



การพัฒนารูปแบบการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย



โดย

นายพนเพิ่ม เสรีวิชัยสวัสดิ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการ แบบ 2.1 ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

การพัฒนารูปแบบการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซีใน
ประเทศไทย



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการ แบบ 2.1 ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2562
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

THE DEVELOPMENT OF ACCEPTANCE FOR USE OF TECHNOLOGY MODEL OF
EMPLOYEES IN THAILAND'S MICE INDUSTRY



An Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Doctor of Philosophy (Management)
Graduate School, Silpakorn University
Academic Year 2019
Copyright of Graduate School, Silpakorn University

57604919 : การจัดการ แบบ 2.1 ปรัชญาคุชฎิบัณฑิต

คำสำคัญ : ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี, ความคิดสร้างสรรค์, เทคโนโลยีดิจิทัล, การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี, พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

นาย พูนเพิ่ม เสรีวิชัยสวัสดิ์: การพัฒนารูปแบบการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยโทหญิง ดร. เกิดศิริ เจริญวิศาล

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ทดสอบอิทธิพลของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัลที่ส่งผลกระทบต่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย 2) ทดสอบอิทธิพลของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย และ 3) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ใช้วิธีวิทยาแบบผสมวิธี งานวิจัยเชิงปริมาณเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากพนักงานที่ทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จำนวน 316 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง งานวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากสถานประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ จำนวน 26 แห่ง เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและขยายผลการวิจัยในภาพรวม

ผลการวิจัยพบว่า โมเดลตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยค่าไค-สแควร์ (Chi-square) เท่ากับ 88.363 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p -value = 0.177) ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-square) เท่ากับ 1.148 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนสัมพัทธ์ (Comparative Fit Index: CFI) เท่ากับ 0.999 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) เท่ากับ 0.972 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjust Goodness of Fit Index: AGFI) เท่ากับ 0.930 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error Approximation: RMSEA) เท่ากับ 0.022 ผลการวิเคราะห์โมเดลตามสมมติฐานการวิจัย พบว่า 1) ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อการใช้เทคโนโลยี 2) ความคิดสร้างสรรค์ส่งผลกระทบต่อการใช้เทคโนโลยี 3) เทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลกระทบต่อการใช้เทคโนโลยี และ 4) การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่าพนักงานที่เป็นคนรุ่นใหม่เป็นผู้นำความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้กับการทำงาน ทำให้พนักงานอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์เกิดการยอมรับและนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ เกิดการใช้

ความคิดสร้างสรรค์ผ่านการสร้างนวัตกรรมใหม่ที่มีความแปลกใหม่และมีประโยชน์ต่อการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้เกิดการทำงานแบบออนไลน์ สะดวก รวดเร็ว ทำงานได้ทุกที่ทุกเวลา และสามารถแบ่งปันข้อมูลที่ใช้ร่วมกันได้ดี เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรม พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์มีการปรับตัวในการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ สร้างนวัตกรรมเชิงกระบวนการในการทำงานรูปแบบใหม่ที่ช่วยลดปัญหาและข้อผิดพลาดจากการทำงานให้ลดน้อยลง จากผลการวิจัยข้างต้นแสดงว่ารูปแบบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายการพัฒนาบุคลากรในหน่วยงานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้ประยุกต์ใช้ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัล ผ่านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี อันส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างเหมาะสม



57604919 : Major (Management)

Keyword : Technology Knowledge, Creativity, Digital Technology, Acceptance for Use of Technology, Creative Behavior

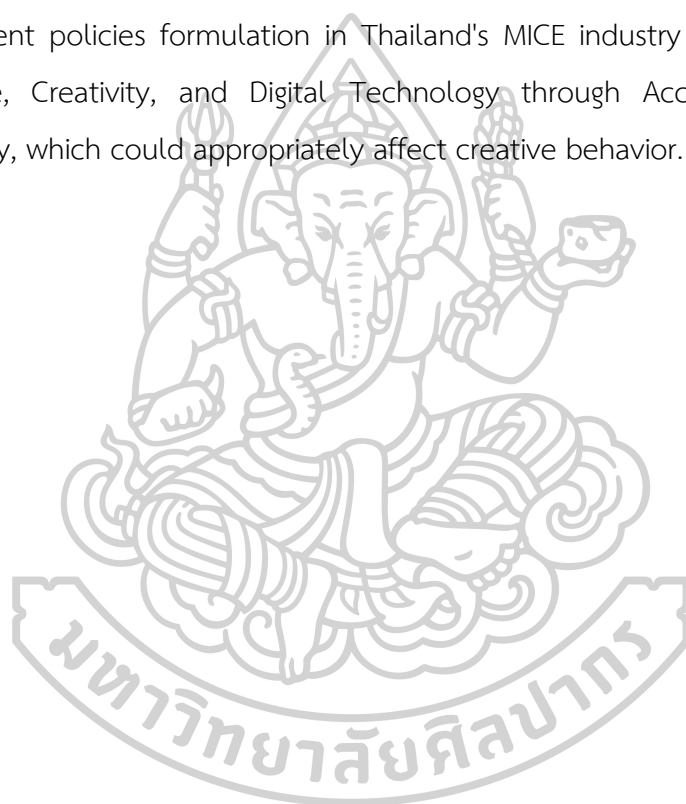
MR. POONPERM SERIVICHAYASWADI : THE DEVELOPMENT OF ACCEPTANCE FOR USE OF TECHNOLOGY MODEL OF EMPLOYEES IN THAILAND'S MICE INDUSTRY THESIS ADVISOR : ASSISTANT PROFESSOR LIEUTENANT KERDSIRI JAROENWISAN, Ph.D.

The objectives of this research was 1) to examine the effect of technology knowledge, creativity, and digital technology on acceptance for use of technology of employees in Thailand's MICE Industry 2) to examine the effect of acceptance for use of technology on creative behavior of employees in Thailand's MICE Industry and 3) to examine accordance of a model of acceptance for use of technology of employees in Thailand's MICE Industry and empirical evidence. This research was conducted in mixed-method methodology. The quantitative data were collected from employees in Thailand's MICE Industry 316 sets. The exploratory factor analysis, the confirmatory factor analysis, and the structural equation model were used to analyze the data. Qualitative data were collected from an in-depth interview with 26 representatives from executives in the organizations in Thailand's MICE Industry to obtain further required information for the research.

The result of the model analysis showed that the model based on assumptions were in harmony with the empirical data by Chi-square = 88.363 at the 0.05 level of significance. The p-value = 0.177, Relative Chi-square = 1.148, CFI = 0.999, GFI = 0.972, AGFI = 0.930 and RMSEA = 0.022. The results from hypothesis - testing showed that 1) Technology knowledge has a direct effect on acceptance for use of technology 2) Creativity has a direct effect on acceptance for use of technology 3) Digital technology has a direct effect on acceptance for use of technology and 4) Acceptance for use of technology has a direct effect on creative behavior. The result from in-depth interview showed that the new generation of employees were knowledgeable about technology applied to their work by causing other employees in Thailand's MICE Industry to accept and apply technology. They can use creativity through creating new innovations that were new and useful for organizing events in

Thailand's MICE industry. Digital technology enables online work, convenient, fast, work anywhere, anytime, and able to share shared information well. The changes behavioral of employees in Thailand's MICE industry have adapted to apply technology. Create new process of innovation that helps reduced problems and errors from work. From the above research showed that acceptance for use of technology correspond to empirical data.

The results of this research will be useful as a guideline for human resource development policies formulation in Thailand's MICE industry to apply Technology Knowledge, Creativity, and Digital Technology through Acceptance for Use of Technology, which could appropriately affect creative behavior.



กิตติกรรมประกาศ

ดุุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงสมบูรณ์ได้ด้วยดี เนื่องด้วยผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์และความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยโทหญิง ดร. เกิดศิริ เจริญวิศาล อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก และอาจารย์ ดร. สันติธร ภูริภักดี อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่เสียสละเวลาอันมีค่า ดูแลเอาใจใส่ติดตามความคืบหน้า ให้กำลังใจ กำหนดแนวทาง ให้คำปรึกษาที่มีประโยชน์ และดำเนินการตรวจสอบแก้ไข ในการจัดทำดุุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยต้องขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง สำหรับผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ ประธานกรรมการสอบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน และรองศาสตราจารย์ ดร. ราณี อธิชัยกุล กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ที่ให้ความเมตตากรุณาในการดำเนินการตรวจสอบ ให้คำแนะนำ และให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อให้ดุุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้มีความถูกต้อง และสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณรองศาสตราจารย์ ดร. ราณี อธิชัยกุล อาจารย์ ดร. พิงใจ พิทยอนุตรรัตน์ และคุณอรชร ว่องพรรณงาม ที่เสียสละเวลาและให้ความกรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแก้ไขเครื่องมือวิจัย ทำให้เครื่องมือในการวิจัยมีคุณภาพ สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้อย่างครบถ้วน

ขอขอบคุณผู้ที่เกี่ยวข้องในคณะวิทยาการจัดการ และบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่ให้ความช่วยเหลือในการดำเนินการจัดทำเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำดุุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบคุณผู้บริหารและพนักงานบริษัทในอุตสาหกรรมไมซ์ที่เสียสละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามและให้สัมภาษณ์เชิงลึก ทำให้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ครบถ้วน จนกระทั่งสามารถหาคำตอบที่สมบูรณ์ได้ในผลการวิจัยนี้

ขอขอบคุณผู้บริหารวิทยาลัยดุสิตธานี ผู้บริหารสวนคุณตา - แม่ยาย และนายไพฑูรย์ เฉลิมเกียรติคุณ ที่ให้ความช่วยเหลือในเรื่องการทำงานระหว่างที่ผู้วิจัยทำดุุษฎีนิพนธ์

ขอขอบคุณนายพงษ์มิตร เสรีวิชัย บิดา ผู้สนับสนุนทุนทรัพย์ นางญาดา เสรีวิชัยสวัสดิ์ ภรรยา ด.ญ. ญาภา - ด.ญ. รวิกานต์ เสรีวิชัยสวัสดิ์ บุตรสาวทั้งสองของผู้วิจัย ครอบครัวเสรีวิชัยสวัสดิ์ และครอบครัวอุดมผลวนิช ที่เข้าใจ ให้กำลังใจ และเป็นแรงสนับสนุนอยู่เบื้องหลังความสำเร็จของผู้วิจัย

คุณค่าหรือประโยชน์อันเกิดจากดุุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาแต่พระคุณบิดามารดา ครูอาจารย์ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ อบรมสั่งสอน สนับสนุน และให้กำลังใจอย่างดียิ่งเสมอมา

พูนเพ็ญ เสรีวิชัยสวัสดิ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพ.....	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามการวิจัย	10
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	10
สมมติฐานการวิจัย.....	11
ขอบเขตของการวิจัย.....	11
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	15
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	18
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	20
ภาพรวมเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์.....	20
แนวคิดและทฤษฎีพื้นฐานที่ใช้ในงานวิจัย.....	22
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจ	30
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี.....	49
ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัล กับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี	67

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์.....	76
ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีและพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์	80
การพัฒนาองค์ประกอบตัวแปรสำหรับการวิจัย.....	83
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	85
วิธีวิทยา.....	85
ขั้นตอนการวิจัย.....	86
ขั้นตอนที่ 1 การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research).....	87
ขั้นตอนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research).....	90
1. การสร้างเครื่องมือและการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณ.....	90
2. การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยเชิงปริมาณ	91
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ.....	92
4. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	94
5. การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย.....	95
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย	96
ขั้นตอนที่ 3 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth-Interview).....	99
1. การสร้างแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย..	99
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับงานวิจัยเชิงคุณภาพ.....	100
3. การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ	100
4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ	103
ขั้นตอนที่ 4 สรุปผลการวิจัย	104
ระยะเวลาการทำวิจัย	104
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	105
ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงทฤษฎี	105

องค์ประกอบเชิงทฤษฎีของการพัฒนารูปแบบการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของพนักงานใน อุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย	105
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ	109
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	111
ตอนที่ 2 พื้นฐานการใช้เทคโนโลยี	114
ตอนที่ 3 ความคิดเห็นด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี.....	116
ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์	120
ตอนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัล.....	123
ตอนที่ 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี.....	130
ตอนที่ 7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์	146
ตอนที่ 8 ผลการวิเคราะห์การตรวจสอบข้อมูลก่อนการวิเคราะห์โมเดลที่พัฒนาขึ้น	151
ตอนที่ 9 การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA)	154
ตอนที่ 10 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบย่อย	160
1. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบรองด้าน ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี.....	160
2. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบรอง ความคิดสร้างสรรค์	164
3. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบรอง เทคโนโลยีดิจิทัล.....	166
4. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบรองการ ยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี	170
5. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบรอง พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์	174
ตอนที่ 11 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบหลัก	177

1. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้าน ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี.....	178
2. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้าน ความคิดสร้างสรรค์	181
3. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้าน เทคโนโลยีดิจิทัล.....	183
4. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้านการ ยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี	187
5. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้าน พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์	191
ตอนที่ 12 ผลการวิเคราะห์โมเดลตามสมมติฐานการวิจัย	194
ตอนที่ 13 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรตามสมมติฐานการวิจัย	197
ผลการทดสอบข้อมูลแบบสามเส้า	199
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	199
ตอนที่ 1 รายละเอียดผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล.....	199
ตอนที่ 2 องค์ประกอบและรูปแบบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานใน อุตสาหกรรมไมซ์ไทย	202
1. องค์ประกอบของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี	202
2. องค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์	222
3. องค์ประกอบของเทคโนโลยีดิจิทัล.....	229
4. องค์ประกอบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี.....	245
5. องค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์	259
6. ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีส่งผลต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี	265
7. ความคิดสร้างสรรค์ส่งผลต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี.....	267
8. เทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี	270

9. การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์.....	275
สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ	278
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	280
สรุปผลการวิจัย.....	280
อภิปรายผลการวิจัย.....	293
ประโยชน์ของการวิจัย	309
1. ประโยชน์เชิงทฤษฎี.....	310
2. ประโยชน์เชิงนโยบาย.....	312
3. ประโยชน์เชิงการจัดการ	313
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต.....	315
รายการอ้างอิง	317
ภาคผนวก.....	334
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	335
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง	350
ภาคผนวก ค หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย	357
ภาคผนวก ง การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา.....	361
ภาคผนวก จ หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	380
ภาคผนวก ฉ หนังสือขอสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล.....	387
ประวัติผู้เขียน.....	389

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจฐานความรู้	34
ตารางที่ 2 สรุปลงค์ประกอบของตัวแปรความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี	36
ตารางที่ 3 สรุปลงค์ประกอบของตัวแปรความคิดสร้างสรรค์	41
ตารางที่ 4 สรุปลงค์ประกอบของตัวแปรเทคโนโลยีดิจิทัล.....	45
ตารางที่ 5 สรุปลงค์ประกอบของตัวแปรการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี.....	65
ตารางที่ 6 สรุปลงค์ประกอบของตัวแปรพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์	79
ตารางที่ 7 สรุปลงค์ประกอบของความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแบ่งตามรายด้าน	91
ตารางที่ 8 สรุปลงค์ประกอบตัวอย่างที่ใช้การสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling).....	95
ตารางที่ 9 รายละเอียดการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม	96
ตารางที่ 10 ดัชนีความสอดคล้องของโมเดล	98
ตารางที่ 11 รายละเอียดผู้ให้ข้อมูลหลัก.....	101
ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	112
ตารางที่ 13 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพื้นฐานการใช้เทคโนโลยี จำแนกเป็นรายข้อ	115
ตารางที่ 14 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ด้านความรู้คือสินทรัพย์ จำแนกเป็นรายข้อ.....	116
ตารางที่ 15 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ด้านความรู้คือความสัมพันธ์ จำแนกเป็นรายข้อ	117
ตารางที่ 16 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ด้านความรู้คือความสามารถ จำแนกเป็นรายข้อ	119
ตารางที่ 17 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของความคิดสร้างสรรค์ ด้านความแปลกใหม่ จำแนกเป็นรายข้อ.....	120

ตารางที่ 18 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของความคิดสร้างสรรค์ ด้านความมีประโยชน์ จำแนกเป็นรายข้อ 121

ตารางที่ 19 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านแหล่งข้อมูล จำแนกเป็นรายข้อ 123

ตารางที่ 20 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ จำแนกเป็นรายข้อ 124

ตารางที่ 21 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านการมองเห็น จำแนกเป็นรายข้อ 125

ตารางที่ 22 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านการเชื่อมต่อออนไลน์ จำแนกเป็นรายข้อ 126

ตารางที่ 23 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านการมีส่วนร่วมทางสังคม จำแนกเป็นรายข้อ 127

ตารางที่ 24 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านป้าย / สัญลักษณ์ จำแนกเป็นรายข้อ 129

ตารางที่ 25 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ จำแนกเป็นรายข้อ 130

ตารางที่ 26 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังในความสะดวก จำแนกเป็นรายข้อ 133

ตารางที่ 27 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านอิทธิพลทางสังคม จำแนกเป็นรายข้อ 136

ตารางที่ 28 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกเป็นรายข้อ 139

ตารางที่ 29 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านความตั้งใจในการใช้งาน จำแนกเป็นรายข้อ 142

ตารางที่ 30 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านพฤติกรรมการใช้ จำแนกเป็นรายข้อ 144

ตารางที่ 31 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว จำแนกเป็นรายข้อ.....	147
ตารางที่ 32 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม จำแนกเป็นรายข้อ.....	149
ตารางที่ 33 ค่าความเบ้และค่าความโด่งของตัวแปรสังเกต	151
ตารางที่ 34 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกต.....	153
ตารางที่ 35 ค่าไอเก้น ผลรวมการสกัดน้ำหนักองค์ประกอบ และผลรวมการสกัดน้ำหนักองค์ประกอบ หลังหมุนแกนของตัวแปรการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ.....	155
ตารางที่ 36 ค่าไอเก้น ผลรวมการสกัดน้ำหนักองค์ประกอบ และผลรวมการสกัดน้ำหนักองค์ประกอบ หลังหมุนแกนของตัวแปรการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังในความสะดวก.....	155
ตารางที่ 37 ค่าไอเก้น ผลรวมการสกัดน้ำหนักองค์ประกอบ และผลรวมการสกัดน้ำหนักองค์ประกอบ หลังหมุนแกนของตัวแปรการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านอิทธิพลทางสังคม	156
ตารางที่ 38 ค่าไอเก้น ผลรวมการสกัดน้ำหนักองค์ประกอบ และผลรวมการสกัดน้ำหนักองค์ประกอบ หลังหมุนแกนของตัวแปรการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก.....	157
ตารางที่ 39 ค่าไอเก้น ผลรวมการสกัดน้ำหนักองค์ประกอบ และผลรวมการสกัดน้ำหนักองค์ประกอบ หลังหมุนแกนของตัวแปรการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านความตั้งใจในการใช้งาน.....	158
ตารางที่ 40 ค่าไอเก้น ผลรวมการสกัดน้ำหนักองค์ประกอบ และผลรวมการสกัดน้ำหนักองค์ประกอบ หลังหมุนแกนของตัวแปรการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านพฤติกรรมการใช้.....	159
ตารางที่ 41 ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยของ องค์ประกอบรองด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี.....	161
ตารางที่ 42 สรุพอัจฉริยะองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี.....	162
ตารางที่ 43 ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยของ องค์ประกอบรองด้านความคิดสร้างสรรค์.....	164
ตารางที่ 44 สรุพอัจฉริยะองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านความคิดสร้างสรรค์	165
ตารางที่ 45 ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยของ องค์ประกอบรองด้านเทคโนโลยีดิจิทัล	167

ตารางที่ 46	สรุปองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านเทคโนโลยีดิจิทัล	169
ตารางที่ 47	ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยของ องค์ประกอบรองด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี	170
ตารางที่ 48	สรุปองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี	173
ตารางที่ 49	ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยของ องค์ประกอบรองด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์.....	174
ตารางที่ 50	สรุปองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์	176
ตารางที่ 51	ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยของ องค์ประกอบรองด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี.....	178
ตารางที่ 52	สรุปองค์ประกอบหลักด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี.....	180
ตารางที่ 53	ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยของ องค์ประกอบรองด้านความคิดสร้างสรรค์.....	181
ตารางที่ 54	สรุปองค์ประกอบหลักด้านความคิดสร้างสรรค์.....	182
ตารางที่ 55	ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยของ องค์ประกอบรองด้านเทคโนโลยีดิจิทัล	183
ตารางที่ 56	สรุปองค์ประกอบหลักด้านเทคโนโลยีดิจิทัล	186
ตารางที่ 57	ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยของ องค์ประกอบรองด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี	187
ตารางที่ 58	สรุปองค์ประกอบหลักด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี	190
ตารางที่ 59	ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยของ องค์ประกอบรองด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์.....	191
ตารางที่ 60	สรุปองค์ประกอบหลักด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์.....	193
ตารางที่ 61	ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานใน อุตสาหกรรมไมซ์ไทย.....	194
ตารางที่ 62	ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปร.....	197
ตารางที่ 63	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย.....	198

ตารางที่ 64 รายละเอียดผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล	200
ตารางที่ 65 แบบตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือของผู้เชี่ยวชาญ	362

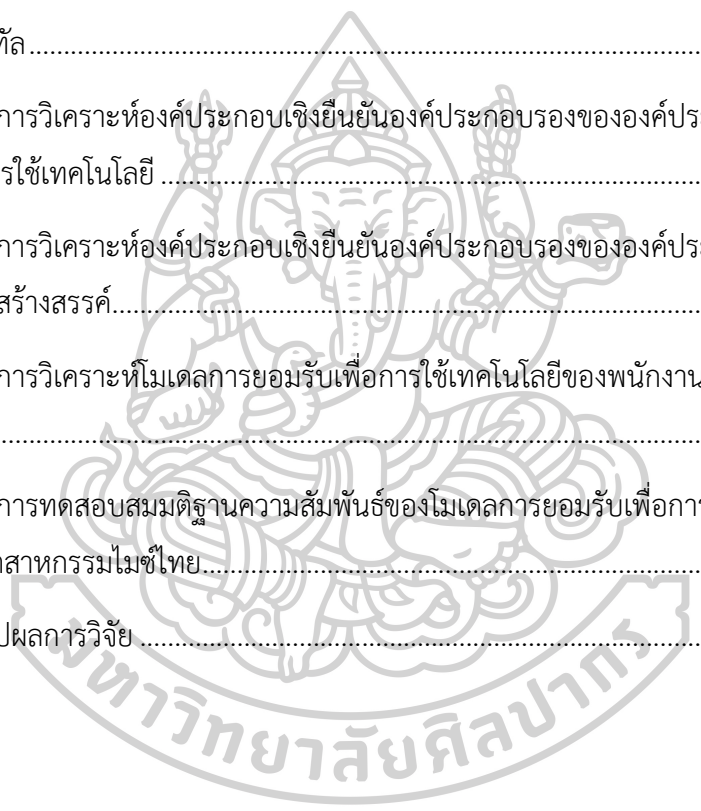


สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 แผนผังองค์ประกอบของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี	38
ภาพที่ 2 แผนผังองค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์	42
ภาพที่ 3 แผนผังองค์ประกอบของเทคโนโลยีดิจิทัล	46
ภาพที่ 4 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล (Theory of Reasoned Action).....	50
ภาพที่ 5 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior).....	51
ภาพที่ 6 แบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีแบบต้นฉบับ (Original Technology Acceptance Model).....	52
ภาพที่ 7 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ของแบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ถูกดัดแปลง	53
ภาพที่ 8 แบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ขยายเพิ่มเติมตามผลการวิจัย	54
ภาพที่ 9 แบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีแบบที่ 2 ที่ถูกพัฒนาขยายเพิ่มเติมตามผลงานวิจัย	55
ภาพที่ 10 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในแบบจำลองการใช้ประโยชน์เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Model of Personal Computer Utilization).....	57
ภาพที่ 11 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยของทฤษฎีปัญญาทางสังคม (Social Cognitive Theory).....	59
ภาพที่ 12 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยของทฤษฎีผสมผสานระหว่างแบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี และ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Combined of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior).....	60
ภาพที่ 13 แบบจำลองแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use Technology)	62

ภาพที่ 14 แบบจำลองแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี 2 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2).....	64
ภาพที่ 15 แผนผังองค์ประกอบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี	67
ภาพที่ 16 แผนผังความสัมพันธ์ของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย.....	70
ภาพที่ 17 แผนผังความสัมพันธ์ของความคิดสร้างสรรค์ผลกระทบต่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย.....	73
ภาพที่ 18 แผนผังความสัมพันธ์ของเทคโนโลยีดิจิทัลผลกระทบต่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย.....	76
ภาพที่ 19 แผนผังองค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์.....	80
ภาพที่ 20 แผนผังความสัมพันธ์ของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย	83
ภาพที่ 21 การพัฒนาองค์ประกอบตัวแบบเบื้องต้นจากการทบทวนวรรณกรรม	84
ภาพที่ 22 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย.....	86
ภาพที่ 23 แผนผังแสดงขั้นตอนการวิจัยเชิงเอกสาร เพื่อสังเคราะห์องค์ประกอบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ และผลลัพธ์.....	87
ภาพที่ 24 แผนผังแสดงองค์ประกอบและความสัมพันธ์เชิงทฤษฎีระหว่างตัวแปรการพัฒนารูปแบบการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย	107
ภาพที่ 25 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบรองด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี.....	162
ภาพที่ 26 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบรองด้านความคิดสร้างสรรค์	165
ภาพที่ 27 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบรองด้านเทคโนโลยีดิจิทัล.....	168
ภาพที่ 28 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบรองด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี	172

ภาพที่ 29 ผลการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้าน พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์.....	176
ภาพที่ 30 ผลการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้านความรู้ เกี่ยวกับเทคโนโลยี.....	179
ภาพที่ 31 ผลการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้าน ความคิดสร้างสรรค์	182
ภาพที่ 32 ผลการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้าน เทคโนโลยีดิจิทัล.....	185
ภาพที่ 33 ผลการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้านการ ยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี	189
ภาพที่ 34 ผลการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้าน พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์.....	192
ภาพที่ 35 ผลการวิเคราะห์โมเดลการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ไทย.....	196
ภาพที่ 36 ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ของโมเดลการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของ พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย.....	290
ภาพที่ 37 สรุปผลการวิจัย	291



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาประเทศในศตวรรษที่ 21 ทำให้ประเทศต่าง ๆ มองหารูปแบบของเศรษฐกิจแนวใหม่ (New Economic Model) เช่น สหรัฐอเมริกาใช้ประเทศแห่งผู้ผลิต (A Nation of Makers) อังกฤษใช้การออกแบบนวัตกรรม (Design of Innovation) จีนใช้การขับเคลื่อนการผลิตในจีน (Made in China 2025) อินเดียใช้การขับเคลื่อนการผลิตในอินเดีย (Make in India) หรือเกาหลีใต้ก็วางรูปแบบเศรษฐกิจเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) (กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, 2559; บวร เทศารินทร์, 2559; เอกพงศ์ มุสิกะเจริญ, 2559) ประเทศไทยเองก็มองหารูปแบบทางเศรษฐกิจที่เหมาะสมกับตนเองเช่นกัน นั่นคือ ประเทศไทย 4.0 (Thailand 4.0)

พัฒนาการในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย เริ่มตั้งแต่ ประเทศไทย 1.0 (Thailand 1.0) ที่มุ่งเน้นการผลิตด้านการเกษตร ประเทศไทย 2.0 (Thailand 2.0) ที่มุ่งเน้นการผลิตในอุตสาหกรรมเบา ประเทศไทย 3.0 (Thailand 3.0) ที่มุ่งเน้นการผลิตในอุตสาหกรรมหนัก และประเทศไทย 4.0 (Thailand 4.0) ที่มุ่งเน้นการผลิตและบริการที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (IT24Hrs, 2017; บวร เทศารินทร์, 2559; สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559; เอกพงศ์ มุสิกะเจริญ, 2559) โดยในช่วงการพัฒนาเศรษฐกิจประเทศไทย 3.0 นี้ ใช้เวลายาวนานกว่า 20 ปี (IT24Hrs, 2017) ทำให้ประเทศไทยติดกับดักปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ 3 เรื่องหลัก คือ 1) ประเทศรายได้ปานกลาง 2) ความเหลื่อมล้ำของความมั่งคั่ง และ 3) ความไม่สมดุลในการพัฒนา (บวร เทศารินทร์, 2559; สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559; เอกพงศ์ มุสิกะเจริญ, 2559) มีการนำแนวคิดทางเศรษฐกิจต่าง ๆ มาใช้ในการบริหารจัดการประเทศ เริ่มตั้งแต่เศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-Based Economy) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) รวมไปถึงเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) เพื่อให้เกิดการพัฒนาประเทศตามรูปแบบส่งเสริมการสร้างรายได้ในอุตสาหกรรมหนัก และการก้าวเข้าสู่แนวคิดประเทศไทย 4.0 นั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาให้ประเทศไทยอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีรายได้สูง ปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิตจาก “ทำมาก ได้น้อย” มาเป็น “ทำน้อย ได้มาก” โดยเปลี่ยนจากการผลิตสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปเป็นสินค้าเชิง “นวัตกรรม” (IT24Hrs, 2017) จึงเป็นที่มาของการประยุกต์ใช้นวัตกรรมเพื่อเป็นตัว

ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ แนวคิดเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Value-Based Economy) เป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ มุ่งเน้นการนำนวัตกรรมมาช่วยเติมเต็มองค์ความรู้ วิทยาการ และการบริหารจัดการสมัยใหม่ (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559) ทำให้เกิดการนำความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นตัวขับเคลื่อนการสร้างคุณค่าในการผลิตและการบริการ ผลลัพธ์ที่ได้คือผลิตภัณฑ์และบริการที่ถูกรับรองต่อผู้บริโภคเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้มหาศาล จึงสามารถสรุปได้ว่า กระบวนทัศน์การพัฒนาประเทศไทยในบริบทของประเทศไทย 4.0 มี 3 ประเด็นสำคัญ คือ 1) ประเทศไทยขับเคลื่อนไปสู่ประเทศที่มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม 2) ประเทศไทยผลักดันการปฏิรูปโครงสร้างทางเศรษฐกิจ การปฏิรูปการวิจัยและการพัฒนา และพัฒนาการปฏิรูปการศึกษาไปพร้อม ๆ กัน และ 3) ผนึกกำลังกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภายใต้แนวคิดประชารัฐ คือ รวมเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ การวิจัยและพัฒนา และบุคลากรระดับโลก ภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของ “การรู้จักเติม รู้จักพอ และรู้จักปัน” ซึ่งต้องพัฒนาให้สมดุลทั้ง 4 มิติ คือ 1) ความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ (Economic Wealth) 2) การรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม (Environmental Wellness) 3) การมีสังคมที่อยู่ดีมีสุข (Social Well-Beings) และ 4) การเสริมสร้างภูมิปัญญามนุษย์ (Human Wisdom) (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559) โดยขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมที่มีคุณค่าต่อการใช้งาน

แนวคิดเรื่องเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-Based Economy: KBE) เกิดจากการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่โลกสมัยใหม่ มีข้อมูลข่าวสารเป็นจำนวนมากอยู่ในระบบออนไลน์ ทำให้การเข้าถึงข้อมูลและสารสนเทศต่าง ๆ สะดวกและรวดเร็วมากขึ้นผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ดังนั้น เศรษฐกิจฐานความรู้จึงเป็นที่พึ่งของการผลิต การจำหน่าย และการประยุกต์ใช้ความรู้และสารสนเทศ และพยายามที่จะใช้ประโยชน์จากความรู้เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและนโยบายขององค์กรและหน่วยงานระหว่างประเทศ (Mortazavi & Bahrami, 2012) ทำให้เศรษฐกิจฐานความรู้มุ่งประเด็นไปที่ 3 มุมมองหลัก ได้แก่ 1) ความรู้คือสินทรัพย์ (Knowledge as Asset) ได้แก่ ทรัพยากรบุคคล พิมพ์เขียว เครื่องจักร อุปกรณ์ การติดตั้ง และขั้นตอนทางเทคโนโลยีขององค์กรธุรกิจ 2) ความรู้คือความสัมพันธ์ (Knowledge as Relation) ได้แก่ การสร้างสังคมและการใช้ทรัพยากรร่วมกันผ่านเทคโนโลยีระบบเครือข่าย (Network Technology) และ 3) ความรู้คือความสามารถ (Knowledge as Capability) ได้แก่ ความสามารถของพนักงานในองค์กรและบุคคลในสังคม (Dang & Umamoto, 2009) ซึ่งจะเห็นได้ว่า เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนองค์ความรู้จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งได้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น ดังนั้น

พนักงานจะต้องยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศที่เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินงานในองค์กร โดยนำมาบูรณาการร่วมกันระหว่างความรู้ เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารสมัยใหม่เพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ การขับเคลื่อนองค์ความรู้ของพนักงานในองค์กรต้องอาศัยการจัดการความรู้ (Knowledge Management) อย่างเป็นระบบ อันเกิดจากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาเป็นองค์ประกอบช่วยในการดำเนินการ หากพนักงานเกิดการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศแล้ว จะช่วยให้การดำเนินงานสะดวกขึ้น

แนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) มีการเติบโตอย่างรวดเร็วในหลายสาขาวิชาชีพ ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพทางเศรษฐกิจผ่านกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มจากการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เช่น เครือข่ายสังคม (Social Network) และเว็บไซต์ เป็นต้น (Chung, Lee, Lee, & Koo, 2015) นอกจากนี้ ยังสร้างความแตกต่างโดยเน้นพื้นฐานด้านทุนทางความคิดเป็นหลัก (Capital of Idea) มากกว่าทุนด้านกายภาพ (Physical Capital) (Snieska & Normantiene, 2012) นำมาซึ่งศักยภาพในการเจริญเติบโต (Potential Growth) และการพัฒนาสิ่งใหม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์ จับต้องไม่ได้ เป็นประสบการณ์ด้านบริการ และตลาดเป้าหมาย นอกจากนี้ งานวิจัยหลายเรื่องแสดงให้เห็นว่า ธุรกิจต่างให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ 1) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) 2) การบรรจบกันของความรู้ (Knowledge Convergence) และ 3) เทคโนโลยีทางวิทยาศาสตร์ขั้นสูง (Advanced Scientific Technology) ที่มีพื้นฐานมาจากการเรียนรู้ร่วมกันเพื่อสร้างตลาดและงานใหม่ ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงมุมมองที่หลากหลายและคล้ายคลึงกัน ทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การบริหารจัดการ การท่องเที่ยว เทคโนโลยีสารสนเทศ และวิศวกรรม ที่ยังไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแนวความคิดใหม่ (New Paradigm) (Sung, 2015b) กล่าวได้ว่า พนักงานจะต้องยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี โดยนำความคิดสร้างสรรค์มาบูรณาการร่วมกันกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อสร้างให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจมากขึ้น ประเด็นสำคัญของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประการหนึ่งคือเรื่องของความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน (Creativity) ประกอบด้วย 1) ความแปลกใหม่ (Novelty) และ 2) ความเป็นประโยชน์ (Potential Usefulness) (Amabile, Conti, Coon, Lazenby, & Herron, 1996; Zhou & George, 2001) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่พนักงานต้องมีการดำเนินงานเพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพสูงสุด

แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) เป็นการนำระบบสารสนเทศออนไลน์มาประยุกต์ใช้ มีจุดแข็งอยู่ที่เทคโนโลยี (Technology) และความรู้ (Knowledge) ซึ่งเป็นการนำเสนอ

โอกาสที่ดีให้แก่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มการผลิตและบริการ (Şerbu, 2014) เศรษฐกิจดิจิทัลมีพื้นฐานจากสินค้าและบริการในระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่ถูกผลิตในธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (E-Business) และซื้อขายผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เป็นธุรกิจที่ดำเนินการผลิต ใช้กระบวนการจัดการ และมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าและลูกค้า และดำเนินธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีเว็บ (Hojeghan & Esfangareh, 2011) นอกจากนี้ งานวิจัยหลายเรื่องชี้ให้เห็นถึงความหลากหลายในมุมมองเกี่ยวกับการเดินทางขนส่งระหว่างประเทศโดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารออนไลน์เข้ามาประยุกต์ใช้ เป็นรูปแบบของเศรษฐกิจฐานการเชื่อมโยง (Connectivity-Based Economy) (วรพล โสคติยานุรักษ์, 2557) ที่เกิดจากการเชื่อมโยงระบบเศรษฐกิจแบบต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ในภาพรวมสามารถสรุปได้ว่า มีผลให้ความสมดุลในชีวิตและการทำงานดีขึ้น และลดข้อจำกัดด้านสภาพแวดล้อมของธุรกิจขนส่ง ทั้งในเรื่องของความไม่แน่นอนของทางเศรษฐกิจ การเจริญเติบโตของประชากร และการเพิ่มขึ้นของทรัพยากรธรรมชาติหายากด้วย (Beaverstock & Budd, 2013) ดังนั้น ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จะต้องถูกนำมาใช้แบบบูรณาการร่วมกัน เพื่อผลิตเป็นสินค้าและบริการที่มีคุณค่าสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้มหาศาล ประเด็นสำคัญของเศรษฐกิจดิจิทัล มุ่งเน้นไปที่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology) เป็นตัวขับเคลื่อนการดำเนินงานขององค์กรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานสูงสุดตามแนวคิดประเทศไทย 4.0 ประกอบด้วย 1) แหล่งข้อมูล (Information Kiosks) 2) การปฏิสัมพันธ์ (Interactive) 3) การมองเห็น (Visual / Digital Displays) 4) การเชื่อมต่อแบบออนไลน์ (Connecting to Online and Mobile) 5) การมีส่วนร่วมทางสังคม (Social Engagement) และ 6) ป้ายดิจิทัล (Label, Signage) (National Air and Space Museum, 2015) ซึ่งจะช่วยให้เกิดการซื้อขายผลิตภัณฑ์และบริการออนไลน์ผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น

จากแนวคิดทางเศรษฐกิจทั้ง 3 แนวคิด จะเห็นได้ว่า การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technology) เข้ามาประยุกต์ใช้เกิดขึ้นทั้งในมุมมองของการดำเนินงานในองค์กรและการใช้งานของผู้บริโภค ทำให้เกิดแนวคิดของการพัฒนาเศรษฐกิจแนวใหม่ คือ เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Value-Based Economy) อันเกิดจากการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้เกิดรูปแบบการทำงานเพื่อมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการผ่านนวัตกรรมใหม่ที่เกิดจากการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนั้น การศึกษาเรื่องการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Acceptance for Use of Technology) จึงเป็นเรื่องสำคัญ หาก

ผู้ใช้อับรูถึงประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) และสามารถใช้งานได้ง่าย (Perceived Ease of Use) จะช่วยให้เกิดทัศนคติที่ดีในการใช้งาน (Attitude Toward Using) และส่งผลให้เกิดการใช้งานระบบจริง (Actual System Use) (Chen & Lu, 2004; Kim & Malhotra, 2004; กนกวรรณ กาญจนธานี, ณัฐธิดา สุวรรณโน, & อนุ เจริญวงศ์ระยัย, 2558) และส่งผลให้เกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีใหม่ ซึ่งจะช่วยให้เกิดการนำเทคโนโลยีไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (F. D. Davis, 1989) และก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ในกระบวนการทำงาน ดังนั้นบุคลากรที่เข้ามาร่วมดำเนินงานกับองค์กร ต้องมีทั้งทักษะ ความรู้ ความสามารถ และความชำนาญในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และสามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานที่ตนเองได้รับมอบหมายได้เป็นอย่างดีและมีประสิทธิภาพ พฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนี้จะเป็นคุณลักษณะของบุคลากร (Personality Traits) ที่องค์กรต้องการ

การแสดงออกเชิงพฤติกรรมในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการดำเนินงานเกิดขึ้นในบริบทของการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ มากมาย ทั้งในเรื่องของการค้นคว้าข้อมูล การดำเนินธุรกรรม และกิจกรรมทางธุรกิจอื่น ๆ พฤติกรรมเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Behavior) ที่องค์กรต้องการให้เกิดขึ้นในตัวพนักงานทุกคน พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ และความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์เป็นสิ่งที่สามารถพัฒนาได้ (Feist, 1998) เป็นทักษะที่มีอยู่ในตัวมนุษย์ทุกคน หากได้รับการส่งเสริมหรือกระตุ้นให้แสดงออกได้อย่างเหมาะสม (Oldham & Cummings, 1996; Woodman, Sawyer, & Griffin, 1993) ความคิดสร้างสรรค์ เกิดจากการพัฒนาองค์ประกอบ 3 ด้าน (Amabile, 1998; Chae, Seo, & Lee, 2015) คือ 1) พื้นฐานความรู้ความชำนาญ (Expertise) เกิดจากการเรียนรู้และลงมือปฏิบัติจนเกิดเป็นความรอบรู้ในเรื่องนั้นเป็นอย่างดี และกลายเป็นทักษะเฉพาะตัวที่สามารถตอบสนองต่อการดำเนินงานได้ และกลายเป็นประสบการณ์ที่มีคุณค่าต่อการดำเนินงาน 2) ทักษะการคิดอย่างสร้างสรรค์ (Creative Thinking Skill) เป็นการนำพื้นฐานความรู้ความชำนาญมาสร้างกรอบ ปรับเปลี่ยนแนวความคิดอย่างเป็นระบบ และนำไปประยุกต์ใช้ได้ตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อใช้แก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งทักษะนี้มักจะได้รับพัฒนาจากบุคลิกภาพ ประสบการณ์ และแนวทางการดำเนินชีวิตของบุคลากรแต่ละคน และ 3) แรงจูงใจ (Motivation) เป็นแรงที่ใช้ขับเคลื่อนการดำเนินงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยทั่วไปประกอบด้วยแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) ได้แก่ ผลตอบแทนในรูปของเงิน สวัสดิการ โบนัส การเลื่อนตำแหน่ง และแรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) ได้แก่ ความปรารถนาอันแรงกล้า ภารกิจที่ท้าทายความสามารถ

ความรู้สึกยินดีมีสุขที่ได้ดำเนินงาน รวมไปถึงความสนใจใฝ่รู้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งแรงจูงใจภายนอกไม่สามารถจูงใจให้บุคลากรทำงานได้เสมอไป เมื่อบุคลากรรู้สึกถึงการถูกควบคุมจากองค์กร แต่แรงจูงใจภายในมีอิทธิพลที่สามารถกระตุ้นให้บุคลากรทำงาน เกิดความคิดสร้างสรรค์ และสามารถกำหนดพฤติกรรมการทำงานได้มากกว่า ซึ่งแรงจูงใจภายในนี้อาจเกิดจากภายในตัวบุคคลหรือเกิดจากการส่งเสริมโดยองค์กรก็ได้ (Amabile, 1998) นอกจากนี้ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ออกเป็น 2 กลุ่ม (Kirton, 1994) คือ 1) พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว (Adaptive Creative Behavior) อธิบายถึงปฏิสัมพันธ์แบบไดนามิกระหว่างบุคคลและสภาพแวดล้อมที่มีความจำเป็นต่อความอยู่รอด และ 2) พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม (Innovative Creative Behavior) อธิบายถึงความคิดเกี่ยวกับการค้นหาความพึงพอใจทางปัญญาของแต่ละคน ความหมาย (Storr, 1989) หรือ การตระหนักในความจริงของตนเอง (Maslow, 1968)

จากรายงานการท่องเที่ยวขององค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) อุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยวนับได้ว่าเป็นภาคธุรกิจที่มีความสำคัญที่ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของหลายประเทศ นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแถบเอเชียแปซิฟิกมากที่สุด และมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นอีกในอนาคต (UNWTO, 2016) แนวโน้มสำคัญประเด็นหนึ่งคือ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว (Adoption of travel technology during the travel journey) สื่อสังคมออนไลน์และช่องทางการดำเนินงานออนไลน์ช่วยให้การเดินทางท่องเที่ยวมีความสะดวกมากขึ้น จากการคาดการณ์ของ Euromonitor พบว่า อัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยของรายได้จากการใช้ช่องทางออนไลน์สำหรับนักท่องเที่ยวทั่วโลก (Global online travel revenue growth) อยู่ที่ร้อยละ 10 ต่อปี ดังนั้น ประเทศไทยต้องให้ความสำคัญในการลงทุนพัฒนาและส่งเสริมระบบการท่องเที่ยวผ่านช่องทางออนไลน์ให้มากขึ้น (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2559)

อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Industry) เป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวหนึ่งที่น่าสนใจ เนื่องจาก เป็นอุตสาหกรรมที่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องทุกปี (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2559) ข้อมูลสรุปในภาพรวมกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมไมซ์ ประกอบด้วยอุตสาหกรรม 4 ด้านหลัก คือ 1) อุตสาหกรรมการจัดประชุม (Meetings) เป็นการจัดการประชุมฝักอบรม และสัมมนาขององค์กร รวมไปถึงการจัดกิจกรรมสังสรรค์นอกสถานที่ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในการทำงาน โดยบริษัทจะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการจัดการประชุมให้ 2) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) เป็นการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะที่องค์กรเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวให้เพื่อเป็นรางวัลให้กับพนักงานที่สามารถทำยอดขายได้ตาม

