = .799$) การใช้แอปพลิเคชัน LINE ช่วยให้การดำเนินงานภายในองค์กรของท่านรวดเร็วยิ่งขึ้น ($\bar{X} = 4.23$, $SD = .792$) ตามลำดับ

5.1.1.14 ระดับความคิดเห็นด้วยของพนักงานด้านการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยมากและเห็นด้วยมากที่สุด ซึ่งในระดับความคิดเห็นด้วยมาก ได้แก่ ท่านตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรเพราะทุกคนในองค์กรเข้าถึงได้ง่าย ($\bar{X} = 4.17$, $SD = .847$) ท่านตัดสินใจที่จะยังคงใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรแม้ว่าจะมีแอปพลิเคชันอื่น ๆ ในลักษณะที่คล้ายกัน ($\bar{X} = 4.03$, $SD = .863$) ท่านตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรโดยคำนึงถึงคุณภาพและผลจากการใช้งาน ($\bar{X} = 3.95$, $SD = .872$) ท่านจะไม่ตัดสินใจรับคำเชิญเพื่อเข้าร่วมกลุ่มต่าง ๆ ทันทีเมื่อได้รับคำเชิญจากการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร ($\bar{X} = 3.88$, $SD = 1.006$) ท่านตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรเพราะประทับใจในฟังก์ชันการใช้งาน ($\bar{X} = 3.82$, $SD = .961$)

การตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรทำให้ท่านมักจะระมัดระวังเมื่อมีคนมาขอเป็นเพื่อน ($\bar{X} = 3.81$, $SD = 1.058$) ท่านตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรเพราะท่านมีความชื่นชอบที่จะแสดงข้อมูลที่หลากหลายให้ผู้อื่นได้รู้ ($\bar{X} = 3.67$, $SD = .908$) ท่านตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรเพราะคิดว่าสามารถสะท้อนความเป็นตัวตนของท่านได้ ($\bar{X} = 3.60$, $SD = 1.051$) ท่านตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรเพราะคิดว่าทำให้ท่านเกิดความมั่นใจในการแสดงออก ($\bar{X} = 3.57$, $SD = 1.139$) และในระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ ท่านตัดสินใจว่าจะใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรต่อไปอีกเรื่อย ๆ ในอนาคต ($\bar{X} = 4.36$, $SD = .820$) ตามลำดับ

5.1.2 การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่ง
ได้แก่การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลของสมมติฐานทั้งสามข้อ ดังนี้

5.1.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1: ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบคือสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่าง จะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ เชฟเฟ่ (Scheffe) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ และประสบการณ์ในการทำงานส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจำแนกเป็นด้านดังนี้

ระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนมากกว่าระดับปริญญาตรี

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนมากกว่ารายได้ 45,001-55,000 บาท รายได้ 15,001-35,000 บาท มีความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนมากกว่ารายได้ 45,001-55,000 บาท รายได้ 35,001-45,000 บาท มีความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนมากกว่ารายได้ 45,001-55,000 บาท และรายได้ 45,001-55,000 บาท มีความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนน้อยกว่ารายได้ 55,001 บาทขึ้นไป

5.1.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2: ความแตกต่างของปัจจัยพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบคือสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่าง จะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ เชฟเฟ่ (Scheffe) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรด้านประสบการณ์ในการใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจำแนกเป็นด้านดังนี้

ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้แต่ละครั้ง

ปัจจัยพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรด้านระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้แต่ละครั้งส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่ ระยะเวลาโดยเฉลี่ยน้อยกว่า 30 นาที มีความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนน้อยกว่าระยะเวลาโดยเฉลี่ย 30 นาที-1 ชั่วโมง และระยะเวลา

โดยเฉลี่ยน้อยกว่า 30 นาที มีความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนน้อยกว่าระยะเวลาโดยเฉลี่ยมากกว่า 1-2 ชั่วโมง

จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยของการใช้งานแต่ละวัน

ปัจจัยพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรด้านจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยของการใช้งานแต่ละวันส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า มีจำนวน 2 คู่ได้แก่ จำนวนครั้งโดยเฉลี่ย 1-5 ครั้ง มีความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนน้อยกว่าจำนวนครั้งโดยเฉลี่ย 11-15 ครั้ง และจำนวนครั้งโดยเฉลี่ย 1-5 ครั้ง มีความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนน้อยกว่าจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยมากกว่า 15 ครั้ง

อุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุด

ปัจจัยพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรด้านอุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุดส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า มีจำนวน 1 คู่ได้แก่ อุปกรณ์ที่ใช้สมาร์ทโฟน มีความแตกต่างการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนมากกว่าอุปกรณ์ที่ใช้แท็บเล็ต

5.1.2.3 สมมติฐานข้อที่ 3: อิทธิพลของปัจจัยองค์ประกอบในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ความง่ายในการใช้งาน ความสามารถในการควบคุมการใช้งาน และประโยชน์ในการใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

สถิติที่ใช้ทดสอบคือสถิติหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีค่า P-value = .001 และปัจจัยด้านประโยชน์ในการใช้งาน มีค่า P-value = .000 ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ปัจจัยด้านความง่ายในการใช้งาน และปัจจัยด้านความสามารถในการควบคุมการใช้งานไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลจะเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ข้อมูลกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยจะอธิบายตามสมมติฐานดังนี้

5.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1: ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำงานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์ในการทำงานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากมีมาแต่กำเนิด เช่น สติปัญญา ความเจริญเติบโต ภาวะต่าง ๆ ความสามารถทางด้านภาษา ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากกรรมพันธุ์สภาวะแวดล้อม การเลี้ยงดู และเกิดขึ้นทีหลัง ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งต่าง ๆ เช่น ความสนใจ ความสำเร็จทางการศึกษา ประสบการณ์ การปรับตัวทัศนคติแนวความคิด ซึ่งเกิดจากคุณภาพของผู้สอน แรงสนับสนุนจากครอบครัว ความทะเยอทะยาน แรงผลักดันจากสังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนั้นจึงส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรที่แตกต่างกัน (กมลลักษณ์ พิมพ์สวัสดิ์, 2555)

อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ และประสบการณ์ในการทำงานต่างกันมีการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรไม่แตกต่างกัน ทำให้สอดคล้องกับแนวคิดของ นิตินพล ภูตะโชติ (2556) กล่าวว่า บุคลากรในองค์กรย่อมมีความแตกต่างกันหลายด้าน เช่น เพศ อายุ สถานภาพสมรส ลักษณะนิสัย บุคลิกภาพ ทัศนคติและค่านิยม ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งที่แต่ละคนมีและติดตัวมา ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการทำงาน ทั้งนี้ อัญกร หวังวนิชพันธ์ (2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายของผู้บริโภคบนแอปพลิเคชัน LINE ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายบนแอปพลิเคชัน LINE ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคลปัจจัยด้านการตลาดปัจจัย ด้านครอบครัวปัจจัยด้านสังคมและปัจจัยด้านคุณสมบัติของแอปพลิเคชัน LINE อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2: ความแตกต่างของปัจจัยพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร ซึ่งประกอบด้วยประสบการณ์ในการใช้งาน ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้แต่ละครั้ง จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยของการใช้งานแต่ละวัน และอุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ความแตกต่างของปัจจัยพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร ซึ่งประกอบด้วยประสบการณ์ในการใช้งาน ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้แต่ละครั้ง จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยของการใช้งานแต่ละวัน และอุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้

แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ จิระภา ศิริวัฒน์เมธานนท์ (2543) ที่กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง ปฏิกริยาหรือกิจกรรมทุกอย่างของสิ่งมีชีวิต ดังนั้นพฤติกรรมของคนจึงหมายถึงปฏิกริยาต่าง ๆ ที่บุคคลแสดงออกทั้งภายในและภายนอกตัวบุคคล มีทั้งที่สังเกตได้และสังเกตไม่ได้ ทั้งสิ่งที่มีสำนึกใจจะกระทำหรือละเว้นการกระทำ ทั้งนี้พฤติกรรมของบุคคลย่อมแตกต่างกันไปตามสภาพสังคมวัฒนธรรม ซึ่งมักได้รับอิทธิพลจากความคาดหวังของบุคคลรอบข้าง สถานการณ์ขณะนั้น และประสบการณ์ในอดีต สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐพัฒน์ ชลวณิช (2556) ศึกษาพฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นที่มีต่อแอปพลิเคชัน LINE ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน LINE พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ทุกวัน มีระยะเวลาในการใช้โดยเฉลี่ย 15 นาทีต่อครั้ง ใช้งานผ่านอุปกรณ์สื่อสารประเภทโทรศัพท์มือถือมากที่สุด โดยมีรูปแบบการใช้งานเพื่อติดต่อกับเพื่อนมากที่สุด ในส่วนลักษณะการใช้งาน พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ใช้เพื่อการส่งข้อความมากที่สุดรองลงมาคือ เพื่อส่งสัญลักษณ์รูปภาพ (Emoji, Emoticon, Sticker) และมีลักษณะการใช้งานเพื่อส่งรูปภาพ ตามลำดับ

5.2.3 สมมติฐานข้อที่ 3: อิทธิพลของปัจจัยองค์ประกอบในการใช้แอปพลิเคชัน LINE

ภายในองค์กร ซึ่งประกอบด้วยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ความง่ายในการใช้งาน ความสามารถในการควบคุมการใช้งาน และประโยชน์ในการใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลของปัจจัยองค์ประกอบในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร ซึ่งประกอบด้วยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ความง่ายในการใช้งาน ความสามารถในการควบคุมการใช้งาน และประโยชน์ในการใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร (2555) ได้ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่า เป็นองค์ประกอบที่ทำให้บุคคลเกิดความเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีใน 3 ด้าน คือ (1) พฤติกรรม (2) ทักษะที่มีต่อเทคโนโลยีและ (3) การใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศักรินทร์ ต้นสุพงษ์ (2558) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน LINE โดยปัจจัยที่ศึกษามีทั้งหมด 8 ปัจจัย ประกอบด้วย ประโยชน์ในการใช้งาน ความง่ายในการใช้งาน ความสามารถในการควบคุมการใช้งาน ความคุ้มค่าทางการเงิน ความสนุกสนาน เครือข่ายทางสังคม ความครบถ้วนด้านมีเดีย และความคิดเห็นที่มีต่อไอที ผลการวิจัยพบว่า เครือข่ายทางสังคม ความครบถ้วนด้านมีเดีย ความสนุกสนาน และความคิดเห็นที่มีต่อไอทีส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน LINE อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเรียงตามลำดับ ความสำคัญจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ส่วนปัจจัยด้านประโยชน์ในการใช้งาน ความง่ายในการใช้งาน

ความสามารถในการควบคุมการใช้งาน และความคุ้มค่าทางการเงินไม่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน LINE อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเรียงตามลำดับ

5.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะของงานวิจัยนี้สามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะดังนี้

5.3.1 การนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรและปัจจัยองค์ประกอบในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร สามารถนำมาพัฒนาในด้านผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน LINE ซึ่งควรให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าว ดังนี้

- 1) ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาเครื่องมือสื่อสารในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ให้เกิดความสอดคล้องกับรูปแบบและวัตถุประสงค์ในการใช้งานและควรให้ความสำคัญกับการใช้งานที่เข้าใจได้ง่ายและควรพัฒนาบริการให้ตรงกับความต้องการซึ่ง ต้องใช่ง่ายใช้ร่วมกันได้หลายคนและสามารถแบ่งปันได้
- 2) ผู้ให้บริการควรพัฒนาแอปพลิเคชันให้สามารถส่งไฟล์เอกสารได้หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะไฟล์เอกสารตระกูล Microsoft Office เช่น Excel, Power Point, Word และ PDF เพื่อสะดวกต่อการใช้ในภายในองค์กร
- 3) ผู้ให้บริการควรมีการปรับปรุงแอปพลิเคชันให้มีความทันสมัย และออกฟังก์ชันการใช้งานใหม่ ๆ ให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันและเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างต่อเนื่องมากขึ้น เพราะการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยจะทำให้ผู้ใช้มีการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีนั้นมากขึ้น

5.3.2 การเสนอแนะหัวข้อวิจัยที่เกี่ยวข้องหรือสืบเนื่องในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

- 1) ควรศึกษาถึงความแตกต่างในการยอมรับแอปพลิเคชัน LINE ของผู้ใช้งานในแต่ละกลุ่ม เช่น เพศ การศึกษา อาชีพ และเขตที่อยู่อาศัย เป็นต้น
- 2) ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้ LINE จำแนกตามประเภทการให้บริการ LINE เพื่อผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนากระบวนการ ให้บริการให้สอดคล้องกับประเภทการให้บริการแอปพลิเคชัน LINE