เป้าหมาย เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน 3) อุตสาหกรรมการจัดประชุมนานาชาติ (Conventions) เป็นการจัดประชุมที่มีผู้เข้าร่วมการประชุมจากหลายประเทศ ส่วนมากจัดโดยหน่วยงานรัฐบาล องค์กรที่ไม่แสวงผลกำไร หรือสมาคมต่าง ๆ เป็นการจัดประชุมที่รวมกลุ่มคนที่ให้ความสนใจในเรื่องเดียวกัน และ 4) อุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) เป็นการจัดงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ซึ่งผู้ที่จัดงานอาจเป็นคนไทยหรือชาวต่างชาติก็ได้ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2559; สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2559)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออนาคตของอุตสาหกรรมไมซ์ ประกอบด้วยปัจจัย 3 ด้านหลัก คือ 1) ภาวะชะลอตัวทางเศรษฐกิจ ทำให้บริษัทลดการจัดประชุมนอกประเทศลง เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน 2) เทคโนโลยีที่มีผลต่ออุตสาหกรรมไมซ์ในภาพรวม ทั้งนี้มีสาเหตุมาจากการถูกจำกัดด้านต้นทุน ทำให้หลาย ๆ บริษัทนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น การประชุมผ่านทาง Video Conference การจัดงานแบบ Virtual Event หรือ Virtual Exhibition ด้วยการเชื่อมต่อระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การใช้สื่อสังคมออนไลน์ การใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ บนโทรศัพท์มือถือ และ Tablet รวมไปถึงความสามารถในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ทำให้เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทกับการจัดงานและกิจกรรมต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์มากขึ้น และ 3) การจัดงานประชุมอย่างยั่งยืนและการจัดงานประชุมสีเขียว ซึ่งเกิดจากแนวคิดของปัญหาโลกร้อนและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้รูปแบบของการจัดงานไมซ์เปลี่ยนแปลงไป แต่ต้องมีการรักษาความสมดุลย์ของวัตถุประสงค์ในการจัดงาน คือ ความต้องการของผู้เข้าร่วมประชุม ผลกำไรจากการดำเนินงาน และการควบคุมผลกระทบที่อาจสร้างความเสียหายให้กับสิ่งแวดล้อม (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2555) จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่มีความสำคัญอันหนึ่งเป็นเรื่องของเทคโนโลยีที่เข้ามามีผลกระทบต่อการทำงานของอุตสาหกรรมไมซ์ในภาพรวม ดังนั้น ผู้ที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมไมซ์ต้องให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีในการทำงาน เพื่อให้การดำเนินงานเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่า ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัล มีบทบาทสำคัญที่จะเป็นตัวขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจของประเทศให้เจริญเติบโต ทั้งในส่วนของภาคอุตสาหกรรมการผลิตและอุตสาหกรรมบริการ เมื่อนำความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัล มาผนวกเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน จะทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ กลายเป็นนวัตกรรมที่สามารถสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการได้ หากได้รับการส่งเสริมให้นำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติจน

กลายเป็นทักษะความชำนาญ จะทำให้เกิดความคิดต่อยอดกลายเป็นทักษะการคิดอย่างสร้างสรรค์ และทำให้เกิดแรงจูงใจในการประพฤติปฏิบัติ โดยไม่ถูกควบคุมจากองค์กร (Amabile, 1998; Chae et al., 2015) ในท้ายที่สุดจะทำให้เกิดการแสดงออกเชิงพฤติกรรมซึ่งเป็นพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Behavior) ที่ช่วยให้พนักงานทำงานในองค์กรได้อย่างมีความสุข และองค์กรจะมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ อุตสาหกรรมไมซ์มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับตัว เพื่อเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 เนื่องจาก ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัล เข้ามามีบทบาทสำคัญกับการดำเนินงาน โดยบูรณาการร่วมกันกับเทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนั้น หากพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์เกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี จะทำให้การดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์มีประสิทธิภาพและศักยภาพเพิ่มขึ้น ส่งผลให้เกิดการเติบโตของอุตสาหกรรมได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน พนักงานที่ทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์ต้องมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาบูรณาการกับศาสตร์ต่าง ๆ เพื่อสร้างให้เกิดคุณค่าในการให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ที่เข้ามาใช้บริการกับบริษัทของตนเองเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ ตามแนวคิดของประเทศไทย 4.0 เช่นเดียวกัน

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ พบว่า มีการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีอย่างหลากหลาย งานวิจัยของ Algharibi and Arvanitis (2011) ศึกษาเรื่องการใช้เทคโนโลยีขององค์กรยอมรับและการใช้เทคโนโลยีในฐานะเครื่องมือเพื่อตรวจสอบความต้องการของผู้ใช้ในการใช้งานระบบซอฟต์แวร์ทดลองใช้ ผลที่ได้พบว่า พฤติกรรมการใช้ระบบซอฟต์แวร์ทดลองใช้เกิดจากการปรับตัวของผู้ใช้หลังจากรับรู้ว่าจะระบบมีประสิทธิภาพสามารถอำนวยความสะดวกต่อการใช้งานได้ตามที่คาดหวัง ผู้ใช้หลายคนให้คำแนะนำต่อการใช้งานได้เป็นอย่างดี และมีสิ่งอำนวยความสะดวกอำนวยความสะดวกให้ในกรณีที่ติดปัญหาในการใช้งาน งานวิจัยของ Boonsiritomachai and Pitchayadejanant (2017) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของเงินเนอร์เรชั่นวัยตามทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่ปรับเปลี่ยนตามแนวคิดโมเดลการยอมรับ ผลที่ได้พบว่า การใช้ธนาคารบนโทรศัพท์มือถือทำให้เกิดความสะดวกในการใช้งานแต่มีความเป็นกังวลในเรื่องของความปลอดภัย เป็นการใช้งานนวัตกรรมใหม่ทางด้านธนาคาร งานวิจัยของ Alawadhi and Morris (2008) ศึกษาเรื่อง การใช้แบบจำลองการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีในการยอมรับบริการรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศคูเวต ผลที่ได้พบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกมีอิทธิพลต่อการใช้บริการระบบรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ของนักเรียน ซึ่งเป็นผลจากการปรับตัวให้เข้ากับยุคของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร งานวิจัยของ Y. Wu, Tao, and Yang (2007)

ศึกษาเรื่อง การยอมรับการให้บริการ 3G ในประเทศไต้หวัน ผลที่ได้พบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพ และอิทธิพลทางสังคมมีผลกระทบต่อความตั้งใจในการใช้ และพฤติกรรมการใช้จริง งานวิจัยของ Febrianty, Divianto, Hidayat, Fatmariyani, and Rohana (2019) ศึกษาเรื่อง การรับรู้ต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการทำการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อการทำงานของพนักงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ผลที่ได้พบว่า พนักงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีการปรับตัวนำสื่อสังคมออนไลน์เข้ามาใช้กับงานด้านการตลาด เป็นเทคโนโลยีใหม่ที่ถูกนำเข้ามาใช้ อันเกิดจากการยอมรับและใช้เทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์ในการทำการตลาด โดยเกิดจากความตั้งใจในการใช้งานและใช้อย่างต่อเนื่อง พนักงานคาดหวังในประสิทธิภาพ และความสะดวกของสื่อสังคมออนไลน์ สามารถสร้างเนื้อหาทางการตลาดนำเสนอให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตต้องมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การใช้สื่อสังคมออนไลน์ทำงานได้อย่างต่อเนื่องไม่ติดขัด งานวิจัยของ Salsabila, Abdurachman, and Marpaung (2019) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้ E-Learning โดยใช้ทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (กรณีศึกษา Stmik Mikroskil) ผลที่ได้พบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก และอิทธิพลทางสังคม ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการใช้งาน และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้ ซึ่งผู้ใช้ต้องมีการปรับตัวในการเรียนรู้ระบบ E-Learning และงานวิจัยของ Maita, Saide, Indrajit, and Irmayani (2018) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้ที่มีต่อระบบสารสนเทศทางการศึกษาโดยใช้ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ผลที่ได้พบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก และอิทธิพลทางสังคม ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการใช้งาน และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้ ผู้ใช้ต้องทำตามขั้นตอนก่อนในช่วงแรก และมีคนคอยให้คำแนะนำใกล้ชิด เมื่อใช้งานหลาย ๆ ครั้งจะเกิดความชำนาญ สามารถใช้ได้ด้วยตนเอง

จากข้อมูลข้างต้น ถึงแม้ว่าจะมีการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีอย่างหลากหลาย แต่ยังขาดเกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีที่เกิดจากความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัล รวมไปถึงผลลัพธ์ที่มีต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานในอุตสาหกรรมไอซ์ ผลที่ได้จากการศึกษานี้ ผู้วิจัยเห็นว่า การพัฒนารูปแบบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีที่เกิดจากการบูรณาการความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัล จะทำให้พนักงานในอุตสาหกรรมไอซ์ต้องมีการปรับตัวเกี่ยวกับการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี และจะทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่ออุตสาหกรรมไอซ์ จึงทำ

ให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย เพื่อนำผลที่ได้มาพัฒนาเป็นข้อเสนอแนะให้กับหน่วยงานต่าง ๆ ในการส่งเสริม สนับสนุน และลงทุนด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในอุตสาหกรรมไมซ์เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้พนักงานใช้ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีผนวกกับความคิดสร้างสรรค์ โดยมีเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการดำเนินงาน และพัฒนาต่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่ออุตสาหกรรมไมซ์ไทย นอกจากนี้ ยังสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาในบริบทอื่นต่อไป

คำถามการวิจัย

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยจึงสรุปเป็นคำถามการวิจัยในครั้งนี้ และเป็นแนวทางสำหรับการหาคำตอบของงานวิจัย ผู้วิจัยจึงกำหนดคำถามสำหรับการวิจัย ดังนี้

1. อิทธิพลของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลกระทบต่อ การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์หรือไม่
2. อิทธิพลของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์หรือไม่
3. รูปแบบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์สอดคล้องกับหลักฐานและข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ อย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อทดสอบอิทธิพลของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัลที่ส่งผลกระทบต่อ การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย
2. เพื่อทดสอบอิทธิพลของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย
3. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทยกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยนี้ กำหนดสมมติฐานการวิจัยตามกรอบแนวคิดการวิจัยมีรายละเอียดดังนี้

รูปแบบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซีในประเทศไทย ที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สมมติฐานที่ 1 : ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

สมมติฐานที่ 2 : ความคิดสร้างสรรค์ส่งผลกระทบต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

สมมติฐานที่ 3 : เทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลกระทบต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

สมมติฐานที่ 4 : การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้แบ่งขอบเขตของการวิจัยออกเป็น 4 ด้านหลัก มีรายละเอียดดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ตัวแปรจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีรายละเอียดดังนี้

- 1.1 ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี (Technology Knowledge) มี 3 ด้าน ประกอบด้วย
 - 1.1.1 ความรู้คือสินทรัพย์ (Knowledge as Asset)
 - 1.1.2 ความรู้คือความสัมพันธ์ (Knowledge as Relation)
 - 1.1.3 ความรู้คือความสามารถ (Knowledge as Capability)
- 1.2 ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) มี 2 ด้าน ประกอบด้วย
 - 1.2.1 ความแปลกใหม่ (Novelty)
 - 1.2.2 ความมีประโยชน์ (Potential Usefulness)

- 1.3 เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology) มี 6 ด้าน ประกอบด้วย
 - 1.3.1 แหล่งข้อมูล (Information Kiosks)
 - 1.3.2 การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive)
 - 1.3.3 การมองเห็น (Visual / Digital Displays)
 - 1.3.4 การเชื่อมต่อแบบออนไลน์ (Connecting to Online and Mobile)
 - 1.3.5 การมีส่วนร่วมทางสังคม (Social Engagement)
 - 1.3.6 ป้ายดิจิทัล (Label, Signage)
- 1.4 การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี (Acceptance for Use of Technology) มี 6 ด้าน ประกอบด้วย
 - 1.4.1 ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)
 - 1.4.2 ความคาดหวังในความสะดวก (Effort Expectancy)
 - 1.4.3 อิทธิพลทางสังคม (Social Influence)
 - 1.4.4 ความตั้งใจในการใช้งาน (Behavioral Intention)
 - 1.4.5 พฤติกรรมการใช้ (Use Behavior)
- 1.5 พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Behavior) มี 2 ด้าน ประกอบด้วย
 - 1.5.1 ด้านการปรับตัว (Adaptive Creative Behavior)
 - 1.5.2 ด้านนวัตกรรม (Innovative Creative Behavior)

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ ได้แก่ พนักงานที่ทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยมีรายชื่อองค์กร อยู่กับสมาคมการแสดงสินค้าไทย (Thailand Exhibition Association: TEA) และสมาคมส่งเสริม การประชุมนานาชาติ (ไทย) (Thailand Incentive and Convention Association: TICA) ซึ่งเป็น หน่วยงานที่สนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย ประกอบด้วย หน่วยงานต่าง ๆ จำนวน 5 กลุ่ม คือ 1) บริษัทรับจัดงานประชุมมืออาชีพ (Professional Conference Organizer: PCO) และบริษัทรับจัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (Professional Exhibition Organizer: PEO) จำนวน 33 แห่ง 2) บริษัทรับจัดการจุดหมายปลายทาง (Destination Management Company: DMC) และบริษัทรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel Company) จำนวน 60 แห่ง 3) บริษัทรับจัดกิจกรรมพิเศษ (Events Management Company: EMC) จำนวน 23 แห่ง 4) สถานที่จัดงานประเภทศูนย์ประชุม และแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Convention / Exhibition Venue) จำนวน 20 แห่ง และ 5) สถานที่จัดงานประเภทโรงแรม

(Convention Hotel) จำนวน 313 แห่ง รวมจำนวนทั้งสิ้น 449 แห่งทั่วประเทศ ข้อมูลเมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2562 (สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย), 2562; สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย), 2562)

2.1 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากร คือ หน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์จำนวน 5 กลุ่ม คือ 1) บริษัทรับจัดงานประชุมมืออาชีพ (Professional Conference Organizer: PCO) และบริษัทรับจัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (Professional Exhibition Organizer: PEO) จำนวน 33 แห่ง 2) บริษัทรับจัดการจุดหมายปลายทาง (Destination Management Company: DMC) และบริษัทรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel Company) จำนวน 60 แห่ง 3) บริษัทรับจัดกิจกรรมพิเศษ (Events Management Company: EMC) จำนวน 23 แห่ง 4) สถานที่จัดงานประเภทศูนย์ประชุม และแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Convention / Exhibition Venue) จำนวน 20 แห่ง และ 5) สถานที่จัดงานประเภทโรงแรม (Convention Hotel) จำนวน 313 แห่ง รวมจำนวนทั้งสิ้น 449 แห่งทั่วประเทศ ข้อมูลเมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2562 (สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย), 2562; สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย), 2562) โดยผู้ตอบแบบสอบถาม คือ พนักงานที่ทำงานในหน่วยงานภายใต้อุตสาหกรรมไมซ์ทั้ง 5 กลุ่ม ประกอบด้วยแผนกต่าง ๆ ดังนี้ 1) ฝ่ายทรัพยากรบุคคล 2) ฝ่ายขายและการตลาด 3) ฝ่ายบัญชีและการเงิน 4) ฝ่ายออกแบบงาน 5) ฝ่ายบริหาร และ 6) ฝ่ายอื่น ๆ

2.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มีผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) คือ ประธานกรรมการ รองประธานกรรมการ ที่ปรึกษา ผู้อำนวยการหรือผู้จัดการฝ่ายต่าง ๆ โดยการเลือกผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก จากหน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้ง 5 กลุ่ม คือ 1) บริษัทรับจัดงานประชุมมืออาชีพ (Professional Conference Organizer: PCO) และบริษัทรับจัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (Professional Exhibition Organizer: PEO) จำนวน 33 แห่ง 2) บริษัทรับจัดการจุดหมายปลายทาง (Destination Management Company: DMC) และบริษัทรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel Company) จำนวน 60 แห่ง 3) บริษัทรับจัดกิจกรรมพิเศษ (Events Management Company: EMC) จำนวน 23 แห่ง 4) สถานที่จัดงานประเภทศูนย์ประชุม และแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Convention / Exhibition Venue) จำนวน 20 แห่ง และ 5) สถานที่จัดงานประเภทโรงแรม (Convention Hotel) จำนวน 313 แห่ง รวมจำนวนทั้งสิ้น 449 แห่งทั่วประเทศ ข้อมูลเมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2562 (สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย), 2562; สมาคม

ส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย), 2562) โดยเลือกสัมภาษณ์จากทั่วประเทศไทย จนข้อมูลเกิดการอิ่มตัว (Saturation Data) เป็นข้อมูลที่ซ้ำและไม่เกิดความแตกต่างของข้อมูล (Negative Data) ในการวิจัยนี้ สัมภาษณ์ข้อมูลทั้งสิ้น 26 แห่ง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาข้อมูลเชิงลึก ขยายผลงานวิจัยเชิงปริมาณ และเขียนสรุปผลการวิจัย

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกศึกษาเฉพาะกลุ่มพนักงานที่ทำงานในหน่วยงานภายใต้อุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย ประกอบด้วย 1) บริษัทรับจัดงานประชุมมืออาชีพ (Professional Conference Organizer: PCO) และบริษัทรับจัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (Professional Exhibition Organizer: PEO) จำนวน 33 แห่ง 2) บริษัทรับจัดการจุดหมายปลายทาง (Destination Management Company: DMC) และบริษัทรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel Company) จำนวน 60 แห่ง 3) บริษัทรับจัดกิจกรรมพิเศษ (Events Management Company: EMC) จำนวน 23 แห่ง 4) สถานที่จัดงานประเภทศูนย์ประชุม และแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Convention / Exhibition Venue) จำนวน 20 แห่ง และ 5) สถานที่จัดงานประเภทโรงแรม (Convention Hotel) จำนวน 313 แห่ง รวมจำนวนทั้งสิ้น 449 แห่งทั่วประเทศ ข้อมูลเมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2562 (สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย), 2562; สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย), 2562) ผู้ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยเชิงปริมาณ คือ พนักงานที่ทำงานในหน่วยงานภายใต้อุตสาหกรรมไมซ์ทั้ง 5 กลุ่ม ประกอบด้วยแผนกต่าง ๆ ดังนี้ 1) ฝ่ายทรัพยากรบุคคล 2) ฝ่ายขายและการตลาด 3) ฝ่ายบัญชีและการเงิน 4) ฝ่ายออกแบบงาน 5) ฝ่ายบริหาร และ 6) ฝ่ายอื่น ๆ ส่วนผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ในงานวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ประธานกรรมการ รองประธานกรรมการ ที่ปรึกษา ผู้อำนวยการหรือผู้จัดการฝ่ายต่าง ๆ ในหน่วยงานภายใต้อุตสาหกรรมไมซ์ทั้ง 5 กลุ่ม

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลวิจัย เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงข้อเท็จจริง โดยแบ่งออกเป็น 2 ช่วงหลัก คือ

4.1 การเก็บข้อมูลงานวิจัยเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถาม ช่วงเดือนมีนาคม ถึง ตุลาคม พ.ศ. 2562

4.2 การเก็บข้อมูลงานวิจัยเชิงคุณภาพด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ช่วงเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2562 ถึง มกราคม พ.ศ. 2563

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี (Technology Knowledge)** หมายถึง ทรัพยากรทางด้านเทคโนโลยีที่มีคุณค่าต่อความสามารถขององค์การในการคิดค้นและแข่งขัน ซึ่งพบได้ภายในตัวพนักงาน และแหล่งค้นคว้าข้อมูลต่าง ๆ ภายในองค์การที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์

1.1 **ความรู้คือสินทรัพย์ (Knowledge as Asset)** หมายถึง แหล่งสะสมทรัพยากรทางปัญญาของหน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์ อาจอยู่ในรูปแบบของข้อมูล ความคิด การเรียนรู้ การทำความเข้าใจ ความจำ ความเข้าใจ ความรู้ความเข้าใจ และทักษะด้านเทคนิค และความสามารถที่พนักงานมีติดตัวมาก่อน รวมถึงฐานข้อมูล เอกสาร คู่มือ นโยบายและขั้นตอน ซอฟต์แวร์ และสิทธิบัตรที่มีอยู่ในหน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์ด้วย

1.2 **ความรู้คือความสัมพันธ์ (Knowledge as Relation)** หมายถึง ความสามารถในการตีความองค์ความรู้ที่ได้มาในรูปแบบต่าง ๆ ของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น การเข้าร่วมอบรมกับบุคคลอื่น การพบปะพูดคุยกับบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง การเข้าชมสื่อออนไลน์ต่าง ๆ และนำมาปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับการทำงานในแต่ละงาน

1.3 **ความรู้คือความสามารถ (Knowledge as Capability)** หมายถึง กระบวนการในการทำความเข้าใจ ซึมซับ และนำความรู้ไปใช้อย่างเป็นระบบของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งการใช้ความรู้โดยตรงและการประยุกต์ใช้ความรู้ เพื่อให้องค์การเกิดการใช้ความรู้ที่ดีที่สุด

2. **ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)** หมายถึง กระบวนการของความคิดที่มีความไวต่อปัญหา ข้อบกพร่อง ช่องว่างในความรู้ องค์ประกอบที่ขาดหายไป การไม่ลงรอยกัน และเรื่องอื่น ๆ การระบุนิยามในการค้นหาคำตอบ การคาดเดา หรือการกำหนดสมมติฐานเกี่ยวกับข้อบกพร่อง การทดสอบ และทดสอบซ้ำ และสื่อสารผลลัพธ์ออกมาในท้ายที่สุด ซึ่งเป็นการค้นพบข้อมูลที่อยู่ในตัวพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ หรือความคิดเชิงลึกในเรื่องของความสามารถในการสร้างมุมมองใหม่ที่มีความแตกต่างกัน

2.1 **ความแปลกใหม่ (Novelty)** หมายถึง การสร้างความคิดใหม่ที่น่ามาใช้ในการดำเนินงานของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นความคิดสร้างสรรค์ที่ไม่ซ้ำกับใคร อาจเกิดจากการสร้างขึ้นใหม่ หรือปรับเปลี่ยนจากความคิดที่เคยมีคนคิดไว้ให้เป็นความคิดใหม่ก็ได้

2.2 **ความเป็นประโยชน์ (Potential Usefulness)** หมายถึง การตระหนักถึงการนำความคิดที่มีความแปลกใหม่ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงาน และเกิดคุณค่าต่อการทำงานของอุตสาหกรรมไมซ์

3. เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology) หมายถึง เครื่องมือที่ช่วยให้เกิดการพัฒนาความรู้ ความสามารถ และทักษะ ของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ภายใต้แนวคิดของการใช้ระบบสารสนเทศและการสื่อสาร ข้อมูลต่าง ๆ และวิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์

3.1 แหล่งข้อมูล (Information Kiosks) หมายถึง ฐานข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลในรูปแบบของสื่อดิจิทัลที่ใช้สำหรับการสืบค้นข้อมูล เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคม เครื่องมือสำหรับสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมไมซ์

3.2 การปฏิสัมพันธ์ (Interactive) หมายถึง การกระทำโต้ตอบกันระหว่างพนักงานภายในอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านทางเทคโนโลยีดิจิทัลต่าง ๆ

3.3 การมองเห็น (Visual / Immersive Displays) หมายถึง ภาพการแสดงออกต่าง ๆ ของการมองเห็นบนสื่อดิจิทัลที่โต้ตอบกับผู้ใช้ได้มากกว่าการสัมผัส เช่น พุดคุยโต้ตอบ หรือแสดงกลิ่น รวมไปถึงหน้าจอการทำงานที่น่าสนใจ ทำความเข้าใจ และหาเครื่องมือในการใช้งานได้ง่าย ช่วยให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์

3.4 การเชื่อมต่อแบบออนไลน์ (Connecting to Online and Mobile) หมายถึง การใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ เชื่อมต่อระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์สื่อสารและอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ รวมถึงการแก้ปัญหาในการเชื่อมต่อออนไลน์ เพื่อใช้ดำเนินงานต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานในหน่วยงานของอุตสาหกรรมไมซ์

3.5 การมีส่วนร่วมทางสังคม (Social Engagement) หมายถึง การทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานร่วมกันผ่านทางสื่อดิจิทัล ทั้งในเรื่องของการเข้าถึง การแชร์ และการแบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีที่ช่วยในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมไมซ์

3.6 ป้ายดิจิทัล (Label, Signage) หมายถึง การแสดงสัญลักษณ์เพื่อแสดงถึงความสำคัญของข้อความหรือข้อมูลต่าง ๆ ที่แสดงคำแนะนำการใช้งาน รวมถึงคู่มือการใช้งานเทคโนโลยี ซึ่งจะทำความเข้าใจในการใช้งานเทคโนโลยีมากขึ้น ส่งผลดีต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมไมซ์ และช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4. การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี (Acceptance for Use of Technology) หมายถึง การรับรู้ว่าเทคโนโลยีเป็นสิ่งที่มีความจำเป็น ช่วยให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ ใช้งานได้ง่าย ทำให้ผู้ใช้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการใช้งาน ส่งผลทำให้เกิดความตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยี และนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพในอุตสาหกรรมไมซ์

4.1 ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy: PE) หมายถึง พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์รับรู้ประโยชน์ในการใช้งานของเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ทำให้เกิดความเชื่อว่าเทคโนโลยีนั้นสามารถนำมาใช้ในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.2 ความคาดหวังในความสะดวก (Effort Expectancy) หมายถึง พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์รับรู้ว่าเป็นเทคโนโลยีที่ใช้งานได้ง่าย มีความสะดวกและคล่องตัวในการใช้งาน ทำให้เกิดความเชื่อว่าเทคโนโลยีนั้นสามารถใช้งานได้ทุกเวลาที่ต้องการอย่างสะดวกและรวดเร็ว

4.3 อิทธิพลทางสังคม (Social Influence: SI) หมายถึง กลุ่มของบุคคลที่เกี่ยวข้องที่ส่งเสริมให้เกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านการแนะนำว่าเป็นเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ ใช้งานได้ง่าย

4.4 สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Conditions: FC) หมายถึง สิ่งที่เป็นปัจจัยส่งเสริมให้เกิดความสะดวกในการใช้งานเทคโนโลยีที่ใช้ในการดำเนินงาน เช่น ความเร็วและคุณภาพของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งจะทำให้เกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ได้ง่ายขึ้น

4.5 ความตั้งใจในการใช้งาน (Behavioral Intention: BI) หมายถึง ผลลัพธ์จากการรับรู้ว่าเป็นเทคโนโลยีมีประสิทธิภาพ ใช้งานได้ง่าย โดยมีกลุ่มบุคคลช่วยกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ และเกิดแรงผลักดันที่คิดว่าจะใช้เทคโนโลยีนั้นในอุตสาหกรรมไมซ์

4.6 พฤติกรรมการใช้ (Use Behavior: UB) หมายถึง พฤติกรรมของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ที่นำเทคโนโลยีนั้นไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจริง

5. พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Behavior) หมายถึง พฤติกรรมเชิงบวกที่แสดงออกอย่างสร้างสรรค์ของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งได้รับการออกแบบอย่างมีเป้าหมาย มีความเป็นอิสระ เป็นพฤติกรรมเชิงรุกที่แสวงหาแนวทางใหม่ในการแก้ปัญหาที่ซับซ้อนมีรูปแบบการตอบสนองที่ไม่ซ้ำกัน

5.1 พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว (Adaptive Creative Behavior) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยทำตามแบบอย่างที่เป็นที่ปฏิบัติสืบต่อกันมา ไม่ปรับเปลี่ยนวิธีการ ทำให้เกิดการแสดงพฤติกรรมในรูปแบบของการกระทำต่าง ๆ ที่ส่งผลให้เกิดการใช้เทคโนโลยีตามรูปแบบเดิม ไม่เกิดความท้าทายในการทำงาน

5.2 พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม (Innovative Creative Behavior) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้าง การสนับสนุน หรือการประยุกต์ใช้ความคิด ทำให้เกิดกระบวนการหรือขั้นตอนการทำงานใหม่ โดยไม่ยึดติดกับการทำงานตามกรอบแนวคิดเดิม มีการปรับเปลี่ยนวิธีการใหม่ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์แบบเดิมหรือดีกว่า เกิดความท้าทายในการทำงาน และแก้ไขปัญหาของหน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์ได้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประโยชน์เชิงทฤษฎี

1.1 เกิดองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซีในประเทศไทย

1.2 เกิดการบูรณาการความรู้ในเชิงทฤษฎี ได้แก่ 1) ทฤษฎีองค์ประกอบการรับรู้ (Perception Theory) เป็นทฤษฎีที่ใช้ในการอธิบายถึงการเลือกรับรู้ที่เกิดจากองค์ประกอบของตัวกระตุ้นและองค์ประกอบของบุคคล 2) แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude Concept) เป็นแนวคิดที่อธิบายถึงแนวความคิดที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งทั้งในทางบวกและลบ อันเกิดจากองค์ประกอบด้านความคิดและความรู้ ความรู้สึก และพฤติกรรมในการแสดงออกของแต่ละบุคคล 3) ทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม ซึ่งเป็นทฤษฎีที่อธิบายเกี่ยวกับแนวคิดของการนำความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัลมาพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์หรือรูปแบบการให้บริการแนวใหม่ 4) ทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Adoption and Innovation Theory) เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนในการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี และนำไปประยุกต์ใช้ โดยเกิดจากการรับรู้ จนเกิดความสนใจ การประเมินค่า การทดลองใช้ และเกิดการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ และ 5) ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Adoption and Use of Technology) เป็นทฤษฎีที่เกิดจากการบูรณาการทฤษฎีที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เกี่ยวกับการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ และจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้พนักงานต้องปรับตัวในยุคของการพัฒนาระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ทำให้เกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ตามแนวคิดประเทศไทย 4.0 ซึ่งเกิดจากการพัฒนาตามแนวคิดทางเศรษฐกิจที่เรียกว่า เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ทำให้เกิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ซึ่งเกิดจากการนำความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัลมาบูรณาการร่วมกัน

1.3 เกิดรูปแบบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ซึ่งประกอบด้วย 1) ปัจจัยเชิงสาเหตุของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ซึ่งประกอบด้วย ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัล และ 2) ผลลัพธ์ของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ รวมทั้งยังอธิบายผลกระทบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีในบริบทของประเทศไทย 4.0 ได้ด้วย

1.4 เป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาต่อยอดแนวคิดการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยีดิจิทัล และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ใน บริษัทอื่น ๆ ต่อไป

2. ประโยชน์เชิงการจัดการ

ผู้บริหารหน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการกำหนด นโยบายการพัฒนาบุคลากรในหน่วยงานให้มีความรู้ความสามารถในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการทำงาน พัฒนาเครื่องมือและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าหาความรู้ทางด้านเทคโนโลยี ส่งเสริมให้พนักงานเข้าร่วมอบรมสัมมนา เพื่อให้พนักงานมีองค์ความรู้ใหม่ ๆ ในการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสม มาประยุกต์ใช้กับการทำงาน ส่งเสริมการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในตัวพนักงาน และลงทุนทางด้าน เทคโนโลยี เพื่อนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมเข้ามาประยุกต์ใช้ในการทำงาน และจากงานวิจัยเรื่องนี้ จะทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์เห็นหลักฐานเชิงประจักษ์ว่า อุตสาหกรรมไมซ์ยังต้องการการ สนับสนุนในเรื่องของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัลในเรื่อง ใดบ้าง รัฐบาลจะต้องส่งเสริมและสนับสนุนในเรื่องของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ เพื่อ รองรับขีดความสามารถของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ และอุตสาหกรรมอื่น ๆ ให้สามารถใช้งาน เทคโนโลยีได้อย่างทั่วถึงในระยะยาวต่อไป



บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย เรื่อง การพัฒนารูปแบบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 7 ส่วน ดังนี้

1. ภาพรวมเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์
2. แนวคิดและทฤษฎีพื้นฐานที่ใช้ในงานวิจัย
3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจ
4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี
5. ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัล กับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี
6. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์
7. ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

ภาพรวมเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์

อุตสาหกรรมไมซ์ ประกอบด้วยอุตสาหกรรม 4 ด้านหลัก คือ 1) อุตสาหกรรมการจัดประชุม (Meetings) เป็นการจัดประชุม ฝึกอบรม และสัมมนาขององค์กร รวมไปถึงการจัดกิจกรรมสังสรรค์นอกสถานที่ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในการทำงาน โดยบริษัทจะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการจัดการประชุมให้ 2) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) เป็นการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะที่องค์กรเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวให้เพื่อเป็นรางวัลให้กับพนักงานที่สามารถทำยอดขายได้ตามเป้าหมาย เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน 3) อุตสาหกรรมการจัดประชุมนานาชาติ (Conventions) เป็นการจัดประชุมที่มีผู้เข้าร่วมการประชุมจากหลายประเทศ ส่วนมากจัดโดยหน่วยงานรัฐบาล องค์กรที่ไม่แสวงผลกำไร หรือสมาคมต่าง ๆ เป็นการจัดประชุมที่รวมกลุ่มคนที่ให้ความสนใจในเรื่องเดียวกัน และ 4) อุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) เป็นการจัดงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ซึ่งผู้จัดงานอาจเป็นคนไทย

หรือชาวต่างชาติก็ได้ (บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา, 2554; สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2559; สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2559; สุรเชษฐ์ เชษฐมาส, 2555)

นักเดินทางกลุ่มไมซ์มีลักษณะที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป การเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย การประชุมองค์การ การท่องเที่ยวจากการทำยอดขายได้ทะลุเป้า การเข้าร่วมงานประชุมนานาชาติ รวมถึงการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการด้วย (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2559) หากพิจารณาในเรื่องของค่าใช้จ่ายต่อหัว พบว่านักเดินทางกลุ่มไมซ์มีมูลค่าสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป 2-3 เท่าตัว จึงทำให้อุตสาหกรรมไมซ์มีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม เพราะนักเดินทางกลุ่มนี้มีคุณภาพ และมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย นอกจากนี้ อุตสาหกรรมไมซ์ยังเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และถ่ายทอดเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ได้อีกทางหนึ่ง (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2559) จึงกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมไมซ์เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาประเทศให้มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนได้ตามแนวคิดประเทศไทย 4.0

การดำเนินงานของอุตสาหกรรมไมซ์ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ทำให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมาก ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทุนทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรมจำนวนมากและหลากหลาย หน่วยงานต่าง ๆ จึงให้ความสำคัญและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์มากขึ้น ทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การประชาสัมพันธ์และการตลาด การพัฒนาบุคลากรและความรู้ รวมถึงเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมไมซ์ด้วย (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2554)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออนาคตของอุตสาหกรรมไมซ์ ประกอบด้วยปัจจัย 3 ด้านหลัก คือ 1) ภาวะชะลอตัวทางเศรษฐกิจ ทำให้บริษัทลดการจัดประชุมนอกประเทศลง เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน 2) เทคโนโลยีที่มีผลต่ออุตสาหกรรมไมซ์ในภาพรวม ทั้งนี้มีสาเหตุมาจากการถูกจำกัดด้านต้นทุน ทำให้หลาย ๆ บริษัทนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น การประชุมผ่านทาง Video Conference การจัดงานแบบ Virtual Event หรือ Virtual Exhibition ด้วยการเชื่อมต่อระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การใช้สื่อสังคมออนไลน์ การใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ บนโทรศัพท์มือถือ และ Tablet รวมไปถึงความสามารถในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ทำให้เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทกับการจัดงานและกิจกรรมต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์มากขึ้น และ 3) การจัดงานประชุมอย่างยั่งยืนและการจัดงานประชุมสีเขียว ซึ่งเกิดจากแนวคิดของปัญหาโลกร้อนและผลกระทบที่อาจ

เกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้รูปแบบของการจัดงานไม่เปลี่ยนแปลงไป แต่ต้องมีการรักษาความสมดุลของวัตถุประสงค์ในการจัดงาน คือ ความต้องการของผู้เข้าร่วมประชุม ผลกำไรจากการดำเนินงาน และการควบคุมผลกระทบที่อาจสร้างความเสียหายให้กับสิ่งแวดล้อม (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2555)

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัล เป็นเรื่องที่พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากมีบทบาทสำคัญต่อการทำงาน พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ต้องเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดองค์ความรู้มากเพียงพอที่จะนำเทคโนโลยีดิจิทัลนั้นมาใช้ประกอบการทำงาน ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

แนวคิดและทฤษฎีพื้นฐานที่ใช้ในงานวิจัย

1. ทฤษฎีองค์ประกอบการรับรู้ (Perception Theory)

ทฤษฎีองค์ประกอบการรับรู้ เป็นแนวคิดเกี่ยวกับการเลือกรับรู้ในสิ่งต่าง ๆ เกิดจากการนำความจำ ความรู้ ประสบการณ์ และความเข้าใจเดิม มาใช้วิเคราะห์ ตีความ และแปลความหมาย ผ่านกระบวนการต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล ที่เกิดขึ้นหลังจากการถูกกระตุ้นความรู้สึกรู้สึกจากสิ่งกระตุ้น ทำให้เกิดการเลือกรับรู้เฉพาะข้อมูลที่ตรงกับความต้องการและความพึงพอใจ และแสดงพฤติกรรมที่แตกต่างกัน (Kast, 1985; Quinn, 1985; Schiffman & Kanuk, 2000; นิตยา สุภาภรณ์, 2552)

การรับรู้เป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้และสามารถเลือกที่จะรับรู้ได้ (Perception is Selective) โดยการเลือกที่จะรับรู้สิ่งต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 2 ประการ (Quinn, 1985) คือ

1. องค์ประกอบที่เกิดจากตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้า

ลักษณะของตัวกระตุ้น จะทำให้เกิดการรับรู้ได้ทันที เนื่องจากตัวกระตุ้นเป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดความสนใจของบุคคลได้เป็นอย่างดี ลักษณะของตัวกระตุ้นดังกล่าว มีลักษณะดังต่อไปนี้

1.1 ความเข้มและขนาด เช่น ขนาดที่ใหญ่กว่า สีที่สดใสมากกว่า ทำให้เกิดการรับรู้ได้ชัดเจนกว่าในการมองเห็น เสียงที่ดังกว่า ทำให้รับรู้ได้ชัดเจนกว่าในการฟัง เป็นต้น

1.2 ความแตกต่างกัน เช่น ตัวหนังสือตัวหนา ตัวเอียง หรือการขีดเส้นใต้ข้อความ จะทำให้เกิดการรับรู้ในข้อความนั้นได้ดีกว่าตัวหนังสือปกติทั้งหมด เป็นต้น

1.3 การกระทำซ้ำ การย้ำทำ จำนวนครั้งในการกระทำที่เพิ่มขึ้น จะช่วยให้เกิดการรับรู้ได้ดีกว่าการกระทำเพียงครั้งเดียว เนื่องจาก การทำซ้ำ การย้ำทำ ทำให้เกิดเป็นทักษะ ความชำนาญ

1.4 ความเคลื่อนไหว ตัวกระตุ้นที่มีการเคลื่อนไหว จะทำให้เกิดการรับรู้ได้ดีกว่าตัวกระตุ้นที่อยู่นิ่ง

1.5 ความแปลกใหม่ สิ่งที่ไม่เคยพบมาก่อน เป็นสิ่งแปลกใหม่ที่ทำให้เกิดการรับรู้จากความน่าสนใจและการเปลี่ยนแปลงในความสนใจของบุคคล

1.6 อิทธิพลจากสังคม เป็นการใช้สิ่งที่มีอิทธิพลทางสังคมกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ที่น่าสนใจ เช่น บุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

2. องค์ประกอบที่เกิดจากบุคคล

เป็นลักษณะของบุคคลที่ทำให้เกิดการรับรู้ต่าง ๆ ลักษณะของบุคคล ประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 ประการ ดังต่อไปนี้

2.1 องค์ประกอบด้านร่างกาย อวัยวะในการรับรู้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของบุคคลแต่ละคนมีความแตกต่างกัน ทำให้เกิดการรับรู้ที่แตกต่างกัน

2.2 องค์ประกอบด้านจิตวิทยา เป็นองค์ประกอบภายในที่ทำให้เกิดการเลือกรับรู้ในเรื่องต่าง ๆ ประกอบด้วย

2.2.1 ความสนใจ เป็นการเลือกรับรู้ในนวัตกรรมที่ตนเองสนใจ จนทำให้เกิดการยอมรับ และนำนวัตกรรมนั้นมาใช้งาน

2.2.2 ความคาดหวัง เป็นการตั้งเงื่อนไขที่ทำให้เกิดความต้องการ หากเป็นไปตามที่คาดหวัง จะทำให้เกิดการรับรู้และยอมรับในนวัตกรรมนั้น

2.2.3 ความต้องการ เป็นข้อกำหนดที่ทำให้เกิดการรับรู้ในสิ่งที่ต้องการ หากนวัตกรรมนั้นเป็นสิ่งที่ตรงกับความต้องการ จะทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมนั้นได้ง่ายขึ้น

2.2.4 การเห็นคุณค่า เป็นการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน หากเห็นว่านวัตกรรมนั้นมีประโยชน์ต่อการใช้งาน จะทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมนั้นได้ง่ายขึ้น

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ทฤษฎีนี้สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีกับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีในมุมมองของการเลือกรับความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่จำเป็นต้องใช้ในการทำงาน ส่งผลให้เกิดการเลือกใช้ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการขององค์กร ทำให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงาน และส่งผลให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude Concept)

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกและความคิดของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งในทางบวกหรือลบก็ได้ โดยอาจเป็นความรู้สึกและความคิดที่มีต่อบุคคล สิ่งของ หรือสถานการณ์บางอย่าง และพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาเชิงพฤติกรรมหรือแสดงออกในรูปแบบของความคิดเห็นตามความรู้สึกของตนเอง (Allport, 1967; Good, 1959; Schiffman & Kanuk, 2000; Thurstone, 1929)

ทัศนคติประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ด้าน (Sharon & Saul, 1996) คือ

1. องค์ประกอบด้านความคิดและความรู้ (Cognitive Component) เป็นการรับรู้ข้อมูลและความรู้ต่าง ๆ ที่ได้รับมา โดยเกิดจากประสบการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับตนเอง และนำมาตีความเป็นความเข้าใจของตนเอง
2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) เป็นความรู้สึกของแต่ละบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ รอบข้าง ซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล เช่น ดีหรือไม่ดี ชอบหรือไม่ชอบ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย เป็นต้น
3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) เป็นการแสดงออกเชิงพฤติกรรมของแต่ละบุคคล อันเกิดจากความคิด ความรู้ และความรู้สึกของตนเองที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ รอบข้าง และเกิดการแสดงพฤติกรรมในการยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งต่าง ๆ

ทัศนคติของพนักงานที่ทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากต่อการปฏิบัติหน้าที่ต่าง ๆ สิ่งหนึ่งที่สำคัญคือทัศนคติเชิงบวกที่สอดคล้องกับหน้าที่และลักษณะงานของอุตสาหกรรม จะช่วยให้การปฏิบัติงานมีความราบรื่นและเกื้อหนุนต่อความก้าวหน้าในอาชีพด้วย นอกจากนี้ การมีทัศนคติที่ดีจะช่วยให้เกิดความสุขในการทำงาน เกิดกำลังใจและมีเป้าหมายที่ชัดเจนในการทำงาน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2555) ดังนั้น ทัศนคติเชิงบวกของพนักงานที่ทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2555) สามารถสรุปประเด็นได้ดังนี้

ทัศนคติที่ 1 ทัศนคติในการให้บริการ ต้องมีความมุ่งมั่นและเต็มใจให้บริการ การบริการด้วยคุณภาพและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ครบถ้วนถือเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากคุณภาพการให้บริการจะก่อให้เกิดความประทับใจ นำไปสู่รายได้และฐานลูกค้าที่เพิ่มขึ้น

ทัศนคติที่ 2 ทัศนคติในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ รูปแบบและองค์ประกอบของการจัดงานไมซ์มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งจากภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้น และการนำเทคโนโลยีต่าง

ๆ เข้ามาใช้ในการจัดงาน ทำให้บุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ต้องมีการเรียนรู้และพัฒนาตนเองตลอดเวลา เพื่อให้ทันกับกระแสการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะในรูปแบบการจัดงานใหม่ การนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาประยุกต์ใช้ การนำแนวคิดเรื่องการประหยัดพลังงานและรักษาสิ่งแวดล้อม และการช่วยเหลือสังคม เป็นต้น ดังนั้น การพัฒนาทั้งทักษะและความรู้ของตนเองจะเป็นส่วนที่สำคัญต่อความสำเร็จและความก้าวหน้าในการปฏิบัติหน้าที่ในอุตสาหกรรมไมซ์

ทัศนคติที่ 3 ทัศนคติในการมีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่และสังคม การจัดงานด้านไมซ์อยู่ภายใต้ขอบเขตของระยะเวลาที่จำกัด บุคลากรในอุตสาหกรรมต้องทุ่มเทกำลังกายและกำลังใจในการปฏิบัติงานให้เสร็จสิ้น ไม่ว่าจะงานจะหนักอย่างไรก็ต้องใช้ความอดทน ดังนั้น ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการทำงานหนักจึงเป็นอีกส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยเช่นกัน

ทัศนคติทั้ง 3 ด้านที่กล่าวมาแล้วข้างต้น เป็นทัศนคติที่มีความจำเป็นและมีความสำคัญที่จะแสดงให้เห็นถึงลักษณะและแนวความคิดของบุคคลที่มีความเหมาะสมกับการปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมไมซ์ได้เป็นอย่างดี

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรได้หลายตัวแปร ได้แก่ 1) ตัวแปรความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีกับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี โดยพิจารณาจากมุมมองของการรับรู้ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่มีความเหมาะสมกับการทำงาน เลือกว่าดีหรือไม่ดี เหมาะสมหรือไม่เหมาะสม อันเกิดจากการตีความของตนเอง หลังจากที่ได้รับรู้นั้นมาแล้ว 2) ตัวแปรความคิดสร้างสรรค์กับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี โดยพิจารณาจากทัศนคติในการเรียนรู้สิ่งใหม่และนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงาน เช่น ออกแบบรูปแบบการจัดงานใหม่ ๆ ด้วยโปรแกรมทางด้านกราฟิก เพื่อให้เกิดความสวยงาม การคิดวิธีการใหม่ ๆ ในการทำงานผ่านเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน 3) ตัวแปรเทคโนโลยีดิจิทัลกับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี โดยพิจารณาเลือกนำเทคโนโลยีที่ใช้งานได้ง่ายเข้ามาใช้ในหน่วยงาน และ 4) ตัวแปรการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ โดยพิจารณาจากการแสดงออกเชิงพฤติกรรมของพนักงานที่ใช้เทคโนโลยีในการทำงาน โดยยอมรับหรือปฏิเสธการใช้งานเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการทำงานนั้น

3. ทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม (Innovation Theory)

นวัตกรรมถือได้ว่าเป็นสิ่งใหม่ที่เกิดจากการนำทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์การมาใช้พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ หรือกระบวนการทำงานใหม่ โดยอาศัยการใช้ความรู้ ทักษะประสบการณ์ ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยี และมีประโยชน์เชิงเศรษฐกิจและสังคม (Drucker, 1985, 1993; Harrison, 2010; Herkema, 2003; สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, พักต์ผจง วัฒนสนธิ์, อัจฉรา จันทร์ฉาย , & ประกอบ บุปรัตน์, 2553)

มิติสำคัญของนวัตกรรมประกอบด้วย 3 ด้านหลัก (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ et al., 2553) คือ 1) ความใหม่ (Newness) เป็นผลิตภัณฑ์ การบริการ หรือกระบวนการที่สร้างขึ้นใหม่ ซึ่งอาจจะปรับปรุงมาจากสิ่งที่มีอยู่เดิม หรือพัฒนาขึ้นมาใหม่เลยก็ได้ (Betje, 1998; Freeman & Soete, 1997; Herkema, 2003; Schilling, 2008; Tushman & Nadler, 1986; Utterback, 1971, 1994, 2004) 2) ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (Economic Benefits) สิ่งที่พัฒนาขึ้นใหม่นั้นต้องมีมูลค่าเพิ่ม และเป็นประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ สามารถวัดได้ทั้งมูลค่าที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน (Damanpour, 1987; Drucker, 1985, 1993; DTI, 2004; Smits, 2002; Utterback, 1971, 1994, 2004) และ 3) การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Knowledge and Creativity Idea) เป็นฐานในการพัฒนาขึ้นใหม่ ไม่ได้เกิดจากการลอกเลียนแบบหรือทำซ้ำสิ่งที่มีผู้อื่นทำไว้อยู่แล้ว (Drucker, 1985, 1993; DTI, 2004; Evan, 1966; Herkema, 2003; Lemon & Sahota, 2003; Perez-Bustamante, 1999; Rogers, 1995; Schilling, 2008; Smits, 2002)

การแบ่งประเภทของนวัตกรรม สามารถแบ่งออกได้เป็นหลายลักษณะ คือ 1) การแบ่งประเภทตามเป้าหมายของนวัตกรรม (Target of Innovation) ประกอบด้วย 2 ประเภท คือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) และ นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) 2) การแบ่งประเภทตามระดับของการเปลี่ยนแปลง (The Degree of Change) ประกอบด้วย 2 ประเภท คือ นวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงแบบเฉียบพลัน (Radical Innovation) และ นวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Innovation) และ 3) การแบ่งประเภทตามขอบเขตของผลกระทบ (The Area of Impact) ประกอบด้วย 2 ประเภท คือ นวัตกรรมทางเทคโนโลยี (Technological Innovation) และ นวัตกรรมทางการบริหาร (Administrative Innovation) (Bessant & Tidd, 2007; Gopalakrishnan & Dammanpour, 1997; Schilling, 2008; Smith, 2006) ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดของนวัตกรรมแต่ละประเภทได้ดังนี้

การแบ่งประเภทตามเป้าหมายของนวัตกรรม (Target of Innovation)

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) หมายถึง การสร้างหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมไปถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพดีขึ้น (รักษ์ วรกิจโกศาทร, 2547) ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบของการบริการก็ได้ (Schilling, 2008; Smith, 2006)

นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) หมายถึง การประยุกต์ใช้แนวคิด วิธีการ หรือกระบวนการใหม่ ที่ส่งผลให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ (รักษ์ วรกิจโกศาทร, 2547) โดยมุ่งไปที่การควบคุม การปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต และการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงกิจกรรม หรือกระบวนการเชิงระบบ ซึ่งประกอบ การ ปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการ (Process) และ ผลลัพธ์ (Output) (Abernathy & Utterback, 1978; Damanpour & Gopalakrishnan, 2001; Tushman & Nadler, 1986)

การแบ่งประเภทตามระดับของการเปลี่ยนแปลง (The Degree of Change)

นวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงแบบเฉียบพลัน (Radical Innovation) หมายถึง นวัตกรรมที่มีความแตกต่างจากของเดิมอย่างสิ้นเชิง (Schilling, 2008) จึงเป็นการออกแบบโดยใช้แนวคิดใหม่ทั้งหมดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Smith, 2006) ทำให้เกิดการออกแบบที่เป็นต้นแบบของนวัตกรรมใหม่ (Henderson & Clark, 1990)

นวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Innovation) หมายถึง นวัตกรรมที่เกิดการเปลี่ยนแปลงจากสิ่งที่มีอยู่เดิมทีละเล็กทีละน้อย (Gatignon, Tushman, Smith, & Anderson, 2002; Schilling, 2008; รักษ์ วรกิจโกศาทร, 2547) โดยพัฒนาจากพื้นฐานแนวคิด หรือการออกแบบจากสิ่งเดิม ทั้งนี้ ความสามารถในการเปลี่ยนแปลงจะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ และความต้องการของลูกค้า (Ettlit, Bridges, & O'Keefe, 1984; Gopalakrishnan & Dammanpour, 1997; Tidd, Bessant, & Pavitt, 2005)

การแบ่งประเภทตามขอบเขตของผลกระทบ (The Area of Impact)

นวัตกรรมทางเทคโนโลยี (Technological Innovation) หมายถึง นวัตกรรมหรือการพัฒนาสิ่งใหม่ที่อยู่บนพื้นฐานภายใต้ขอบเขตของการพัฒนาที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งนี้ เป็นเพราะความต้องการของผู้บริโภคถูกตอบสนองโดยเทคโนโลยีสารสนเทศและสามารถสร้างให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ ยังสร้างให้เกิดแรงผลักดัน

ก่อให้เกิดความก้าวหน้าทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง สิ่งแวดล้อม และสภาพความเป็นอยู่ของประชากรด้วย (Schilling, 2008; Utterback & Suarez, 1993; พันธุ์อาจ ชัยรัตน์, 2547) จึงกล่าวได้ว่า นวัตกรรมทางเทคโนโลยีเป็นไปได้ทั้งนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงแบบเฉียบพลัน และนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไป หากการพัฒนาวัตกรมนั้นอยู่บนพื้นฐานของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (Damanpour, 1987; Evan, 1966; Kimberly & Evanisko, 1981; Utterback & Abernathy, 1975)

นวัตกรรมทางการบริหาร (Administrative Innovation) หมายถึง แนวทางการคิดค้น การเปลี่ยนแปลงรูปแบบวิธีการ ตลอดจนกระบวนการจัดการองค์การใหม่ ที่ทำให้ระบบการทำงาน การผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการให้บริการขององค์การมีประสิทธิภาพมากขึ้น (รักษ วรกิจโกศพร, 2547) โดยอาศัยการจัดการความรู้เพื่อการพัฒนาองค์การ (Knowledge Management) การพัฒนารูปแบบการดำเนินธุรกิจลักษณะเปิด (Open Business Models) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดของการพัฒนานวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation) (Chesbrough, 2006; Tidd et al., 2005) เป็นเรื่องที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับนโยบาย โครงสร้างองค์การ ระบบ รูปแบบ และกระบวนการจัดการในองค์การ ซึ่งต่างจากนวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่มีผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมกระบวนการ (Cooper, 1998; Gopalakrishnan & Dammanpour, 1997)

นวัตกรรมเป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งของการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อใช้สร้างความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขัน โอกาสทางการตลาด และความสำเร็จต่อธุรกิจ โดยที่ผู้ประกอบการใช้เรื่องของการเปลี่ยนแปลงเป็นโอกาสในการสร้างความแตกต่างทางธุรกิจ จึงกล่าวได้ว่า การเป็นผู้ประกอบการและการมีนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ต่อกัน (Drucker, 1994; Kanungo, 1999; Zhao, 2001) ทั้งนี้ ได้มีการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีของนวัตกรรมในเชิงเศรษฐศาสตร์ด้วย โดยได้ระบุแนวคิดของการศึกษาทางด้านนวัตกรรมแบ่งออกเป็น 3 มุมมอง คือ 1) มุมมองในด้านผู้ประกอบการ (The Entrepreneur Paradigm) 2) มุมมองด้านเศรษฐศาสตร์และเทคโนโลยี (The Technology Economics Paradigm) และ 3) มุมมองด้านกลยุทธ์ (The Strategic Paradigm)

นวัตกรรมจะช่วยสร้างการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจก็ต่อเมื่อผู้ประกอบการได้สร้างนวัตกรรมเพื่อมุ่งหวังผลประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า ผู้ประกอบการเป็นผู้มีบทบาทและความสำคัญต่อกระบวนการพัฒนานวัตกรรม และนวัตกรรมก็มีบทบาทต่อการทำให้การเป็น

ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จ (Schumpeter, 1934) นอกจากนี้ยังกล่าวได้ว่า ผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่สามารถจัดตั้งธุรกิจใหม่ด้วยการใช้ความคิดใหม่ผสมผสานสิ่งที่มีอยู่เดิมเพื่อสร้างนวัตกรรมที่ทำให้เกิดความมั่งคั่งต่อตนเองและสังคม อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการที่มีความรู้ สามารถเข้าถึงความรู้ และจัดการกับความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดนวัตกรรม (Adams & Lamont, 2003; Bessant & Tidd, 2007; Cardinal, Alessandri, & Turner, 2001; Darroch & McNaughton, 2002; Gurteen, 1998; Pyka, 2002; Shani (Rami), Sena, & Olin, 2003)

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรเทคโนโลยีดิจิทัลกับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีได้อย่างชัดเจน ในมุมมองของนวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นมาใหม่ ทำให้ผู้ใช้สามารถเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการทำงานในแต่ละแผนกได้ นอกจากนี้ การพัฒนานวัตกรรมยังเกิดจากการนำความรู้ที่มีอยู่ในตัวผู้ประกอบการมาประยุกต์ใช้และพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่สอดคล้องกับการทำงาน และส่งผลให้เกิดการนำเทคโนโลยีไปใช้งานได้อย่างเหมาะสมด้วย

4. ทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Adoption of Innovation and Technology Theory)

การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีเป็นกระบวนการยอมรับที่เกิดขึ้นตามขั้นตอน โดยกล่าวถึงพฤติกรรมที่แสดงออกของบุคคลในสังคมที่จะยอมรับและนำไปปฏิบัติ สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ขั้นตอน (Rogers & Shoemaker, 1978) คือ 1) ขั้นตอนการรับรู้ (Awareness Stage) เป็นขั้นตอนที่ยังไม่มีความรู้ลึกซึ้งในรายละเอียดของเนื้อหาหรือประโยชน์ของนวัตกรรม ทำให้เกิดความอยากรู้อยากเห็น และจะนำไปสู่การยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใหม่หรือวิธีการใหม่ที่มีความเกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพหรือกิจกรรมของบุคคลนั้นได้ 2) ขั้นตอนความสนใจ (Interest Stage) เป็นขั้นตอนที่เริ่มให้ความสนใจหารายละเอียดของเนื้อหาเกี่ยวกับวิทยาการใหม่ ซึ่งจะทำให้มีความรู้เกี่ยวกับสิ่งใหม่หรือวิธีการใหม่นั้นมากขึ้น โดยขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพ (Personality) ค่านิยม (Popularity) บรรทัดฐานทางสังคม (Social norms) หรือประสบการณ์ (Experience) ของบุคคลนั้น 3) ขั้นตอนการประเมินค่า (Evaluation Stage) เป็นขั้นตอนที่จะนำสิ่งใหม่หรือวิธีการใหม่มาคิด วิเคราะห์ และไตร่ตรองถึงประโยชน์ในการลองใช้ โดยบุคคลส่วนมากจะมองว่าการนำสิ่งใหม่มาใช้เป็นความเสี่ยง ไม่แน่ใจถึงผลที่จะได้รับ ขั้นตอนนี้จึงเป็นการเสริมแรง (Reinforcement) เพื่อให้แน่ใจว่าการตัดสินใจนั้นเป็นการ

สร้างความรู้สึกที่ดีต่อนวัตกรรม มีคุณค่า และมีประโยชน์ 4) ขั้นตอนการทดลอง (Trial Stage) เป็นขั้นตอนของการทดลองนำสิ่งใหม่หรือวิธีการใหม่มาใช้กับสถานการณ์ที่ตนเองเกี่ยวข้อง เป็นการทดลองเพียงบางส่วน เพื่อดูผลลัพธ์และประโยชน์ที่จะได้รับว่าดีจริงตามขั้นตอนการประเมินค่าหรือไม่ ผลที่ได้รับจะมีผลต่อการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธต่อไป และ 5) ขั้นตอนการยอมรับ (Adoption Stage) เป็นขั้นตอนของการนำไปใช้ปฏิบัติในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับตนเองอย่างเต็มที่ หลังจากทดลองปฏิบัติแล้วพบว่ามีความประโยชน์ ทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมนั้น

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรได้ใน 2 ส่วน คือ 1) ตัวแปรความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัล กับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี และ 2) ตัวแปรการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งสะท้อนได้จากกระบวนการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีในแต่ละขั้นตอน และนำไปสู่การแสดงออกเชิงพฤติกรรมในการนำเทคโนโลยีไปใช้งาน เป็นพฤติกรรมเชิงบวกที่หน่วยงานต้องการให้เกิดขึ้นกับพนักงานทุกคน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจ

1. ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ (Business Economics Theory)

เศรษฐศาสตร์ หมายถึง ศาสตร์ที่ใช้ศึกษารูปแบบพฤติกรรมที่มนุษย์เลือกใช้และแสดงออกในการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ทั้งในมุมของการผลิต การกระจาย และการบริโภค หรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น ๆ เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์สูงสุด และตอบสนองต่อความต้องการที่ไม่จำกัดของมนุษย์ (Barre & Fontanel, 1991; Colander, 2004; พิระ เจริญพร, 2554)

ความรู้ความเข้าใจในเรื่องของศาสตร์ กล่าวโดยสรุปได้ว่า ศาสตร์เป็นเรื่องขององค์ความรู้ที่นำไปประยุกต์ใช้อธิบาย อรรถาธิบาย ทำนาย พยากรณ์ปรากฏการณ์ต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจในสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบ ๆ ตัวเรา (เกิดศิริ เจริญวิศาล, 2552) จะเห็นได้ว่าเศรษฐศาสตร์เป็นศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต จึงต้องอาศัยทรัพยากรที่เป็นปัจจัยในการผลิต ได้แก่ ที่ดิน แรงงาน ทุน และการจัดการ ซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ดังนั้น ถ้านำมาเปรียบเทียบกับความต้องการของมนุษย์ที่ไม่มีวันจบสิ้น ทำให้ต้องคำนึงถึงทางเลือกสำหรับการผลิต (Choice) และค่าเสียโอกาสใน

การผลิตสินค้าอื่น (Opportunity Cost) ด้วย (Baumol & Blinder, 1991) ปัญหาที่เกิดขึ้นนี้ ทำให้เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจพื้นฐาน คือ จะผลิตสินค้าและบริการอะไร จะผลิตสินค้าและบริการจำนวนเท่าใด วิธีการผลิตจะเป็นอย่างไร และใครจะเป็นผู้ใช้สินค้าและบริการนั้น การจะตอบคำถามเหล่านี้ได้ ต้องพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ภายใต้ความสมดุล (Equilibrium) ของอุปสงค์และอุปทาน (Demand and Supply) (Baumol & Blinder, 1991; Colander, 2004; พีระ เจริญพร, 2554) ผู้บริโภคจะเป็นผู้กำหนดว่าจะผลิตสินค้าและบริการอะไร ส่วนจะผลิตอย่างไรและจำนวนเท่าไรนั้น ผู้ผลิตจะต้องศึกษาภาวะการแข่งขัน อันประกอบไปด้วย ต้นทุนการผลิต กลุ่มลูกค้า และผู้รับผลประโยชน์จากสินค้าที่ผลิต ซึ่งถูกกำหนดโดยกลไกการทำงานของอุปสงค์และอุปทานในตลาดปัจจัยการผลิต (เกิดศิริ เจริญวิศาล, 2552) จึงกล่าวได้ว่า แนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ถูกนำไปใช้แก้ปัญหาการจัดการทรัพยากรทางธุรกิจ

จากข้อมูลข้างต้น สรุปได้ว่า ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ เป็นการนำทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์มาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการองค์การทางธุรกิจ และนำมาใช้เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจให้กับองค์การธุรกิจหรืออุตสาหกรรม โดยอาศัยการวิเคราะห์ปัจจัยอื่น ๆ ประกอบ ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ สภาพตลาดด้านคู่แข่ง และตลาดด้านผู้บริโภค ทำให้เกิดการเลือกทางเลือกอย่างเหมาะสม (เกิดศิริ เจริญวิศาล, 2552) โดยมีความเสี่ยงน้อยที่สุด และคำนึงถึงกำไรขององค์การและคุณภาพของสินค้าไปพร้อม ๆ กัน (สังวร ปัญญาติล, วลัย ขวลิตรำรง, & สุพพตา ปิยะเกศิน, 2546)

ผู้บริหารในองค์การธุรกิจต้องเจอกับปัญหาในองค์การซึ่งมีลักษณะเหมือนกันกับปัญหาทางเศรษฐศาสตร์ กล่าวคือ ต้องตัดสินใจในการจัดสรรทรัพยากรภายในองค์การที่มีอยู่อย่างจำกัด เช่น เงินทุน ที่ดิน โรงงาน อุปกรณ์ วัตถุดิบ ความรู้ เทคโนโลยีการผลิต สมรรถภาพในการสร้างมูลค่าหรือคุณค่าให้กับสินค้าและบริการเพื่อดำเนินงานผลิต จำหน่ายสินค้าหรือบริการไปสู่ผู้ซื้อในตลาด (พีระ เจริญพร, 2554) นอกจากแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ถูกนำไปใช้ในการแก้ปัญหาการจัดการทรัพยากรในธุรกิจเบื้องต้นแล้ว ยังต้องพิจารณาเพิ่มเติม ในเรื่องของความแตกต่างของสินค้าและบริการ เทคโนโลยีการผลิต การบริหารจัดการการใช้ปัจจัยการผลิต เช่น องค์การควรทำการผลิตวัตถุดิบเองหรือจัดซื้อจากผู้ผลิตอื่นในตลาด การประหยัดต้นทุนการผลิตในเรื่องของขนาดและความหลากหลาย การตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาการเพิ่มกำลังการผลิต การกระจายการผลิตสู่สินค้าใหม่ หรือการจำหน่ายในตลาดและกลุ่มผู้ซื้อใหม่ การลงทุนในเทคโนโลยีการผลิตและการจัดจำหน่าย รวมทั้งการกำหนดตำแหน่งของสินค้าและบริการเพื่อสร้างความได้เปรียบการแข่งขัน รวมไปถึงแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ยังถูกนำไปใช้กับการตัดสินใจเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าและคุณค่าของสินค้าและบริการ เช่น การเลือก

วิธีการกำหนดราคาภายใต้สภาพการแข่งขันต่าง ๆ การวางตำแหน่งสินค้า การคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าที่ผลิต กลยุทธ์ที่ใช้ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน จะเลือกเน้นที่ต้นทุนการผลิตหรือสร้างคุณค่าของสินค้า เป็นต้น ดังนั้น องค์การธุรกิจสามารถเลือกตัดสินใจเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ภายใต้ข้อจำกัดทางด้านทรัพยากรและสภาวะแวดล้อมที่องค์การธุรกิจเผชิญอยู่ จึงมีการผสมแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์กับทฤษฎีการตัดสินใจ การตลาด การบริหารและการจัดการเชิงกลยุทธ์เข้าด้วยกัน กลายเป็นศาสตร์ที่เรียกว่า “เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ (Business Economics)” เป็นการศึกษาปัญหาที่เกี่ยวข้องกับองค์การธุรกิจ การจัดการ และกลยุทธ์ต่าง ๆ เช่น เหตุผลที่ต้องมีกิจการ สาเหตุที่ธุรกิจขยายตัวทั้งแนวนอนและแนวตั้ง รูปแบบโครงสร้างองค์กร ความสัมพันธ์ของบริษัทกับพนักงาน และการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ

2. แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-Based Economy Concept)

เศรษฐกิจฐานความรู้ หมายถึง เศรษฐกิจที่มีพื้นฐานมาจากการผลิต การกระจาย การประยุกต์ใช้ความรู้ และการจัดการความรู้ โดยมุ่งเน้นการลงทุนในความรู้ และการนำมาใช้ประโยชน์บนพื้นฐานของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับระบบเศรษฐกิจ โดยมุ่งเน้นความสำคัญไปที่การลงทุนมนุษย์ (Human Capital) (Drucker, 1969; Ghosh & Ghosh, 2009; Mortazavi & Bahrami, 2012; OECD, 1996)

แนวคิดเรื่องเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-Based Economy: KBE) เกิดจากการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่โลกสมัยใหม่ มีข้อมูลข่าวสารเป็นจำนวนมากอยู่ในระบบออนไลน์ ทำให้การเข้าถึงข้อมูลและสารสนเทศต่าง ๆ สะดวกและรวดเร็วมากขึ้นผ่านเทคโนโลยีการสื่อสาร ดังนั้น เศรษฐกิจฐานความรู้จึงเป็นที่พึ่งของการผลิต การจำหน่าย และการประยุกต์ใช้ความรู้และสารสนเทศ และพยายามที่จะใช้ประโยชน์จากความรู้เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและนโยบายขององค์การและหน่วยงานระหว่างประเทศ (Mortazavi & Bahrami, 2012) เศรษฐกิจฐานความรู้มุ่งประเด็นไปที่ 3 มุมมองหลัก ได้แก่ 1) ความรู้คือสินทรัพย์ (Knowledge as Asset) ได้แก่ ความรู้ที่อยู่ในทรัพยากรบุคคล พินิจเชี่ยวชาญ เครื่องจักร อุปกรณ์ การติดตั้ง และขั้นตอนทางเทคโนโลยีขององค์การธุรกิจ รวมไปถึงแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ในองค์การที่พนักงานสามารถเข้าไปค้นคว้าหาข้อมูลมาใช้ประกอบการทำงานได้ 2) ความรู้คือความสัมพันธ์ (Knowledge as Relation) ได้แก่ การสร้างสังคมและการใช้ทรัพยากรร่วมกัน ผ่านการฝึกอบรมทั้งภายในและภายนอก รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันของบุคลากรในองค์การ และ 3) ความรู้คือความสามารถ (Knowledge as Capability) ได้แก่ ความสามารถของ

องค์การและความสามารถของบุคคลในสังคม (Dang & Umemoto, 2009) ซึ่งกล่าวได้ว่า ความรู้ และนวัตกรรม เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดการพัฒนาด้านเศรษฐกิจมากกว่าเงินลงทุนและแรงงาน ทำให้องค์การต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับฐานความรู้ องค์การต่าง ๆ จึงต้องปรับตัวให้กลายเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) เพื่อสร้างนวัตกรรมและองค์ความรู้ใหม่ ความรู้ (Knowledge) จึงเป็นพื้นฐานในการนำไปสู่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและช่วยเพิ่มความสามารถในการผลิต เพื่อนำไปสู่ทิศทางใหม่ตามบทบาทของการเรียนรู้ข้อมูล สารสนเทศ และเทคโนโลยี ซึ่งจะส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจประสบความสำเร็จ (Dahlman, 2003)

เศรษฐกิจฐานความรู้ให้ความสำคัญกับความรู้เป็นจำนวนมากที่อยู่ในระบบออนไลน์ การค้นคว้าหาข้อมูลใหม่ ๆ จึงต้องดำเนินการผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำให้ต้องใช้ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี เพื่อให้เกิดการค้นหาคำตอบความรู้ใหม่ ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์เองก็ต้องปรับตัวเช่นเดียวกัน เนื่องจาก ความรู้เกี่ยวกับการทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์เป็นความรู้เฉพาะด้านเกี่ยวกับการจัดการประชุม การจัดงานนิทรรศการ รวมไปถึงการจัดการจัดกิจกรรมพิเศษที่มีความแปลกใหม่และแตกต่างจากงานอื่น ๆ เป็นงานที่ต้องใช้ความคิดต่อยอดในการออกแบบงานใหม่ ๆ ทำให้ต้องใช้องค์ความรู้ใหม่ ๆ เป็นจำนวนมากอย่างต่อเนื่อง พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์จึงต้องปรับตัวเพื่อนำความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีเข้ามาใช้เป็นเครื่องมือในการทำงานด้วย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องของนักวิชาการหลายคนพบว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนาศรษฐกิจฐานความรู้ ได้แก่ 1) ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) 2) ระบบนวัตกรรม (Innovation System) 3) เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technology) 4) บริบทและสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ (Context and Business Environment) 5) เศรษฐกิจและสังคม (Economics and Society) และ 6) การเมืองและการปกครอง (Institutional Regime) (Atkinson & H., 2002; Dahlman, 2003; Gera, Lee-Sing, & Newton, 1998; Houghton & Sheehan, 2000; Landefeld & Fraumeni, 2000; Leontief, 1993; Spencer, 2003; Trewin, 2002) ซึ่งสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจฐานความรู้

	ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource)	ระบบนวัตกรรม (Innovation System)	เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information and Communication Technology)	บริบทและ สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ (Context and Business Environment)	เศรษฐกิจและสังคม (Economic and Society)	การเมือง การปกครอง (Institutional Regime)
OECD Model (OECD, 1996, 2002)	พัฒนาทรัพยากรมนุษย์	ศักยภาพของนวัตกรรม	การแพร่กระจายของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	พื้นฐานเศรษฐศาสตร์และสังคม	สถานการณ์เศรษฐกิจ	-
APEC Framework	พัฒนาทรัพยากรมนุษย์	ระบบนวัตกรรม	โครงสร้างทางเทคโนโลยี	สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ	-	-
ABS Framework	พัฒนาทรัพยากรมนุษย์	ระบบนวัตกรรม	สารสนเทศและการสื่อสาร	บริบททางธุรกิจ	เศรษฐกิจและสังคม	-
World Bank (World Bank, 2004)	การศึกษาของประชากร	ระบบนวัตกรรม	โครงสร้างข้อมูลสารสนเทศ	สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ	-	การเมือง การปกครอง
UNECE Model	ทรัพยากรมนุษย์	ระบบนวัตกรรม	ระบบสารสนเทศ	-	-	การเมือง การปกครอง
Harvard Model	เครือข่ายการวิจัย	-	เครือข่ายการเข้าถึง	เครือข่ายทางเศรษฐกิจ	เครือข่ายทางสังคม	-
New Economy Index	แรงงานที่ใช้ความรู้	ศักยภาพทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม	โลกาภิวัตน์	ภาพการแข่งขันทางเศรษฐกิจ	ระบบเศรษฐกิจแนวใหม่	-

	ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource)	ระบบนวัตกรรม (Innovation System)	เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technology)	บริบทและสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ (Context and Business Environment)	เศรษฐกิจและสังคม (Economic and Society)	การเมืองการปกครอง (Institutional Regime)
Hong Kong Framework (Leung, 2004)	พัฒนาทรัพยากรมนุษย์	ระบบนวัตกรรม	สารสนเทศและการสื่อสาร	สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ	-	-
NSTDA Thailand	พัฒนาทรัพยากรมนุษย์	ระบบนวัตกรรม	สารสนเทศและการสื่อสาร	สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ	-	-

ที่มา : (Atkinson & H., 2002; Dahlman, 2003; Gera et al., 1998; Houghton & Sheehan, 2000; Landefeld & Fraumeni, 2000; Leontief, 1993; Spencer, 2003; Trewin, 2002)

จากแนวคิดเศรษฐกิจฐานความรู้ ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมจากตำรา วรรณกรรม งานวิจัย และบทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความรู้ เพื่อสังเคราะห์องค์ประกอบของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี เพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ สรุปได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปองค์ประกอบของตัวแปรความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี

ผู้แต่ง (ปี)	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี (Technology Knowledge)		
	ความรู้คือสินทรัพย์ (Knowledge as Asset)	ความรู้คือความสัมพันธ์ (Knowledge as Relation)	ความรู้คือความสามารถ (Knowledge as Capability)
1. Bollinger and Smith (2001)	✓	✓	✓
2. Milton (2012)	✓	✓	✓
3. Skyrme (2011)	✓	✓	✓
4. Baldrige (2003)	✓	✓	-
5. Freeze and Kulkarni (2007)	✓	✓	-
6. Kamasak, Bulutlar, and Yucelen (2009)	✓	✓	✓
7. Bencivenga (1985)	-	✓	✓
8. Cain, Oakhill, Barnes, and Bryant (2001)	✓	✓	✓
9. Dewey (1930)	✓	✓	✓
10. Candra (2012)	✓	✓	✓
11. Mao, Liu, and Zhang (2014)	✓	-	✓
12. Weng and Huang (2015)	✓	-	✓
13. C. I. Wu (2014)	✓	✓	✓
14. Mortazavi and Bahrami (2012)	✓	✓	✓
15. Dang and Umemoto (2009)	✓	✓	✓
16. Dahlman (2003)	✓	✓	✓
17. Atkinson and H. (2002)	✓	✓	-
18. Gera et al. (1998)	✓	✓	✓

ผู้แต่ง (ปี)	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี (Technology Knowledge)		
	ความรู้คือสินทรัพย์ (Knowledge as Asset)	ความรู้คือความสัมพันธ์ (Knowledge as Relation)	ความรู้คือความสามารถ (Knowledge as Capability)
19. Houghton and Sheehan (2000)	✓	-	✓
20. Landefeld and Fraumeni (2000)	✓	✓	-
21. Leontief (1993)	✓	-	✓
22. Spencer (2003)	✓	✓	✓
23. Trewin (2002)	✓	✓	✓
24. Adams and Lamont (2003)	✓	✓	✓
25. Cardinal et al. (2001)	-	-	✓
26. Cheung, Chan, Brown, and Wan (2016)	✓	✓	✓
27. Darroch and McNaughton (2002)	✓	✓	✓
28. Dewey (1930)	✓	✓	✓
29. Ghosh and Ghosh (2009)	✓	✓	✓
30. Mao et al. (2014)	-	-	✓
รวม	27	24	26

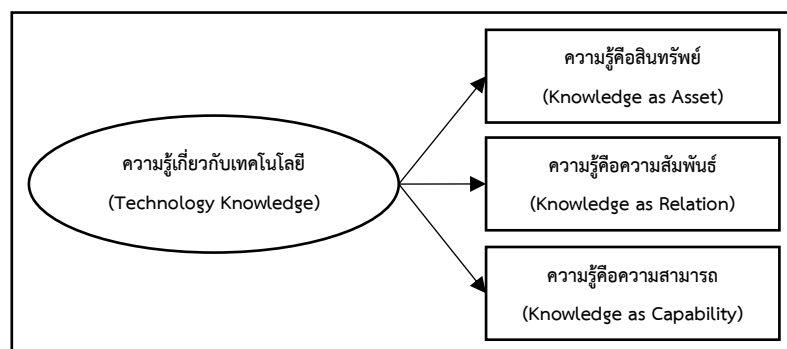
ที่มา : จากการสังเคราะห์ข้อมูลของผู้วิจัย

องค์ประกอบของความรู้เกิดจากข้อมูลจำนวนมากที่เกิดขึ้นในตัวบุคคลด้วยวิธีการต่าง ๆ และ
ได้มาจากหลากหลายวิธีผ่านประสบการณ์ของแต่ละคน การแสวงหาและได้มาซึ่งความรู้ใหม่ ทำให้
เกิดการนำความรู้ไปใช้ในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Dahlman, 2003; Dang & Umamoto,
2009; Mortazavi & Bahrami, 2012) จากแนวคิดทฤษฎี บทความและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ
ความรู้ข้างต้นที่มีความคล้ายคลึงกันในด้านต่าง ๆ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์องค์ประกอบของความรู้
เกี่ยวกับเทคโนโลยีจากตารางที่ 2 พบว่า มีองค์ประกอบเชิงทฤษฎี (Theoretical Framework)
จำนวน 3 องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ความรู้คือสินทรัพย์

องค์ประกอบที่ 2 ความรู้คือความสัมพันธ์

องค์ประกอบที่ 3 ความรู้คือความสามารถ



ภาพที่ 1 แผนผังองค์ประกอบของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี

ที่มา : สังเคราะห์ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย

3. แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy Concept)

แนวคิดของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ถูกนำมาใช้มากทั้งในภาคการศึกษาและภาคอุตสาหกรรมเพื่อใช้ในการพัฒนาประเทศ โดยแนวคิดนี้ประกาศใช้ครั้งแรกโดย John Howkins ในปี ค.ศ. 2001 ซึ่งกล่าวถึง แนวคิดในการพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยอาศัยการสร้างมูลค่าของสินค้าและบริการที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ และพัฒนาต่อไปเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Howkins, 2001; TAT Review, 2011; UNCTAD, 2008; สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552)

การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของประเทศไทย มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ โดยเชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม โดยอาศัยการส่งเสริมปัญญาของสังคมไทย ที่นำมาผนวกเข้ากับเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ ทำให้เกิดกระบวนการคิดอย่างสร้างสรรค์ และสร้างแรงบันดาลใจให้กับคนในสังคม โดยมีหลักพื้นฐานของแนวคิดสำคัญ คือ การเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ (Value Creation) ผ่านการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) และนวัตกรรม (Innovation) โดยนำมาหลอมรวมเข้ากับจุดแข็งในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ

วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นไทย นำมาปรับเปลี่ยนรูปแบบและโครงสร้างทางเศรษฐกิจจากเดิมที่พึ่งพาอาศัยการใช้ทรัพยากรสิ้นเปลืองและปัจจัยการผลิตราคาถูก มาเป็นการสร้างนวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ โดยใช้ทุนทางสังคมและทุนทางปัญญาในการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552)

มุมมองของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จะต้องพัฒนาทั้งปัจจัยสนับสนุนและสภาวะแวดล้อมต่าง ๆ ที่เอื้อต่อความสามารถทางการแข่งขัน (Competitive Environment) ให้มีปริมาณพอเพียงกับความต้องการทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ ประกอบด้วย 1) โครงสร้างพื้นฐาน ต้องเกิดการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านโทรคมนาคม ได้แก่ การเชื่อมต่อระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การขนส่งมวลชน และโครงสร้างพื้นฐานด้านอื่น ๆ เช่น การทดสอบและการวิจัย อุทยานทางวิทยาศาสตร์ รวมถึงอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ เป็นต้น 2) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยบูรณาการด้านการศึกษา เข้ากับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่าง ๆ แทนที่จะพัฒนาแบบแยกส่วน 3) การสนับสนุนทางการเงินและการลงทุน โดยให้การสนับสนุนในการเข้าถึงแหล่งทุนของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 4) การตลาด ต้องมีการประสานงานกันอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง คำนึงถึงส่วนแบ่งและความหลากหลายทางการตลาด โดยปรับเปลี่ยนจุดมุ่งเน้นจากการตลาดที่ดำเนินกิจกรรมในระยะสั้นมาเป็นการสร้างเครือข่ายและการตลาดและพัฒนาสินค้าในระยะยาว 5) การสร้างเครือข่าย มุ่งเน้นการรวมกลุ่มอาชีพเพื่อสร้างพลังในการเจรจาต่อรองและกำหนดนโยบายร่วมกัน 6) การวิจัยและพัฒนา หน่วยงานต่าง ๆ ต้องให้ความร่วมมือและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนางานวิจัยเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบและครบวงจร 7) กฎหมายและกฎระเบียบ นอกจากการสร้างแรงจูงใจ และกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์แล้ว เจ้าของผลงานสร้างสรรค์และผู้บริโภคต้องได้รับการคุ้มครองอย่างเป็นธรรม มุ่งเน้นการบังคับใช้กฎหมายและควบคุมให้เข้มงวดอย่างมีประสิทธิภาพ 8) ระบบฐานข้อมูลและระบบจัดเก็บ จัดทำฐานข้อมูลจำแนกกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ และ 9) กลไกการขับเคลื่อน ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมมือกันดำเนินงานทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการ และให้บริการด้านโครงสร้างและปัจจัยพื้นฐานในการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ, 2552; สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552)

ขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ 1) การสืบทอดทางมรดกและวัฒนธรรม ประกอบด้วยศาสตร์แขนงต่าง ๆ คือ งานฝีมือและหัตถกรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การแพทย์แผนไทย และอาหารไทย 2) ศิลปะ ประกอบด้วยศาสตร์แขนงต่าง ๆ คือ

ศิลปะการแสดงและทัศนศิลป์ 3) สื่อสมัยใหม่ ประกอบด้วยศาสตร์แขนงต่าง ๆ คือ ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ การพิมพ์ การกระจายเสียง และดนตรี และ 4) งานสร้างสรรค์และออกแบบ ประกอบด้วยศาสตร์แขนงต่าง ๆ คือ การออกแบบ แฟชั่น สถาปัตยกรรม การโฆษณา และซอฟต์แวร์ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552)

แนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) มีการเติบโตอย่างรวดเร็วในหลายสาขาวิชาชีพ มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพทางเศรษฐกิจผ่านกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มจากการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Chung et al., 2015) นอกจากนี้ ยังสร้างความแตกต่างโดยเน้นพื้นฐานด้านทุนทางความคิดเป็นหลัก (Capital of Idea) มากกว่าทุนด้านกายภาพ (Physical Capital) (Snieska & Normantiene, 2012) นำมาซึ่งศักยภาพในการเจริญเติบโต (Potential Growth) และการพัฒนาสิ่งใหม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์ จับต้องไม่ได้ เป็นประสบการณ์ด้านบริการ และตลาดเป้าหมาย นอกจากนี้ งานวิจัยหลายเรื่องแสดงให้เห็นว่า ธุรกิจต่างให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ 1) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) 2) การบรรจบกันของความรู้ (Knowledge Convergence) และ 3) เทคโนโลยีทางวิทยาศาสตร์ขั้นสูง (Advanced Scientific Technology) ที่มีพื้นฐานมาจากการเรียนรู้ร่วมกันเพื่อสร้างตลาดและงานใหม่ ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นทั้งมุมมองที่หลากหลายและคล้ายคลึงกัน ทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การบริหารจัดการ การท่องเที่ยว เทคโนโลยีสารสนเทศ และวิศวกรรม ที่ยังไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแนวความคิดใหม่ (New Paradigm) (Sung, 2015b) กล่าวได้ว่า พนักงานจะต้องยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี โดยนำความคิดสร้างสรรค์มาบูรณาการร่วมกันกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อสร้างให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจมากขึ้น ประเด็นสำคัญของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประการหนึ่งคือเรื่องของความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ประกอบด้วย 1) ความแปลกใหม่ (Novelty) และ 2) ความเป็นประโยชน์ (Potential Usefulness) (Amabile et al., 1996; Zhou & George, 2001) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่พนักงานต้องมีการดำเนินงานเพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพสูงสุด

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ที่ต่อยอดมาจากการพัฒนาความรู้เดิมให้เป็นองค์ความรู้ใหม่ ทำให้เกิดความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ การบริการ และกระบวนการทำงาน ซึ่งองค์ความรู้ใหม่ดังกล่าวต้องค้นคว้าผ่านเทคโนโลยีโดยใช้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำให้ความคิดสร้างสรรค์ที่นำมาใช้รวมกันกับเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนสำคัญที่ทำให้ผลการดำเนินงานมีประสิทธิภาพ พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์สามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการ

ออกแบบรูปแบบการให้บริการทั้งในเรื่องของการจัดประชุม การจัดงานนิทรรศการ การจัดกิจกรรม พิเศษ การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว รวมไปถึงงานอื่น ๆ ที่ต้องใช้เทคโนโลยีประกอบการทำงาน ในแผนกต่าง ๆ ของหน่วยงาน เช่น แผนกทรัพยากรบุคคล แผนกขายและการตลาด แผนกบัญชี การเงิน และแผนกออกแบบ เป็นต้น ทำให้รูปแบบ วิธีการ และกระบวนการทำงานของพนักงานใน อุตสาหกรรมไมซ์เปลี่ยนไปจากเดิม พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ต้องนำความคิดสร้างสรรค์และ เทคโนโลยีเข้ามาใช้ประกอบการทำงานเพื่อต่อยอดการทำงานในรูปแบบเดิม ทำให้ความคิด สร้างสรรค์และเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการทำงานของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์เป็น อย่างมาก

จากแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมจากตำรา วรรณกรรม งานวิจัย และ บทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสังเคราะห์องค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ เพื่อใช้ในการศึกษา วิจัยในครั้งนี้ สรุปได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สรุปองค์ประกอบของตัวแปรความคิดสร้างสรรค์

ผู้แต่ง (ปี)	ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)	
	ความแปลกใหม่ (Novelty)	ความมีประโยชน์ (Potential Usefulness)
1. Amabile et al. (1996)	✓	✓
2. Howkins (2001)	✓	✓
3. TAT Review (2011)	✓	✓
4. Torrance (1965)	✓	✓
5. UNCTAD (2008)	✓	✓
6. Zhou and George (2001)	✓	✓
7. Snieska and Normantiene (2012)	✓	✓
8. Chung et al. (2015)	✓	✓
9. Sung (2015a)	✓	✓

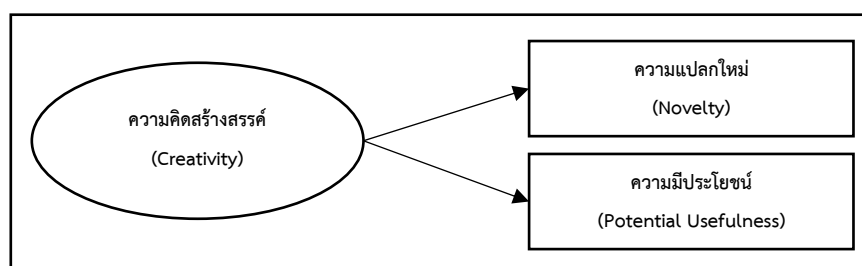
ผู้แต่ง (ปี)	ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)	
	ความแปลกใหม่ (Novelty)	ความมีประโยชน์ (Potential Usefulness)
10. Sung (2015b)	✓	✓
11. Amabile (1998)	✓	✓
12. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2552)	✓	✓
13. ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (2552)	✓	✓
14. สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ et al. (2553)	✓	✓
รวม	14	14

ที่มา : จากการสังเคราะห์ข้อมูลของผู้วิจัย

จากแนวคิดทฤษฎี บทความและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ข้างต้นที่มีความคล้ายคลึงกันในด้านต่าง ๆ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์องค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์จากตารางที่ 3 พบว่า มีองค์ประกอบเชิงทฤษฎี (Theoretical Framework) จำนวน 2 องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ความแปลกใหม่

องค์ประกอบที่ 2 ความมีประโยชน์



ภาพที่ 2 แผนผังองค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์

ที่มา : สังเคราะห์ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย

4. แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy Concept)

เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) เป็นระบบเศรษฐกิจที่นำเทคโนโลยีดิจิทัล หรือ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาผนวกรวมเข้ากับเทคโนโลยีเว็บ และนำมาใช้งานร่วมกันผ่านเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ โดยมุ่งเน้นเพื่อการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (Hojeghan & Esfangareh, 2011; Tapscott, 1997; ฅกฤษ เศวตนันท์, 2557; สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2558) ซึ่งระบบเศรษฐกิจนี้มีความสำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจในหลายประเด็น (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2558) สามารถสรุปออกเป็นประเด็นได้ดังนี้ คือ 1) การลดต้นทุนในการประกอบการ 2) การส่งเสริมให้เกิดการต่อยอดในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ ออกสู่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค 3) การขยายตัวของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ที่ทำให้สถานะของการลงทุนลดต่ำลง 4) การขยายขอบเขตการจ้างงานและสร้างการจ้างงานในลักษณะใหม่ 5) ส่งเสริมให้เกิดการลงทุนธุรกิจข้ามพรมแดนมากขึ้น และ 6) การสนับสนุนการเรียนรู้ของภาคประชาชน ช่วยส่งเสริมคุณภาพของมนุษย์และแรงงาน

การวางรากฐานการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล ประกอบด้วยปัจจัยหลัก 5 ประการ (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2558) คือ 1) โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีและการเชื่อมต่อ 2) สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่สนับสนุนให้เกิดการลงทุนและพัฒนาด้านดิจิทัล 3) คุณภาพของการศึกษาที่ใช้พัฒนาทรัพยากรบุคคลและการวิจัย 4) การพัฒนากฎหมายให้ทันสมัย สอดรับกับการเติบโตของธุรกิจที่ต้องพึ่งพาระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต รวมไปถึงกลไกป้องกันอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ (Computer Crime) และ 5) ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบดิจิทัลของภาครัฐบาลต้องมีความชัดเจน นอกจากนี้แล้ว การพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจนมากขึ้น ต้องอาศัยการปรับปรุงและพัฒนาอีกหลายประเด็นตามหลักการและแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล (มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, ม.ป.ป.) ได้แก่ 1) การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานเชิงดิจิทัล (Digital Infrastructure) 2) การสร้างแนวความคิดแบบดิจิทัล (Digital Mindset) ให้กับสังคม 3) การพัฒนาบุคลากรและงานวิจัยด้านไอซีที (Human Resource Development) และ 4) การปฏิรูปกฎหมายดิจิทัล (Digital Legal Reform)

แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) มุ่งเน้นการนำระบบสารสนเทศออนไลน์มาประยุกต์ใช้ มีจุดแข็งอยู่ที่เทคโนโลยี (Technology) และความรู้ (Knowledge) ซึ่งช่วยนำเสนอโอกาสที่ดีให้แก่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มการผลิตและการบริการ (Şerbu, 2014) เศรษฐกิจดิจิทัลเป็นธุรกิจที่ดำเนินการผลิต ใช้กระบวนการจัดการ และมีปฏิสัมพันธ์กับคู่ค้า

และลูกค้า และดำเนินธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีเว็บ (Hojeghan & Esfangareh, 2011) นอกจากนี้ งานวิจัยหลายเรื่องชี้ให้เห็นถึงความหลากหลายในมุมมองเกี่ยวกับการเดินทางขนส่งระหว่างประเทศโดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารออนไลน์เข้ามาประยุกต์ใช้ เป็นรูปแบบของเศรษฐกิจฐานการเชื่อมโยง (Connectivity-Based Economy) (วรพล โสคติยานุรักษ์, 2557) ที่เกิดจากการเชื่อมโยงระบบเศรษฐกิจแบบต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ซึ่งสรุปได้ว่า มีผลให้ความสมดุลในชีวิตและการทำงานดีขึ้น และลดข้อจำกัดด้านสภาพแวดล้อมของธุรกิจขนส่ง ทั้งในเรื่องของความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ การเจริญเติบโตของประชากร และการเพิ่มขึ้นของทรัพยากรธรรมชาติหายาก (Beaverstock & Budd, 2013) ประเด็นสำคัญของเศรษฐกิจดิจิทัล มุ่งเน้นไปที่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology) เป็นตัวขับเคลื่อนการดำเนินงานขององค์กร เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานสูงสุดตามแนวคิดประเทศไทย 4.0 เทคโนโลยีดิจิทัลจึงประกอบด้วย 1) แหล่งข้อมูล (Information Kiosks) 2) การปฏิสัมพันธ์ (Interactive) 3) การมองเห็น (Visual / Digital Displays) 4) การเชื่อมต่อแบบออนไลน์ (Connecting to Online and Mobile) 5) การมีส่วนร่วมทางสังคม (Social Engagement) และ 6) ป้ายดิจิทัล (Label, Signage) (Beaverstock & Budd, 2013; Hojeghan & Esfangareh, 2011; National Air and Space Museum, 2015) ซึ่งจะช่วยให้เกิดการซื้อขายผลิตภัณฑ์และบริการออนไลน์ผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น

แนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัลมุ่งเน้นการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบการสื่อสารออนไลน์ ประเด็นสำคัญคือเทคโนโลยีดิจิทัลที่พัฒนาขึ้นมาอย่างหลากหลาย ทั้งเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน และแหล่งข้อมูลใหม่ ๆ ทำให้การทำงานต่าง ๆ สะดวกและง่ายมากขึ้น พนักงานในอุตสาหกรรมไม่จำเป็นต้องปรับตัวในการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาใช้ ซึ่งมีให้เลือกเป็นจำนวนมาก ทั้งในเรื่องของการประชุมออนไลน์ การจัดการกิจกรรมเสมือนจริง การซื้อขายสินค้าและบริการออนไลน์ ดังนั้น เทคโนโลยีดิจิทัลจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการทำงานของพนักงานในอุตสาหกรรมไม่ซ์

จากแนวคิดเศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมจากตำรา วรรณกรรม งานวิจัย และบทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสังเคราะห์องค์ประกอบของตัวแปรเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ สรุปได้ดังตารางที่ 4

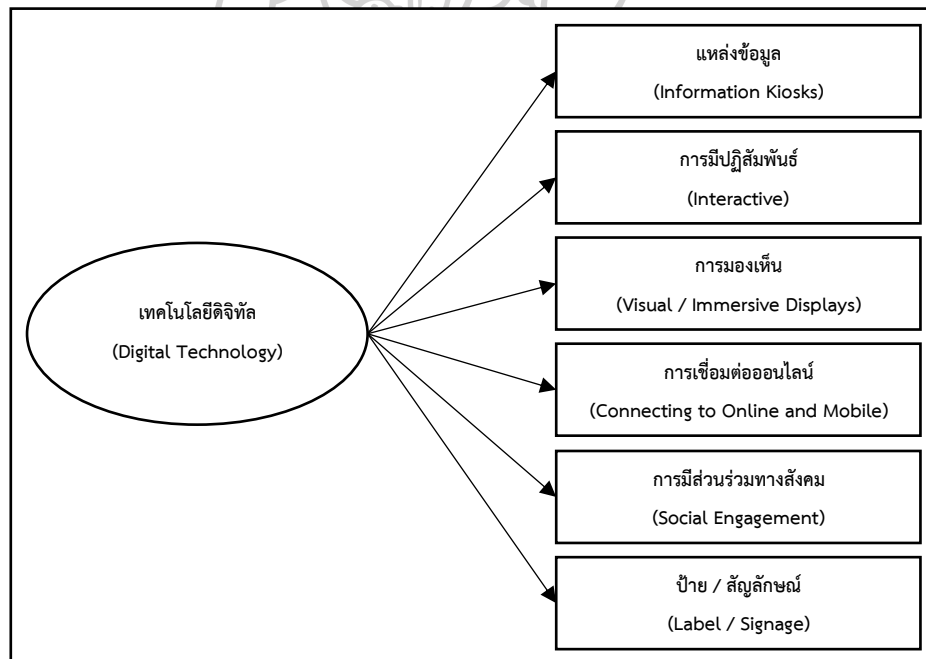
ตารางที่ 4 สรุปองค์ประกอบของตัวแปรเทคโนโลยีดิจิทัล

ผู้แต่ง (ปี)	เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology)					
	แหล่งข้อมูล (Information Kiosks)	การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive)	การมองเห็น (Visual / Immersive Display)	การเชื่อมต่อออนไลน์ (Connecting to Online and)	การมีส่วนร่วมทางสังคม (Social Engagement)	ป้าย / สัญลักษณ์ (Label / Signage)
1. Barney (1991)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. S. Green, Larsen, and Koa (2014)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3. Porter (1985)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4. Teece and Pisano (1994)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5. Beaverstock and Budd (2013)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6. Hojeghan and Esfangareh (2011)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
7. National Air and Space Museum (2015)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
8. Şerbu (2014)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
9. Tapscott (1997)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
10. ฅกฤษฎ เสวตนนันท์ (2557)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
11. สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร (2558)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
12. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา (ม.ป.ป.)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
รวม	12	12	12	12	12	12

ที่มา : จากการสังเคราะห์ข้อมูลของผู้วิจัย

จากแนวคิดทฤษฎี บทความและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัลข้างต้นที่มีความคล้ายคลึงกันในด้านต่าง ๆ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์องค์ประกอบของเทคโนโลยีดิจิทัลจากตารางที่ 4 พบว่า มีองค์ประกอบเชิงทฤษฎี (Theoretical Framework) จำนวน 6 องค์ประกอบ ดังนี้

- | | |
|-----------------|-----------------------|
| องค์ประกอบที่ 1 | แหล่งข้อมูล |
| องค์ประกอบที่ 2 | การมีปฏิสัมพันธ์ |
| องค์ประกอบที่ 3 | การมองเห็น |
| องค์ประกอบที่ 4 | การเชื่อมต่อออนไลน์ |
| องค์ประกอบที่ 5 | การมีส่วนร่วมทางสังคม |
| องค์ประกอบที่ 6 | ป้าย / สัญลักษณ์ |



ภาพที่ 3 แผนผังองค์ประกอบของเทคโนโลยีดิจิทัล

ที่มา : สังเคราะห์ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย

5. แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Value-Based Economy Concept)

เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม หมายถึง ระบบเศรษฐกิจที่ถูกขับเคลื่อนจากการสร้างคุณค่าในสินค้าและบริการ ที่มุ่งเน้นปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิตจากสินค้าโภคภัณฑ์แบบเดิมไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม โดยใช้วิทยาการสมัยใหม่ ผสมเข้ากับความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมใหม่ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการวิจัยและพัฒนา ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศในระบบเศรษฐกิจ โดยใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Kopelson, 2014; บวร เทศารินทร์, 2559; สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559; เอกพงศ์ มุสิกเงาเจริญ, 2559)

การก้าวเข้าสู่ ประเทศไทย 4.0 นั้น รัฐบาลประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Value-Based Economy) เป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ มุ่งเน้นการนำนวัตกรรมมาช่วยเติมเต็มองค์ความรู้ วิทยาการ และการบริหารจัดการสมัยใหม่ (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559) ทำให้เกิดการนำความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นตัวขับเคลื่อนการผลิตและบริการ (Gibson, 2008) จึงสามารถสรุปได้ว่า กระบวนทัศน์ในการพัฒนาประเทศไทย 4.0 มี 3 ประเด็นสำคัญ คือ 1) การขับเคลื่อนไปสู่การเป็นประเทศที่มั่งคั่ง มั่นคง และยั่งยืน อย่างเป็นรูปธรรม 2) ผลักดันการปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจ การปฏิรูปการวิจัยและพัฒนา และการปฏิรูปการศึกษาไปพร้อม ๆ กัน และ 3) ผนึกกำลังภายใต้แนวคิดประชารัฐ คือ รวมเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ การวิจัยและพัฒนา และบุคลากรระดับโลก ภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของ “การรู้จักเติม รู้จักพอ และรู้จักปัน” ซึ่งต้องพัฒนาให้สมดุลทั้ง 4 มิติ คือ 1) ความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ (Economical Wealth) 2) การรักษาสิ่งแวดล้อม (Environmental Wellness) 3) การมีสังคมที่อยู่ดีมีสุข (Social Well-Beings) และ 4) การเสริมสร้างภูมิปัญญามนุษย์ (Human Wisdom) (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559) โดยการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมที่มีคุณค่าต่อการใช้งาน

การพัฒนาประเทศไทยให้สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Value-Based Economy) ต้องสร้างคุณค่าจากความสามารถที่มีอยู่ในประเทศ ซึ่งทำได้ไม่ยากจากการพัฒนาการสร้างฐานเศรษฐกิจจาก 4 มิติ คือ 1) เศรษฐกิจฐานความเชื่อมโยง (Connectivity Based Economy) 2) เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) 3) เศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-Based Economy) และ 4) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) (วรพล โสคติยานุรักษ์, 2557) ซึ่งในแต่ละมิติมีความสำคัญในประเด็นต่าง ๆ ต่อไปนี้

มิติที่ 1 เศรษฐกิจฐานความเชื่อมโยง (Connectivity Based Economy) ประเทศไทยมีทำเลที่ตั้งอยู่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคอาเซียน ทำให้ต้องเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่ง ไม่ว่าจะเป็นจะการขนส่งทางราง ทางบก และทางเรือ รวมถึงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่เอื้ออำนวยต่อความสะดวกในการประกอบธุรกิจ เพื่อสร้างโอกาสในในเรื่องของการเป็นศูนย์กลางทางการขนส่ง (Logistics Hub) ศูนย์กลางการค้าระดับสากล (International Trading Center) ที่ตั้งสำนักงานใหญ่ของนานาชาติ (International Headquarter) และสร้างนิคมอุตสาหกรรมด้านโลจิสติกส์นิคมอุตสาหกรรมชายแดน (Logistics and Cross Border Industrial Estate) เพื่อให้นักลงทุนเข้าถึงแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านได้ง่ายขึ้น เขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone) ที่มีความพร้อมรองรับนักลงทุน การพัฒนาเป็นศูนย์การประชุมและแสดงสินค้าในระดับสากล (Meeting Incentives, Conferencing, Exhibitions หรือ MICE) และการเป็นศูนย์กลางในการค้าขาย (Trading Hub) ตลอดจนเร่งพัฒนาอุตสาหกรรม อสังหาริมทรัพย์ เพื่อรองรับการใช้พื้นที่เป็นสำนักงานและพื้นที่อยู่อาศัยด้วย

มิติที่ 2 เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) ต้องอาศัยการพัฒนาโครงข่ายอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technology) ที่มีประสิทธิภาพ และความรู้ความสามารถทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงการพัฒนาซอฟต์แวร์ software ซึ่งจะสร้างโอกาสในการส่งเสริมให้เกิดช่องทางต่าง ๆ มากมาย เช่น การระดมทุนโดยผู้ประกอบกิจการขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านระบบหรือเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ (Crowd Funding Portal) การซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Internet Trading and Brokerage) การพัฒนาแอปพลิเคชันเชิงสร้างสรรค์ (Innovative Applications) และ การพัฒนาศูนย์กลางการทำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ระดับโลก (World Class E-market Places)

มิติที่ 3 เศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-Based Economy) มุ่งเน้นการเสริมสร้างความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านที่มีความจำเป็นและประเทศไทยมีศักยภาพ เพื่อรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ไทยมีฐานการผลิตและมีความได้เปรียบในการดำเนินงาน โดยเฉพาะด้านวิทยาศาสตร์ การวิจัยและพัฒนา โดยต้องส่งเสริม 1) นิคมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Science and Technology Park) ที่เป็นแหล่งสร้างนักประดิษฐ์ นักวิทยาศาสตร์ และนักนวัตกรรม 2) การพัฒนาด้านเทคโนโลยีชีวภาพ (Biotechnology) 3) เทคโนโลยีการอาหาร (Food Technology) ที่ช่วยพัฒนาการเกษตรหรือ นำผลผลิตการเกษตรไปต่อยอดเพื่อเพิ่มมูลค่า 4) การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางนวัตกรรม (Innovation Hub) และ 5) ศูนย์กลางทางการแพทย์ (Medical Hub) ซึ่งเป็นด้านที่ประเทศไทยมี

ศักยภาพของภูมิภาคอาเซียน ในมุมมองของเศรษฐกิจฐานความรู้ นั้น ต้องพัฒนาระดับความรู้ ความสามารถของบุคลากร ผนวกเข้ากับการอำนวยความสะดวกในเรื่องของโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่ง และการบริการที่ดีเยี่ยมของไทย จะเป็นตัวช่วยส่งเสริมโอกาสของประเทศไทยได้เช่นกัน

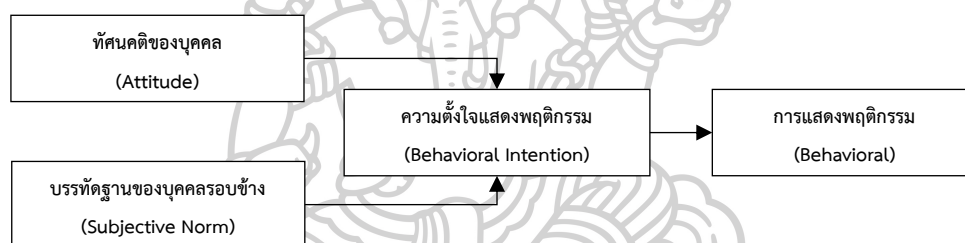
มิติที่ 4 เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นความสามารถที่โดดเด่นอย่างหนึ่งของคนไทย ซึ่งจะเห็นได้จากผลงานของคนไทยที่ได้สร้างชื่อเสียงระดับโลกมากมายที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ไม่ว่าจะเป็นการทำการ์ตูนแอนิเมชัน ภาพยนตร์ การออกแบบสินค้าแฟชั่นและผลิตภัณฑ์ ซึ่งควรได้รับการสนับสนุนให้ต่อยอดขึ้นไปอีก เช่น การพัฒนาให้ไทยเป็นศูนย์กลางของตลาดสื่อดิจิทัล (Digital Marketing Hub) การพัฒนาศูนย์กลางการออกแบบสินค้าอุตสาหกรรม (Industrial Product Design Center) การพัฒนาอุตสาหกรรมการออกแบบแฟชั่น (Fashion Design Industry) การพัฒนาตลาดให้สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความโดดเด่น เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี

ทฤษฎีที่น่าสนใจและถูกนำมาประยุกต์ใช้ศึกษาพฤติกรรมของบุคคลแต่ละคนในการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วย 1) ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล (Theory of Reasoned Action) 2) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) 3) โมเดลการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ (Technology Acceptance Model) 4) โมเดลการใช้ประโยชน์เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Model of Personal Computer Utilization) 5) ทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory) 6) โมเดลทฤษฎีแรงจูงใจ (Motivational Model) 7) ทฤษฎีปัญญาทางสังคม (Social Cognitive Theory) 8) ทฤษฎีผสมผสานระหว่างทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) และทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) และ 9) ทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT) (สิงห์ฉวีสุข & สุนันทา วงศ์จตุรภัทร, 2555) ซึ่งแต่ละแนวคิดหรือทฤษฎีมีรายละเอียดดังนี้

1. ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล (Theory of Reasoned Action)

ทฤษฎีนี้ถูกนำเสนอโดย Fishbein and Ajzen (1975) เป็นทฤษฎีจิตวิทยาสังคมที่ถูกนำมาใช้ศึกษาพฤติกรรมมนุษย์มากที่สุดทฤษฎีหนึ่ง โดยอธิบายว่า การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลเกิดจากการเปลี่ยนแปลงความเชื่อ เนื่องจากบุคคลจะพิจารณาเหตุผลก่อนการกระทำ ทำให้การแสดงพฤติกรรมของบุคคลเกิดจากความคิดที่เชื่อว่าเป็นสิ่งที่สมควรกระทำ ซึ่งเป็นการแสดงพฤติกรรมที่เกิดจากการตัดสินใจของแต่ละบุคคล (Individual Behavior) แต่ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการแสดงพฤติกรรมโดยตรง คือ ความตั้งใจแสดงพฤติกรรม (Behavioral Intention) ซึ่งเกิดจากปัจจัยหลัก 2 ประการ คือ ทศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (Attitude Towards the Behavior) และบรรทัดฐานของบุคคลรอบข้าง (Subjective Norm) ซึ่งสามารถแสดงแบบจำลองได้ตามภาพที่ 4



ภาพที่ 4 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล (Theory of Reasoned Action) (Fishbein & Ajzen, 1975)

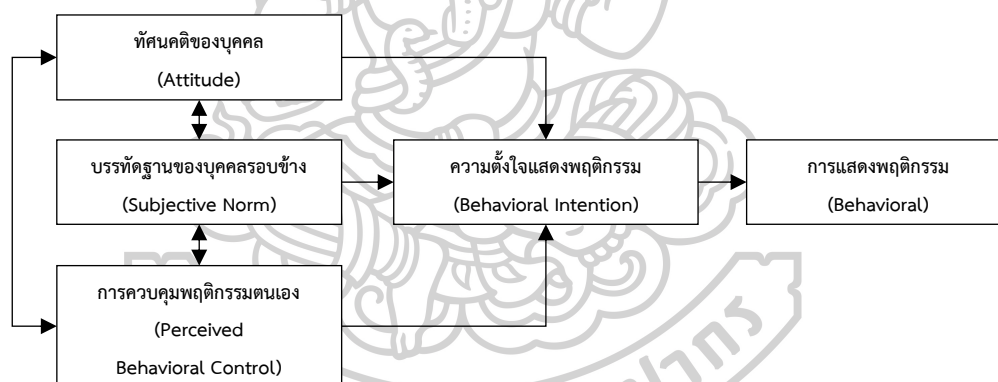
จากภาพที่ 4 สามารถสรุปได้ว่า ทัศนคติของบุคคล (Attitude) และบรรทัดฐานของบุคคลรอบข้าง (Subjective Norm) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรม (Behavioral Intention) และความตั้งใจแสดงพฤติกรรม (Behavioral Intention) มีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรม (Behavioral)

ทัศนคติเชิงบวกจะทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมด้านบวก และทัศนคติเชิงลบจะทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมด้านลบเช่นเดียวกัน จึงกล่าวได้ว่าทัศนคติเป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นในตัวบุคคล โดยบุคคลจะประเมินภาพรวมของพฤติกรรมจากความเชื่อถึงผลที่น่าจะตามมา ในส่วนของบรรทัดฐานของบุคคลรอบข้าง (Subjective Norm) เกิดจากการรับรู้ของแต่ละบุคคลเกี่ยวกับความคาดหวังหรือความต้องการจากกลุ่มบุคคลอื่นในสังคมที่มีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรม เช่น เพื่อนสนิท เพื่อน

ร่วมงาน หรือสมาชิกในครอบครัว จึงมีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรม (Behavioral Intention) และส่งผลให้แสดงพฤติกรรม (Behavioral) ของแต่ละบุคคล

2. ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior)

ทฤษฎีนี้ถูกนำเสนอโดย Ajzen (1985) เป็นทฤษฎีที่เพิ่มปัจจัยการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมตนเอง (Perceived Behavioral Control) เข้าไปในทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล ซึ่งสามารถลดจุดบกพร่องของทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผลได้ โดยหลักการของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน มุ่งศึกษาพฤติกรรมของแต่ละบุคคลที่เกิดจากความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม โดยเกิดจากปัจจัยหลัก 3 ประการ คือ ทศนคติ (Attitude) บรรทัดฐานของบุคคลรอบข้าง (Subjective Norm) และการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมตนเอง (Perceived Behavioral Control) ซึ่งสามารถแสดงแบบจำลองได้ตามภาพที่ 5



ภาพที่ 5 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior)

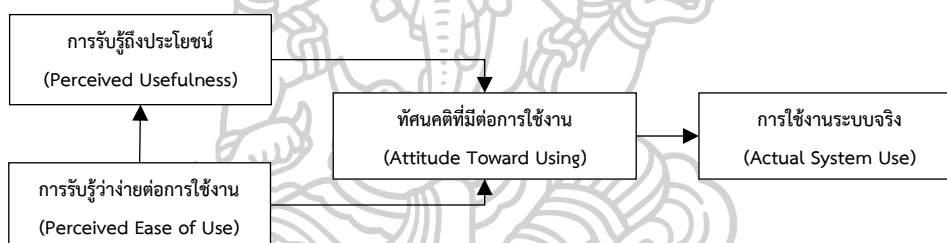
(Ajzen, 1985)

จากภาพที่ 5 อธิบายได้ว่า ทัศนคติของบุคคล (Attitude) มีอิทธิพลต่อบรรทัดฐานของบุคคลรอบข้าง (Subjective Norm) บรรทัดฐานของบุคคลรอบข้าง (Subjective Norm) มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมตนเอง (Perceived Behavioral Control) ทัศนคติของบุคคล (Attitude) บรรทัดฐานของบุคคลรอบข้าง (Subjective Norm) และการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมตนเอง (Perceived Behavioral Control) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม

(Behavioral Intention) และความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม (Behavioral Intention) มีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ

3. แบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (A Technology Acceptance Model)

แบบจำลองนี้ถูกนำเสนอโดย F. D. Davis (1985) เป็นแบบจำลองที่เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยีที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับมากแบบหนึ่ง โดยแนวคิดของทฤษฎีนี้ ถูกพัฒนามาจากการปรับแต่งทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล (Theory of Reasoned Action) เพื่อใช้ในบริบทของการศึกษาการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยไม่นำบรรทัดฐานของบุคคลรอบข้างเข้ามาเป็นปัจจัยในการพิจารณาพฤติกรรมการใช้จริงที่เกิดขึ้น ทำให้เกิดแบบจำลองต้นฉบับของการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี ตามภาพที่ 6

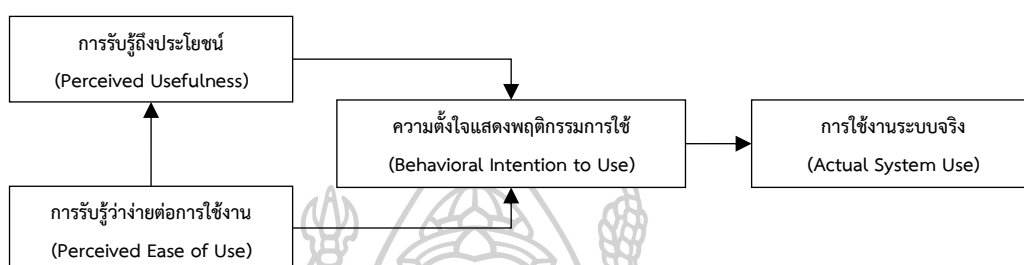


ภาพที่ 6 แบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีแบบต้นฉบับ (Original Technology Acceptance Model)
(F. D. Davis, 1985)

จากภาพที่ 6 สามารถอธิบายสรุปได้ว่า การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use) มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ (Perceived Usefulness) การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use) และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ (Perceived Usefulness) มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude Toward Using) และทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude Toward Using) มีอิทธิพลต่อการใช้ระบบงานจริง (Actual System Use)

จากแบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (ต้นฉบับของ F. D. Davis (1985)) ได้รับการพัฒนาต่อยอดโดยตัดทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมการใช้ออก (F. D. Davis, 1989; F. D. Davis,

Bagozzi, & Warshaw, 1989) เพื่อให้อธิบายความตั้งใจในการใช้ได้ชัดเจนมากขึ้น (Venkatesh, Morris, & Davis, 2003) และสามารถนำมาวัดการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของแต่ละบุคคล ตามงานวิจัยของ F. D. Davis et al. (1989) ซึ่งสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจในการใช้และพฤติกรรมการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีได้อย่างชัดเจน ตามภาพที่ 7



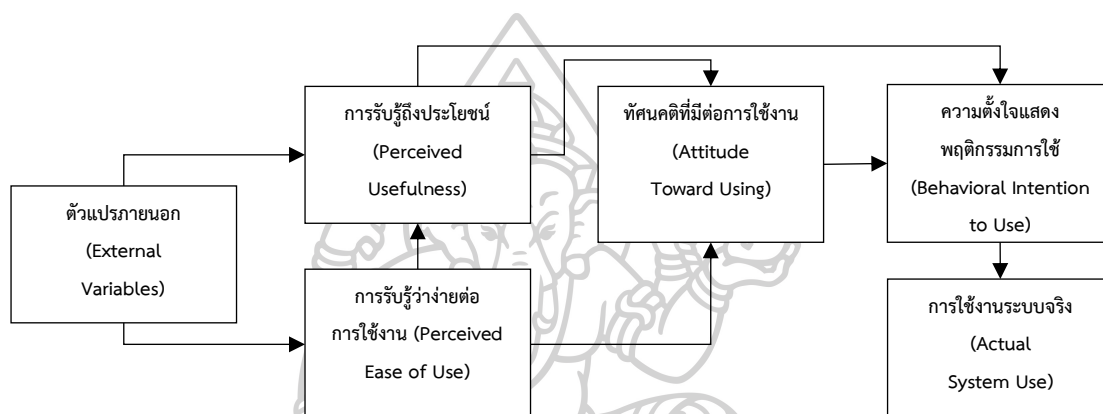
ภาพที่ 7 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ของแบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ถูกดัดแปลง

(F. D. Davis, 1989; F. D. Davis et al., 1989)

จากภาพที่ 7 สามารถอธิบายสรุปได้ว่า การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use) มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ (Perceived Usefulness) การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use) และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ (Perceived Usefulness) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Behavioral Intention to Use) และความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Behavioral Intention to Use) มีอิทธิพลต่อการใช้งานระบบสารสนเทศจริง (Actual System Use)

แบบจำลองที่ถูกพัฒนาขึ้นตามภาพที่ 7 สามารถใช้วัดค่าการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ก็ยังมีข้อจำกัดทำให้แบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีนี้ขาดความสมบูรณ์สำหรับนวัตกรรมใหม่ที่เกิดขึ้น (Taylor & Todde, 1995a) ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการใช้งานจริงเกิดจากความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้เท่านั้น (Malhotra & Galletta, 1999) ทำให้เกิดการพัฒนาระบบการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี โดยเพิ่มปัจจัยต่าง ๆ ให้ครอบคลุมมากขึ้น ตามผลการวิจัยของ Chen and Lu (2004) และ Kim and Malhotra (2004)

โดยหลักการของแบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี ซึ่งประกอบด้วย 4 ปัจจัย คือ 1) ตัวแปรภายนอก (External Variables) ประกอบด้วย ข้อมูลประชากรศาสตร์ (Demographic) ประสบการณ์ (Experience) เป็นต้น 2) การรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศ (Perceived Usefulness) 3) การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use) และ 4) ทศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude Toward Using) ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาโมเดลนี้ แสดงได้ตามภาพที่ 8

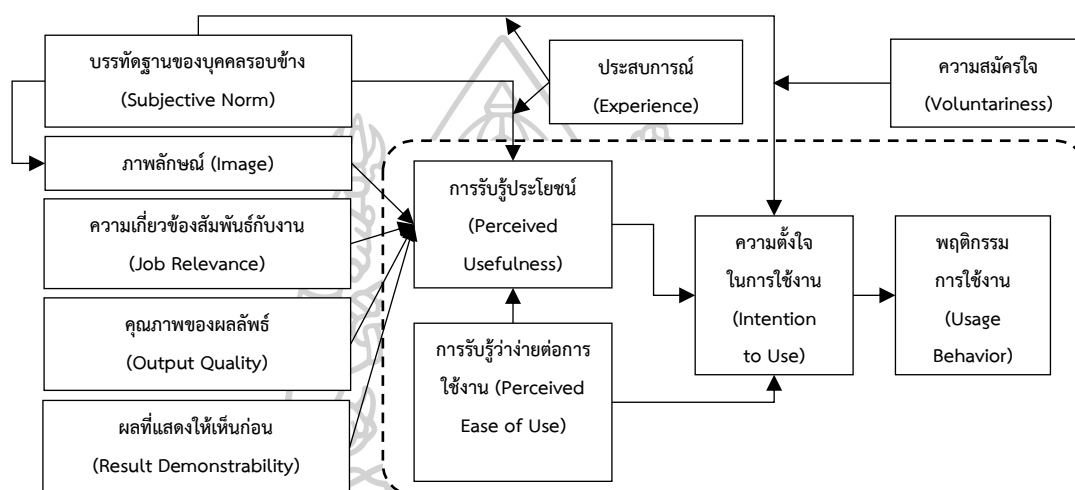


ภาพที่ 8 แบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ขยายเพิ่มเติมตามผลการวิจัย (Chen & Lu, 2004; Kim & Mathotra, 2004)

จากภาพที่ 8 สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรภายนอก ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ และ ประสบการณ์ มีอิทธิพลต่อทั้งการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ ในส่วนของการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ และการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ มีอิทธิพลต่อการใช้ระบบสารสนเทศจริง

จากผลการวิจัยอีกหลายครั้ง ทำให้การพัฒนาแบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) จำเป็นต้องปรับปรุง โดยเพิ่มตัวแปรอื่น ๆ เข้าไปใน

แบบจำลองอีก เพื่อสร้างให้เกิดความเข้าใจถึงการอธิบายการยอมรับการใช้เทคโนโลยีใหม่ของแต่ละบุคคล (I. F. R. Green, 2005) นอกจากนี้ เพื่อให้สามารถอธิบายเหตุผลในการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากระบบสารสนเทศของแต่ละบุคคล (Venkatesh & Davis, 2000) จึงได้เกิดการพัฒนาระบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี แบบที่ 2 (Technology Acceptance Model 2) ซึ่งถูกนำเสนอโดย Venkatesh and Davis (2000) ตามภาพที่ 9



ภาพที่ 9 แบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีแบบที่ 2 ที่ถูกพัฒนาขยายเพิ่มเติมตามผลงานวิจัย (Venkatesh & Davis, 2000)

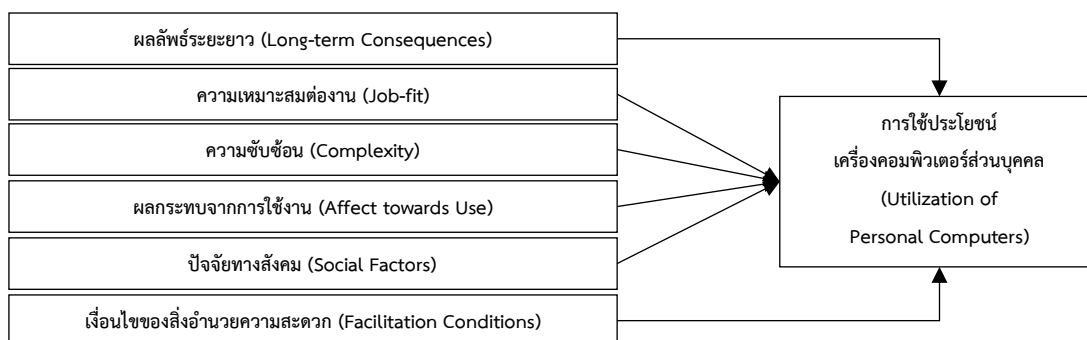
จากภาพที่ 9 สามารถสรุปได้ว่า แบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีแบบที่ 2 มีการปรับปรุงโมเดลในส่วนของตัวแปรภายนอก (External Variables) ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ (Perceived Usefulness) ซึ่งเกิดจากระบวนการของอิทธิพลทางสังคม (Social Influence Process) ประกอบด้วย 1) บรรทัดฐานของบุคคลรอบข้าง (Subjective Norm) 2) ภาพลักษณ์ (Image) 3) ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับงาน (Job Relevance) 4) คุณภาพของผลลัพธ์ (Output Quality) และ 5) ผลลัพธ์ที่แสดงให้เห็นก่อนได้ (Result Demonstrability) ในส่วนของบรรทัดฐานของบุคคลรอบข้าง (Subjective Norm) มีอิทธิพลทั้งต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ (Perceived Usefulness) และความตั้งใจในการใช้งาน (Intention to Use) โดยมีตัวแปรแทรก คือ ประสบการณ์ (Experience) นอกจากนี้ ใน

ส่วนของบรรทัดฐานของบุคคลรอบข้าง (Subjective Norm) ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้งาน (Intention to Use) ยังมีตัวแปรแทรก คือ ความสมัครใจ (Voluntariness) เพิ่มเติมเข้ามาอีก ตัวแปรเหล่านี้เป็นปัจจัยเชิงบวกที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ (Usage Behavior)

4. แบบจำลองการใช้ประโยชน์เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Model of Personal Computer Utilization)

แบบจำลองนี้ได้รับการพัฒนาต่อยอดมาจากแบบจำลอง (The Theory of Interpersonal Behavior) ของ Triandis (1977) เป็นแบบจำลองที่ถูกนำมาใช้ศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ โดย Thompson, Higgins, and Howell (1991) ได้นำมาประยุกต์ใช้กับการศึกษาในบริบทของระบบสารสนเทศ เพื่อวัดค่าการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Personal Computer) โดยใช้การวัดค่าพฤติกรรมการใช้มากกว่าจะใช้ศึกษาและอธิบายความตั้งใจในการใช้เหมือนแบบจำลองอื่น ๆ จึงกล่าวได้ว่า แบบจำลองการใช้ประโยชน์เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลเหมาะสำหรับนำมาใช้วัดค่าการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของแต่ละบุคคล

หลักการของแบบจำลองการใช้ประโยชน์เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลเกิดจากผลกระทบของปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ 1) ผลลัพธ์ในระยะยาว (Long-term Consequences) หมายถึง ผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นในระยะยาวที่เกิดขึ้นจากการใช้ระบบสารสนเทศ 2) ความเหมาะสมของระบบสารสนเทศที่ทำงาน (Job-fit) หมายถึง ความสามารถของระบบสารสนเทศที่บุคคลเชื่อว่าจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้ 3) ความซับซ้อน (Complexity) หมายถึง เทคโนโลยีสารสนเทศหรือนวัตกรรมมีความยากหรือง่ายต่อการใช้งาน 4) ผลกระทบจากการใช้งาน (Affect towards Use) หมายถึง ผลของการใช้งานที่ส่งผลต่อความรู้สึก เช่น ความสนุกสนาน ความประทับใจ หรือความอึดอัด ความกลัว เป็นต้น 5) ปัจจัยทางสังคม (Social Factors) หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมและการปฏิบัติต่อกันตามสถานการณ์ในสังคม และ 6) เงื่อนไขของสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitation Conditions) หมายถึง ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดความง่ายในการทำงาน เช่น การสนับสนุนในอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ เป็นต้น ความสัมพันธ์ของแบบจำลองนี้ แสดงได้ตามภาพที่ 10



ภาพที่ 10 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในแบบจำลองการใช้ประโยชน์เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Model of Personal Computer Utilization) (Thompson et al., 1991)

จากภาพที่ 10 สามารถสรุปได้ว่า ผลลัพธ์ในระยะยาว (Long-term Consequences) ความเหมาะสมของระบบสารสนเทศที่มีต่องาน (Job-fit) ความซับซ้อนในการใช้งาน (Complexity) ผลกระทบจากการใช้งาน (Affect towards Use) ปัจจัยทางสังคม (Social Factors) และเงื่อนไขของสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitation Conditions) มีอิทธิพลต่อการใช้ประโยชน์เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Personal Computer)

5. ทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory)

ทฤษฎีนี้ถูกนำเสนอโดย Rogers (1995) เป็นทฤษฎีพื้นฐานด้านสังคมวิทยา และถูกนำมาใช้เพื่อการศึกษาเกี่ยวกับการเผยแพร่ นวัตกรรม ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญกับแนวคิดคุณลักษณะของนวัตกรรม (Characteristics of Innovation) ซึ่งประยุกต์มาจากทฤษฎีการรับรู้ด้วยคุณสมบัติ (The Theory of Perceived Attribute) (Moore & Benbasat, 1991) โดยแนวคิดนี้มุ่งเน้นในเรื่องคุณลักษณะของนวัตกรรม (Characteristics of Innovation) เป็นองค์ประกอบหลักอันหนึ่งของทฤษฎีการเผยแพร่ นวัตกรรมที่ถูกนำมาใช้เพื่อศึกษาการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคล (Rogers, 1995)

หลักการของคุณลักษณะของนวัตกรรม (Characteristics of Innovation) สรุปได้ว่า นวัตกรรมที่ง่ายต่อการยอมรับ ต้องมีคุณลักษณะ 5 ประการ คือ 1) นวัตกรรมเป็นสิ่งที่มิข้อยได้เปรียบ (Relative Advantage) หมายถึง การรับรู้ว่าคุณนวัตกรรมสามารถใช้งานได้ดีกว่าสิ่งที่เคยมีมาก่อน 2) นวัตกรรมเป็นสิ่งที่ง่ายต่อการใช้งาน (Ease to Use) หมายถึง การรับรู้ว่าคุณนวัตกรรมใหม่เป็นสิ่งที่

สามารถใช้งานได้ง่าย 3) นวัตกรรมเป็นสิ่งที่สังเกตเห็นได้ (Visibility) หมายถึง การรับรู้ได้ผ่านการสังเกตเห็นผู้อื่นใช้งานนวัตกรรม 4) นวัตกรรมเป็นสิ่งที่สอดคล้องและเหมาะสมกับผู้ใช้งาน (Compatibility) หมายถึง ตรงกับความต้องการหรือมีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ที่ต้องการใช้นวัตกรรมนั้น และ 5) ผลลัพธ์ที่แสดงให้เห็นก่อนได้ (Result Demonstrability) หมายถึง ผลลัพธ์ของนวัตกรรมจะต้องเห็นได้ชัดเจน และสามารถถ่ายทอดให้กับผู้อื่นรับรู้ได้

6. แบบจำลองทฤษฎีการจูงใจ (Motivational Model)

แบบจำลองนี้ถูกนำเสนอโดย Vallerand (1997) มีวัตถุประสงค์เพื่อนำมาปรับใช้กับงานวิจัยเชิงจิตวิทยาที่มุ่งศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจที่มีผลต่อการแสดงพฤติกรรม ทฤษฎีนี้จึงถูกนำมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยทางการยอมรับการใช้เทคโนโลยีใหม่ (F. D. Davis, Bagozzi, & Warshaw, 1992) โดยใช้หลักการของทฤษฎีแรงจูงใจ ที่มุ่งเน้นกระบวนการที่เกิดขึ้นในตัวบุคคลและส่งผลให้เกิดเป็นแรงขับเคลื่อนในการแสดงออกเชิงพฤติกรรมผ่านการกระทำที่แสดงออกมาในลักษณะต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง มีแนวทางที่แน่นอนเพื่อมุ่งไปสู่จุดมุ่งหมายที่ต้องการ การดำเนินงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (Vallerand, 1997)

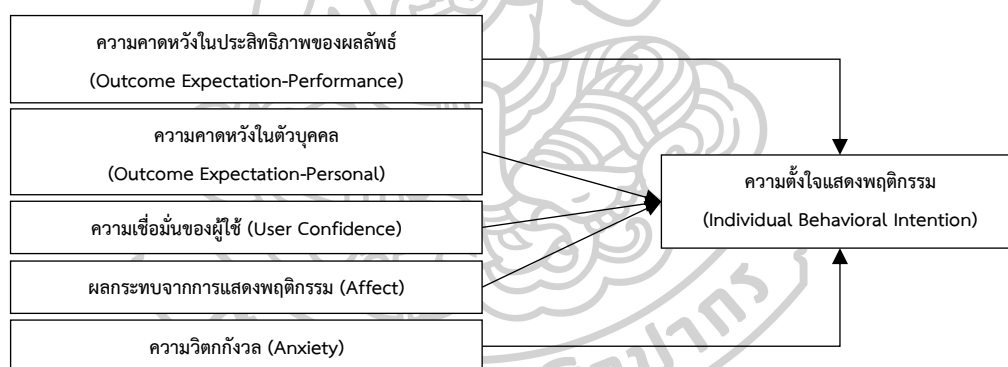
แรงจูงใจ ถูกแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) ได้แก่ ผลตอบแทนในรูปของเงิน สวัสดิการ โบนัส การเลื่อนตำแหน่ง และ 2) แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) ได้แก่ ความปรารถนาอันแรงกล้า การกิจที่ทำทลายความสามารถ ความรู้สึกยินดีมีสุขที่ได้ดำเนินงาน รวมไปถึงความสนใจใฝ่รู้อย่างต่อเนื่อง Amabile (1998) กล่าวว่า แรงจูงใจภายนอกไม่สามารถจูงใจให้บุคลากรทำงานได้เสมอไป เมื่อบุคลากรรู้สึกถึงการถูกควบคุมจากองค์กร แต่แรงจูงใจภายในมีอิทธิพลที่สามารถกระตุ้นให้บุคลากรทำงาน เกิดความคิดสร้างสรรค์ และสามารถกำหนดพฤติกรรมการทำงานได้มากกว่า ซึ่งแรงจูงใจภายในนี้อาจเกิดจากภายในตัวบุคคลหรือเกิดจากการส่งเสริมโดยองค์กรก็ได้

7. ทฤษฎีปัญญาทางสังคม (Social Cognitive Theory)

ทฤษฎีนี้ถูกนำเสนอโดย Bandure (1986) เป็นทฤษฎีที่มุ่งศึกษารูปแบบของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมนุษย์ ซึ่งสรุปได้ว่า ความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมของบุคคลแต่ละคนได้รับอิทธิพลมาจากเรื่องของความเชื่อมั่นของผู้ใช้ (Self-Efficacy) และความคาดหวังในผลลัพธ์จากการทำงาน (Outcome Expectation) ซึ่งกล่าวได้ว่า วัตถุประสงค์พื้นฐานของทฤษฎีปัญญาทางสังคมนี้ สามารถ

นำไปประยุกต์ใช้ศึกษาในเรื่องของการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้ (Compeau & Higgins, 1995)

หลักการของทฤษฎีนี้ มุ่งศึกษาในเรื่องของความตั้งใจแสดงพฤติกรรมของบุคคลที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ 5 ประการ (Bandure, 1986) ได้แก่ 1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพของผลลัพธ์ (Outcome Expectation-Performance) หมายถึง ประสิทธิภาพของผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ 2) ความคาดหวังในตัวบุคคลที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ในการปฏิบัติงาน (Outcome Expectation-Personal) หมายถึง ผลลัพธ์จากการทำงานที่คาดว่าจะได้รับ 3) ความเชื่อมั่นของผู้ใช้งาน (User Confidence) หมายถึง ผู้ใช้เชื่อว่าประสบความสำเร็จจากการใช้งาน 4) ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการแสดงพฤติกรรม (Affect) หมายถึง ผลที่ได้รับเมื่อแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมา และ 5) ความวิตกกังวล (Anxiety) หมายถึง ความรู้สึกต่าง ๆ ที่เป็นปฏิกิริยาตอบสนองที่เกิดขึ้นเมื่อมีการแสดงพฤติกรรม ความสัมพันธ์ของทฤษฎีปัญญาทางสังคม สามารถแสดงได้ตามภาพที่ 11

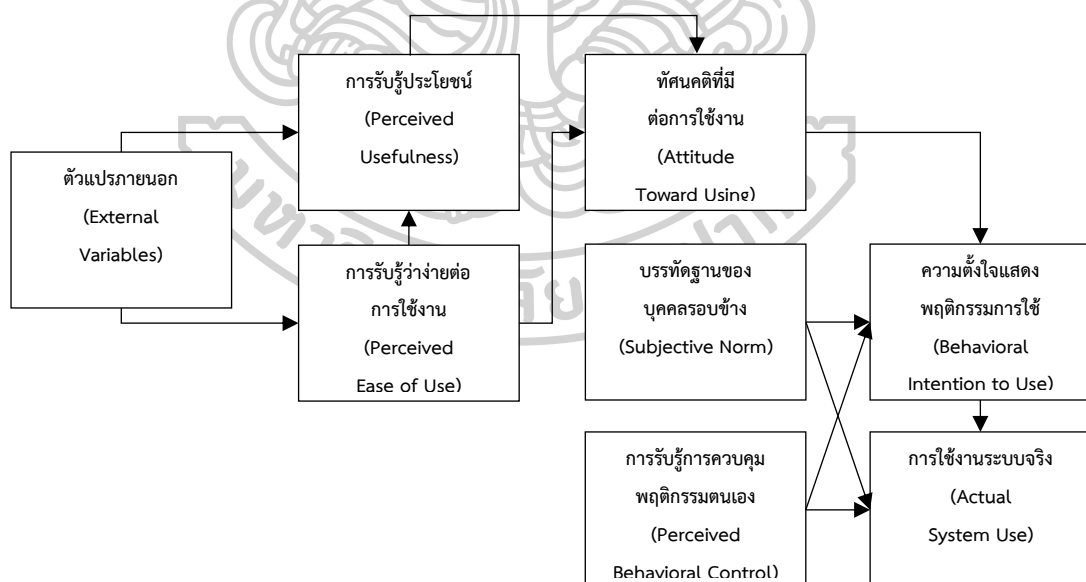


ภาพที่ 11 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยของทฤษฎีปัญญาทางสังคม (Social Cognitive Theory)

(Bandure, 1986)

8. ทฤษฎีผสมผสานระหว่างแบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี และทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Combined of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior)

ทฤษฎีนี้เกิดจากการนำแบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) มาพัฒนาต่อยอด โดยนำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) มาประยุกต์ใช้ร่วมกัน ทฤษฎีผสมผสานนี้ ถูกนำเสนอโดย Taylor and Todd (1995b) โดยเพิ่มเรื่องของบรรทัดฐานของบุคคลรอบข้าง (Subjective Norm) และการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเอง (Perceived Behavioral Control) เข้าไปในแบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลที่ซับซ้อนได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น การเพิ่มเรื่องของการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเองจะช่วยในเรื่องของการระบุอุปสรรคในการใช้งาน เช่น ข้อจำกัดด้านทักษะของบุคคล เป็นต้น ในส่วนของบรรทัดฐานของบุคคลรอบข้างจะช่วยในเรื่องของการระบุความคิดเห็นของกลุ่มบุคคลในสังคมที่อาจเป็นข้อมูลสำคัญต่อผู้ใช้ระบบสารสนเทศที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ทฤษฎีผสมผสานนี้ แสดงได้ตามภาพที่ 12



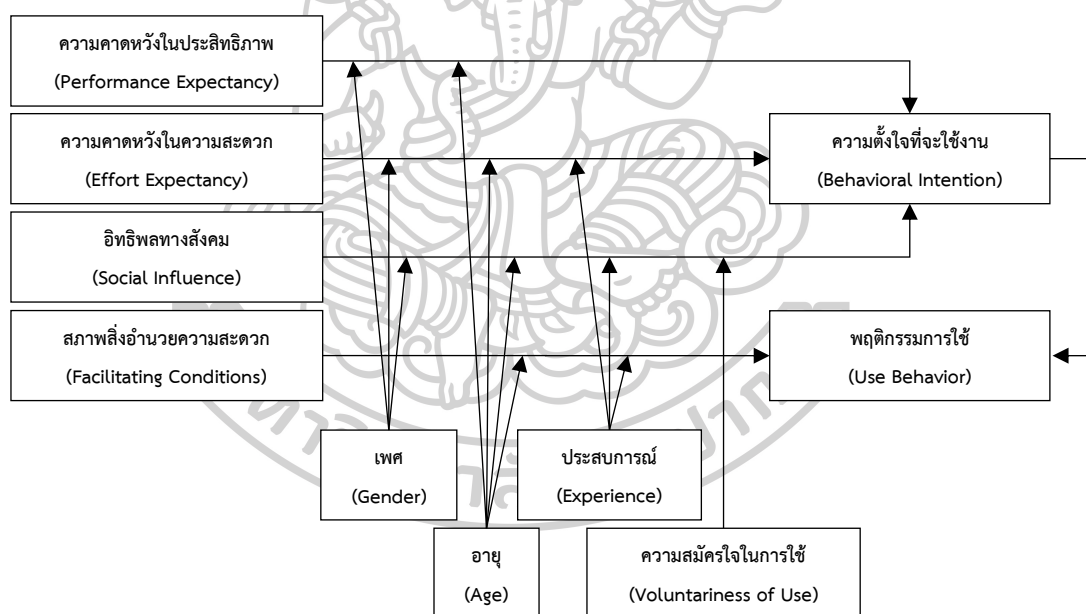
ภาพที่ 12 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยของทฤษฎีผสมผสานระหว่างแบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี และ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Combined of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior) (Taylor & Todd, 1995b)

จากภาพที่ 12 สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรภายนอก (External Variables) ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic) และประสบการณ์ (Experience) เป็นต้น มีอิทธิพลต่อการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use) และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ (Perceived Usefulness) ในส่วนของการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use) มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ (Perceived Usefulness) การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use) มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude Toward Using) ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude Toward Using) การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ (Perceived Usefulness) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Behavioral Intention to Use) และความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Behavioral Intention to Use) มีอิทธิพลต่อการใช้ระบบสารสนเทศจริง (Actual System Use) นอกจากนี้ บรรทัดฐานของบุคคลรอบข้าง (Social Norm) ยังมีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Behavioral Intention to Use) และการใช้ระบบสารสนเทศจริง (Actual System Use) การรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเอง (Perceived Behavioral Control) ก็มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Behavioral Intention to Use) และการใช้ระบบสารสนเทศจริง (Actual System Use) เช่นเดียวกัน

9. ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use Technology)

เป็นทฤษฎีรวมที่เกิดจากการนำแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ทั้ง 8 ทฤษฎีข้างต้น มาประยุกต์ใช้ร่วมกัน ทั้งนี้ หากนำแต่ละทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ จะทำให้เกิดความจำเป็นในการคัดเลือกเฉพาะทฤษฎีที่มีชื่อเสียง ทำให้งานวิจัยส่วนใหญ่ละเลยแบบจำลองที่เป็นทางเลือก จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาแบบจำลองเพื่อใช้อธิบายการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของบุคคลโดยใช้ทฤษฎีรวม (Unified Theory) ที่ประยุกต์ความสัมพันธ์ของทฤษฎีพื้นฐานทั้ง 8 ทฤษฎี (สิงหะ ฉวีสุข & สุนันทา วงศ์จตุรภัทร, 2555) และทฤษฎีรวมนี้ ถูกนำไปใช้ศึกษาการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคลในภาคธุรกิจ โดยใช้ความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Behavioral Intention to Use) และการใช้ระบบสารสนเทศจริง (Actual System Use) เป็นตัวแปรหลัก (Ajzen, 1991) โดยทฤษฎีนี้นำเสนอโดย Venkatesh et al. (2003)

หลักการเบื้องต้นในทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี มุ่งศึกษาพฤติกรรมการใช้ที่ได้รับแรงขับเคลื่อนจากความตั้งใจแสดงพฤติกรรมของพนักงาน ซึ่งมีปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม (Behavioral Intention) ประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลัก คือ 1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) 2) ความคาดหวังในความสะดวก (Effort Expectancy) และ 3) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) นอกจากนี้ สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Conditions) ส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้ (Use Behavior) โดยมีตัวแปรเสริมหรือตัวแปรผันแปร ที่มีผลกระทบจำนวน 4 ตัวแปร คือ 1) เพศ (Gender) 2) อายุ (Age) 3) ประสบการณ์ (Experience) และ 4) ความสมัครใจในการใช้งาน (Voluntariness of Use) เป็นตัวเชื่อมโยงทฤษฎีทั้ง 8 ทฤษฎีเข้าด้วยกันเป็นทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ซึ่งแสดงได้ตามภาพที่ 13



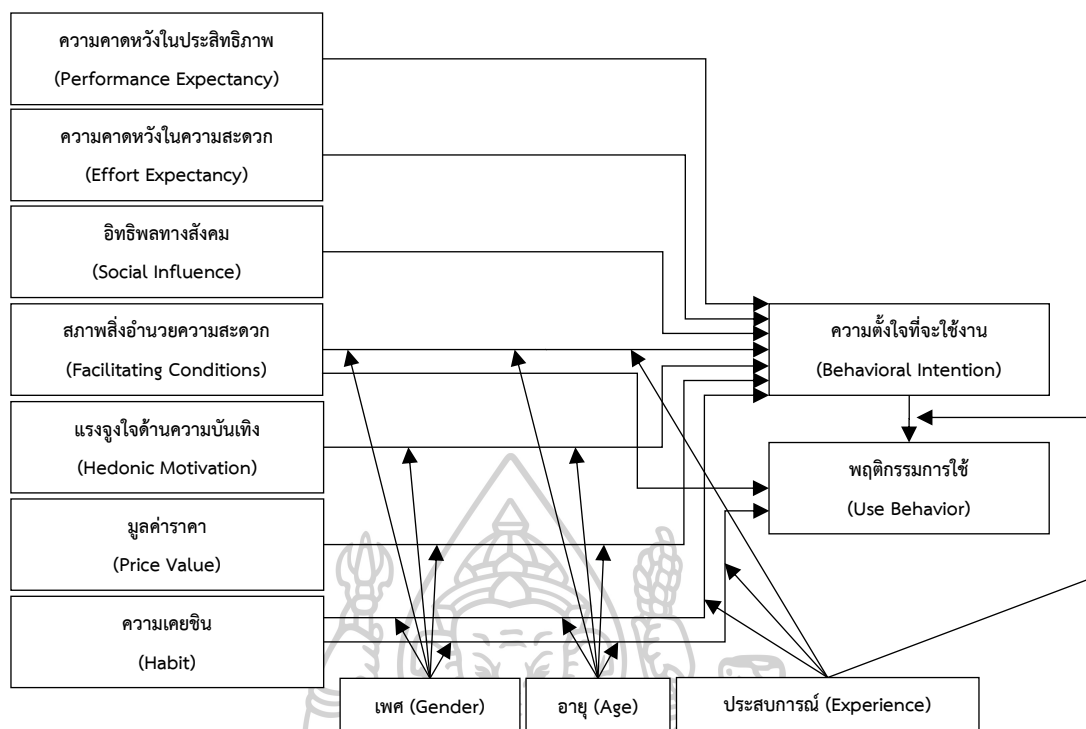
ภาพที่ 13 แบบจำลองแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use Technology) (Venkatesh et al., 2003)

จากภาพที่ 13 สามารถสรุปได้ว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) ความคาดหวังในความสะดวก (Effort Expectancy) และอิทธิพลทางสังคม (Social

Influence) มีผลกระทบต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรม (Behavioral Intention) ส่วนสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Conditions) มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้ (Use Behavior) ทั้งนี้ มีตัวแปรผันแปร ได้แก่ 1) เพศ (Gender) มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) ความคาดหวังในความสะดวก (Effort Expectancy) และอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) 2) อายุ (Age) มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) ความคาดหวังในความสะดวก (Effort Expectancy) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Conditions) 3) ประสบการณ์ (Experience) มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในความสะดวก (Effort Expectancy) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Conditions) และความสมัครใจในการใช้งาน (Voluntariness of Use) มีอิทธิพลต่ออิทธิพลทางสังคม (Social Influence)

การศึกษาในบริบทของการใช้เทคโนโลยีของผู้ใช้งานกลุ่มที่เป็นผู้บริโภคมักมีความแตกต่างระหว่างสภาพการใช้งานภายในองค์กรของพนักงาน ทำให้ Venkatesh, Thong, and Xu (2012) พัฒนาขยายแบบจำลองทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีเพิ่มเติม เพื่อให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มของผู้บริโภคมมากขึ้น จึงเพิ่มปัจจัยเพิ่มเติมเข้าไปในอีก 3 ปัจจัย คือ 1) แรงจูงใจด้านความบันเทิง (Hedonic Motivation) 2) มูลค่าราคา (Price Value) และ 3) ความเคยชิน (Habit) และตัดตัวแปรผันแปรออก 1 ตัว คือ ความสมัครใจในการใช้งาน (Voluntariness of Use) เนื่องจากผู้บริโภคเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ Mobile Internet โดยสมัครใจอยู่แล้ว ทำให้เกิดแบบจำลองทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี 2

หลักการเบื้องต้นในทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี 2 มุ่งศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้รูปแบบต่าง ๆ ที่ได้รับแรงขับเคลื่อนจากความตั้งใจแสดงพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรม (Behavioral Intention) จำนวน 7 ปัจจัย คือ 1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ 2) ความคาดหวังในความสะดวก 3) อิทธิพลของสังคม 4) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน 5) แรงจูงใจด้านความบันเทิง 6) มูลค่าราคา และ 7) ความเคยชิน และมีตัวแปรผันแปรจำนวน 3 ตัว คือ 1) เพศ (Gender) 2) อายุ (Age) และ 3) ประสบการณ์ (Experience) ซึ่งสามารถแสดงได้ตามภาพที่ 14



ภาพที่ 14 แบบจำลองแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี 2 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2) (Venkatesh et al., 2012)

จากภาพที่ 14 สามารถสรุปได้ว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) ความคาดหวังในความสะดวก (Effort Expectancy) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Conditions) แรงจูงใจด้านความบันเทิง (Hedonic Motivation) มูลค่าราคา (Price Value) และความเคยชิน (Habit) มีผลกระทบต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรม (Behavioral Intention) ส่วนสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Conditions) และความเคยชิน (Habit) มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้ (Use Behavior) ทั้งนี้ มีตัวแปรผันแปร ได้แก่ 1) เพศ (Gender) มีผลกระทบต่อสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Conditions) แรงจูงใจด้านความบันเทิง (Hedonic Motivation) มูลค่าราคา (Price Value) และความเคยชิน (Habit) 2) อายุ (Age) มีผลกระทบต่อสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Conditions) แรงจูงใจด้านความบันเทิง (Hedonic Motivation) มูลค่าราคา (Price Value) และความเคยชิน (Habit) และ 3) ประสบการณ์ (Experience) มีผลกระทบต่อสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวก (Facilitating Conditions) ความเคยชิน (Habit) และความตั้งใจแสดงพฤติกรรม (Behavioral Intention)

จากทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมจากตำราวรรณกรรม งานวิจัย และบทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสังเคราะห์องค์ประกอบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี เพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ สรุปได้ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 สรุปองค์ประกอบของตัวแปรการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

ผู้แต่ง (ปี)	การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี (Acceptance for Use of Technology)					
	ความคาดหวังใน ประสิทธิภาพ	ความคาดหวังในความ สะดวก	อิทธิพลทางสังคม (Social Influence)	สภาพสิ่งแวดล้อมความ สะดวก	ความตั้งใจในการใช้งาน (Behavioral Intention)	พฤติกรรมการใช้ (Use Behavior)
1. Chen and Lu (2004)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. Kim and Malhotra (2004)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3. Venkatesh et al. (2003)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4. Alawadhi and Morris (2008)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5. Algharibi and Arvanitis (2011)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6. Salsabila et al. (2019)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
7. Tan (2013)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
8. Tran (2019)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
9. Y. Wu et al. (2007)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
10. Venkatesh et al. (2012)	✓	✓	✓	✓	✓	✓

ผู้แต่ง (ปี)	การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี (Acceptance for Use of Technology)					
	ความคาดหวังใน ประสิทธิภาพ	ความคาดหวังในความ สะดวก	อิทธิพลทางสังคม (Social Influence)	สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวก	ความตั้งใจในการใช้งาน (Behavioral Intention)	พฤติกรรมการใช้ (Use Behavior)
11. Lescevic, Ginters, and Mazza (2013)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
12. Boonsiritomachai and Pitchayadejanant (2017)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
13. Madigana et al. (2016)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
14. Venkatesh, Thong, and Xu (2016)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
15. Al-Qeisia, Dennisb, Alamanosb, and Jayawardhenac (2014)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
รวม	15	15	15	15	15	15

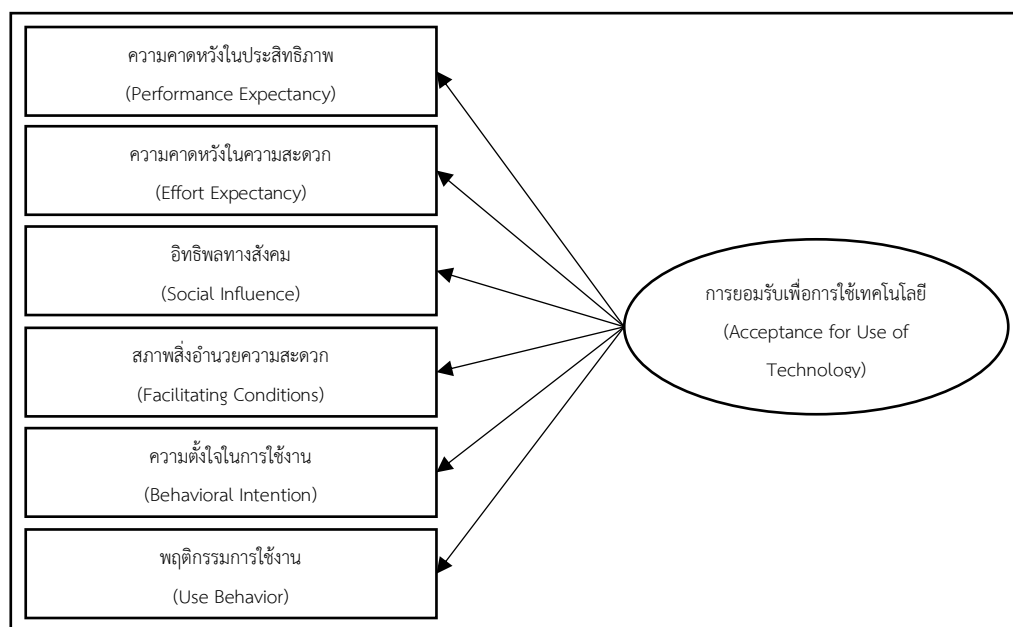
ที่มา : จากการสังเคราะห์ข้อมูลของผู้วิจัย

จากแนวคิดทฤษฎี บทความและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีข้างต้นที่มีความคล้ายคลึงกันในด้านต่าง ๆ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์องค์ประกอบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีจากตารางที่ 5 พบว่า มีองค์ประกอบเชิงทฤษฎี (Theoretical Framework) จำนวน 6 องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ความคาดหวังในประสิทธิภาพ

องค์ประกอบที่ 2 ความคาดหวังในความสะดวก

- องค์ประกอบที่ 3 อิทธิพลทางสังคม
- องค์ประกอบที่ 4 สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก
- องค์ประกอบที่ 5 ความตั้งใจในการใช้งาน
- องค์ประกอบที่ 6 พฤติกรรมการใช้



ภาพที่ 15 แผนผังองค์ประกอบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

ที่มา : สังเคราะห์ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย

ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัล กับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

1. ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีกับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้ต่าง ๆ ที่นำไปสู่การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีมีหลากหลาย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

งานวิจัยของ Mortazavi and Bahrami (2012) ศึกษาเรื่องแนวทางการบูรณาการสู่การเป็นผู้ประกอบการ-เศรษฐกิจฐานความรู้ : โมเดลเชิงแนวคิด ผลที่ได้พบว่า ความรู้ช่วยสร้างโอกาสใหม่ให้กับเศรษฐกิจของประเทศ ความสามารถในการใช้ความรู้ของผู้ประกอบการในระดับสากลช่วยให้ประสิทธิภาพการผลิตและการบริการเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีผ่านการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ที่ช่วยบูรณาการความรู้เข้ากับสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ ทำให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างคุณค่า (Value) จากองค์ความรู้ และสามารถนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร ทำให้เกิดการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจตามกลไกการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของรัฐบาล

งานวิจัยของ Kwon, Kwak, and Kim (2015) ศึกษาเรื่องการศึกษาเกี่ยวกับการจัดตั้งนโยบายในการกระตุ้นการทำงานของอุตสาหกรรมข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และการจัดลำดับความสำคัญของนโยบาย: บทเรียนจากประเทศเกาหลี ผลที่ได้พบว่า ประเทศเกาหลีมุ่งเน้นใช้อุตสาหกรรมข้อมูลขนาดใหญ่เป็นจำนวนมาก ตามกลไกการขับเคลื่อนของภาครัฐ ทำให้ผู้ประกอบการหันมาใช้อุตสาหกรรมข้อมูลขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นความรู้ขนาดมหึมาที่ทำให้ผู้ใช้เข้าถึงสารสนเทศผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นนวัตกรรมทางการสื่อสารผลการวิจัยนำไปสู่ผลกระทบเชิงนโยบายของทั้งภาคเอกชนและรัฐบาล จึงเป็นกลไกขับเคลื่อนให้เกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ซึ่งเป็นผลมาจากการพัฒนาอุตสาหกรรมข้อมูลขนาดใหญ่ที่มีความรู้อยู่ในฐานข้อมูลเป็นจำนวนมากนั่นเอง

งานวิจัยของ Chung et al. (2015) ศึกษาเรื่องอิทธิพลของเว็บไซต์การท่องเที่ยวที่มีต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกจุดหมายปลายทาง: กรณีศึกษาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศเกาหลี ผลที่ได้พบว่า สารสนเทศต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่บนเว็บไซต์เป็นความรู้ที่ถูกสร้างขึ้นโดยพนักงานในหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเลือกเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว โดยองค์ความรู้ที่อยู่บนเว็บไซต์เป็นกลไกสำคัญที่ทำให้เกิดการพัฒนาสารสนเทศทางการท่องเที่ยวบนเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ไปสู่ภายนอก จนเกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีและนำมาพัฒนาต่อเป็นเว็บไซต์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

งานวิจัยของ Cheung et al. (2016) ศึกษาเรื่อง ความรู้ของผู้สอนและการยอมรับเทคโนโลยี : การศึกษาการยอมรับของคลิกเกอร์ โดยเก็บข้อมูลจากผู้สอนจำนวน 52 คน จาก 7 คณะ ของมหาวิทยาลัยฮ่องกงโพลีเทคนิค ผลที่ได้พบว่า แนวคิดการใช้ความรู้ในเทคโนโลยีประกอบการสอน

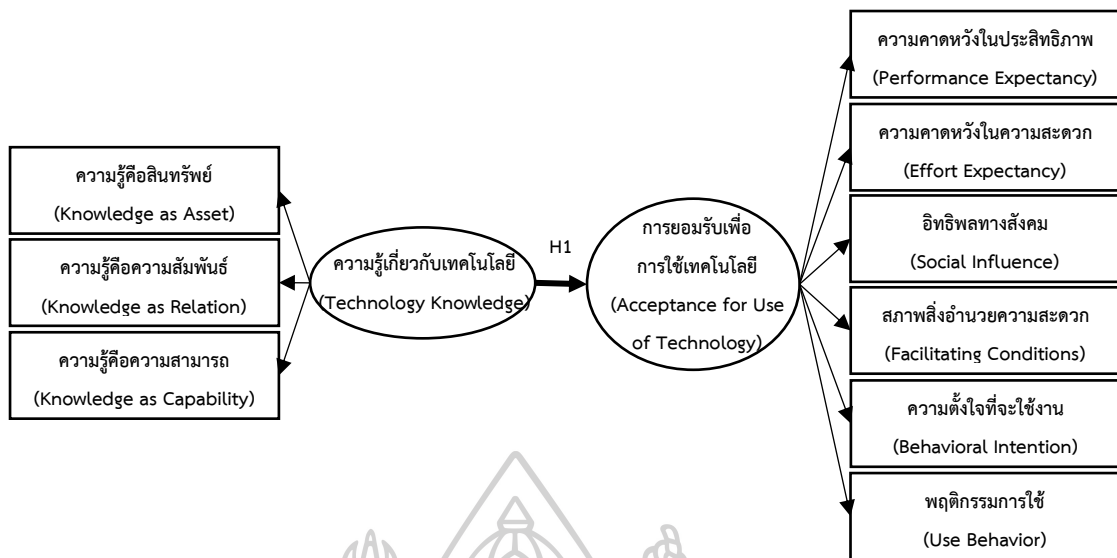
ส่งผลกระทบต่อความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้สอนสามารถใช้ความรู้ที่มีอยู่ในตัวเองศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่จะใช้จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ทำให้สามารถเลือกเทคโนโลยีและนำมาใช้ประกอบการสอนได้อย่างเหมาะสม

งานวิจัยของ Kuciapski (2017) ศึกษาเรื่อง โมเดลการยอมรับเทคโนโลยีอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่สำหรับการถ่ายโอนความรู้ของพนักงาน ผลที่ได้พบว่า การถ่ายโอนความรู้ของพนักงานส่งผลกระทบต่อ การยอมรับและการใช้เทคโนโลยี โดยมีตัวแปรใหม่ คือ การเชื่อมโยงการใช้งาน และความเป็นอิสระของผู้ใช้ ที่ส่งผลกระทบต่อ การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีด้วยเช่นกัน การถ่ายโอนความรู้เป็นการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ที่มีอยู่ในตัวพนักงานแต่ละคนไปให้กับพนักงานคนอื่น ทำให้พนักงานมีความรู้มากขึ้น และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้

งานวิจัยของ Wang (2010) ศึกษาเรื่อง ความรู้ด้านความปลอดภัยของสารสนเทศและพฤติกรรม : การประยุกต์ใช้โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี ผลที่ได้พบว่า ความรู้ด้านความปลอดภัยของสารสนเทศส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการใช้งานและพฤติกรรมการใช้แนวทางการแก้ปัญหาความปลอดภัยในข้อมูล พนักงานที่มีความรู้ด้านความปลอดภัยจะมีความคาดหวังว่าเทคโนโลยีที่จะนำเข้ามาใช้ต้องรักษาความปลอดภัยของข้อมูลได้เป็นอย่างดี เป็นเทคโนโลยีที่ใช้งานได้ง่าย มีผู้ใช้หลายคนที่เข้าใจเทคโนโลยีการรักษาความปลอดภัยและให้คำแนะนำในการใช้งานได้ ทำให้เกิดความตั้งใจในการเลือกเทคโนโลยีรักษาความปลอดภัยของข้อมูลนั้นมาใช้งาน และส่งผลให้เกิดการใช้เทคโนโลยีในการรักษาความปลอดภัยนั้น

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีและการยอมรับเพื่อการใช้งานเทคโนโลยี อาจกล่าวได้ว่าความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อ การยอมรับเพื่อการใช้งานเทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ตามสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานที่ 1 ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อ การยอมรับเพื่อการใช้งานเทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย



ภาพที่ 16 แผนผังความสัมพันธ์ของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย
ที่มา : สังเคราะห์ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย

2. ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์กับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

งานวิจัยเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ที่นำไปสู่การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีมีหลากหลายดังรายละเอียดต่อไปนี้

งานวิจัยของ Sung (2015a) ศึกษาเรื่องการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในเศรษฐกิจสร้างสรรค์: อุตสาหกรรมการผลิต และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ผลที่ได้พบว่า การประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่และมีประโยชน์ต่อการทำงาน ทำให้เกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมการผลิตและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งส่งผลให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน คุณลักษณะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานร่วมกัน และมีผลต่อความเชื่อมโยงระหว่างกลยุทธ์การดำเนินงานร่วมกันและประสิทธิภาพการดำเนินงาน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ทรัพยากรมนุษย์ การสร้างเครือข่ายระหว่างอุตสาหกรรม และการสนับสนุนขององค์การจะช่วยให้เกิดกลไกการขับเคลื่อนที่ส่งเสริมประสิทธิภาพและการดำเนินงานร่วมกัน ทำให้เกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีภายในองค์การ

งานวิจัยของ Chung et al. (2015) ศึกษาเรื่องอิทธิพลของเว็บไซต์การท่องเที่ยวที่มีต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกจุดหมายปลายทาง: กรณีศึกษาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย ผลที่ได้พบว่า รูปแบบของเว็บไซต์ที่ออกแบบโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่และให้ข้อมูลที่มีประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเลือกเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสามารถนำเสนอผ่านการออกแบบกราฟฟิกที่น่าสนใจ การทำการตลาดบนเว็บไซต์ที่ออกแบบอย่างสร้างสรรค์ การจัดเก็บข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่จำเป็นและมีประโยชน์ในระบบฐานข้อมูล การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในการเข้าถึงเว็บไซต์ และการสนับสนุนของเครือข่ายการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งจะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับระบบเศรษฐกิจต่อไป

งานวิจัยของ Ocejó (2010) ศึกษาเรื่อง จะเป็นอย่างไรเมื่อบาร์เทนเดอร์ให้คำนิยามใหม่กับการบริการในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผลที่ได้พบว่า การใส่ความคิดสร้างสรรค์ในการผสมเครื่องดื่มช่วยให้เกิดความผูกพันในงานที่ผลิตด้วยตนเอง เป็นการผสมเครื่องดื่มที่มีความแปลกใหม่ และยังสามารถบันทึกสูตรใหม่ในการผสมเครื่องดื่มลงในสื่อออนไลน์ที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ ทำให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงานและเป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่มีคุณค่าระหว่างลูกค้าและบาร์เทนเดอร์ ผลจากความคิดสร้างสรรค์ทำให้เกิดการพัฒนาทรัพยากรบุคคล บาร์เทนเดอร์เกิดการนำความคิดสร้างสรรค์มาต่อยอดทำให้เกิดการยอมรับและนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

งานวิจัยของ Henriksen, Mishra, and Fisser (2016) ศึกษาเรื่อง การผสมผสานความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีในการศึกษาในศตวรรษที่ 21 : มุมมองที่เป็นระบบสำหรับการเปลี่ยนแปลง ผลที่ได้พบว่า การบูรณาการร่วมกันระหว่างความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยี ทำให้ผู้สอนเกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่ในการใช้เทคโนโลยีผลิตสื่อการสอนและการวัดผลการเรียน ทำให้การเรียนการสอนมีประสิทธิภาพและมีความน่าสนใจมากขึ้น ผู้สอนให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพและความสะดวกในการใช้งาน เทคโนโลยีต้องใช้งานง่าย มีเครื่องมือที่หลากหลาย ตอบสนองต่อความต้องการของผู้สอนได้ครบถ้วน หากพบปัญหาการใช้งานต้องมีคำแนะนำออนไลน์ช่วยแก้ไขปัญหาได้ทันที เมื่อผลิตเป็นสื่อการสอนและเครื่องมือวัดผลแล้วสามารถนำไปใช้งานได้จริง เป็นความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์

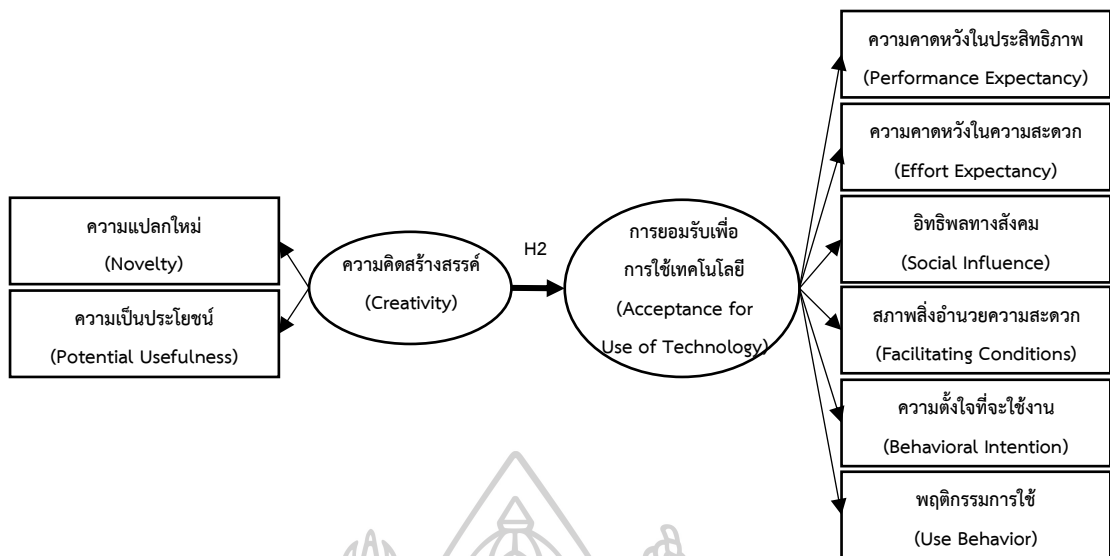
งานวิจัยของ Henriksen et al. (2018) ศึกษาเรื่อง ความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีในการศึกษา : มุมมองระหว่างประเทศ ผลที่ได้พบว่า ความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีถูกนำมาใช้

กำหนดเป็นนโยบายทางการศึกษาใน 6 ประเทศ ได้แก่ ออสเตรเลีย บัลแกเรีย สาธารณรัฐเชค ฟินแลนด์ สโลวาเกีย และสหรัฐอเมริกา ผลยังคงสอดคล้องกับการศึกษาของ Henriksen et al. (2016)

งานวิจัยของ Hoffmann, Ivcevic, and Brackett (2016) ศึกษาเรื่อง ความคิดสร้างสรรค์ในยุคของเทคโนโลยี : การวัดผลความคิดสร้างสรรค์แบบดิจิทัลในยุคมิลเลนเนียล ผลที่ได้พบว่า นักเรียนใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการออกแบบความคิดสร้างสรรค์ให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น ทำให้ผู้เรียนเกิดการยอมรับและนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการทำงาน ผู้เรียนสามารถศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติมได้จากแหล่งข้อมูลแบบออนไลน์ ผู้สอนมีอิทธิพลสำคัญต่อการใช้งานเทคโนโลยีและเป็นผู้ให้คำแนะนำในการใช้งาน ทำให้เกิดการยอมรับและเกิดพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีของผู้เรียน เป็นพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ในเรื่องของการปรับตัว ในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการเรียน และเกิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมในการสร้างผลงานใหม่ ๆ ผ่านการออกแบบด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล นอกจากนี้ ยังทำให้ผู้เรียนเกิดบุคลิกภาพ 5 ประการ คือ การเปิดรับประสบการณ์ใหม่ ความตรงไปตรงมา การเปิดเผยตนเอง ความเป็นมิตร และความมั่นคงทางอารมณ์ด้วย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์และการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของผู้วิจัย อาจกล่าวได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ส่งผลกระทบต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ตามสมมติฐานที่ 2

สมมติฐานที่ 2 ความคิดสร้างสรรค์ส่งผลกระทบต่อการยอมรับเพื่อการใช้
เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย



ภาพที่ 17 แผนผังความสัมพันธ์ของความคิดสร้างสรรค์ผลกระทบต่อ การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย
ที่มา : สังเคราะห์ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย

3. ความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีดิจิทัลกับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

งานวิจัยเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลที่นำไปสู่การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี มุ่งเน้นไปที่การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงาน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

งานวิจัยของ Park, Choi, and Hong (2015) ศึกษาเรื่องการบรรจบกันของสโมสรและปัจจัยในการแบ่งดิจิทัลข้ามประเทศ ผลการวิจัยแสดงให้เห็น 2 ด้าน คือ 1) จากการแบ่งเขตดิจิทัลข้ามประเทศที่เกิดขึ้นอย่างกว้างขวางทั่วโลก ความพยายามของพหุภาคี (ข้อตกลงระหว่างประเทศ) ที่แข็งแกร่ง มีความจำเป็นต่อประเทศที่มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในระดับที่ต่ำกว่า เพื่อที่จะลดช่องว่างด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ทำให้เกิดการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับโลก และ 2) เพื่อที่จะลดระดับการบรรจบกันของระบบดิจิทัล แต่ละประเทศต้องเพิ่มระดับการเข้าศึกษาในระดับอุดมศึกษาและเพิ่มค่าใช้จ่ายของประชาชนเกี่ยวกับการศึกษา สร้างแหล่งข้อมูลใหม่ ๆ เพื่อให้อาจารย์และผู้สนใจเข้าไปสืบค้นข้อมูล และนำมาถ่ายทอดให้กับนักศึกษาหรือบุคคลภายนอกที่มีความสนใจ โดยพัฒนาแหล่งข้อมูลให้มีรูปแบบที่สวยงาม น่าสนใจ สามารถสืบค้นได้แบบออนไลน์ ทำให้เกิดการทำงานได้ทุกที่ทุกเวลา มุ่งเน้นการทำงานเป็นทีมที่สามารถแสดงความคิดเห็นร่วมกันแบบออนไลน์ โดยใช้เครื่องมือที่เป็นสัญลักษณ์หรือสื่อแสดงอารมณ์ในลักษณะ

ของรูปภาพที่สื่อสารให้เข้าใจตรงกันได้ง่าย ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเชิงดิจิทัลในรูปแบบของเทคโนโลยีดิจิทัล และปลูกฝังแนวคิดดิจิทัลผ่านการพัฒนาทรัพยากรบุคคลที่เริ่มต้นในระบบการศึกษา ทำให้เกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีตั้งแต่เริ่มต้น ก่อนที่นักศึกษาจะสำเร็จการศึกษาและสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

งานวิจัยของ Adukaite, Zyl, and Cantoni (2016) ศึกษาเรื่องบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลในการศึกษาด้านการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาในแอฟริกาใต้ ผลที่ได้พบว่า ผู้เรียนยังขาดการสนับสนุนด้านการเงินในการเข้าถึงกิจกรรมการท่องเที่ยว และยังมีข้อจำกัดในเรื่องของเครื่องมือสนับสนุนต่าง ๆ เช่น ความวิตกกังวลในเทคโนโลยี การขาดการส่งเสริมการเรียนรู้ ขาดทรัพยากร อุปกรณ์เคลื่อนที่ในการเข้าถึงเทคโนโลยี การสนับสนุนให้เกิดแนวคิดดิจิทัลกับนักเรียน และยังคงพัฒนาทรัพยากรบุคคล การศึกษา และโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลด้วย แสดงให้เห็นว่าหากมีความพร้อมในการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล และมีการสนับสนุนให้เกิดแนวคิดดิจิทัลให้กับนักเรียน จะช่วยพัฒนานักเรียนให้มีความรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี ลดความวิตกกังวลในการใช้เทคโนโลยี ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยี เกิดการเข้าถึงเทคโนโลยีผ่านการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลและอุปกรณ์ต่าง ๆ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการยอมรับและนำเทคโนโลยีไปประยุกต์ใช้

งานวิจัยของ Patel, Nordin, and Al-Haiqi (2014) ศึกษาเรื่องบนความแพร่หลายของการคำนวณ : โครงการฮันนี่ปีของมาเลเซียสำหรับนวัตกรรมในเศรษฐกิจดิจิทัล ผลที่ได้พบว่า อุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ต่าง ๆ มีแพลตฟอร์มรองรับระบบปฏิบัติการได้หลากหลาย มีลูกเล่นและระดับของการรักษาความปลอดภัยที่แตกต่างกัน รูปแบบของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงต้องมีคุณภาพที่ดี ซึ่งต้องถูกพัฒนาให้มากขึ้น ทั้งในเรื่องของความปลอดภัย ความเป็นส่วนตัว และความน่าเชื่อถือของสภาพแวดล้อมในการใช้งาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงมุมมองของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการปฏิรูปกฎหมายดิจิทัลให้รองรับกับการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในโครงการ

งานวิจัยของ Ofori (2019) ศึกษาเรื่อง การใช้โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี เพื่อส่งเสริมให้เกิดการยอมรับและการใช้ดิจิทัลเทคโนโลยีในมหาวิทยาลัยเทคนิคซันยานี ผลที่ได้พบว่า เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในมหาวิทยาลัยซันยานีมีหลากหลาย มีแหล่งข้อมูลสำหรับค้นคว้าข้อมูลในการใช้งาน เทคโนโลยีมีรูปแบบการใช้งานที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจ หน้าตาของโปรแกรมดึงดูดใจผู้ใช้ สามารถ

ทำงานได้ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีเจ้าหน้าที่คอยสนับสนุนการใช้งาน และมีคู่มือการใช้ให้ศึกษาเพิ่มเติม ทำให้ผู้ใช้มีทัศนคติทางบวกต่อเทคโนโลยีดิจิทัลและมีการรับรู้อย่างถูกต้อง ผู้ใช้เกิดความคาดหวังว่าเทคโนโลยีดิจิทัลที่จะนำเข้ามาใช้ในมหาวิทยาลัยจะช่วยให้งานมีประสิทธิภาพมากขึ้น มีรูปแบบการใช้งานที่ง่ายและสะดวก มีผู้ใช้จำนวนมากที่มีความชำนาญและให้คำแนะนำที่ดี มีระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่สนับสนุนการทำงานออนไลน์ ทำให้เกิดความตั้งใจในการใช้งานและทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้ในที่สุด

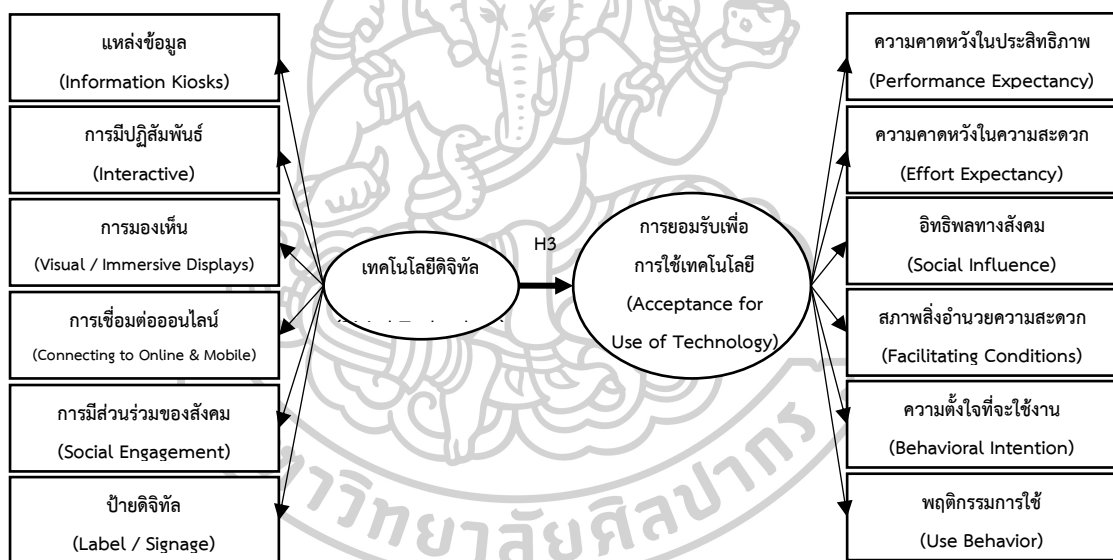
งานวิจัยของ Magsamen-Conrad, Upadhyaya, Joa, and Dowd (2015) ศึกษาเรื่อง การข้ามเส้น : การใช้ทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีเพื่อทำนายการยอมรับการใช้แท็บเล็ตของหลายเจนเนเรชั่น ผลที่ได้พบว่า การใช้แท็บเล็ตของแต่ละเจนเนเรชั่นมีผลที่แตกต่างกันในเรื่องของการเรียนรู้ โดยผู้สูงอายุจะมีการเรียนรู้ในการใช้งานที่ช้า ต้องเตรียมการสอนให้เข้าใจง่าย เตรียมข้อมูลให้พร้อม และดำเนินการสอนอย่างค่อยเป็นค่อยไป แต่สำหรับผู้ที่ป็นวัยรุ่นจะมีการเรียนรู้ได้เร็วกว่า แต่ก็ต้องมีแหล่งข้อมูลสนับสนุนการใช้งาน การใช้งานไม่ยุ่งยาก ทำงานได้รวดเร็ว เทคโนโลยีดิจิทัลจึงส่งผลกระทบต่อกรยอมรับและการใช้เทคโนโลยี นอกจากนี้ ยังพบว่า ความคาดหวังในความสะดวก และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ส่งผลกระทบต่อกรทำนายผลความตั้งใจในการใช้งานแท็บเล็ต โดยควบคุมตัวแปรอายุ เพศ และประสบการณ์การใช้แท็บเล็ต อายุและเพศส่งผลกระทบต่อกรยอมรับและการใช้แท็บเล็ต จึงต้องส่งเสริมโปรแกรมการเรียนรู้ การสอน และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพในมุมมองที่หลากหลายขององค์การ

งานวิจัยของ Tan (2013) ศึกษาเรื่อง การประยุกต์ใช้ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีเพื่อทำความเข้าใจปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้เว็บไซต์ E-Learning วิชาภาษาอังกฤษในไต้หวัน ผลที่ได้พบว่า ในมุมมองของผู้สอน E-Learning เป็นเทคโนโลยีที่มีความซับซ้อน มีเครื่องมือที่ใช้ในการทำงานค่อนข้างมาก ต้องใช้เวลาในการศึกษาจากแหล่งข้อมูลออนไลน์ และคู่มือการใช้งานที่ทางแผนกไอทีจัดเตรียมไว้ให้ เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพสูง ในมุมมองของผู้เรียน เป็นเทคโนโลยีที่ใช้งานได้ไม่ยาก มีสื่อการเรียนรู้ที่น่าสนใจ มีกิจกรรมหลากหลายไม่น่าเบื่อ จากทั้งมุมมองของผู้สอนและผู้เรียน ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก และอิทธิพลทางสังคม ส่งผลกระทบต่อกรทำนายความตั้งใจในการใช้งาน และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และความตั้งใจในการใช้งานส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรใช้ ทั้งผู้เรียนและผู้สอนต้องมีการปรับตัวในการใช้งานกับระบบ E-Learning เมื่อใช้งานหลายครั้งจะเกิดความคุ้นเคย เกิดกระบวนการใหม่ในการใช้งาน เกิด

นวัตกรรมกระบวนการที่ช่วยให้ผู้สอนและผู้เรียนเข้าถึงสื่อการเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว ทำให้การใช้งานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัลและการยอมรับเพื่อการใช้งานเทคโนโลยีของผู้วิจัย อาจกล่าวได้ว่า เทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลกระทบต่อการยอมรับเพื่อการใช้งานเทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ตามสมมติฐานที่ 3

สมมติฐานที่ 3 เทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลกระทบต่อการยอมรับเพื่อการใช้งานเทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย



ภาพที่ 18 แผนผังความสัมพันธ์ของเทคโนโลยีดิจิทัลผลกระทบต่อการยอมรับเพื่อการใช้งานเทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

ที่มา : สังเคราะห์ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Behavior) เป็นพฤติกรรมสำคัญที่หน่วยงานต่าง ๆ ต้องการให้เกิดขึ้นในตัวพนักงาน การสร้างให้เกิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นั้น มาจากความคิด

สร้างสรรค์ของบุคลากรแต่ละคน ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ของบุคลากรจึงเป็นสิ่งที่พัฒนาได้ และเป็นทักษะที่มีอยู่ในบุคลากรทุกคน หากได้รับการส่งเสริมหรือกระตุ้นให้แสดงออกได้อย่างเหมาะสม (Feist, 1998; Oldham & Cummings, 1996; Woodman et al., 1993) และจะนำมาซึ่งการแสดงออกเชิงพฤติกรรมอย่างสร้างสรรค์ ดังนั้น พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์จึงเกิดจากการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์จะมุ่งเน้นไปที่ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการสร้างพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Gorney, 2007; Maher, Merrick, & Saunders, 2007) ซึ่งทฤษฎีส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับการคิดสร้างสรรค์เป็นหลัก ดังนั้น หากกล่าวถึงความคิดสร้างสรรค์แล้ว กล่าวได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นกระบวนการของการลดความตึงเครียดระหว่างแรงขับเคลื่อนทางด้านชีววิทยา บรรทัดฐานทางสังคม และข้อจำกัด (Freud, 1900) แต่ในทางตรงข้าม (Maslow, 1968) อธิบายว่า ความคิดสร้างสรรค์เกิดจากแรงบันดาลใจจากความต้องการทางปัญญาของสิ่งที่เกิดขึ้นจริง เป็นกระบวนการของการเกิดขึ้นเองที่แสดงออกโดยบุคคลที่ได้รับการตอบสนองต่อความต้องการทางชีวภาพอย่างพึงพอใจ และจากข้อมูลข้างต้น สรุปได้ว่า พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์เป็นการแสดงออกเชิงพฤติกรรมของความคิดสร้างสรรค์ในตัวบุคคล ที่สามารถนำมาพัฒนาต่อยอดให้เกิดพฤติกรรมที่แสดงออกในการดำเนินงานอย่างสร้างสรรค์

ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวข้องกับทฤษฎี 4 กลุ่ม (G. A. Davis, 1983) ดังนี้

1. ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์เชิงจิตวิเคราะห์ : Sigmund Freud และ Kris เป็นนักจิตวิทยาทางจิตวิเคราะห์เสนอว่า ความคิดสร้างสรรค์เกิดขึ้นจากความขัดแย้งภายในจิตใต้สำนึกระหว่างแรงขับเคลื่อนทางเพศ (Libido) และความมั่งงิบผิดชอบทางสังคม (Social Conscience) ส่วนนักจิตวิทยาแนวใหม่อย่าง Kubie และ Rugg ให้ความเห็นว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นจากการรู้สติและจิตใต้สำนึก ซึ่งอยู่ในขอบเขตของจิตก่อนสำนึก
2. ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์เชิงพฤติกรรมนิยม : นักจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีนี้ แสดงความคิดเห็นว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นการแสดงออกเชิงพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ โดยมุ่งเน้นที่การเสริมแรงเป็นสำคัญ สิ่งเร้าเฉพาะหรือสถานการณ์ถูกตอบสนองอย่างถูกต้อง นอกจากนี้ ยังเน้นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์จากสิ่งเร้าอันหนึ่งไปยังสิ่งเร้าต่าง ๆ เป็นการกระตุ้นให้เกิดสิ่งใหม่หรือความคิดใหม่ ทำให้เกิดเป็นความสัมพันธ์ทางปัญญาด้วย
3. ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์เชิงมานุษยนิยม : นักจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีนี้ แสดงความคิดเห็นว่า มนุษย์มีความคิดสร้างสรรค์ติดตัวมาตั้งแต่เกิด คนที่รู้จักตัวเอง พอใจตัวเอง และใช้

ตัวเองเต็มศักยภาพ จะเป็นผู้ที่ดึงเอาความคิดสร้างสรรค์ที่มีอยู่ในตัวเองออกมาใช้ได้ เรียกว่า ผู้มีศักยภาพแห่งตน มนุษย์จะแสดงความคิดสร้างสรรค์ของตนเองได้เต็มที่หรือไม่ เกิดจากสภาวะหรือบรรยากาศที่ถูกสร้างขึ้นต้องเอื้ออำนวยให้เกิดความคิดสร้างสรรค์นั้น สภาวะหรือบรรยากาศดังกล่าวเกิดจากความรู้สึกต่าง ๆ ได้แก่ ความรู้สึกถึงความปลอดภัยในเชิงจิตวิทยา ความรู้สึกถึงความมั่นคงทางจิตใจ ความรู้สึกถึงความปรารถนาอันแรงกล้าที่จะเล่นกับความคิด และความรู้สึกถึงการเปิดกว้างทางความคิดที่จะเปิดรับประสบการณ์ใหม่ ๆ

4. ทฤษฎีอุต๋า (AUTA) : เป็นทฤษฎีที่แสดงให้เห็นถึงรูปแบบของการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นในตัวบุคคล แนวคิดของทฤษฎีนี้แสดงให้เห็นว่า มนุษย์ทุกคนมีความคิดสร้างสรรค์อยู่ในตัว สามารถพัฒนาให้มากยิ่งขึ้นได้ โดยรูปแบบของการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของทฤษฎีอุต๋า (AUTA) ต้องประกอบด้วยสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