บรรณานุกรม

- ขวัญตา กีระวิศาสกิจ. (2542). *การยอมรับมาตรฐาน ISO 9000 ของพนักงานโรงงานคอนกรีตผสมเสร็จ: ศึกษาเฉพาะกรณีบริษัทที่พีไอคอนกรีตจำกัด*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จิระภา ศิริวัฒนเมธานนท์. (2543). *พฤติกรรมสุขภาพและการส่งเสริมสุขภาพ*. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- จำเนียร ช่วงโชติ. (2532). *การวัดความแตกต่างระหว่างบุคคล*. สืบค้นจาก <https://nuttapong.wikispaces.com>.
- โซเชี่ยลเน็ตเวิร์คไลน์. (2558). *ความหมายของ LINE*. สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/socialnetworkline/khwam-hmay>.
- ณัฐพัฒน์ ชลวณิช. (2556). *พฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นที่มีต่อแอปพลิเคชัน LINE ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณิชชอร เพ็งเจริญ. (2553). *ความหมายของนวัตกรรมและเทคโนโลยี*. สืบค้นจาก http://kengkajan.blogspot.com/2010/02/blog-post_1033.html.
- เทิดรัฐ แววศักดิ์. (2556). *การยอมรับนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อแอปพลิเคชันสำหรับสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นิติพล ภูตะโชติ. (2556). *พฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุษกร คำคง. (2542). *ปัจจัยการตลาดเชิงบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันสอนภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บุษรา ประกอบธรรม. (2556). การศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ. *สุทธิปริทัศน์*, 27(81), 93-108.
- ปัทมาพร ไคร์วานิช. (2551). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับของเกษตรกรพรหมพิรามต่อการรณรงค์ลดเผาตอซังข้าว*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปิยะนุช เหลืองงาม. (2552). *บรรทัดฐานในการตัดสินใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ในการเรียนวิทยาศาสตร์ เรื่องภาวะโลกร้อน ตามแนวทางการสอนวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสังคม (STS) คณะศึกษาศาสตร์*. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พันธุ์ทิพย์ รามสูตร. (2540). *ระบอบวิทยาสังคม*. กรุงเทพฯ: พี เอ ลีฟวิง.

- พรรณทิพา แอตา. (2549). *การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศของข้าราชการสำนักงานปลัดกระทรวงพลังงาน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พภัช เชิดชูศิลป์. (2557). *พฤติกรรมการใช้ไลน์ที่มีผลต่อความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- พรพิมล บุรณเบญญา และเพ็ญจิรา คันธวงค์. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงาน: กรณีศึกษาแอปพลิเคชัน “ไลน์” ที่เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์. ใน *งานประชุมวิชาการระดับชาติประจำปี 2557* (หน้า 442-453). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา. (2552). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเทคโนโลยี. ใน *ประมวลสาระชุดวิชาไทยศึกษา หน่วยที่ 1-7* (หน้า 244). กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. กรุงเทพฯ: ศิริวัฒนาอินเตอร์พริ้นท์.
- ไลน์ คอร์ปอเรชั่น. (2557). *LINE เผยผู้ใช้งานทั่วโลกทะลุ 560 ล้านคน*. สืบค้นจาก <http://www.smartsme.tv/content/3663>.
- ‘ไลน์’ เผยปี 59 คนไทยใช้งานทะลุ 50 ล้าน เผยเตรียมสร้างไลน์ให้เป็นมากกว่าแอป. (2559, 11 กุมภาพันธ์). *มติชน*. สืบค้นจาก <http://www.matichon.co.th/news/33885>.
- ไลน์. (2558, 18 มิถุนายน). *ภาพไลน์*. สืบค้นจาก https://www.google.co.th/search?q=1366&bih=667&source=lnms&tbm=isch&si=99ilVfXSlli1uATwrYHICw&ved=0CAgQ_AUoAw.
- วุฒิชัย จำนงค์. (2523). *พฤติกรรมทางการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ศศิพร เหมือนศรีชัย. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ ERP Software ของผู้ใช้งานด้านบัญชี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศักรินทร์ ต้นสุพงษ์. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน LINE*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2549). *การวิจัยการตลาด*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจือวงศ์. (2556). ไลน์รูปแบบการสื่อสารบนความสร้างสรรค์ของสมาร์ตโฟน: ข้อดีและข้อจำกัดของแอปพลิเคชัน. *นักบริหาร*, 33(4), 42-54.
- สามารถ อัยกร. (2557). *การจัดการองค์การภาครัฐและเอกชน*. สกลนคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- สิงห์ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2555). *ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ*. สืบค้นจาก http://journal.it.kmitl.ac.th/read.php?article_id=4fc7969f1698b87278000000.

- สุธีรา เฝ้าโกศลสิทธิ์. (2543). *ความแตกต่างระหว่างบุคคล*. สืบค้นจาก <http://202.29.22.172/fulltext/2559/118260/chap.ter5.pdf.pdf>.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). *แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม*. สืบค้นจาก <http://www.novabizz.com/NovaAce/Attitude.htm>.
- สำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษ. (2557). *คู่มือการใช้งาน LINE Application เพื่อการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: สำนักงาน คณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2557). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2557*. สืบค้นจาก <http://www.nstda.or.th/nstda-knowledge/18643-thailand-internet-user-profile-2014>.
- อัญกร หวังวนิชพันธุ์. (2556). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายของผู้บริโภคบนแอปพลิเคชันไลน์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล. (2554). *ความตระหนักและการยอมรับการนาระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) มาใช้ในองค์การภาครัฐ: ศึกษากรณีสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เออาร์ไอพี บจก. (มหาชน). (2557). *ต้นกำเนิดไลน์ LINE จำมาจากไหน?*. สืบค้นจาก <http://www.aripfan.com>.
- องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย. (2558). *คนไทยสวัสดิ์ปีใหม่ผ่านแอปฯ-สื่อสังคมออนไลน์ ฟุ้งกระชูด-“ไลน์” ครองแชมป์*. สืบค้นจาก <http://m.news.thaipbs.or.th>.
- Horton, S. (2000). Competency management in the British civil service. *The International Journal of Public Service Management*, 13(4), 354-368.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Yamane, T. (1967). *Statistics, an introductory analysis* (2nd ed.). New York: Harper & Row.



แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร
ของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันไลน์ภายในองค์กรและปัจจัยองค์ประกอบในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชา บธ. 715 วิชาการค้นคว้าอิสระ ของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ทางผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากผู้ให้สัมภาษณ์ ในการให้ข้อมูลที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุด โดยที่ข้อมูลทั้งหมดของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับและใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาในการให้สัมภาษณ์ มา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

2. อายุ

1) ต่ำกว่า 20 ปี

2) 20-30 ปี

3) 31-40 ปี

4) 41-50 ปี

5) 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1) ต่ำกว่าปริญญาตรี

2) ปริญญาตรี

3) สูงกว่าปริญญาตรี

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

2) 15,001-35,000 บาท

3) 35,001-45,000 บาท

4) 45,001-55,000 บาท

5) 55,001 บาทขึ้นไป

ปัจจัยองค์ประกอบในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด				เห็นด้วย น้อยที่สุด
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ					
1. เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้ท่านมีความทันสมัย	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
2. เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้การดำเนินชีวิตของท่าน สะดวกสบายยิ่งขึ้น	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
3. เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้ท่านทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดีขึ้น	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
4. เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ท่านรู้สึกมีความสุขกับการใช้งาน	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ด้านความง่ายในการใช้งาน					
5. ท่านเข้าใจและมีความชัดเจนกับขั้นตอนการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
6. ท่านไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
7. ท่านทำงานได้อย่างราบรื่นในการใช้งานแอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
8. ท่านได้ผลงานตามที่ต้องการในการใช้งานแอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ความสามารถในการควบคุมการใช้งาน					
9. ท่านสามารถบล็อก (Block) บุคคลที่ไม่ต้องการสนทนาด้วย ภายในองค์กร และสามารถยกเลิกการบล็อกได้ในภายหลัง	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
10. ท่านสามารถกำหนดให้มีหรือไม่มีแจ้งเตือน (Notification) เมื่อมีข้อความภายในองค์กรส่งมาได้	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
11. ท่านสามารถปรับเปลี่ยนฟังก์ชันการทำงานของ แอปพลิเคชัน LINE ให้สอดคล้องตามการทำงานภายใน องค์กรของท่านได้	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
12. ท่านสามารถกำหนดได้ด้วยตนเองว่าจะเปิดอ่านหรือตอบ รับข้อความภายในเมื่อใด	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