4.1 การตระหนักรู้ (Awareness) เป็นการให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ในมุมมองที่มีต่อตนเองและสังคม และให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ภายในตัวเองทั้งในปัจจุบันและอนาคต

4.2 ความเข้าใจ (Understanding) เป็นการรับรู้อย่างลึกซึ้งในเรื่องของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ผ่านเรื่องราวต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน

4.3 เทคนิควิธี (Techniques) เป็นการมุ่งเน้นในเรื่องของการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ โดยใช้วิธีการทางเทคนิค อาจเป็นได้ทั้งเทคนิคส่วนบุคคลที่คิดค้นขึ้นเอง และเทคนิคมาตรฐานที่มีผู้อื่นพัฒนาไว้ก็ได้

4.4 การตระหนักรู้ในความจริงของสิ่งต่าง ๆ (Actualization) เป็นการให้ความสำคัญกับตัวเอง มีความพึงพอใจในตัวเอง และพยายามใช้ตัวเองให้เต็มศักยภาพ รวมไปถึงมุมมองที่เปิดกว้างเพื่อรับประสบการณ์ใหม่ในรูปแบบต่าง ๆ สามารถปรับตัวได้อย่างเหมาะสม ให้ความสำคัญกับเพื่อนมนุษย์ การสร้างและผลิตผลงานด้วยตัวเอง และยึดหยุ่นในเรื่องของความคิดปรับให้เข้ากันได้กับชีวิตทุกรูปแบบ

ตามทฤษฎีอุต๋าทั้ง 4 องค์ประกอบนี้จะเป็นตัวผลักดันให้บุคคลากรสามารถดึงศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ของตนเองออกมาใช้ได้และสามารถแสดงออกเป็นพฤติกรรมต่าง ๆ ตามความต้องการของแต่ละบุคคลและนำไปสู่พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่องค์การต้องการได้

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม (Kirton, 1994; Storr, 1989) คือ 1) พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว (Adaptive Creative Behavior) อธิบายถึงปฏิสัมพันธ์แบบไดนามิกระหว่างบุคคลและสภาพแวดล้อมที่มีความจำเป็นต่อความอยู่รอด โดยการปรับเปลี่ยนรูปแบบและวิธีการในการดำเนินชีวิต และ 2) พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม (Innovative

Creative Behavior) อธิบายถึงความคิดเกี่ยวกับการค้นหาความพึงพอใจทางปัญญาของแต่ละคน ความหมาย (Storr, 1989) หรือการตระหนักในความจริงของตนเอง (Maslow, 1968) ทำให้เกิดการ แสดงพฤติกรรมใหม่ ๆ ที่ไม่เคยแสดงออกมาก่อน

จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมจากตำรา วรรณกรรม งานวิจัย และบทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสังเคราะห์องค์ประกอบของพฤติกรรมเชิง สร้างสรรค์ เพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ สรุปได้ตามตารางที่ 6

ตารางที่ 6 สรุปองค์ประกอบของตัวแปรพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

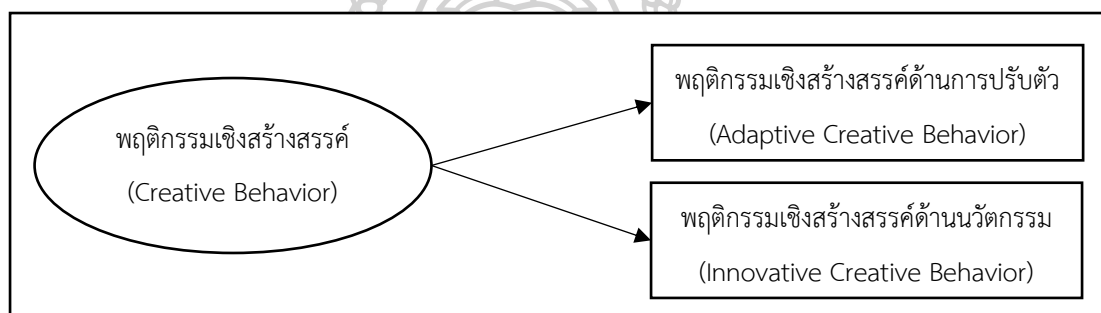
ผู้แต่ง (ปี)	พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Behavior)	
	ด้านการปรับตัว (Adaptive Creative Behavior)	ด้านนวัตกรรม (Innovative Creative Behavior)
1. Buddhawitheeborihan (2005)	✓	✓
2. Gero (1992)	✓	✓
3. Pryor, Haag, and O'Reilly (1969)	✓	✓
4. Razik (1976)	✓	✓
5. Saunders and Gero (2001)	✓	✓
6. Kirton (1994)	✓	✓
7. Storr (1989)	✓	✓
8. Feist (1998)	✓	✓
9. Oldham and Cummings (1996)	✓	✓
10. Woodman et al. (1993)	✓	✓
11. Gorney (2007)	✓	✓
12. Maher et al. (2007)	✓	✓
13. ประเวศ ชุ่มเกษรกุลกิจ (2018)	✓	✓
รวม	13	13

ที่มา : จากการสังเคราะห์ข้อมูลของผู้วิจัย

จากแนวคิดทฤษฎี บทความและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ข้างต้นที่มีความคล้ายคลึงกันในด้านต่าง ๆ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์องค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์จากตารางที่ 6 พบว่า มีองค์ประกอบเชิงทฤษฎี (Theoretical Framework) จำนวน 2 องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ความคาดหวังในประสิทธิภาพ

องค์ประกอบที่ 2 ความคาดหวังในความสะดวก



ภาพที่ 19 แผนผังองค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์
ที่มา : สังเคราะห์ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย

ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีและพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

งานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ มุ่งเน้นไปที่การแสดงพฤติกรรมเชิงบวกของคนที่ส่งผลดีต่อการทำงาน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

งานวิจัยของ Algharibi and Arvanitis (2011) ศึกษาเรื่องการประยุกต์ใช้ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีในฐานะเครื่องมือเพื่อตรวจสอบความต้องการของผู้ใช้ในการใช้งานระบบซอฟต์แวร์ทดลองใช้ ผลที่ได้พบว่า พฤติกรรมการใช้ระบบซอฟต์แวร์ทดลองใช้เกิดจากการปรับตัวของผู้ใช้หลังจากรับรู้ว่าจะระบบมีประสิทธิภาพ สามารถอำนวยความสะดวกต่อการใช้งานได้ตามที่คาดหวัง ผู้ใช้หลายคนให้คำแนะนำต่อการใช้งานได้เป็นอย่างดี และมีสิ่งอำนวยความสะดวก

เอื้ออำนวยให้ในกรณีที่ติดปัญหาในการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัวของ Kirton (1994) ในเรื่องของความสามารถในการแก้ปัญหา

งานวิจัยของ Boonsiritomachai and Pitchayadejanant (2017) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของเจนเนอร์เรชั่นวายตามทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่ปรับเปลี่ยนตามแนวคิดโมเดลการยอมรับ ผลที่ได้พบว่า การใช้ธนาคารบนโทรศัพท์มือถือทำให้เกิดความสะดวกในการใช้งานแต่มีความเป็นกังวลในเรื่องของความปลอดภัย เป็นการใช้งานนวัตกรรมใหม่ทางการธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมของ Kirton (1994) ในเรื่องของการคิดหาคำตอบด้วยตนเอง

งานวิจัยของ Alawadhi and Morris (2008) ศึกษาเรื่อง การใช้แบบจำลองการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีในการยอมรับบริการรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศคูเวต ผลที่ได้พบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อการใช้บริการระบบรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ของนักเรียน ซึ่งเป็นผลจากการปรับตัวให้เข้ากับยุคของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สอดคล้องกับแนวคิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัวของ Kirton (1994) ในเรื่องของความยืดหยุ่น พร้อมทั้งจะเปลี่ยนแปลง ในเรื่องความคิดและวิธีการทำงาน

งานวิจัยของ Y. Wu et al. (2007) ศึกษาเรื่อง การยอมรับการให้บริการ 3G ในประเทศไต้หวัน ผลที่ได้พบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพ และอิทธิพลทางสังคมมีผลกระทบต่อความตั้งใจในการใช้ และพฤติกรรมการใช้จริง สอดคล้องกับแนวคิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมของ Kirton (1994) ในเรื่องของความกล้าคิด กล้าแสดงออก

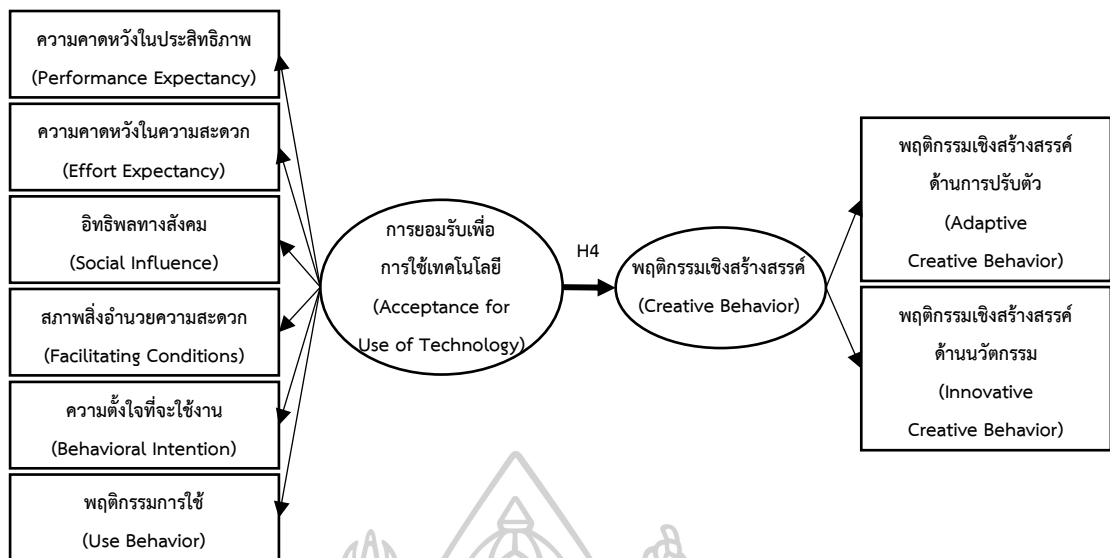
งานวิจัยของ Febrianty et al. (2019) ศึกษาเรื่อง การรับรู้ต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อการทำงานของพนักงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ผลที่ได้พบว่า พนักงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีการปรับตัวนำสื่อสังคมออนไลน์เข้ามาใช้กับงานด้านการตลาด เป็นเทคโนโลยีใหม่ที่ถูกนำมาใช้ อันเกิดจากการยอมรับและใช้เทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์ในการทำการตลาด โดยเกิดจากความตั้งใจในการใช้งานและใช้อย่างต่อเนื่อง พนักงานคาดหวังในประสิทธิภาพและความสะดวกของสื่อสังคมออนไลน์สามารถสร้างเนื้อหาทางการตลาดนำเสนอให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตต้องมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การใช้สื่อสังคมออนไลน์ทำงานได้อย่างต่อเนื่องไม่ติดขัด

งานวิจัยของ Salsabila et al. (2019) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้ E-Learning โดยใช้ทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (กรณีศึกษา Stmik Mikroskil) ผลที่ได้พบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก และอิทธิพลทางสังคม ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งาน และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลกระทบเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้ ซึ่งผู้ใช้ต้องมีการปรับตัวในการเรียนรู้ระบบ E-Learning

งานวิจัยของ Maita et al. (2018) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้ที่มีต่อระบบสารสนเทศทางการศึกษาโดยใช้ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ผลที่ได้พบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก และอิทธิพลทางสังคม ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งาน และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลกระทบเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้ ผู้ใช้ต้องทำตามขั้นตอนก่อนในช่วงแรก และมีคนคอยให้คำแนะนำใกล้ชิด เมื่อใช้งานหลาย ๆ ครั้ง จะเกิดความชำนาญ สามารถใช้ได้ด้วยตนเอง

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีและพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ อาจกล่าวได้ว่า การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีส่งผลกระทบเชิงบวกต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ตามสมมติฐานที่ 4

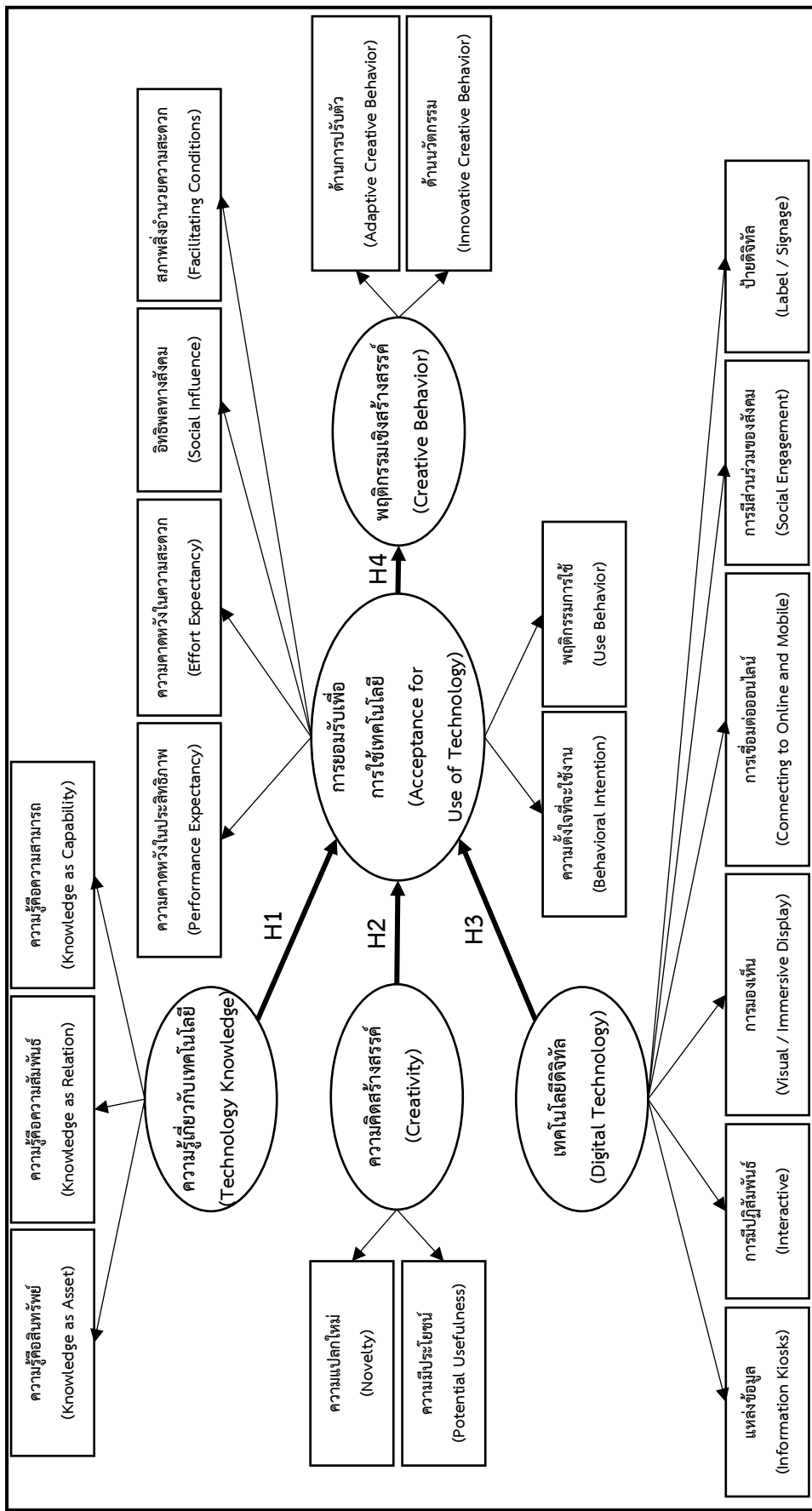
สมมติฐานที่ 4 การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีส่งผลกระทบเชิงบวกต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย



ภาพที่ 20 แผนผังความสัมพันธ์ของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานในอุตสาหกรรมไอซีไทย
ที่มา : สังเคราะห์ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย

การพัฒนาองค์ประกอบตัวแปรสำหรับการวิจัย

จากการศึกษาทฤษฎีพื้นฐาน 4 ทฤษฎี และวรรณกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้พัฒนากกรอบแนวคิดการวิจัยที่แสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรและปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์ที่ศึกษาในครั้งนี้ โดยความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัล ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ โดยมีการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีเป็นตัวส่งผ่าน ดังนี้



ภาพที่ 21 การพัฒนาองค์ประกอบตัวแบบเบื้องต้นจากการทบทวนวรรณกรรม

ที่มา : จากการศึกษาข้อมูลของผู้วิจัย

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method Research) คือ วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นลักษณะการวิจัยแบบหลายช่วง (Multi-phase Design) (Creswell, 2013; ชาย โพธิสิตา, 2552) โดยแบ่งการวิจัยออกเป็น 3 ขั้นตอนหลัก ขั้นตอนแรก ใช้การศึกษาและวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Research) (Scott, 1990) จากหนังสือ บทความ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยีดิจิทัล การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ขั้นตอนที่สอง ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัลที่ส่งผลกระทบต่อ การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี และศึกษาอิทธิพลของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย เพื่อทดสอบและยืนยันโมเดลงานวิจัยด้วยวิธีทฤษฎีสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) และขั้นตอนสุดท้าย ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth-Interview) การวิจัยเชิงคุณภาพใช้การวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) เพื่ออธิบายและยืนยันผลการวิจัยเชิงปริมาณให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น (Creswell, 2013) โดยใช้พนักงานที่ทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยเป็นหน่วยในการวิเคราะห์ (Unit of Analysis)

วิธีวิทยา

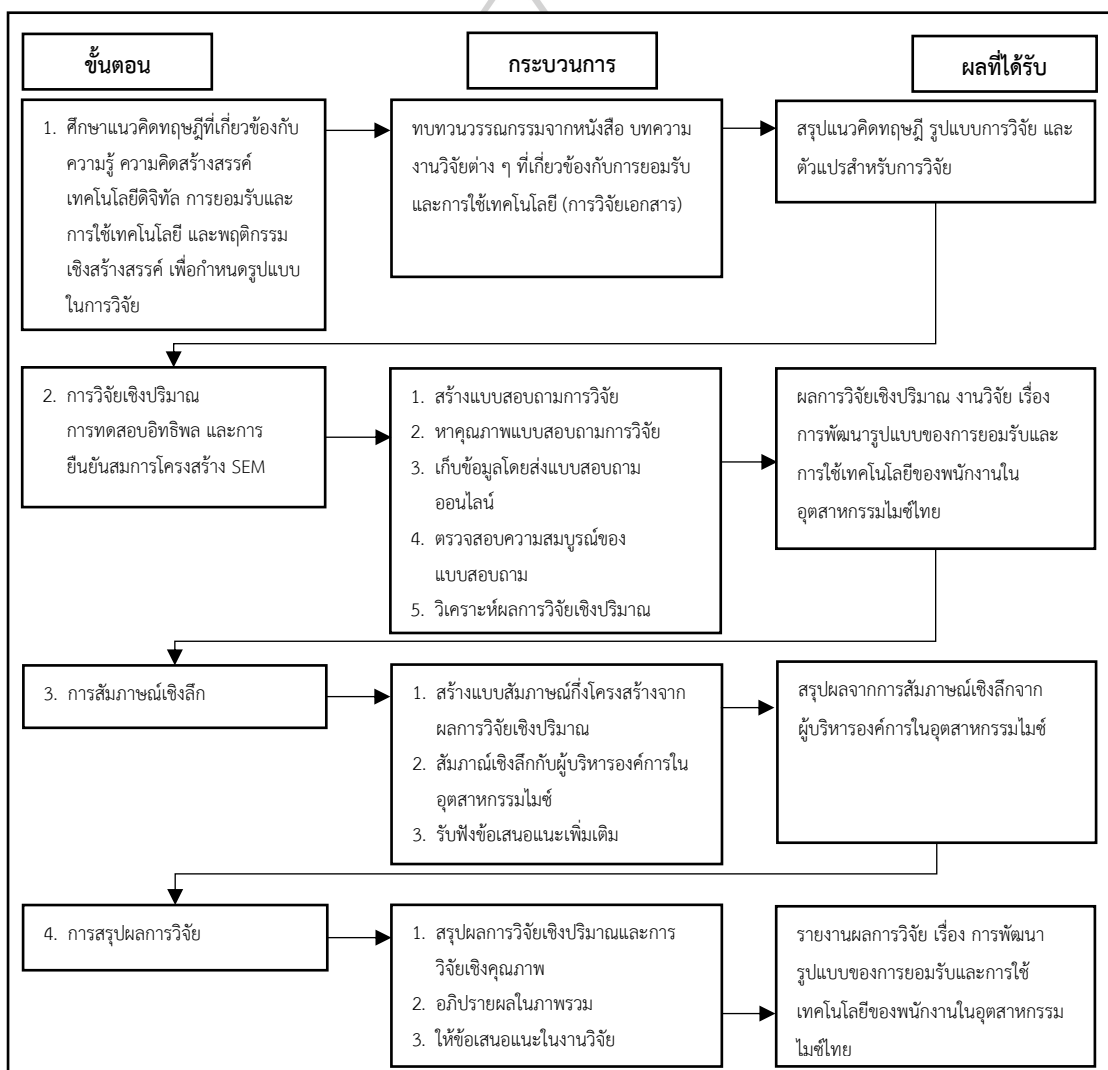
งานวิจัยนี้ มีวิธีวิทยาที่นำมาใช้ในการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุ (Causal Study) โดยอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหตุและตัวแปรผล (Antecedent and Consequence) เพื่อสร้างรูปแบบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ด้วยวิธีทฤษฎีสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) ตรวจสอบอิทธิพลของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัล ที่ส่งผลกระทบต่อ การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี และศึกษาอิทธิพลของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีที่

ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้สอดคล้องกับข้อมูลเชิงทฤษฎีและข้อมูลเชิงประจักษ์

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นวิธีการแสวงหาความรู้ความจริงจากประสบการณ์ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth-Interview) กับประธานกรรมการ รองประธานกรรมการ ที่ปรึกษา ผู้อำนวยการหรือผู้จัดการฝ่ายต่าง ๆ ของหน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีรายชื่ออยู่กับสมาคมการส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) และสมาคมการแสดงสินค้า (ไทย)

ขั้นตอนการวิจัย



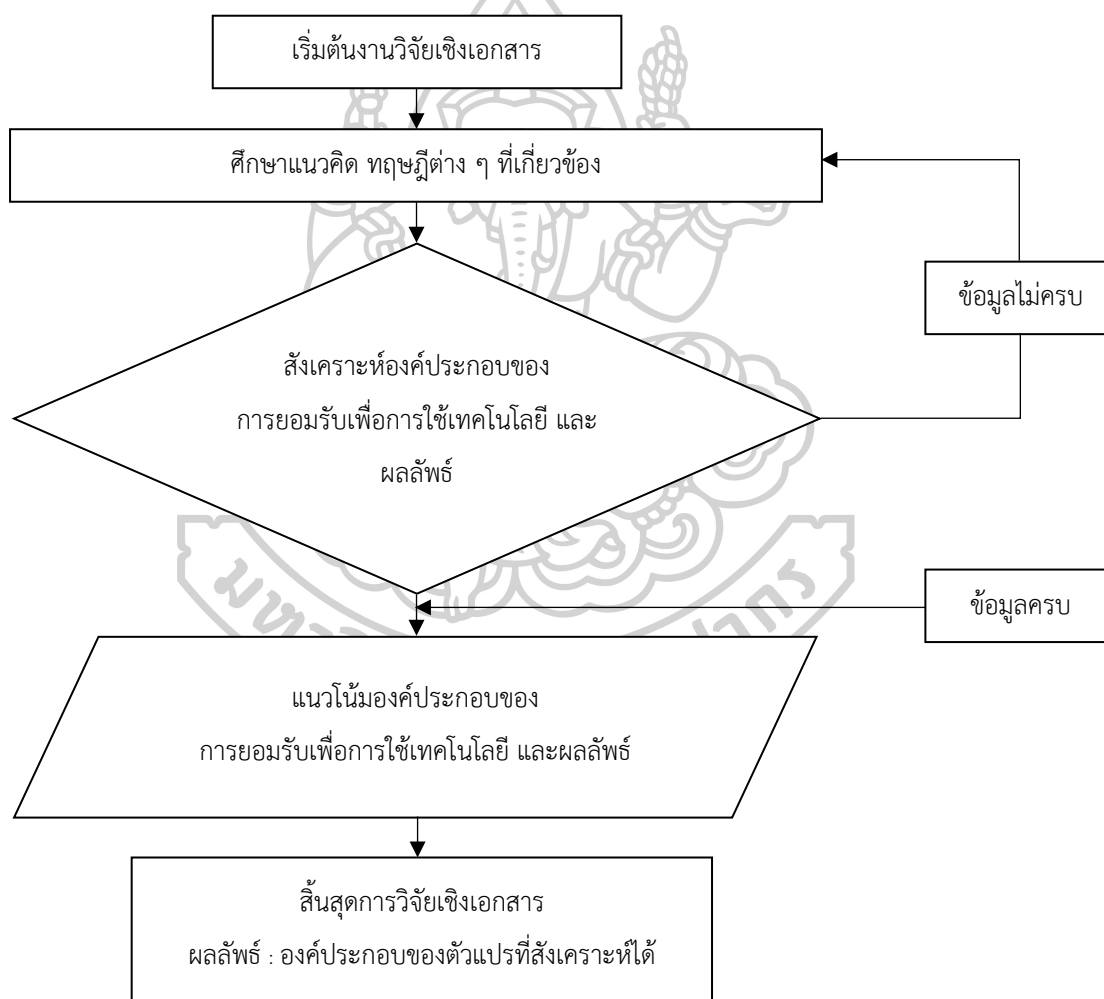
ภาพที่ 22 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ที่มา : จากการสังเคราะห์ข้อมูลของผู้วิจัย

จากภาพที่ 22 แสดงขั้นตอนการดำเนินการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research)

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เพื่อกำหนดโมเดลงานวิจัย โดยใช้การวิจัยเชิงเอกสาร อย่างมีระบบแบบมีโครงสร้าง (Systematic Documentary Research) จากหนังสือ บทความ และ งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ (Scott, 1990; ปาริชาติ เยพิทักษ์, 2559) เพื่อสังเคราะห์ องค์ประกอบตัวแปรของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยสรุป เป็นแผนผังกระบวนการทำงานได้ ดังนี้



ภาพที่ 23 แผนผังแสดงขั้นตอนการวิจัยเชิงเอกสาร เพื่อสังเคราะห์องค์ประกอบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ และผลลัพธ์

ที่มา : จากการสังเคราะห์ข้อมูลของผู้วิจัย

จากภาพที่ 23 ผู้วิจัยเริ่มต้นจากการวิจัยเชิงเอกสาร โดยศึกษาแนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ ด้วยการทบทวนวรรณกรรมจากหนังสือ บทความ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีและผลลัพธ์ และนำข้อมูลที่ได้มาจัดกระทำ ซึ่งเป็นการคัดเลือกเอกสารที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้ เพื่อหาความเชื่อมโยงของตัวแปรทั้ง 4 ตัวแปร ประกอบด้วย ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ จนสามารถสรุปความสัมพันธ์ของตัวแปรออกมาเป็นโมเดลงานวิจัยตามภาพที่ 20 ซึ่งเป็นผลมาจากการนำแนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ ทฤษฎีองค์ประกอบการรับรู้ (Perception Theory) แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude Concept) ทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม (Innovation Theory) ทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Adoption of Innovation and Technology Theory) ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ (Business Economics Theory) แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-Based Economy Concept) แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy Concept) แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy Concept) แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Value-Based Economy Concept) ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล (Theory of Reasoned Action) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) แบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (A Technology Acceptance Model) แบบจำลองการใช้ประโยชน์เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Model of Personal Computer Utilization) ทฤษฎีการเผยแพร่ร่นวัตกรรม (Diffusion Innovation Theory) แบบจำลองทฤษฎีการจูงใจ (Motivation Model) ทฤษฎีปัญญาทางสังคม (Social Cognitive Theory) ทฤษฎีผสมผสานระหว่างแบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีและทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Combined of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior) ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Behavior Concept) ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์เชิงจิตวิเคราะห์ ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์เชิงพฤติกรรมนิยม ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์เชิงมานุษยนิยม ทฤษฎีอูต้า (AUTA) เพื่อนำมาสังเคราะห์องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ แล้วจึงพัฒนาเป็นองค์ประกอบของตัวแบบการวิจัยจากตัวแปรที่สังเคราะห์ขึ้น

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรแฝงภายนอก ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่

1. ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี มี 3 ด้าน ประกอบด้วย
 - 1.1 ความรู้คือสินทรัพย์
 - 1.2 ความรู้คือความสัมพันธ์
 - 1.3 ความรู้คือความสามารถ
2. ความคิดสร้างสรรค์ มี 2 ด้าน ประกอบด้วย
 - 2.1 ความแปลกใหม่
 - 2.2 ความมีประโยชน์
3. เทคโนโลยีดิจิทัล มี 6 ด้าน ประกอบด้วย
 - 3.1 แหล่งข้อมูล
 - 3.2 การมีปฏิสัมพันธ์
 - 3.3 การมองเห็น
 - 3.4 การเชื่อมต่อแบบออนไลน์
 - 3.5 การมีส่วนร่วมทางสังคม
 - 3.6 ป้าย / สัญลักษณ์
4. การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี มี 6 ด้าน ประกอบด้วย
 - 4.1 ความคาดหวังในประสิทธิภาพ
 - 4.2 ความคาดหวังในความสะดวก
 - 4.3 อิทธิพลทางสังคม
 - 4.4 สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก
 - 4.5 ความตั้งใจในการทำงาน
 - 4.6 พฤติกรรมการใช้

ตัวแปรแฝงภายใน ประกอบด้วย 1 ตัวแปร ได้แก่

5. พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ มี 2 ด้าน ประกอบด้วย
 - 5.1 พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว
 - 5.2 พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม

ขั้นตอนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามการวิจัย ตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามการวิจัย เก็บข้อมูลการวิจัยด้วยแบบสอบถามผ่านทางอีเมล ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามการวิจัย จากนั้นวิเคราะห์ผลการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อเป็นการทดสอบอิทธิพลและการยืนยันสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อให้ได้ผลของการวิจัยเชิงปริมาณ

1. การสร้างเครื่องมือและการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณ

1.1 สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยทบทวนวรรณกรรม เพื่อศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปร และนำมากำหนดเป็นข้อคำถามในการสร้างแบบสอบถาม

1.2 สร้างแบบสอบถามสำหรับเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยกำหนดข้อคำถามเป็นตัวชี้วัด สำหรับตัวแปรที่จะศึกษาวิจัย จำนวน 19 ตัวแปร โดยมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของการวิจัยและนิยามศัพท์เฉพาะ ประกอบด้วย ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ เพื่อใช้สำหรับทดสอบสมมติฐานต่อไป

1.3 นำเสนอแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดการวิจัย ต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาให้คำแนะนำ และปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1.4 นำเสนอแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ นำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัยให้มีความถูกต้อง และครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย โดยผู้เชี่ยวชาญเครื่องมือวิจัย จำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย

1.4.1 รองศาสตราจารย์ ดร. ราณี อีสัยกุล อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ วิชาเอกจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

1.4.2 ดร. พิงใจ พิษยอนุตรรัตน์ อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาระบบสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

1.4.3 คุณอรชร ว่องพรรณงาม ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

จากนั้นปรับปรุงเครื่องมือการวิจัยตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์พิจารณาอีกครั้ง

2. การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยเชิงปริมาณ

2.1 การทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย 1) รองศาสตราจารย์ ดร. ราณี อีสัยกุล อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ วิชาเอกจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2) ดร. พิงใจ พิษยอนุตรรัตน์ อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาระบบสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และ 3) คุณอรชร ว่องพรรณงาม ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไม้ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ โมเดลการวิจัย ตลอดจนนิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย และนำมาปรับปรุงข้อคำถาม จากนั้นหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยใช้สูตรคำนวณ IOC (Index of Item Object Congruence) = $\sum R/N$ (โดยที่ $\sum R$ หมายถึง ผลรวมคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ และ N หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญ) จากนั้นประมวลความเห็นของผู้เชี่ยวชาญเป็นรายข้อ โดยค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามต้องมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป จึงจะถือว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และสามารถนำไปใช้เป็นข้อคำถามในแบบสอบถามได้ (Rovinelli & Hambleton, 1976) จากการทดสอบพบว่า ค่าดังกล่าวอยู่ระหว่าง 0.67 - 1.00

2.2 การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach, 1970) โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งหมดต้องมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป จึงจะถือว่ายอมรับได้ (Hair, Black, Babin, Anderson, & L. Tatham, 2006) จากผลการทดสอบพบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งหมดมีค่าเท่ากับ 0.990 และมีค่าความเชื่อมั่นรายด้าน รายละเอียดดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 สรุปค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแบ่งตามรายด้าน

ตัวแปร	จำนวนข้อคำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha)
ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี		0.891
ด้านความรู้คือสินทรัพย์	5	0.821
ด้านความรู้คือความสัมพันธ์	5	0.926
ด้านความรู้คือความสามารถ	4	0.927
ความคิดสร้างสรรค์		0.975
ด้านความแปลกใหม่	5	0.966

ตัวแปร	จำนวน ข้อคำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha)
ด้านความมีประโยชน์	6	0.983
เทคโนโลยีดิจิทัล		0.895
ด้านแหล่งข้อมูล	4	0.829
ด้านการมีปฏิสัมพันธ์	4	0.896
ด้านการมองเห็น	4	0.865
ด้านการเชื่อมต่อออนไลน์	4	0.920
ด้านการมีส่วนร่วมทางสังคม	4	0.930
ด้านป้าย / สัญลักษณ์	4	0.932
การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี		0.935
ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ	11	0.937
ด้านความคาดหวังในความสะดวก	11	0.933
ด้านอิทธิพลทางสังคม	11	0.908
ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก	11	0.938
ด้านความตั้งใจในการใช้งาน	11	0.957
ด้านพฤติกรรมการใช้	11	0.939
พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์		0.939
พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว	6	0.915
พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม	6	0.962
รวม	127	0.990

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ

เครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับงานวิจัยเชิงปริมาณ แบ่งออกเป็น 8 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะของคำถามแบบปลายปิด (Closed-ended Question) จำนวน 10 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยี ความสมัครใจในการใช้เทคโนโลยี หน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์ที่สังกัด แผนก และตำแหน่งที่สังกัด รายได้ และเทคโนโลยีที่ใช้ในการทำงาน โดยมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 พื้นฐานการใช้เทคโนโลยีในการทำงาน เป็นข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในการทำงาน จำนวน 5 ข้อ โดยมีลักษณะของคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ประกอบด้วย ด้านความรู้คือสินทรัพย์ จำนวน 5 ข้อ ความรู้คือความสัมพันธ์ จำนวน 5 ข้อ และความรู้คือความสามารถ จำนวน 4 ข้อ รวมข้อคำถามทั้งสิ้น 14 ข้อ โดยมีลักษณะของคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ด้านความแปลกใหม่ จำนวน 5 ข้อ และความมีประโยชน์ จำนวน 6 ข้อ รวมข้อคำถามทั้งสิ้น 11 ข้อ โดยมีลักษณะของคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัล ประกอบด้วย ด้านแหล่งข้อมูล จำนวน 4 ข้อ ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ จำนวน 4 ข้อ ด้านการมองเห็น จำนวน 4 ข้อ ด้านการเชื่อมต่อออนไลน์ จำนวน 4 ข้อ ด้านการมีส่วนร่วมทางสังคม จำนวน 4 ข้อ ด้านป้าย / สัญลักษณ์ จำนวน 4 ข้อ รวมข้อคำถามทั้งสิ้น 24 ข้อ โดยมีลักษณะของคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วย ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ จำนวน 11 ข้อ ด้านความคาดหวังในความสะดวก จำนวน 11 ข้อ ด้านอิทธิพลทางสังคม จำนวน 11 ข้อ ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 11 ข้อ ด้านความตั้งใจในการใช้งาน จำนวน 11 ข้อ และด้านพฤติกรรมการใช้ จำนวน 11 ข้อ รวมข้อคำถามทั้งสิ้น 66 ข้อ โดยมีลักษณะของคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว จำนวน 6 ข้อ และด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม จำนวน 6 ข้อ รวมข้อคำถามทั้งสิ้น 12 ข้อ โดยมีลักษณะของคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 8 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้อย่างอิสระ

4. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษานี้ ได้แก่ พนักงานที่ทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยมีรายชื่อองค์กร อยู่กับสมาคมการแสดงสินค้าไทย (Thailand Exhibition Association: TEA) และสมาคมส่งเสริม การประชุมนานาชาติ (ไทย) (Thailand Incentive and Convention Association: TICA) ซึ่งเป็น หน่วยงานที่สนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย ประกอบด้วย หน่วยงานต่าง ๆ จำนวน 5 กลุ่ม คือ 1) บริษัทรับจัดงานประชุมมืออาชีพ (Professional Conference Organizer: PCO) และบริษัทรับจัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (Professional Exhibition Organizer: PEO) จำนวน 33 แห่ง 2) บริษัทรับจัดการจุดหมายปลายทาง (Destination Management Company: DMC) และบริษัทรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel Company) จำนวน 60 แห่ง 3) บริษัทรับจัดกิจกรรมพิเศษ (Events Management Company: EMC) จำนวน 23 แห่ง 4) สถานที่จัดงานประเภทศูนย์ประชุม และแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Convention / Exhibition Venue) จำนวน 20 แห่ง และ 5) สถานที่จัดงานประเภทโรงแรม (Convention Hotel) จำนวน 313 แห่ง รวมจำนวนทั้งสิ้น 449 แห่งทั่วประเทศ ข้อมูลเมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2562 (สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย), 2562; สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย), 2562) โดยการใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) วิธีการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้การส่ง แบบสอบถามทางอีเมล ทั้งนี้ ต้องพิจารณาเงื่อนไขของขนาดตัวอย่างที่สอดคล้องกับสถิติที่ใช้ในการ วิจัย โดยอ้างอิงหลักเกณฑ์การกำหนดขนาดตัวอย่างของ Jackson (2001) (Jackson, 2001) อธิบาย ถึงเกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างว่า ควรมีขนาดเป็น 10 - 20 เท่าของตัวแปรสังเกต โดย งานวิจัยนี้มีตัวแปรสังเกต จำนวน 19 ตัวแปร จึงต้องมีขนาดกลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วงระหว่าง 190 - 380 ตัวอย่าง โดยการวิจัยนี้มีจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจริงทั้งสิ้น 316 ตัวอย่าง หน่วยการวิเคราะห์เป็นระดับบุคคล โดยข้อมูลการตอบแบบสอบถามมาจากพนักงานที่ทำงานในฝ่าย ทรัพยากรบุคคล ฝ่ายขายและการตลาด ฝ่ายบัญชีและการเงิน ฝ่ายออกแบบงาน ฝ่ายบริหาร และ ฝ่ายอื่น ๆ ขององค์กรในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย

ตารางที่ 8 สรุปจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้การสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling)

ลำดับ	หน่วยงาน	จำนวน กลุ่มตัวอย่าง
1	บริษัทรับจัดงานประชุมมืออาชีพ (Professional Conference Organizer: PCO)	43
	บริษัทรับจัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (Professional Exhibition Organizer: PEO)	42
2	บริษัทรับจัดการจุดหมายปลายทาง (Destination Management Company: DMC)	51
	บริษัทรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel Company)	43
3	บริษัทรับจัดกิจกรรมพิเศษ (Events Management Company: EMC)	45
4	สถานที่จัดงานประเภทศูนย์ประชุม และแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Convention / Exhibition Venue)	41
5	สถานที่จัดงานประเภทโรงแรม (Convention Hotel)	51
รวม		316

5. การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ มีขั้นตอนดังนี้

5.1 สร้างแบบสอบถาม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลทางอีเมล และระบบแบบสอบถามดิจิทัลโปรแกรมสำเร็จรูป Google Form จำนวนทั้งสิ้น 380 ฉบับ

5.2 จัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร เพื่อแนบกับแบบสอบถามในการจัดส่งไปยังกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

5.3 จัดส่งแบบสอบถาม ตามชื่อและที่อยู่อีเมลขององค์กรในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้แก่ บริษัทรับจัดงานประชุมมืออาชีพ (Professional Conference Organizer: PCO) บริษัทรับจัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (Professional Exhibition Organizer: PEO) บริษัทรับจัดการจุดหมายปลายทาง (Destination Management Company: DMC) บริษัทรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel Company: ITC) บริษัทรับจัดกิจกรรมพิเศษ (Events Management

Company: EMC) สถานที่จัดงานประเภทศูนย์ประชุม และแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Convention / Exhibition Venue) และสถานที่จัดงานประเภทโรงแรม (Convention Hotel) มีจำนวนทั้งสิ้น 449 แห่ง

5.4 ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม โดยจำนวนชุดต้องอยู่ในช่วง 190-380 ชุด หลังจากดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ ปรากฏว่ามีแบบสอบถามที่ส่งกลับและมีความถูกต้องสมบูรณ์ เนื่องจากโปรแกรมสำเร็จรูปจะมีการป้องกันการตอบคำถามที่ไม่ครบก่อนส่งกลับมายังผู้วิจัย จึงมีความสมบูรณ์ทุกฉบับ และจำนวนที่ตอบกลับมาในระบบจำนวนทั้งสิ้น 316 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 83.16 ซึ่งมากกว่าร้อยละ 20 ถือเป็นเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Aaker, Kumar, & Day, 2001) มีรายละเอียดการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 รายละเอียดการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

รายละเอียดการเก็บแบบสอบถาม	จำนวน
แบบสอบถามที่ส่งทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)	380 ฉบับ
สรุปจำนวนแบบสอบถามที่ตอบกลับทั้งสิ้นและสมบูรณ์	316 ฉบับ
สรุปอัตราการตอบกลับของแบบสอบถาม	คิดเป็นร้อยละ 83.16

6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ มีดังนี้

6.1 สถิติพื้นฐาน เพื่อใช้บรรยายคุณลักษณะขององค์การที่ศึกษา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

6.2 สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย ประกอบด้วย

6.2.1 การหาค่าอำนาจจำแนก (Discrimination Power) ของแบบสอบถามเป็นรายข้อ โดยใช้เทคนิค Corrected Item-Total Correlation

6.2.2 การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)

6.2.3 การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง โดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis)

6.3 สถิติที่ใช้ในการทดสอบเงื่อนไขพื้นฐานของการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ด้วยการทดสอบภาวะที่ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูงเกินไป (Multicollinearity) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรต้องมีค่าไม่เกิน 0.90 ทำให้ไม่มีภาวะที่ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูงเกินไป (Kline, 2011)

6.4 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ประกอบด้วย

6.4.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดล (Model Fit Index) และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Standardized Factor Loading) โดยมีรายละเอียดดังนี้

6.4.1.1 ดัชนีความสอดคล้องของโมเดล มีดังนี้

6.4.1.1.1 ค่าไค-สแควร์ (Chi-square / χ^2) หมายถึง ค่าที่ใช้ทดสอบความกลมกลืนระหว่างเมทริกซ์ค่าแปรปรวน - ค่าแปรปรวนร่วมของข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เก็บได้จริง กับเมทริกซ์ค่าแปรปรวน - ค่าแปรปรวนร่วมของโมเดลที่พัฒนาขึ้น ค่าสถิติไค-สแควร์มีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า โมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010)

6.4.1.1.2 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-square) หรือ χ^2 / df หมายถึง ค่าที่ใช้ปรับลดอิทธิพลของขนาดตัวอย่างที่มีต่อค่าสถิติไค-สแควร์ เนื่องจาก การใช้ค่าไค-สแควร์มีข้อจำกัด คือ ค่าไค-สแควร์จะมีค่าสูงหากกลุ่มตัวอย่างมีขนาดใหญ่ ทำให้อาจสรุปได้ว่า โมเดลไม่กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ในขณะที่ความจริงมีความกลมกลืน โดยค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ ต้องมีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 แสดงว่าโมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Kline, 2011)

6.4.1.1.3 ค่าดัชนีระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI) หมายถึง ค่าเปรียบเทียบค่าไค-สแควร์ของโมเดลอิสระลบล้างของตัวแปรอิสระของโมเดลอิสระ กับค่าไค-สแควร์ของโมเดลของผู้วิจัยลบล้างของตัวแปรอิสระของโมเดลของผู้วิจัย โมเดลที่พัฒนาขึ้นกับโมเดลอิสระ ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 แสดงว่าโมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Hair et al., 2010)

6.4.1.1.4 ค่าดัชนีระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) หมายถึง ค่าที่ใช้วัดความสัมพันธ์ระหว่างค่าไค-สแควร์ของโมเดลของผู้วิจัยและค่าไค-สแควร์ของโมเดลอิสระ ซึ่งโมเดลอิสระ คือ ตัวแปรเป็นอิสระต่อกัน หรือค่าความแปรปรวนร่วมระหว่างตัวแปรเป็น 0 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 แสดงว่าโมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Hair et al., 2010)

6.4.1.1.5 ค่าดัชนีระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) หมายถึง ค่าที่ได้จากการปรับแก้ดัชนี GFI โดยคำนึงถึงขนาดกลุ่ม

ตัวอย่าง จำนวนตัวแปร และขนาดขององศาอิสระ ซึ่งดัชนี AGFI มีคุณสมบัติเหมือนกับดัชนี GFI ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้วมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.80 แสดงว่าโมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Gefen, Straub, & Boudreau, 2000)

6.4.1.1.6 ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) หมายถึง ค่าเฉลี่ยของความแตกต่าง (ความไม่กลมกลืน) ต่อองศาอิสระ ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณมีค่าน้อยกว่า 0.08 แสดงว่าโมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Kline, 2011)

สรุปเกณฑ์ของดัชนีความสอดคล้องของโมเดล ได้ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ดัชนีความสอดคล้องของโมเดล

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา
ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square / χ^2)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p-value > 0.05)
ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2 / df) χ^2 / df	$\chi^2 / df < 3$
ค่าดัชนีระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI)	≥ 0.90
ค่าดัชนีระดับความกลมกลืน (GFI)	≥ 0.90
ค่าดัชนีระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI)	≥ 0.80
ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (RMSEA)	< 0.05

ที่มา : (Gefen et al., 2000; Hair et al., 2010; Kline, 2011)

6.4.1.2 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loading) หมายถึง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรที่ปรับให้เป็นมาตรฐาน ไม่มีหน่วย ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานมีค่ามากกว่า 0.40 จึงจะผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2006)

6.4.2 การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) ใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลเหมือนกับที่กล่าวไว้ในข้อ 6.4.1.1 ค่าอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) ค่าอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และค่าอิทธิพลรวม (Total Effect)

ขั้นตอนที่ 3 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth-Interview)

สร้างแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structural Interview) หาคุณภาพของแบบสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลหลัก การถอดเทปการสัมภาษณ์ และการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ

1. การสร้างแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

การสร้างแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง มีขั้นตอนการสร้างดังนี้

1.1 ผู้วิจัยกำหนดข้อความแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง จากการทบทวนวรรณกรรม โดยพิจารณาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย นอกจากนี้ ตัวผู้วิจัยถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการสัมภาษณ์

1.2 นำเสนอแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดการวิจัยต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาและให้คำแนะนำ จากนั้นปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1.3 นำเสนอแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างที่ได้ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัยให้มีความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย โดยผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย จำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย

1.3.1 รองศาสตราจารย์ ดร. ราณี อิศัยกุล อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ วิชาเอกจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

1.3.2 ดร. พิงใจ พิษยอนุตรรัตน์ อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาระบบสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

1.3.3 คุณอรชร ว่องพรรณงาม ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

หลังจากนั้นปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์อีกครั้ง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับงานวิจัยเชิงคุณภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับงานวิจัยเชิงคุณภาพในงานวิจัยนี้ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structural Interview) มีรายละเอียดแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยีดิจิทัล การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ

การเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีประเด็นที่ต้องพิจารณาดังนี้

3.1 การเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ผู้วิจัยเลือกจากตัวแทนผู้บริหารหน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ที่มีรายชื่อองค์การอยู่กับสมาคมการแสดงสินค้าไทย (Thailand Exhibition Association: TEA) และสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) (Thailand Incentive and Convention Association: TICA) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่สนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย ประกอบด้วยหน่วยงานต่าง ๆ จำนวน 5 กลุ่ม คือ 1) บริษัทรับจัดงานประชุมมืออาชีพ (Professional Conference Organizer: PCO) และบริษัทรับจัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (Professional Exhibition Organizer: PEO) จำนวน 33 แห่ง 2) บริษัทรับจัดการจุดหมายปลายทาง (Destination Management Company: DMC) และบริษัทรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel Company) จำนวน 60 แห่ง 3) บริษัทรับจัดกิจกรรมพิเศษ (Events Management Company: EMC) จำนวน 23 แห่ง 4) สถานที่จัดงานประเภทศูนย์ประชุม และแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Convention / Exhibition Venue) จำนวน 20 แห่ง และ 5) สถานที่จัดงานประเภทโรงแรม (Convention Hotel) จำนวน 313 แห่ง รวมจำนวนทั้งสิ้น 449 แห่งทั่วประเทศ ข้อมูลเมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2562 (สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย), 2562; สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย), 2562) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งผู้ที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ และสามารถให้ข้อมูลในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยได้เป็นอย่างดี (สุภางค์ จันทวานิช, 2556) ดังนั้น การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้เลือกสัมภาษณ์ประธานกรรมการ รองประธานกรรมการ ที่ปรึกษาหน่วยงาน ผู้อำนวยการหรือผู้จัดการฝ่ายต่าง ๆ ขององค์การในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักในการ

ศึกษาวิจัยในครั้งนี้ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้บริหารระดับสูงขององค์กรต่าง ๆ ตามตารางที่ 11

ตารางที่ 11 รายละเอียดผู้ให้ข้อมูลหลัก

ลำดับ	ประเภทหน่วยงาน	ตำแหน่งงาน	หน่วยงาน	รหัสข้อมูล
1	หน่วยงาน สนับสนุน	Senior Executive	MICE Intelligence & Innovation Department สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)	Sup1
2		ผู้จัดการอาวุโส	ฝ่ายอุตสาหกรรมและการแสดงสินค้านานาชาติ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)	Sup2
3		ผู้ช่วยผู้จัดการ	ฝ่ายบริหาร สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย)	Sup3
4	สถานที่จัดงาน ประเภทโรงแรม	ผู้จัดการฝ่ายการเรียนรู้และพัฒนา	ฝ่ายการเรียนรู้และพัฒนา โรงแรมเชอราตัน รีสอร์ทแอนด์สปา หัวหิน	Hot1
5		ผู้จัดการฝ่ายฝึกอบรมและทรัพยากรมนุษย์	ฝ่ายฝึกอบรมและทรัพยากรมนุษย์ โรงแรมเจ้าพระยาปาร์ค	Hot2
6		ผู้อำนวยการฝ่ายการบริการงานอีเวนต์	ฝ่ายการบริการงานอีเวนต์ Centara Grand & Bangkok Convention Centre @Central World	Hot3
7		ผู้อำนวยการฝ่ายขายและการตลาด	ฝ่ายการตลาด โรงแรมสามพรานริเวอร์ไซด์	Hot4
8		ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารการตลาด	ฝ่ายสื่อสารการตลาด โรงแรมสามพรานริเวอร์ไซด์	Hot5
9		ผู้อำนวยการฝ่ายขายและการตลาด	ฝ่ายขายและการตลาด โรงแรมดุสิตธานีเชียงใหม่	Hot6
10		สถานที่จัดงาน ประเภทศูนย์	ผู้อำนวยการ	ฝ่ายทรัพยากรบุคคล ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

ลำดับ	ประเภท หน่วยงาน	ตำแหน่งงาน	หน่วยงาน	รหัส ข้อมูล
11	ประชุม และแสดง นิทรรศการและ สินค้า	ที่ปรึกษาประธาน กรรมการ	ฝ่ายบริหาร ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี	Ven2
12		ผู้จัดการทั่วไป	ฝ่ายบริหาร ศูนย์ประชุมนานาชาติขอนแก่น	Ven3
13		ผู้อำนวยการ	ฝ่ายบริหาร ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี	Ven4
14	บริษัทรับจัดงาน แสดงสินค้ามือ อาชีพ	ผู้จัดการโครงการ	ฝ่ายบริหารงานโครงการ Conference & Destination Management Co., Ltd.	MIC1
15	บริษัทรับจัดงาน ประชุมมืออาชีพ	ผู้อำนวยการบริหาร	ฝ่ายบริหาร บริษัท 365 ครีเอชั่น จำกัด	MIC2
16		ผู้อำนวยการบริหาร	ฝ่ายบริหาร บริษัท เวิร์คแอนด์อีเว็นส์ จำกัด	MIC3
17		ผู้อำนวยการฝ่าย ศิลป์	ฝ่ายออกแบบงาน บริษัท เวิร์คแอนด์อีเว็นส์ จำกัด	MIC4
18	บริษัทรับจัดการ จุดหมาย	ผู้อำนวยการ โครงการ	ฝ่ายบริหารงานโครงการ บริษัท เอ็น.ซี.ซี. เอ็กซิซิชั่น ออร์กาไนเซอร์ จำกัด	MIC5
19	ปลายทาง	รองกรรมการ ผู้จัดการ	ฝ่ายบริหาร บริษัท สื่อสากล จำกัด	MIC6
20	บริษัทรับจัดการ ท่องเที่ยวเพื่อเป็น รางวัล	ประธานกรรมการ	ฝ่ายบริหาร บริษัท สื่อสากล จำกัด	MIC7
21		กรรมการผู้จัดการ	ฝ่ายบริหาร บริษัท มาสเตอร์พีช ออร์กาไนเซอร์ จำกัด	MIC8
22		กรรมการผู้จัดการ	ฝ่ายบริหาร บริษัท แพททู จำกัด	MIC9
23	ประธานเจ้าหน้าที่ บริหารร่วม	ประธานเจ้าหน้าที่ บริหารร่วม	ฝ่ายบริหาร บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)	MIC10
24		ประธานเจ้าหน้าที่ บริหาร	ฝ่ายบริหาร บริษัท ซีเอ็มไอ จำกัด (มหาชน)	MIC11

ลำดับ	ประเภท หน่วยงาน	ตำแหน่งงาน	หน่วยงาน	รหัส ข้อมูล
25		กรรมการผู้จัดการ	ฝ่ายบริหาร บริษัท แม็กซ์ อิมเมจ จำกัด	MIC12
26		ประธาน กรรมการบริหาร	ฝ่ายบริหาร บริษัท ไรท์แมน จำกัด	MIC13

3.2 การเตรียมเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการวิจัย โดยต้องมีการเตรียมความพร้อมในด้านต่าง ๆ ได้แก่ แนวทางการสัมภาษณ์ที่เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structural Interview) ตลอดจนอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้แก่ เครื่องบันทึกเสียง สมุดจดบันทึก และปากกา เพื่อเข้าถึงและใช้ในการบันทึกข้อมูล

3.3 เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการที่หลากหลาย ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth-Interview) ร่วมกับการศึกษาข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ (Secondary Source)

4. การจัดการกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ

การจัดการกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีรายละเอียดดังนี้

4.1 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Credibility) ของข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) โดยใช้การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลนั้นได้มาถูกต้องหรือไม่ โดยการสอบแหล่งของข้อมูลแหล่งที่มาที่จะพิจารณาในการตรวจสอบ คือ แหล่งเวลา เป็นการพิจารณาว่าข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่ แหล่งสถานที่ เป็นการพิจารณาว่าข้อมูลต่างสถานที่กันจะเหมือนกันหรือไม่ และแหล่งบุคคล คือ พิจารณาว่าเมื่อบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ (สุภางค์ จันทวานิช, 2556) ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากหลายแหล่งของสถานที่หลากหลายบุคคล และพิจารณาร่วมกับผลการวิจัยเชิงปริมาณด้วย

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นการบรรยายความข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการศึกษาข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ (สุภางค์ จันทวานิช, 2556) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญ คือ 1) การลดทอนข้อมูล (Data Reduction) เป็นการเลือกหาจุดที่น่าสนใจ ที่ทำให้ข้อมูลนั้นเข้าใจง่าย มีการสรุปย่อ และปรับข้อมูลดิบที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล 2) การแสดงข้อมูล (Data Display) เป็นกระบวนการวิเคราะห์การเลือกหาข้อมูลตัวอย่างหรือ

สารสนเทศที่ได้จากแหล่งต่าง ๆ เพื่อแสดงตัวอย่างให้เห็น ก่อให้เกิดความเข้าใจ ที่โยงไปสู่การวิเคราะห์และสรุปผลต่อไป การแสดงข้อมูลทำในรูปแบบการเขียนเล่าเรื่อง (Narrative Text) 3) การสร้างข้อสรุปและยืนยันผลสรุป (Conclusion and Verification) เป็นการสังเคราะห์ข้อความย่อย ๆ ในช่วงแรกรวมกันเป็นบทสรุป และตรวจสอบยืนยันเป็นผลสรุปการวิจัยขั้นสุดท้าย (นิตยา ชูโต, 2551)

ขั้นตอนที่ 4 สรุปผลการวิจัย

นำผลการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพมาเขียนอภิปรายผล และข้อเสนอแนะแนวทางการวิจัย เพื่อให้ได้ผลรายงานการวิจัย เรื่อง การพัฒนารูปแบบการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย

ระยะเวลาการทำวิจัย

การวิจัย เรื่อง การพัฒนารูปแบบการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย ใช้ระยะเวลาในการศึกษา ประมาณ 21 เดือน แบ่งออกเป็น 4 ช่วง ดังนี้

ช่วงที่ 1 ศึกษาวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) เพื่อสังเคราะห์และพัฒนาองค์ประกอบตัวแปรในการวิจัย เรื่อง การพัฒนารูปแบบการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย ใช้ระยะเวลาประมาณ 6 เดือน

ช่วงที่ 2 ดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัย เรื่อง การพัฒนารูปแบบการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย ใช้ระยะเวลาประมาณ 11 เดือน

ช่วงที่ 3 วิเคราะห์ผลการวิจัยเชิงปริมาณ งานวิจัย เรื่อง การพัฒนารูปแบบการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย และดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth-Interview) กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อขยายผลการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้ระยะเวลาประมาณ 3 เดือน

ช่วงที่ 4 สรุปผลการวิจัยและนำเสนอผลการวิจัย มีระยะเวลา 2 เดือน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัย เรื่อง การพัฒนารูปแบบการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method Research) คือ มีการผสมผสานวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เข้าด้วยกัน โดยผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงทฤษฎี

องค์ประกอบเชิงทฤษฎีของการพัฒนารูปแบบการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย

ผู้วิจัยได้ศึกษาวิจัยเชิงเอกสารอย่างมีระบบแบบมีโครงสร้าง (Systematic Documentary Research) จากหนังสือ เว็บไซต์ทางวิชาการ บทความ และงานวิจัยต่าง ๆ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ (Scott, 1990) ประกอบด้วยเอกสาร 2 รูปแบบ ได้แก่ 1) เอกสารแบบปฐมภูมิ คือ เอกสารที่ระบุถึงเหตุการณ์ในลักษณะประจักษ์พยาน และ 2) เอกสารทุติยภูมิ คือ เอกสารที่ไม่ได้มีลักษณะประจักษ์พยาน (Bailey, 1994) เพื่อนำมาสังเคราะห์ที่ตัวแปรของรูปแบบการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี พบว่า แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถนำมาพัฒนาเป็นรูปแบบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาคัดเลือกเฉพาะที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการพัฒนารูปแบบการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย และนำเอกสารที่คัดเลือกแล้วมาจัดกลุ่มตามตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย และนำข้อมูลที่ได้มาจัดกระทำในรูปแบบนิรนัย (Deductive Approach) โดยอ้างอิงจากวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องหลาย ๆ แบบ จากนั้นคัดเลือกเอกสารสำหรับใช้ในงานวิจัยนี้ ประกอบด้วย ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ในบท

ที่ 2 ของงานวิจัยนี้ จนสามารถสรุปองค์ประกอบและความสัมพันธ์เชิงทฤษฎีระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ของรูปแบบการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ได้ดังภาพที่ 24



ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี (Technology Knowledge) หมายถึง ทรัพยากรทางด้านเทคโนโลยีที่มีคุณค่าต่อความสามารถขององค์กรในการคิดค้นและแข่งขัน ซึ่งพบได้ภายในตัวพนักงาน และแหล่งค้นคว้าข้อมูลต่าง ๆ ภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ (Bollinger & Smith, 2001; Milton, 2012; Skyrme, 2011) ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ 1) ความรู้คือสินทรัพย์ (Knowledge as Asset) 2) ความรู้คือความสัมพันธ์ (Knowledge as Relations) และ 3) ความรู้คือความสามารถ (Knowledge as Capability) (บรรเทสารินทร์, 2559; วรพล โสคติยานุรักษ์, 2557; สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559; เอกพงศ์ มุสิกะเจริญ, 2559)

ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) หมายถึง กระบวนการของความคิดที่มีความไวต่อปัญหา ข้อบกพร่อง ช่องว่างในความรู้ องค์ประกอบที่ขาดหายไป การไม่ลงรอยกัน และเรื่องอื่น ๆ การระบุความยากในการค้นหาคำตอบ การคาดเดา หรือการกำหนดสมมติฐานเกี่ยวกับข้อบกพร่อง การทดสอบ และทดสอบซ้ำ และสื่อสารผลลัพธ์ออกมาในท้ายที่สุด ซึ่งเป็นการค้นพบข้อมูลที่อยู่ในตัวพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ หรือความคิดเชิงลึกในเรื่องของความสามารถในการสร้างมุมมองใหม่ที่มีความแตกต่างกัน (Amabile et al., 1996; Howkins, 2001; TAT Review, 2011; Torrance, 1965; UNCTAD, 2008) ความคิดสร้างสรรค์ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ คือ 1) ความแปลกใหม่ (Novelty) และ 2) ความเป็นประโยชน์ (Potential Usefulness) (Amabile et al., 1996; Howkins, 2001; TAT Review, 2011; Torrance, 1965; UNCTAD, 2008)

เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology) หมายถึง เครื่องมือที่ช่วยให้เกิดการพัฒนาความรู้ ความสามารถ และทักษะ ของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ภายใต้แนวคิดของการใช้ระบบสารสนเทศและการสื่อสาร ข้อมูลต่าง ๆ และวิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์ (Barney, 1991; S. Green et al., 2014; Porter, 1985; Teece & Pisano, 1994) เทคโนโลยีดิจิทัลประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ คือ 1) แหล่งข้อมูล (Information Kiosks) 2) การปฏิสัมพันธ์ (Interactive) 3) การมองเห็น (Visual / Immersive Displays) 4) การเชื่อมต่อแบบออนไลน์ (Connecting to Online and Mobile) 5) การมีส่วนร่วมทางสังคม (Social Engagement) และ 6) ป้ายดิจิทัล (Label / Signage) (Barney, 1991; S. Green et al., 2014; Porter, 1985; Teece & Pisano, 1994)

การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี (Acceptance for Use of Technology) หมายถึง การรับรู้เทคโนโลยีเป็นสิ่งที่มีความจำเป็น ช่วยให้การงานมีประสิทธิภาพ ใช้งานได้ง่าย ทำให้ผู้ใช้เกิด

ทัศนคติที่ดีต่อการใช้งาน ส่งผลทำให้เกิดความตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยี และนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพในอุตสาหกรรมไมซ์ (Chen & Lu, 2004; F. D. Davis, 1985, 1989; F. D. Davis et al., 1989; Kim & Malhotra, 2004; Venkatesh et al., 2003) การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ คือ 1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) 2) ความคาดหวังในความสะดวก (Effort Expectancy) 3) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) 4) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Conditions) 5) ความตั้งใจในการใช้งาน (Behavioral Intention) และ 6) พฤติกรรมการใช้ (Use Behavior) (Chen & Lu, 2004; F. D. Davis, 1985, 1989; F. D. Davis et al., 1989; Kim & Malhotra, 2004; Venkatesh et al., 2003)

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Behavior) หมายถึง พฤติกรรมเชิงบวกที่แสดงออกอย่างสร้างสรรค์ของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งได้รับการออกแบบอย่างมีเป้าหมาย มีความเป็นอิสระ เป็นพฤติกรรมเชิงรุกที่แสวงหาแนวทางใหม่ในการแก้ปัญหาที่ซับซ้อนมีรูปแบบการตอบสนองที่ไม่ซ้ำกัน (Buddhawitheeborihan, 2005; Gero, 1992; Pryor et al., 1969; Razik, 1976; Saunders & Gero, 2001) พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ คือ 1) พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว (Adaptive Creative Behavior) และ 2) พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม (Innovative Creative Behavior) (Kirton, 1994; ประเวศ ชุ่มเกษรกุลกิจ, 2018)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การพัฒนารูปแบบการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย ผู้วิจัยใช้ตัวแปรในการศึกษา ดังนี้

1. ตัวแปรแฝงภายนอก ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ได้แก่
 - 1.1 ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี มี 3 ด้าน ประกอบด้วย
 - 1.1.1 ความรู้คือสินทรัพย์
 - 1.1.2 ความรู้คือความสัมพันธ์
 - 1.1.3 ความรู้คือความสามารถ
 - 1.2 ความคิดสร้างสรรค์ มี 2 ด้าน ประกอบด้วย
 - 1.2.1 ความแปลกใหม่

- 1.2.2 ความมีประโยชน์
- 1.3 เทคโนโลยีดิจิทัล มี 6 ด้าน ประกอบด้วย
 - 1.3.1 แหล่งข้อมูล
 - 1.3.2 การปฏิสัมพันธ์
 - 1.3.3 การมองเห็น
 - 1.3.4 การเชื่อมต่อออนไลน์
 - 1.3.5 การมีส่วนร่วมของสังคม
 - 1.3.6 ป้ายดิจิทัล
- 1.4 การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี มี 6 ด้าน ประกอบด้วย
 - 1.4.1 ความคาดหวังในประสิทธิภาพ
 - 1.4.2 ความคาดหวังในความสะดวก
 - 1.4.3 อิทธิพลทางสังคม
 - 1.4.4 สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก
 - 1.4.5 ความตั้งใจในการใช้งาน
 - 1.4.6 พฤติกรรมการใช้
- 2. ตัวแปรแฝงภายใน ประกอบด้วย 1 ตัวแปร ได้แก่
 - 2.1 พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ มี 2 ด้าน ประกอบด้วย
 - 2.1.1 พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว
 - 2.1.2 พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม

สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้แทนค่าสถิติ

	ค่าสถิติ	อักษรย่อ
1.	ค่าเฉลี่ย (Mean)	\bar{x}
2.	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)	S.D.
3.	ค่าความเบ้ (Skewness)	Skew
4.	ค่าความโด่ง (Kurtosis)	Kur
5.	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)	R
6.	ค่าอัตราส่วนวิกฤต (Critical Ratio) หรือ ค่า t-value	C.R.
7.	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error)	S.E.

ค่าสถิติ	อักษรย่อ
8. ค่าสถิติทดสอบที (t-distribution)	T
9. ค่าสถิติทดสอบเอฟ (f-distribution)	F
10. ผลรวมกำลังสองของค่าเบี่ยงเบน (Sum of Square)	SS
11. ค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนกำลังสอง (Mean Square)	MS
12. ค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย (Mean Difference)	MD
13. ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (Square Multiple Correlation) หรือสัมประสิทธิ์การพยากรณ์	R ²
14. ค่าความน่าเชื่อถือของตัวแปรแฝง (Construct Reliability)	CR
15. ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยตัวแปรที่สกัดได้ด้วยองค์ประกอบ (Average Variance Extracted)	AVE
16. ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square)	χ^2
17. องศาอิสระ (Degree of Freedom)	df
18. ดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (Goodness of Fit Index)	GFI
19. ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index)	AGFI
20. ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index)	CFI
21. ดัชนีค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard RMR)	SRMR
22. ดัชนีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (Root Mean Square Error of Approximation)	RMSEA
23. ค่าขนาดตัวอย่างวิกฤต (Critical N)	CN
24. อิทธิพลทางตรง (Direct Effects)	DE
25. อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effects)	IE
26. อิทธิพลรวม (Total Effects)	TE

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยี ความสนใจในการใช้เทคโนโลยี หน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์ที่

สังกัด แผนกที่สังกัด รายได้ และเทคโนโลยีที่ใช้งานบ่อยที่สุด โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) แสดงได้ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแบ่งกลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	111	35.13
	หญิง	205	64.87
อายุ	น้อยกว่า 18 ปี	0	0.00
	18 – 32 ปี	156	49.37
	33 – 47 ปี	116	36.71
	มากกว่า 47 ปี	44	13.92
สถานภาพ	โสด	214	67.72
	สมรส	98	31.01
	หม้าย	1	0.32
	หย่าร้าง	3	0.95
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 1	0	0.00
	มัธยมศึกษาปีที่ 3	2	0.63
	มัธยมศึกษาปีที่ 6	1	0.32
	ปวช.	11	3.48
	ปวส.	12	3.80
	ปริญญาตรี	234	74.05
	ปริญญาโท	44	13.92
	สูงกว่าปริญญาโท	12	3.80
ประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยี	น้อยกว่า 1 ปี	4	1.27
	1 – 2 ปี	8	2.53
	3 – 4 ปี	4	1.27
	มากกว่า 4 ปี	300	94.93
ความสนใจในการใช้เทคโนโลยี	สนใจ	315	99.68
	ไม่สนใจ	1	0.32
หน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์ที่สังกัด	บริษัทรับจัดงานประชุมมืออาชีพ	43	13.61
	บริษัทรับจัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ	42	13.29
	บริษัทรับจัดการจุดหมายปลายทาง	51	16.14

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแบ่งกลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
	บริษัทรับจัดกิจกรรมพิเศษ	43	13.61
	บริษัทรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	45	14.24
	สถานที่จัดงานประเภทศูนย์ประชุมฯ	41	12.97
	สถานที่จัดงานประเภทโรงแรม	51	16.14
แผนกที่สังกัด	ฝ่ายบุคคล	56	17.72
	ฝ่ายการตลาด	65	20.57
	ฝ่ายบัญชีการเงิน	58	18.35
	ฝ่ายออกแบบงาน	57	18.04
	ฝ่ายบริหาร	58	18.35
	ฝ่ายอื่น ๆ	22	6.96
รายได้	น้อยกว่า 15,000 บาท	23	7.28
	15,000 – 30,000 บาท	160	50.63
	30,001 – 45,000 บาท	82	25.95
	มากกว่า 45,000 บาท	51	16.14
เทคโนโลยีที่ใช้งานบ่อยที่สุด ลำดับที่ 1	เทคโนโลยีการลงทะเบียน	33	10.44
	เทคโนโลยีป้ายชื่อของผู้เข้าร่วมงาน	5	1.58
	เทคโนโลยีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต	86	27.22
	เทคโนโลยีการใช้อินเทอร์เน็ตไร้สาย	43	13.61
	เทคโนโลยีติดตามสถานะผู้เข้าร่วมงาน	3	0.95
	เทคโนโลยีจัดการข้อมูลฝ่ายบุคคล	34	10.76
	เทคโนโลยีจัดการข้อมูลฝ่ายการตลาด	34	10.76
	เทคโนโลยีจัดการข้อมูลฝ่ายบัญชีการเงิน	32	10.13
	เทคโนโลยีการออกแบบ	44	13.92
	อื่น ๆ	2	0.64
เทคโนโลยีที่ใช้งานบ่อยที่สุด ลำดับที่ 2	เทคโนโลยีการลงทะเบียน	32	10.13
	เทคโนโลยีป้ายชื่อของผู้เข้าร่วมงาน	18	5.70
	เทคโนโลยีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต	118	37.34
	เทคโนโลยีการใช้อินเทอร์เน็ตไร้สาย	111	35.13
	เทคโนโลยีติดตามสถานะผู้เข้าร่วมงาน	1	0.32
	เทคโนโลยีจัดการข้อมูลฝ่ายบุคคล	7	2.22
	เทคโนโลยีจัดการข้อมูลฝ่ายการตลาด	11	3.48
	เทคโนโลยีจัดการข้อมูลฝ่ายบัญชีการเงิน	1	0.32
	เทคโนโลยีการออกแบบ	9	2.85
	อื่น ๆ	8	2.51

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแบ่งกลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
เทคโนโลยีที่ใช้งานบ่อยที่สุด ลำดับที่ 3	เทคโนโลยีการลงทะเบียน	35	11.08
	เทคโนโลยีป้ายชื่อของผู้เข้าร่วมงาน	8	2.53
	เทคโนโลยีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต	64	20.25
	เทคโนโลยีการใช้อินเทอร์เน็ตไร้สาย	97	30.70
	เทคโนโลยีติดตามสถานะผู้เข้าร่วมงาน	18	5.70
	เทคโนโลยีจัดการข้อมูลฝ่ายบุคคล	14	4.43
	เทคโนโลยีจัดการข้อมูลฝ่ายการตลาด	37	11.71
	เทคโนโลยีจัดการข้อมูลฝ่ายบัญชีการเงิน	24	7.59
	เทคโนโลยีการออกแบบ	12	3.80
อื่น ๆ	7	2.21	

จากตารางที่ 12 สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามการวิจัยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 64.87 มีอายุ 18 – 32 ปี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 49.37 สถานภาพโสด จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 64.72 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 74.05 ประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยีมากกว่า 4 ปี จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 94.93 ใช้เทคโนโลยีด้วยความสนใจ จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 99.68 ในส่วนของหน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์ที่สังกัด ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา จึงได้กลุ่มตัวอย่างใกล้เคียงกัน จำนวน 41 - 51 ตัวอย่าง คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 14.29 รายได้ 15,000 - 30,000 บาท จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 50.63 และใช้เทคโนโลยีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตบ่อยที่สุด จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 84.81

ตอนที่ 2 พื้นฐานการใช้เทคโนโลยี

ผู้วิจัยศึกษาพื้นฐานการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย โดยพิจารณาในเรื่องของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี และความพร้อมในการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ สรุปผลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพื้นฐานการใช้เทคโนโลยี ผลที่ได้ปรากฏในตารางที่ 13

ตารางที่ 13 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพื้นฐานการใช้เทคโนโลยี จำแนกเป็นรายชื่อ

พื้นฐานการใช้เทคโนโลยี	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ท่านเคยทำงานโดยไม่ใช่เทคโนโลยีใด ๆ	121 (38.30)	39 (12.30)	88 (27.80)	47 (14.90)	21 (6.60)	2.39	1.30	ปานกลาง
ท่านใช้เทคโนโลยีในการทำงานได้	1 (0.30)	0 (0.00)	21 (6.60)	116 (36.70)	178 (56.30)	4.49	0.65	มากที่สุด
ท่านเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านใช้เป็นอย่างดี	1 (0.30)	0 (0.00)	30 (9.50)	129 (40.80)	156 (49.40)	4.39	0.68	มากที่สุด
ท่านยอมรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีที่ใช้ในการทำงานได้	1 (0.30)	0 (0.00)	26 (8.20)	95 (30.10)	194 (61.40)	4.52	0.67	มากที่สุด
ท่านพร้อมที่จะเรียนรู้เทคโนโลยีที่ถูกสร้าง ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง หรือ พัฒนาขึ้นมาใหม่	1 (0.30)	0 (0.00)	23 (7.30)	85 (26.90)	207 (65.50)	4.57	0.66	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย						4.07	0.79	มากที่สุด

จากตารางที่ 13 พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพื้นฐานการใช้เทคโนโลยีอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07

เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ท่านพร้อมที่จะเรียนรู้เทคโนโลยีที่ถูกสร้าง ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง หรือ พัฒนาขึ้นมาใหม่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 รองลงมา คือ ท่านยอมรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีที่ใช้ในการทำงานได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านเคยทำงานโดยไม่ใช่เทคโนโลยีใด ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.39

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถสกัดองค์ประกอบของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีออกได้เป็น 3 ด้าน คือ 1) ความรู้คือสินทรัพย์ 2) ความรู้คือความสัมพันธ์ และ 3) ความรู้คือความสามารถ สรุปผลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 14 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ด้านความรู้คือสินทรัพย์ จำแนกเป็นรายชื่อ

ด้านความรู้คือสินทรัพย์	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ท่านมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ใช้ในการทำงานมาก่อนเริ่มต้นทำงาน	4 (1.30)	18 (5.70)	62 (19.60)	115 (36.40)	117 (37.00)	4.02	0.95	มากที่สุด
ท่านมักจะแสวงหาความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีในการทำงานอยู่เสมอ	0 (0.00)	9 (2.80)	64 (20.30)	125 (39.60)	118 (37.30)	4.11	0.82	มากที่สุด
ท่านให้ความสำคัญกับความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีเพราะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน	0 (0.00)	1 (0.30)	25 (7.90)	126 (39.90)	164 (51.90)	4.43	0.65	มากที่สุด
ในองค์การของท่านมีเครื่องมือให้ศึกษาค้นคว้าหาความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีในการทำงานอย่างเพียงพอ	2 (0.60)	14 (4.40)	75 (23.70)	109 (34.50)	116 (36.70)	4.02	0.92	มากที่สุด

ด้านความรู้คือสินทรัพย์	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
ในองค์การของท่านมี แหล่งข้อมูลให้ศึกษา ค้นคว้าหาความรู้เกี่ยวกับ เทคโนโลยีในการทำงาน	4 (1.30)	18 (5.70)	74 (23.40)	115 (36.40)	105 (33.20)	3.95	0.95	มาก
รวมเฉลี่ย						4.11	0.86	มาก ที่สุด

จากตารางที่ 14 พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ด้านความรู้คือสินทรัพย์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ท่านให้ความสำคัญกับความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีเพราะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 รองลงมา คือ ท่านมักจะแสวงหาความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีในการทำงานอยู่เสมอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ในองค์การของท่านมีแหล่งข้อมูลให้ศึกษาค้นคว้าหาความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95

ตารางที่ 15 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ด้านความรู้คือความสัมพันธ์ จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านความรู้คือ ความสัมพันธ์	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
ท่านมีการแลกเปลี่ยน ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี กับเพื่อนร่วมงานหรือ บุคคลอื่นทั้งในเวลางาน และนอกเวลางาน	2 (0.60)	7 (2.20)	62 (19.60)	133 (42.10)	112 (35.40)	4.09	0.83	มาก ที่สุด
ท่านสามารถถ่ายทอด ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี	0 (0.00)	5 (1.60)	49 (15.50)	147 (46.50)	115 (36.40)	4.18	0.74	มาก ที่สุด

ด้านความรู้คือ ความสัมพันธ์	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
ในการทำงานให้กับเพื่อน ร่วมงานของท่านได้								
ท่านเข้ารับการฝึกอบรม การใช้เทคโนโลยีในการ ทำงานจากทั้งภายในและ ภายนอกองค์กร	9 (2.80)	22 (7.00)	71 (22.50)	106 (33.50)	108 (34.20)	3.89	1.05	มาก
ท่านค้นคว้าหาความรู้ เกี่ยวกับเทคโนโลยีจาก แหล่งข้อมูลต่าง ๆ ทั้ง ภายในและภายนอกอยู่ เสมอ	0 (0.00)	14 (4.40)	63 (19.90)	127 (40.20)	112 (35.40)	4.06	0.85	มาก ที่สุด
ท่านได้รับการสนับสนุน ให้ใช้ความรู้จาก เทคโนโลยีในการทำงาน จากผู้บริหารองค์กร	0 (0.00)	2 (0.60)	39 (12.30)	133 (42.10)	142 (44.90)	4.31	0.71	มาก ที่สุด
รวมเฉลี่ย						4.11	0.84	มาก ที่สุด

จากตารางที่ 15 พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ด้าน
ความรู้คือความสัมพันธ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ท่านได้รับการสนับสนุนให้ใช้ความรู้
จากเทคโนโลยีในการทำงานจากผู้บริหารองค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 รองลงมา คือ ท่านสามารถ
ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีในการทำงานให้กับเพื่อนร่วมงานของท่านได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18
ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านเข้ารับการฝึกอบรมการใช้เทคโนโลยีในการทำงานจากทั้งภายใน
และภายนอกองค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

ตารางที่ 16 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ด้านความรู้คือความสามารถ จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านความรู้คือ ความสามารถ	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
ท่านสามารถนำความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีไปใช้ในการทำงานได้โดยตรง	0 (0.00)	0 (0.00)	22 (7.00)	132 (41.80)	162 (51.30)	4.44	0.62	มากที่สุด
ท่านสามารถนำความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีไปประยุกต์ใช้ในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	0 (0.00)	0 (0.00)	19 (6.00)	125 (39.60)	172 (54.40)	4.18	0.74	มากที่สุด
ท่านสามารถแก้ปัญหาในการทำงานได้จากการใช้ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี	0 (0.00)	2 (0.60)	30 (9.50)	124 (39.20)	160 (50.60)	4.40	0.68	มากที่สุด
ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีทำให้ท่านมีความสามารถในการทำงานมากขึ้น	0 (0.00)	0 (0.00)	29 (9.20)	106 (33.50)	181 (57.30)	4.48	0.66	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย						4.38	0.68	มากที่สุด

จากตารางที่ 16 พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ด้านความรู้คือความสามารถ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีทำให้ท่านมีความสามารถในการทำงานมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมา คือ ท่านสามารถนำความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีไปใช้ในการทำงานได้โดยตรง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านสามารถนำความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีไปประยุกต์ใช้ในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถสกัดองค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ออกได้เป็น 3 ด้าน คือ 1) ความแปลกใหม่ และ 2) ความมีประโยชน์ สรุปผลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของความคิดสร้างสรรค์ในด้านต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 17 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของความคิดสร้างสรรค์ ด้านความแปลกใหม่ จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านความแปลกใหม่	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ท่านสร้างความคิดใหม่ที่ช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น	0 (0.00)	4 (1.30)	64 (20.30)	123 (38.90)	125 (39.60)	4.17	0.79	มากที่สุด
ท่านปรับเปลี่ยนแนวความคิดเดิมที่เคยใช้ในการทำงานมาก่อนให้สามารถใช้กับการทำงานอื่นได้	0 (0.00)	4 (1.30)	44 (13.90)	134 (42.40)	134 (42.40)	4.26	0.74	มากที่สุด
ท่านสามารถคิดวิธีการใหม่ ๆ ในการแก้ปัญหาการทำงานได้	0 (0.00)	1 (0.30)	49 (15.50)	154 (48.70)	112 (35.40)	4.19	0.70	มากที่สุด
ท่านปรับเปลี่ยนแนวทางแก้ปัญหาเดิมที่เคยเกิดขึ้นมาประยุกต์ใช้แก้ปัญหาใหม่ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันได้	0 (0.00)	0 (0.00)	43 (13.60)	141 (44.60)	132 (41.80)	4.28	0.69	มากที่สุด
วิธีการแก้ปัญหาที่นำมาใช้สามารถแก้ปัญหาในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	0 (0.00)	0 (0.00)	47 (14.90)	137 (43.40)	132 (41.80)	4.27	0.70	มากที่สุด

ด้านความแปลกใหม่	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
รวมเฉลี่ย						4.23	0.72	มาก ที่สุด

จากตารางที่ 17 พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดสร้างสรรค์ ด้านความแปลกใหม่ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ท่านปรับเปลี่ยนแนวทางแก้ปัญหาเดิมที่เคยเกิดขึ้นมาประยุกต์ใช้แก้ปัญหาใหม่ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 รองลงมา คือ วิธีการแก้ปัญหาที่นำมาใช้สามารถแก้ปัญหาในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านสร้างความคิดใหม่ที่จะช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

ตารางที่ 18 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของความคิดสร้างสรรค์ ด้านความมีประโยชน์ จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านความมีประโยชน์	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
ท่านสามารถสร้างแนว ทางการทำงานใหม่ที่เป็น ประโยชน์ต่อการทำงาน ได้	0 (0.00)	0 (0.00)	52 (16.50)	129 (40.80)	135 (42.70)	4.26	0.72	มากที่สุด
ท่านสามารถปรับเปลี่ยน แนวทางการทำงาน แบบเดิมให้เป็นแนวทาง ใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อ การทำงานได้	0 (0.00)	0 (0.00)	45 (14.20)	135 (42.70)	136 (43.0)	4.29	0.70	มากที่สุด
แนวทางการทำงานใหม่ที่ ท่านสร้างขึ้นสามารถ	0 (0.00)	2 (0.60)	46 (14.60)	130 (41.10)	138 (43.70)	4.28	0.73	มากที่สุด

ด้านความมีประโยชน์	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
นำไปใช้งานได้จริงอย่างมี ประสิทธิภาพ								
แนวทางการทำงานใหม่ที่ ท่านสร้างขึ้นสามารถ แก้ปัญหาในการทำงาน ได้	0 (0.00)	1 (0.30)	45 (14.20)	137 (43.40)	133 (42.10)	4.27	0.71	มากที่สุด
แนวทางการทำงานใหม่ที่ พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับ นโยบายการทำงานของ องค์การ	0 (0.00)	1 (0.30)	41 (13.00)	136 (43.00)	138 (43.70)	4.30	0.70	มากที่สุด
แนวทางการทำงานใหม่ที่ พัฒนาขึ้นช่วยให้องค์กร เติบโตและบรรลุ เป้าหมายการทำงาน	0 (0.00)	2 (0.60)	38 (12.00)	137 (43.40)	139 (44.00)	4.31	0.70	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย						4.29	0.71	มาก ที่สุด

จากตารางที่ 18 พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดสร้างสรรค์ ด้านความ
มีประโยชน์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ แนวทางการทำงานใหม่ที่พัฒนาขึ้น
ช่วยให้องค์กรเติบโตและบรรลุเป้าหมายการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 รองลงมา คือ แนว
ทางการทำงานใหม่ที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับนโยบายการทำงานขององค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30
ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านสามารถสร้างแนวทางการทำงานใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงาน
ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัล

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถสกัดองค์ประกอบของเทคโนโลยีดิจิทัล ออกได้เป็น 6 ด้าน คือ 1) แหล่งข้อมูล 2) การมีปฏิสัมพันธ์ 3) การมองเห็น 4) การเชื่อมต่อออนไลน์ 5) การมีส่วนร่วมทางสังคม และ 6) บ้าย / สัญลักษณ์ สรุปผลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของเทคโนโลยีดิจิทัลในด้านต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 19 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านแหล่งข้อมูล จำแนกเป็นรายชื่อ

ด้านแหล่งข้อมูล	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
ท่านสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานได้จากแหล่งข้อมูลทั้งภายในและภายนอกองค์กร	0 (0.00)	9 (2.80)	38 (12.00)	148 (46.80)	121 (38.30)	4.21	0.76	มากที่สุด
ท่านสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงานได้จากแหล่งข้อมูลแบบออนไลน์	0 (0.00)	3 (0.90)	30 (9.50)	132 (41.80)	151 (47.80)	4.36	0.69	มากที่สุด
ท่านสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงานได้จากแหล่งข้อมูลแบบออฟไลน์	23 (7.30)	31 (9.80)	70 (22.20)	118 (37.30)	74 (23.40)	3.60	1.16	มาก
แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีในการทำงานมีให้เลือกใช้หลากหลาย	1 (0.30)	6 (1.90)	44 (13.90)	126 (39.90)	139 (44.00)	4.25	0.79	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย						4.10	0.85	มากที่สุด

จากตารางที่ 19 พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านแหล่งข้อมูล ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ท่านสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงานได้จากแหล่งข้อมูลแบบออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 รองลงมา คือ แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีในการทำงานมีให้เลือกใช้หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงานได้จากแหล่งข้อมูลแบบออฟไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60

ตารางที่ 20 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านการมีปฏิสัมพันธ์	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานมีรูปแบบที่ทำให้ความเข้าใจได้ง่าย	0 (0.00)	6 (1.90)	47 (14.90)	128 (40.50)	135 (42.70)	4.24	0.77	มากที่สุด
เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานสามารถใช้งานได้ง่าย	0 (0.00)	6 (1.90)	44 (13.90)	131 (41.50)	135 (42.70)	4.25	0.76	มากที่สุด
ท่านสามารถเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงานได้อย่างรวดเร็ว	0 (0.00)	1 (0.30)	46 (14.60)	151 (47.80)	118 (37.30)	4.22	0.70	มากที่สุด
เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานตอบสนองการทำงานกับผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี	0 (0.00)	4 (1.30)	41 (13.00)	133 (42.10)	138 (43.70)	4.28	0.73	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย						4.25	0.74	มากที่สุด

จากตารางที่ 20 พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานตอบสนองการทำงานกับผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 รองลงมา คือ เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานสามารถใช้งานได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านสามารถเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงานได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

ตารางที่ 21 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านการมองเห็น จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านการมองเห็น	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานมีหน้าจอการทำงานที่ทำความเข้าใจและใช้งานได้ง่าย	0 (0.00)	1 (0.30)	47 (14.90)	135 (42.70)	133 (42.10)	4.27	0.72	มากที่สุด
เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานสามารถพูดคุยโต้ตอบกับผู้ใช้ได้	5 (1.60)	14 (4.40)	53 (16.80)	141 (44.60)	103 (32.60)	4.02	0.90	มากที่สุด
เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานสามารถรับคำสั่งด้วยเสียงได้	9 (2.80)	20 (6.30)	55 (17.40)	136 (43.00)	96 (30.40)	3.92	0.99	มาก
เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานมีรูปแบบให้เลือกใช้อย่างหลากหลาย	4 (1.30)	4 (1.30)	39 (12.30)	134 (42.40)	135 (42.70)	4.24	0.81	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย						4.11	0.86	มากที่สุด

จากตารางที่ 21 พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านการมองเห็น ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงาน มีหน้าจอกำหนดการทำงานที่ทำความเข้าใจและใช้งานได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 รองลงมา คือ เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานมีรูปแบบให้เลือกใช้อย่างหลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานสามารถรับคำสั่งด้วยเสียงได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92

ตารางที่ 22 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านการเชื่อมต่อออนไลน์ จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านการเชื่อมต่อออนไลน์	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
เทคโนโลยีดิจิทัลสามารถทำงานบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบนเครื่องคอมพิวเตอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	0 (0.00)	1 (0.30)	26 (8.20)	138 (43.70)	151 (47.80)	4.39	0.65	มากที่สุด
เทคโนโลยีดิจิทัลสามารถทำงานบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบนอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	0 (0.00)	3 (0.90)	25 (7.90)	135 (42.70)	153 (48.40)	4.39	0.67	มากที่สุด
เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยแก้ปัญหาการทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบนเครื่องคอมพิวเตอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1 (0.30)	1 (0.30)	30 (9.50)	131 (41.50)	153 (48.40)	4.37	0.69	มากที่สุด
เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยแก้ปัญหาการทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบนอุปกรณ์	1 (0.30)	2 (0.60)	30 (9.50)	135 (42.70)	148 (46.80)	4.35	0.70	มากที่สุด

ด้านการเชื่อมต่อออนไลน์	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
สื่อสารเคลื่อนที่ได้อย่างมี ประสิทธิภาพ								
รวมเฉลี่ย						4.38	0.68	มากที่สุด

จากตารางที่ 22 พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านการเชื่อมต่อออนไลน์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ เทคโนโลยีดิจิทัลสามารถทำงานบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบนเครื่องคอมพิวเตอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเทคโนโลยีดิจิทัลสามารถทำงานบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบนอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 รองลงมา คือ เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยแก้ปัญหาการทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบนเครื่องคอมพิวเตอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยแก้ปัญหาการทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบนอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35

ตารางที่ 23 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านการมีส่วนร่วมทางสังคม จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านการมีส่วนร่วมทาง สังคม	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
หัวหน้างานสามารถ เข้าถึงการทำงานของ บุคลากรในองค์กรผ่าน เทคโนโลยีดิจิทัลได้	0 (0.00)	5 (1.60)	35 (11.10)	140 (44.30)	136 (43.00)	4.29	0.72	มากที่สุด
เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้ เกิดการแบ่งปันข้อมูลใน	1 (0.30)	11 (3.50)	33 (10.40)	142 (44.90)	129 (40.80)	4.22	0.79	มากที่สุด

ด้านการมีส่วนร่วมทาง สังคม	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
การทำงานต่าง ๆ ร่วมกัน ของสมาชิกในองค์กร								
เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้ เกิดการทำงานร่วมกัน เป็นทีม	1 (0.30)	14 (4.40)	34 (10.80)	138 (43.70)	129 (40.80)	4.20	0.83	มากที่สุด
เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้ เกิดการแชร์ข้อมูลการ ทำงานให้บุคคลภายนอก รับรู้ได้ผ่านสื่อสังคม ออนไลน์	1 (0.30)	3 (0.90)	32 (10.10)	141 (44.60)	139 (44.00)	4.31	0.72	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย						4.26	0.77	มาก ที่สุด

จากตารางที่ 23 พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านการมีส่วนร่วมทางสังคม ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้เกิดการแชร์ข้อมูลการทำงานให้บุคคลภายนอกรับรู้ได้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 รองลงมา คือ หัวหน้างานสามารถเข้าถึงการทำงานของบุคลากรในองค์กรผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้เกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20

ตารางที่ 24 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านป้าย / สัญลักษณ์ จำแนกเป็นรายชื่อ

ด้านป้าย / สัญลักษณ์	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
คู่มือการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้การทำงานของท่านง่ายขึ้น	0 (0.00)	1 (0.30)	33 (10.40)	141 (44.60)	141 (44.60)	4.34	0.67	มากที่สุด
คำแนะนำต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้การทำงานของท่านราบรื่น ไม่ติดขัด	0 (0.00)	4 (1.30)	35 (11.10)	133 (42.10)	144 (45.60)	4.32	0.72	มากที่สุด
ป้ายแสดงข้อมูลเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทำให้ท่านนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	0 (0.00)	4 (1.30)	38 (12.00)	136 (43.00)	138 (43.70)	4.29	0.72	มากที่สุด
สัญลักษณ์ที่เป็นสากลทำให้ท่านเข้าใจการทำงานของเทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น	0 (0.00)	4 (1.30)	37 (11.70)	140 (44.30)	135 (42.70)	4.28	0.72	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย						4.31	0.71	มากที่สุด

จากตารางที่ 24 พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านป้าย / สัญลักษณ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31

เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ คู่มือการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้การทำงานของท่านง่ายขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 รองลงมา คือ คำแนะนำต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้การทำงานของท่านราบรื่น ไม่ติดขัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

4.32 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ สัญลักษณ์ที่เป็นสากลทำให้ท่านเข้าใจการทำงานของเทคโนโลยี ดิจิทัลมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28

ตอนที่ 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถสกัดองค์ประกอบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีออกได้เป็น 6 ด้าน คือ 1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ 2) ความคาดหวังในความสะดวก 3) อิทธิพลทางสังคม 4) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก 5) ความตั้งใจในการใช้งาน และ 6) พฤติกรรมการใช้ สรุปผลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 25 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านความคาดหวังใน ประสิทธิภาพ	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
ท่านคาดหวังว่าความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ติดตัวท่านมาจะช่วยให้การใช้เทคโนโลยีนั้นทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	0 (0.00)	2 (0.60)	20 (6.30)	122 (38.60)	172 (54.40)	4.47	0.64	มากที่สุด
ท่านคาดหวังว่าความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านได้รับจากการสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นจะช่วยให้การใช้เทคโนโลยีนั้นทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	0 (0.00)	2 (0.60)	27 (8.50)	118 (37.30)	169 (53.50)	4.44	0.68	มากที่สุด
ท่านคาดหวังว่าความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านประยุกต์ใช้ในการทำงานจะช่วยให้การใช้เทคโนโลยี	0 (0.00)	3 (0.90)	22 (7.00)	114 (36.10)	177 (56.00)	4.47	0.67	มากที่สุด

ด้านความคาดหวังใน ประสิทธิภาพ	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
นั้นทำงานได้อย่างมี ประสิทธิภาพ								
ท่านคาดหวังว่าความคิด สร้างสรรค์ในการใช้ เทคโนโลยีที่มีความแปลก ใหม่จะช่วยให้เกิดใช้ เทคโนโลยีในการทำงานได้ อย่างมีประสิทธิภาพ	1 (0.30)	1 (0.30)	21 (6.60)	124 (39.20)	169 (53.50)	4.45	0.66	มากที่สุด
ท่านคาดหวังว่าความคิด สร้างสรรค์ในการใช้ เทคโนโลยีที่มีประโยชน์จะ ช่วยให้เกิดการใช้ เทคโนโลยีในการทำงานได้ อย่างมีประสิทธิภาพ	0 (0.00)	2 (0.60)	22 (7.00)	113 (35.80)	179 (56.60)	4.48	0.65	มากที่สุด
ท่านคาดหวังว่า แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับ เทคโนโลยีดิจิทัลจะช่วยให้ เกิดการใช้เทคโนโลยีใน การทำงานได้อย่างมี ประสิทธิภาพ	0 (0.00)	2 (0.60)	26 (8.20)	110 (34.80)	178 (56.30)	4.47	0.67	มากที่สุด
ท่านคาดหวังว่าความ เข้าใจและใช้งานง่ายของ เทคโนโลยีดิจิทัลจะช่วยให้ เกิดการใช้เทคโนโลยีใน การทำงานได้อย่างมี ประสิทธิภาพ	0 (0.00)	1 (0.30)	20 (6.30)	114 (36.10)	181 (57.30)	4.50	0.63	มากที่สุด
ท่านคาดหวังว่าเทคโนโลยี ดิจิทัลที่มีรูปแบบการ ทำงานที่หลากหลาย ตอบสนองต่อการทำงาน ของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดีจะ ช่วยให้เกิดการใช้	1 (0.30)	2 (0.60)	23 (7.30)	115 (36.40)	175 (55.40)	4.46	0.69	มากที่สุด

ด้านความคาดหวังใน ประสิทธิภาพ	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
เทคโนโลยีในการทำงานได้ อย่างมีประสิทธิภาพ								
ท่านคาดหวังว่าเทคโนโลยี ดิจิทัลที่มีการเชื่อมต่อ ออนไลน์จะช่วยส่งเสริมให้ เกิดการใช้เทคโนโลยีใน การทำงานได้อย่างมี ประสิทธิภาพ	0 (0.00)	2 (0.60)	19 (6.00)	111 (35.10)	184 (58.20)	4.51	0.64	มากที่สุด
ท่านคาดหวังว่าเทคโนโลยี ดิจิทัลที่ทำให้บุคคลหลาย กลุ่มสามารถแสดงความ คิดเห็นร่วมกันได้จะช่วยให้ เกิดการใช้เทคโนโลยีใน การทำงานได้อย่างมี ประสิทธิภาพ	1 (0.30)	1 (0.30)	25 (7.90)	109 (34.50)	180 (57.00)	4.47	0.68	มากที่สุด
ท่านคาดหวังว่าเทคโนโลยี ดิจิทัลที่มีคู่มือ / สัญลักษณ์เพื่อให้ คำแนะนำการใช้งานที่ ชัดเจนจะช่วยให้เกิดการใช้ เทคโนโลยีในการทำงานได้ อย่างมีประสิทธิภาพ	0 (0.00)	1 (0.30)	17 (5.40)	131 (41.50)	167 (52.80)	4.47	0.61	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย						4.47	0.66	มาก ที่สุด

จากตารางที่ 25 พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ท่านคาดหวังว่าเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการเชื่อมต่อออนไลน์จะช่วยส่งเสริมให้เกิดการใช้เทคโนโลยีในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 รองลงมา คือ ท่านคาดหวังว่าความเข้าใจและใช้งานง่ายของเทคโนโลยีดิจิทัลจะ

ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านคาดหวังว่าความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านได้รับจากการสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นจะช่วยให้การใช้เทคโนโลยีนั้นทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44

ตารางที่ 26 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังในความสะดวก จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านความคาดหวังใน ความสะดวก	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
ท่านคาดหวังว่าความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ติดตัวท่านมาจะช่วยให้การทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน	0 (0.00)	1 (0.30)	21 (6.60)	122 (38.60)	172 (54.40)	4.47	0.63	มากที่สุด
ท่านคาดหวังว่าความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านได้รับจากการสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นจะช่วยให้การทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจนและไม่ยุ่งยากซับซ้อน	0 (0.00)	4 (1.30)	17 (5.40)	114 (36.10)	181 (57.30)	4.49	0.66	มากที่สุด
ท่านคาดหวังว่าความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านประยุกต์ใช้ในการทำงานจะช่วยให้การทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจนและไม่ยุ่งยากซับซ้อน	0 (0.00)	4 (1.30)	24 (7.60)	111 (35.10)	177 (56.00)	4.46	0.69	มากที่สุด
ท่านคาดหวังว่าความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่จะช่วยให้การทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย	0 (0.00)	2 (0.60)	22 (7.00)	130 (41.10)	162 (51.30)	4.43	0.65	มากที่สุด

ด้านความคาดหวังใน ความสะดวก	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
ชัดเจน และไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน								
ท่านคาดหวังว่าความคิด สร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ ต่อการทำงานจะช่วยให้ การทำงานผ่านเทคโนโลยี นั้นง่าย ชัดเจน และไม่ ยุ่งยากซับซ้อน	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (7.60)	130 (41.10)	162 (51.30)	4.44	0.63	มากที่สุด
ท่านคาดหวังว่า แหล่งข้อมูลทางด้าน เทคโนโลยีดิจิทัลจะช่วยให้ การทำงานผ่านเทคโนโลยี นั้นง่าย ชัดเจน และไม่ ยุ่งยากซับซ้อน	0 (0.00)	4 (1.30)	24 (7.60)	120 (38.00)	168 (53.20)	4.43	0.69	มากที่สุด
ท่านคาดหวังว่าความ เข้าใจและใช้งานง่ายของ เทคโนโลยีดิจิทัลจะช่วยให้ การทำงานผ่านเทคโนโลยี นั้นง่าย ชัดเจน และไม่ ยุ่งยากซับซ้อน	0 (0.00)	2 (0.60)	24 (7.60)	120 (38.00)	170 (53.80)	4.45	0.66	มากที่สุด
ท่านคาดหวังว่าเทคโนโลยี ดิจิทัลที่มีรูปแบบการ ทำงานที่หลากหลาย ตอบสนองต่อการทำงาน ของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดีจะ ช่วยให้การทำงานผ่าน เทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน	0 (0.00)	3 (0.90)	24 (7.60)	121 (38.30)	168 (53.20)	4.44	0.68	มากที่สุด
ท่านคาดหวังว่าเทคโนโลยี ดิจิทัลที่มีการเชื่อมต่อ ออนไลน์จะช่วยให้การ ทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้น	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (8.50)	119 (37.70)	170 (53.80)	4.45	0.65	มากที่สุด

ด้านความคาดหวังใน ความสะดวก	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
ง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน								
ท่านคาดหวังว่าเทคโนโลยี ดิจิทัลที่ทำให้บุคคลหลาย กลุ่มสามารถแสดงความคิด เห็นร่วมกันได้จะช่วยให้ การทำงานผ่านเทคโนโลยี นั้นง่าย ชัดเจน และไม่ ยุ่งยากซับซ้อน	0 (0.00)	1 (0.30)	26 (8.20)	121 (38.30)	168 (53.20)	4.44	0.66	มากที่สุด
ท่านคาดหวังว่าเทคโนโลยี ดิจิทัลที่มีคู่มือ / สัญลักษณ์ให้คำแนะนำ การใช้งานที่ชัดเจนจะช่วย ให้การทำงานผ่าน เทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน	0 (0.00)	3 (0.90)	25 (7.90)	117 (37.00)	171 (54.10)	4.44	0.68	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย						4.45	0.66	มาก ที่สุด

จากตารางที่ 26 พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังในความสะดวก ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ท่านคาดหวังว่าความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านได้รับจากการสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นจะช่วยให้การทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 รองลงมา คือ ท่านคาดหวังว่าความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ติดตัวท่านมาจะช่วยให้การทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านคาดหวังว่าความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่จะช่วยให้การทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน และท่าน

คาดหวังว่าแหล่งข้อมูลทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลจะช่วยให้การทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43

ตารางที่ 27 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านอิทธิพลทางสังคม จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านอิทธิพลทางสังคม	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ติดตัวท่านมาทำให้ท่านเป็นยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน	1 (0.30)	3 (0.90)	41 (13.00)	138 (43.70)	133 (42.10)	4.26	0.74	มากที่สุด
ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านได้รับจากการสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นทำให้ท่านเป็นที่ยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน	0 (0.00)	2 (0.60)	44 (13.90)	130 (41.10)	140 (44.30)	4.29	0.72	มากที่สุด
ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านประยุกต์ใช้ในการทำงานทำให้ท่านเป็นที่ยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน	0 (0.00)	3 (0.90)	43 (13.60)	128 (40.50)	142 (44.90)	4.29	0.73	มากที่สุด
หากท่านมีความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่ทำให้ท่านเป็นที่ยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน	0 (0.00)	0 (0.00)	46 (14.60)	132 (41.80)	138 (43.70)	4.29	0.71	มากที่สุด

ด้านอิทธิพลทางสังคม	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
หากท่านมีความคิด สร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ ต่อการทำงานทำให้ท่าน เป็นที่ยอมรับของ ผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน	0 (0.00)	2 (0.60)	30 (9.50)	141 (44.60)	143 (45.30)	4.34	0.67	มากที่สุด
ท่านแสวงหาความรู้จาก แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับ เทคโนโลยีดิจิทัลที่เป็นที่ ยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อน ร่วมงาน	2 (0.60)	4 (1.30)	44 (13.90)	129 (40.80)	137 (43.40)	4.25	0.79	มากที่สุด
ความเข้าใจและใช้งาน ง่ายของเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้เทคโนโลยีนั้นเป็นที่ ยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อน ร่วมงาน	0 (0.00)	0 (0.00)	41 (13.00)	138 (43.70)	137 (43.40)	4.30	0.69	มากที่สุด
เทคโนโลยีดิจิทัลที่มี รูปแบบการทำงานที่ หลากหลายตอบสนองต่อ การทำงานของผู้ใช้ได้ เป็นอย่างดีเป็นที่ยอมรับ ของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน	0 (0.00)	2 (0.60)	39 (12.30)	133 (42.10)	142 (44.90)	4.31	0.71	มากที่สุด
เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการ เชื่อมต่อออนไลน์เป็นที่ ยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อน ร่วมงาน	0 (0.00)	3 (0.90)	44 (13.90)	131 (41.50)	138 (43.70)	4.28	0.73	มากที่สุด
เทคโนโลยีดิจิทัลที่ทำให้ บุคคลหลายกลุ่มสามารถ	0 (0.00)	9 (2.80)	41 (13.00)	126 (39.90)	140 (44.30)	4.26	0.79	มากที่สุด

ด้านอิทธิพลทางสังคม	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
แสดงความคิดเห็น ร่วมกันทำให้เกิดการ ยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อน ร่วมงาน								
เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีคู่มือ / สัญลักษณ์ให้คำแนะนำ การใช้งานที่ชัดเจนทำให้ เกิดการยอมรับของ ผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน	0 (0.00)	10 (3.20)	35 (11.10)	127 (40.20)	144 (45.60)	4.28	0.78	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย						4.29	0.73	มาก ที่สุด

จากตารางที่ 27 พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านอิทธิพลทางสังคม ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ หากท่านมีความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อการทำงานทำให้ท่านเป็นที่ยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 รองลงมา คือ เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีรูปแบบการทำงานที่หลากหลายตอบสนองต่อการทำงานของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดีเป็นที่ยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านแสวงหาความรู้จากแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลที่เป็นที่ยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

ตารางที่ 28 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านสภาพสิ่ง อำนวยความสะดวก	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ติดตั้งท่านมาทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น	0 (0.00)	5 (1.60)	31 (9.80)	126 (39.90)	154 (48.70)	4.36	0.72	มากที่สุด
ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านได้รับจากการสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น	0 (0.00)	5 (1.60)	25 (7.90)	137 (43.40)	149 (47.20)	4.36	0.70	มากที่สุด
ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านประยุกต์ใช้ในการทำงานทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น	0 (0.00)	1 (0.60)	29 (9.20)	135 (42.70)	151 (47.80)	4.38	0.66	มากที่สุด
ความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่ทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น	0 (0.00)	1 (0.30)	34 (10.80)	128 (40.50)	153 (48.40)	4.37	0.68	มากที่สุด
ความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อการ	0 (0.00)	0 (0.00)	28 (8.90)	134 (42.40)	154 (48.70)	4.40	0.65	มากที่สุด

ด้านสภาพสิ่ง อำนวยความสะดวก	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ทำงานทำให้ท่าน แสวงหาสิ่งสนับสนุน ที่ช่วยให้เกิดการใช้ เทคโนโลยีนั้น								
แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับ เทคโนโลยีดิจิทัลทำ ให้ท่านแสวงหาสิ่ง สนับสนุนที่ช่วยให้ เกิดการเข้าถึง แหล่งข้อมูลนั้น	1 (0.30)	3 (0.90)	27 (8.50)	133 (42.10)	152 (48.10)	4.37	0.71	มาก ที่สุด
ความเข้าใจและใช้ งานง่ายของ เทคโนโลยีดิจิทัลทำ ให้ท่านแสวงหาสิ่ง สนับสนุนที่ช่วยให้ เกิดการใช้เทคโนโลยี นั้น	0 (0.00)	2 (0.60)	26 (8.20)	123 (38.90)	165 (52.20)	4.43	0.67	มาก ที่สุด
เทคโนโลยีดิจิทัลที่มี รูปแบบการทำงานที่ หลากหลาย ตอบสนองต่อการ ทำงานของผู้ใช้ได้ เป็นอย่างดีทำให้ท่าน แสวงหาสิ่งสนับสนุน ที่ช่วยให้เกิดการใช้ เทคโนโลยีนั้น	0 (0.00)	2 (0.60)	27 (8.50)	126 (39.90)	161 (50.90)	4.41	0.67	มาก ที่สุด
เทคโนโลยีดิจิทัลที่มี การเชื่อมต่อออนไลน์ ทำให้ท่านแสวงหาสิ่ง สนับสนุนที่ช่วยให้ เกิดการใช้เทคโนโลยี นั้น	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (8.50)	129 (40.80)	160 (50.60)	4.42	0.64	มาก ที่สุด

ด้านสภาพสิ่ง อำนวยความสะดวก	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
เทคโนโลยีดิจิทัลที่ทำให้บุคคลหลายกลุ่มสามารถแสดงความคิดเห็นร่วมกันทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น	1 (0.30)	0 (0.00)	33 (10.40)	130 (41.10)	152 (48.10)	4.37	0.69	มากที่สุด
เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีคู่มือ / สัญลักษณ์ให้คำแนะนำการใช้งานที่ชัดเจนทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น	0 (0.00)	1 (0.30)	31 (9.80)	129 (40.80)	155 (49.10)	4.39	0.67	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย						4.39	0.68	มากที่สุด

จากตารางที่ 28 พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการเชื่อมต่อออนไลน์ทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 รองลงมา คือ เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีรูปแบบการทำงานที่หลากหลายตอบสนองต่อการทำงานของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดีทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ติดตัวท่านมาทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น และความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านได้รับการสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36

ตารางที่ 29 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านความตั้งใจในการใช้งาน จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านความตั้งใจในการใช้งาน	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ติดตั้งตัวท่านมาทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต	0 (0.00)	1 (0.30)	30 (9.50)	136 (43.00)	149 (47.20)	4.37	0.67	มากที่สุด
ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านได้รับจากการสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต	0 (0.00)	5 (1.60)	24 (7.60)	133 (42.10)	154 (48.70)	4.38	0.70	มากที่สุด
ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านประยุกต์ใช้ในการทำงานทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต	0 (0.00)	5 (1.60)	22 (7.00)	149 (47.20)	140 (44.30)	4.34	0.68	มากที่สุด
ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่มีความแปลกใหม่ทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต	0 (0.00)	3 (0.90)	20 (6.30)	140 (44.30)	153 (48.40)	4.40	0.65	มากที่สุด
ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่มีประโยชน์ต่อการทำงานทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต	0 (0.00)	3 (0.90)	24 (7.60)	128 (40.50)	161 (50.90)	4.41	0.67	มากที่สุด

ด้านความตั้งใจในการ ใช้งาน	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับ เทคโนโลยีดิจิทัลทำให้ ท่านวางแผนและตั้งใจ ใช้งานเทคโนโลยีนั้นใน อนาคต	0 (0.00)	1 (0.30)	28 (8.90)	131 (41.50)	156 (49.40)	4.40	0.66	มากที่สุด
ความเข้าใจและใช้งาน ง่ายของเทคโนโลยี ดิจิทัลทำให้ท่านวางแผน และตั้งใจใช้งาน เทคโนโลยีนั้นในอนาคต	0 (0.00)	1 (0.30)	18 (5.70)	141 (47.60)	156 (49.40)	4.43	0.62	มากที่สุด
เทคโนโลยีดิจิทัลที่มี รูปแบบการทำงานที่ หลากหลายตอบสนอง ต่อการทำงานของผู้ใช้ได้ เป็นอย่างดีทำให้ท่าน วางแผนและตั้งใจใช้งาน เทคโนโลยีนั้นในอนาคต	0 (0.00)	2 (0.60)	32 (10.10)	122 (38.60)	160 (50.60)	4.39	0.69	มากที่สุด
เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการ เชื่อมต่อออนไลน์ทำให้ ท่านวางแผนและตั้งใจ ใช้งานเทคโนโลยีนั้นใน อนาคต	0 (0.00)	4 (1.30)	21 (6.60)	135 (42.70)	156 (49.40)	4.40	0.67	มากที่สุด
เทคโนโลยีดิจิทัลที่ทำให้ บุคคลหลายกลุ่ม สามารถแสดงความ คิดเห็นร่วมกันทำให้ท่าน วางแผนและตั้งใจใช้งาน เทคโนโลยีนั้นในอนาคต	0 (0.00)	2 (0.60)	28 (8.90)	134 (42.40)	152 (48.10)	4.38	0.67	มากที่สุด
เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีคู่มือ / สัญลักษณ์ให้ คำแนะนำการใช้งานที่ ชัดเจนทำให้ท่าน	0 (0.00)	3 (0.90)	25 (7.90)	145 (45.90)	143 (45.30)	4.35	0.67	มากที่สุด

ด้านความตั้งใจในการใช้งาน	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
วางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต								
รวมเฉลี่ย						4.39	0.67	มากที่สุด

จากตารางที่ 29 พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านความตั้งใจในการใช้งาน ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่มีประโยชน์ต่อการทำงานทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 รองลงมา คือ ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่มีความแปลกใหม่ทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต และเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการเชื่อมต่อออนไลน์ทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านประยุกต์ใช้ในการทำงานทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

ตารางที่ 30 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านพฤติกรรมการใช้ จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านพฤติกรรมการใช้	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ติดตัวท่านมาทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น	0 (0.00)	2 (0.60)	24 (7.60)	125 (39.60)	165 (52.20)	4.43	0.66	มากที่สุด

ด้านพฤติกรรมการใช้	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านได้รับจากการสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น	0 (0.00)	2 (0.60)	29 (9.20)	130 (41.10)	155 (49.10)	4.39	0.68	มากที่สุด
ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านประยุกต์ใช้ในการทำงานทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น	0 (0.00)	2 (0.60)	28 (8.90)	129 (40.80)	157 (49.70)	4.40	0.68	มากที่สุด
ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่มีความแปลกใหม่ทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น	0 (0.00)	1 (0.30)	29 (9.20)	135 (42.70)	151 (47.80)	4.38	0.66	มากที่สุด
ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่มีประโยชน์ต่อการทำงานทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น	0 (0.00)	3 (0.90)	25 (7.90)	133 (42.10)	155 (49.10)	4.39	0.67	มากที่สุด
แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น	0 (0.00)	1 (0.30)	33 (10.40)	132 (41.80)	150 (47.50)	4.36	0.68	มากที่สุด
ความเข้าใจและใช้งานง่ายของเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น	0 (0.00)	4 (1.30)	26 (8.20)	131 (41.50)	155 (49.10)	4.38	0.69	มากที่สุด
เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีรูปแบบการทำงานที่หลากหลายตอบสนองต่อการทำงานของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดีทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น	0 (0.00)	1 (0.30)	25 (7.90)	138 (43.70)	152 (48.10)	4.40	0.65	มากที่สุด

ด้านพฤติกรรมการใช้	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการ เชื่อมต่อออนไลน์ทำให้ ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น	0 (0.00)	1 (0.30)	26 (8.20)	122 (38.60)	167 (52.80)	4.44	0.66	มากที่สุด
เทคโนโลยีดิจิทัลที่ทำให้ บุคคลหลายกลุ่มสามารถ แสดงความคิดเห็น ร่วมกันทำให้ท่านใช้งาน เทคโนโลยีนั้น	0 (0.00)	2 (0.60)	27 (8.50)	131 (41.50)	156 (49.40)	4.39	0.70	มากที่สุด
เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีคู่มือ / สัญลักษณ์ให้คำแนะนำ การใช้งานที่ชัดเจนทำให้ ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น	0 (0.00)	1 (0.30)	20 (6.30)	132 (41.80)	163 (51.60)	4.45	0.63	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย						4.40	0.67	มาก ที่สุด

จากตารางที่ 30 พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านพฤติกรรมการใช้ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีคู่มือ / สัญลักษณ์ให้คำแนะนำการใช้งานที่ชัดเจนทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 รองลงมา คือ เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการเชื่อมต่อออนไลน์ทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36

ตอนที่ 7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถสกัดองค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ออกได้เป็น 2 ด้าน คือ 1) พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว และ 2) พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม สรุปผลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ในด้านต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 31 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของ
พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านพฤติกรรม เชิงสร้างสรรค์ ด้านการ ปรับตัว	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด			
ความคาดหวัง ในประสิทธิภาพ ของเทคโนโลยีที่ นำมาใช้ในการ ทำงานทำให้ ท่านเปลี่ยน พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี โดยปฏิบัติตาม แนวทางที่ทำสืบ ต่อกันมา	0 (0.00)	4 (1.30)	18 (5.70)	147 (46.50)	147 (46.50)	4.38	0.65	มากที่สุด
ความคาดหวัง ในเทคโนโลยีที่ ใช้งานง่าย ไม่ ซับซ้อนทำให้ ท่านเปลี่ยน พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี โดยใส่ใจกับ รายละเอียดทุก ขั้นตอน	0 (0.00)	2 (0.60)	30 (9.50)	144 (45.60)	140 (44.30)	4.34	0.67	มากที่สุด
ผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อน ร่วมงานมีส่วน ทำให้	9 (2.80)	3 (0.90)	21 (6.60)	143 (45.30)	140 (44.30)	4.27	0.86	มากที่สุด

ด้านพฤติกรรม เชิงสร้างสรรค์ ด้านการ ปรับตัว	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด			
เปลี่ยนแปลง พฤติกรรม เพื่อให้ได้ผล ลัพธ์ที่เป็นไป ตามมาตรฐาน เดิมที่ได้วางไว้								
สิ่งสนับสนุนที่ ช่วยให้การใช้ งานเทคโนโลยี ง่ายขึ้นทำให้ ท่าน เปลี่ยนแปลง พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี โดยเรียนรู้จาก การทำงานของ บุคคลอื่น	10 (3.20)	0 (0.00)	26 (8.20)	131 (41.50)	149 (47.20)	4.29	0.87	มากที่สุด
การวางแผน และตั้งใจใช้งาน เทคโนโลยีทำให้ ท่าน เปลี่ยนแปลง พฤติกรรมโดย ปฏิบัติตาม แนวทางทุก ขั้นตอน	0 (0.00)	4 (1.30)	22 (7.00)	146 (46.20)	144 (45.60)	4.36	0.67	มากที่สุด
การใช้งาน เทคโนโลยีทำให้ ท่าน เปลี่ยนแปลง พฤติกรรมใน	1 (0.30)	1 (0.30)	17 (5.40)	123 (38.90)	174 (55.10)	4.48	0.64	มากที่สุด

ด้านพฤติกรรม เชิงสร้างสรรค์ ด้านการ ปรับตัว	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด			
การยอมรับสิ่ง ใหม่เข้ามาใช้ใน การทำงาน								
รวมเฉลี่ย						4.35	0.73	มากที่สุด

จากตารางที่ 31 พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การใช้งานเทคโนโลยีทำให้ท่านเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการยอมรับสิ่งใหม่เข้ามาใช้ในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมา คือ ความคาดหวังในประสิทธิภาพของเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการทำงานทำให้ท่านเปลี่ยนพฤติกรรมใช้เทคโนโลยีโดยปฏิบัติตามแนวทางที่ทันสมัยต่อกันมา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงานมีส่วนทำให้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่เป็นไปตามมาตรฐานเดิมที่ได้วางไว้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27

ตารางที่ 32 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านพฤติกรรมเชิง สร้างสรรค์ ด้านนวัตกรรม	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด			
ความคาดหวังใน ประสิทธิภาพของ เทคโนโลยีที่นำมาใช้ใน การทำงานทำให้ท่าน สร้างวิธีการใหม่ที่ไม่ เหมือนใครในการใช้	0 (0.00)	2 (0.60)	25 (7.90)	134 (42.40)	155 (49.10)	4.40	0.66	มากที่สุด

ด้านพฤติกรรมเชิง สร้างสรรค์ ด้านนวัตกรรม	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
เทคโนโลยีในการทำงาน เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ เหมือนเดิมหรือดีกว่าเดิม								
ความคาดหวังใน เทคโนโลยีที่ใช้ทำงานง่าย ไม่ซับซ้อนทำให้ท่าน ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การใช้เทคโนโลยีโดยเพิ่ม หรือลดขั้นตอนที่ไม่ จำเป็นได้	0 (0.00)	1 (0.30)	20 (6.30)	134 (42.40)	161 (50.90)	4.44	0.63	มากที่สุด
ผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงานมีส่วน ช่วยให้ท่านไม่ยึดติดกับ กรอบการทำงาน แบบเดิม	0 (0.00)	1 (0.30)	25 (7.90)	126 (39.90)	164 (51.90)	4.43	0.65	มากที่สุด
สิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้การ ใช้งานเทคโนโลยีง่ายขึ้น ทำให้ท่านให้ความสำคัญ กับความท้าทายในการ ทำงาน ยอมรับผลดีและ ผลเสียที่เกิดขึ้นจากการ ทำงานได้	0 (0.00)	0 (0.00)	32 (10.10)	133 (42.10)	151 (47.80)	4.38	0.62	มากที่สุด
การวางแผนและตั้งใจใช้ งานเทคโนโลยีทำให้ท่าน สร้างวิธีการใหม่ที่ไม่ เหมือนใครในการใช้ เทคโนโลยีในการทำงาน	0 (0.00)	1 (0.30)	33 (10.40)	137 (43.40)	145 (45.90)	4.35	0.68	มากที่สุด
การใช้งานเทคโนโลยีทำ ให้ท่านให้ความสำคัญกับ ความท้าทายในการ ทำงาน ยอมรับผลดีและ	1 (0.30)	3 (0.90)	23 (7.30)	131 (41.50)	158 (50.00)	4.40	0.69	มากที่สุด

ด้านพฤติกรรมเชิง สร้างสรรค์ ด้านนวัตกรรม	ค่าความถี่และร้อยละ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
ผลเสียที่เกิดขึ้นจากการ ทำงานได้								
รวมเฉลี่ย						4.40	0.66	มาก ที่สุด

จากตารางที่ 32 พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความคาดหวังในเทคโนโลยีที่ใช้ทำงานง่าย ไม่ซับซ้อนทำให้ท่านปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีโดยเพิ่มหรือลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 รองลงมา คือ ผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงานมีส่วนช่วยให้ท่านไม่ยึดติดกับกรอบการทำงานแบบเดิม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีทำให้ท่านสร้างวิธีการใหม่ที่ไม่เหมือนใครในการใช้เทคโนโลยีในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35

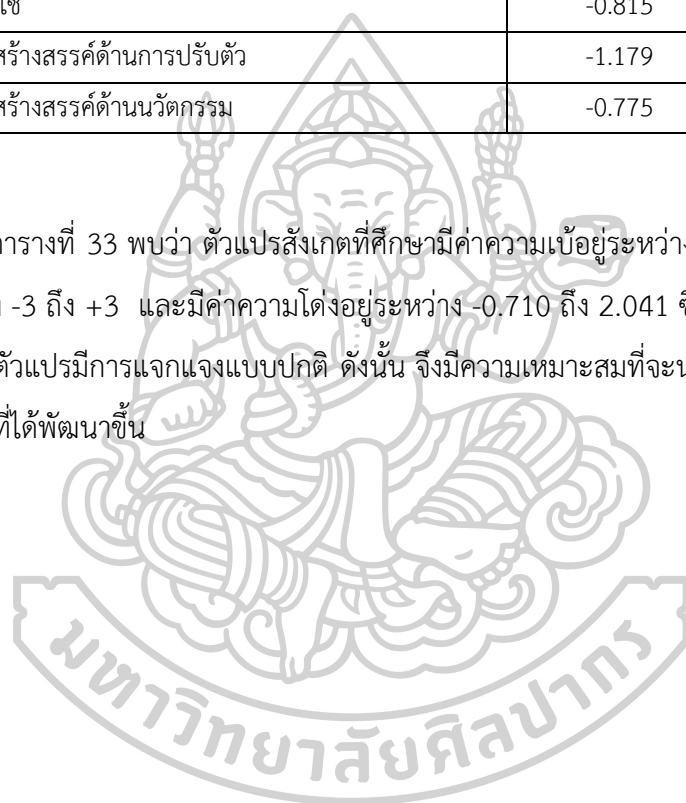
ตอนที่ 8 ผลการวิเคราะห์การตรวจสอบข้อมูลก่อนการวิเคราะห์โมเดลที่พัฒนาขึ้น

ตารางที่ 33 ค่าความเบ้และค่าความโด่งของตัวแปรสังเกต

ตัวแปรสังเกต	ค่าความเบ้ (Skewness)	ค่าความโด่ง (Kurtosis)
ความรู้คือสินทรัพย์	-0.669	-0.196
ความรู้คือความสัมพันธ์	-0.634	-0.172
ความรู้คือความสามารถ	-0.781	-0.317
ความแปลกใหม่	-0.463	-0.710
ความมีประโยชน์	-0.527	-0.686
แหล่งข้อมูล	-0.778	0.160
การมีปฏิสัมพันธ์	-0.622	-0.298
การมองเห็น	-0.885	0.699
การเชื่อมต่อออนไลน์	-0.846	0.572
การมีส่วนร่วมทางสังคม	-0.914	0.768

ตัวแปรสังเกต	ค่าความเบ้ (Skewness)	ค่าความโด่ง (Kurtosis)
ป่วย / สัญลักษณ์	-0.687	-0.120
ความคาดหวังในประสิทธิภาพ	-1.044	0.815
ความคาดหวังในความสะดวก	-0.937	0.331
อิทธิพลทางสังคม	-0.700	-0.124
สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก	-0.799	0.116
ความตั้งใจในการใช้งาน	-0.805	0.257
พฤติกรรมการใช้	-0.815	0.213
พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว	-1.179	2.041
พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม	-0.775	0.105

จากตารางที่ 33 พบว่า ตัวแปรสังเกตที่ศึกษามีค่าความเบ้อยู่ระหว่าง -1.179 ถึง -0.463 ซึ่งมีค่าอยู่ในช่วง -3 ถึง +3 และมีค่าความโด่งอยู่ระหว่าง -0.710 ถึง 2.041 ซึ่งมีค่าอยู่ในช่วง -10 ถึง +10 แสดงว่าตัวแปรมีการแจกแจงแบบปกติ ดังนั้น จึงมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์โมเดลการวัดและโมเดลที่ได้พัฒนาขึ้น



จากตารางที่ 34 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกต ทั้ง 19 ตัวแปร มีความสัมพันธ์และความสัมพันธ์ของตัวแปรทุกคู่มีทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก มีค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง 0.393 - 0.925 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรต้องมีค่าไม่เกิน 0.95 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรที่ศึกษาไม่มีปัญหาในเรื่องความสัมพันธ์กันสูงเกินไป (Multicollinearity) (Pallant, 2010)

ตอนที่ 9 การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ เพื่อการพัฒนารูปแบบการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย คือ การศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกต เพื่อให้สามารถจัดตัวแปรที่บ่งชี้สิ่งเดียวกันให้อยู่ในปัจจัยด้านเดียวกัน และเพื่อลดข้อคำถามในแต่ละปัจจัยให้เหลือเฉพาะข้อคำถามที่มีความสำคัญมากที่สุด จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า องค์ประกอบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วย ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก อิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ความตั้งใจในการใช้งาน และพฤติกรรมการใช้

การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) เริ่มต้นด้วยการตรวจสอบหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกต ค่าที่ได้ควรมีค่าตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป (กัลยา วาณิชบัญชา, 2556) ผลที่ได้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกต ทั้ง 19 ตัวแปร มีความสัมพันธ์และความสัมพันธ์ของตัวแปรทุกคู่มีทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก มีค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง 0.393 - 0.925 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สรุปได้ว่าข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจมีความเหมาะสม จากนั้นจึงนำตัวแปรมาสกัดองค์ประกอบด้วยวิธีการหาองค์ประกอบหลัก (Principle Component Analysis) ได้ค่าไอเกน (Eigenvalues) ร้อยละของความแปรปรวน (Percentage of Variance) และร้อยละของความแปรปรวนสะสม (Cumulative Percentage of Variance) จากนั้นนำองค์ประกอบที่มีค่าไอเกนสูงที่สุดมาใช้ในการหมุนแกนด้วยวิธีการ Varimax เพื่อลดจำนวนตัวแปรและให้ได้มาซึ่งข้อบ่งชี้ที่ดีที่สุด ซึ่งแสดงผลได้ตามตารางที่ 29 - 34

ตารางที่ 35 ค่าไอเกิน ผลรวมการสกัดน้ำหนักร่องค์ประกอบ และผลรวมการสกัดน้ำหนักร่องค์ประกอบ หลังหมุนแกนของตัวแปรการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ

ข้อ คำถาม	ค่าไอเกิน			ผลรวมการสกัดน้ำหนัก องค์ประกอบ			ผลรวมการสกัดน้ำหนัก องค์ประกอบหลังหมุนแกน		
	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance
1	8.456	76.870	76.870	8.456	76.870	76.870	2.474	22.495	22.495
2	0.512	4.652	81.521	0.512	4.652	81.521	2.338	21.253	43.748
3	0.359	3.267	84.788	0.359	3.267	84.788	2.188	19.892	63.640
4	0.333	3.024	87.812	0.333	3.024	87.812	1.674	15.220	78.861
5	0.257	2.338	90.150	0.257	2.338	90.150	1.242	11.290	90.150
6	0.239	2.172	92.322	-	-	-	-	-	-
7	0.230	2.095	94.418	-	-	-	-	-	-
8	0.199	1.807	96.225	-	-	-	-	-	-
9	0.156	1.416	97.641	-	-	-	-	-	-
10	0.136	1.237	98.878	-	-	-	-	-	-
11	0.123	1.112	100.000	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 35 ผลที่ได้พบว่า มีการนำองค์ประกอบที่มีค่าไอเกินสูง 5 ลำดับแรกมาใช้ในการหมุนแกนออโรคอนอล ด้วยวิธีการ Verimax ผลที่ได้จากการหมุนแกนทำให้ค่าผลรวมการสกัดน้ำหนักร่องค์ประกอบหลังหมุนแกนมีค่ามากกว่า 1.00 ทั้ง 5 องค์ประกอบ จึงคัดเลือกข้อคำถามทั้ง 5 ข้อคำถาม เข้าสู่การตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลร่องค์ประกอบเชิงยืนยันร่องค์ประกอบย่อยของร่องค์ประกอบรองด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

ตารางที่ 36 ค่าไอเกิน ผลรวมการสกัดน้ำหนักร่องค์ประกอบ และผลรวมการสกัดน้ำหนักร่องค์ประกอบ หลังหมุนแกนของตัวแปรการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังในความสะดวก

ข้อ คำถาม	ค่าไอเกิน			ผลรวมการสกัดน้ำหนัก องค์ประกอบ			ผลรวมการสกัดน้ำหนัก องค์ประกอบหลังหมุนแกน		
	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance
1	8.561	77.827	77.827	8.561	77.827	77.827	2.658	24.160	24.160

ข้อ คำถาม	ค่าไอเกิน			ผลรวมการสกัดน้ำหนักรองค์ประกอบ			ผลรวมการสกัดน้ำหนักรองค์ประกอบหลังหมუნแกน		
	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance
2	0.448	4.070	81.896	0.448	4.070	81.896	2.211	20.099	44.259
3	0.430	3.908	85.804	0.430	3.908	85.804	2.172	19.749	64.008
4	0.336	3.057	88.861	0.336	3.057	88.861	1.868	16.980	80.988
5	0.275	2.496	91.357	0.275	2.496	91.357	1.141	10.369	91.357
6	0.227	2.061	93.418	-	-	-	-	-	-
7	0.199	1.813	95.231	-	-	-	-	-	-
8	0.174	1.580	96.810	-	-	-	-	-	-
9	0.138	1.251	98.061	-	-	-	-	-	-
10	0.112	1.014	99.075	-	-	-	-	-	-
11	0.102	0.925	100.000	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 36 ผลที่ได้พบว่า มีการนำองค์ประกอบที่มีค่าไอเกินสูง 5 ลำดับแรกมาใช้ในการหมუნแกนออโรกอนอล ด้วยวิธีการ Verimax ผลที่ได้จากการหมუნแกนทำให้ค่าผลรวมการสกัดน้ำหนักรองค์ประกอบหลังหมუნแกนมีค่ามากกว่า 1.00 ทั้ง 5 องค์ประกอบ จึงคัดเลือกข้อคำถามทั้ง 5 ข้อคำถาม เข้าสู่การตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองรับด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

ตารางที่ 37 ค่าไอเกิน ผลรวมการสกัดน้ำหนักรองค์ประกอบ และผลรวมการสกัดน้ำหนักรองค์ประกอบหลังหมუნแกนของตัวแปรการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านอิทธิพลทางสังคม

ข้อ คำถาม	ค่าไอเกิน			ผลรวมการสกัดน้ำหนักรองค์ประกอบ			ผลรวมการสกัดน้ำหนักรองค์ประกอบหลังหมუნแกน		
	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance
1	8.532	77.564	77.564	8.532	77.564	77.564	2.307	20.974	20.974
2	0.470	4.275	81.839	0.470	4.275	81.839	2.296	20.870	41.844
3	0.396	3.604	85.443	0.396	3.604	85.443	2.035	18.497	60.341

ข้อ คำถาม	ค่าไอเกิน			ผลรวมการสกัดน้ำหนัก องค์ประกอบ			ผลรวมการสกัดน้ำหนัก องค์ประกอบหลังหมุนแกน		
	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance
4	0.321	2.916	88.359	0.321	2.916	88.359	1.996	18.145	78.486
5	0.285	2.594	90.954	0.285	2.594	90.954	1.371	12.468	90.954
6	0.227	2.065	93.019	-	-	-	-	-	-
7	0.204	1.855	94.873	-	-	-	-	-	-
8	0.186	1.691	96.564	-	-	-	-	-	-
9	0.143	1.303	97.867	-	-	-	-	-	-
10	0.133	1.213	99.079	-	-	-	-	-	-
11	0.101	0.921	100.000	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 37 ผลที่ได้พบว่า มีการนำองค์ประกอบที่มีค่าไอเกินสูง 5 ลำดับแรกมาใช้ในการหมุนแกนออโรคอนอล ด้วยวิธีการ Verimax ผลที่ได้จากการหมุนแกนทำให้ค่าผลรวมการสกัดน้ำหนักองค์ประกอบหลังหมุนแกนมีค่ามากกว่า 1.00 ทั้ง 5 องค์ประกอบ จึงคัดเลือกข้อคำถามทั้ง 5 ข้อคำถาม เข้าสู่การตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองรับด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

ตารางที่ 38 ค่าไอเกิน ผลรวมการสกัดน้ำหนักองค์ประกอบ และผลรวมการสกัดน้ำหนักองค์ประกอบหลังหมุนแกนของตัวแปรการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก

ข้อ คำถาม	ค่าไอเกิน			ผลรวมการสกัดน้ำหนัก องค์ประกอบ			ผลรวมการสกัดน้ำหนัก องค์ประกอบหลังหมุนแกน		
	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance
1	8.503	77.296	77.296	8.503	77.296	77.296	2.767	25.153	25.153
2	0.532	4.838	82.134	0.532	4.838	82.134	2.183	19.847	45.000
3	0.352	3.199	85.334	0.352	3.199	85.334	1.815	16.496	61.497
4	0.331	3.005	88.338	0.331	3.005	88.338	1.677	15.246	76.743
5	0.273	2.480	90.819	0.273	2.480	90.819	1.548	14.075	90.819

ข้อ คำถาม	ค่าไอเกิน			ผลรวมการสกัดน้ำหนั องค์ประกอบ			ผลรวมการสกัดน้ำหนั องค์ประกอบหลังหมუნแกน		
	Total	% of Variance	Cumulat ive % of Variance	Total	% of Variance	Cumulat ive % of Variance	Total	% of Variance	Cumulat ive % of Variance
6	0.235	2.138	92.956	-	-	-	-	-	-
7	0.198	1.803	94.760	-	-	-	-	-	-
8	0.159	1.450	96.209	-	-	-	-	-	-
9	0.155	1.409	97.618	-	-	-	-	-	-
10	0.145	1.315	98.933	-	-	-	-	-	-
11	0.117	1.067	100.000	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 38 ผลที่ได้พบว่า มีการนำองค์ประกอบที่มีค่าไอเกินสูง 5 ลำดับแรกมาใช้ในการหมუნแกนออโรกอนอล ด้วยวิธีการ Verimax ผลที่ได้จากการหมუნแกนทำให้ค่าผลรวมการสกัดน้ำหนัองค์ประกอบหลังหมუნแกนมีค่ามากกว่า 1.00 ทั้ง 5 องค์ประกอบ จึงคัดเลือกข้อคำถามทั้ง 5 ข้อคำถาม เข้าสู่การตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองรับด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

ตารางที่ 39 ค่าไอเกิน ผลรวมการสกัดน้ำหนัองค์ประกอบ และผลรวมการสกัดน้ำหนัองค์ประกอบหลังหมუნแกนของตัวแปรการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านความตั้งใจในการใช้งาน

ข้อ คำถาม	ค่าไอเกิน			ผลรวมการสกัดน้ำหนั องค์ประกอบ			ผลรวมการสกัดน้ำหนั องค์ประกอบหลังหมუნแกน		
	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance
1	8.735	79.407	79.407	8.735	79.407	79.407	2.499	22.722	22.722
2	0.493	4.480	83.877	0.493	4.480	83.877	2.189	19.901	42.623
3	0.321	2.914	86.802	0.321	2.914	86.802	2.030	18.454	61.077
4	0.285	2.589	89.391	0.285	2.589	89.391	1.932	17.560	78.637
5	0.256	2.324	91.715	0.256	2.324	91.715	1.439	13.078	91.715
6	0.234	2.127	93.841	-	-	-	-	-	-
7	0.177	1.609	95.450	-	-	-	-	-	-

ข้อ คำถาม	ค่าโอเกิน			ผลรวมการสกัดน้ำหนัก องค์ประกอบ			ผลรวมการสกัดน้ำหนัก องค์ประกอบหลังหมุนแกน		
	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance
8	0.159	1.448	96.899	-	-	-	-	-	-
9	0.126	1.143	98.042	-	-	-	-	-	-
10	0.120	1.093	99.135	-	-	-	-	-