ปัจจัยองค์ประกอบในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด	↔			เห็นด้วย น้อยที่สุด
ประโยชน์ในการใช้งาน					
13. การใช้แอปพลิเคชัน LINE ช่วยให้ท่านได้พูดคุยหรือสื่อสาร กับกคผู้อื่นภายในองค์กรมากขึ้น	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
14. การใช้แอปพลิเคชัน LINE ช่วยให้ท่านแบ่งปันข้อมูล ข่าวสารและติดต่อกับผู้อื่นภายในองค์กรได้มากขึ้น	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
15. การใช้แอปพลิเคชัน LINE ช่วยให้การงานภายในองค์กร ของท่านรวดเร็วยิ่งขึ้น	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
16. การใช้แอปพลิเคชัน LINE ช่วยให้ท่านทำงานร่วมกับผู้อื่น ภายในองค์กรสะดวกขึ้น	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน ที่ท่านเห็นว่าตรงกับการตัดสินใจของท่านมากที่สุดเพียง
ช่องเดียว

โดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน ตัดสินใจมากที่สุด

4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน ตัดสินใจมาก

3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน ตัดสินใจปานกลาง

2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน ตัดสินใจน้อย

1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน ตัดสินใจน้อยที่สุด

การตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร	ระดับการตัดสินใจ				
	ตัดสินใจมากที่สุด ←			→ ตัดสินใจน้อยที่สุด	
1. ท่านตัดสินใจว่าจะใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรต่อไปอีกเรื่อย ๆ ในอนาคต	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
2. ท่านตัดสินใจที่จะยังคงใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรแม้ว่าจะมีแอปพลิเคชันอื่น ๆ ในลักษณะที่คล้ายกัน	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
3. ท่านตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรเพราะคิดว่าสามารถสะท้อนความเป็นตัวตนของท่านได้	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
4. ท่านตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรเพราะคิดว่าทำให้ท่านเกิดความมั่นใจในการแสดงออก	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
5. การตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรทำให้ท่านมักจะระมัดระวังเมื่อมีคนมาขอเป็นเพื่อน	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
6. ท่านตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรโดยคำนึงถึงคุณภาพและผลจากการใช้งาน	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
7. ท่านตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรเพราะประทับใจในฟังก์ชันการใช้งาน	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
8. ท่านตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรเพราะทุกคนในองค์กรเข้าถึงได้ง่าย	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
9. ท่านจะไม่ตัดสินใจรับค่าเชิญเพื่อเข้าร่วมกลุ่มต่าง ๆ ทันทีเมื่อได้รับค่าเชิญจากการใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กร	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
10. ท่านตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน LINE ภายในองค์กรเพราะท่านมีความชื่นชอบที่จะแสดงข้อมูลที่หลากหลายให้ผู้อื่นได้รู้	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

**** ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลา ในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ****

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวรัตติกาล อีมีเอม
อีเมล	Rattikarn.imai@bumail.net
ประวัติการศึกษา	นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ประสบการณ์การทำงาน	Traffic Off.-On-Air Scheduling บริษัท ทูริชั่นส์ จำกัด (มหาชน)



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 17 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2560

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) รัชติกา อิมเอม อยู่บ้านเลขที่ 5

ซอย รัชฎาภิเษก 66 ถนน รัชฎาภิเษกตัดใหม่ ตำบล/แขวง บางซื่อ

อำเภอ/เขต บางซื่อ จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10800

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7580200538

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร.....บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.....สาขาวิชา.....-.....คณะ.....บริหารธุรกิจ.....

ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย
กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/
วิทยานิพนธ์หัวข้อ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้แอปพลิเคชัน LINE
ภายในองค์กร ของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร.....บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.....ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่
ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนาฯ ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกจำหน่าย เผยแพร่ หรือโฆษณา
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดย
ละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(นางสาวรัชชานิภา อิมเอม)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลีมลาลัย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร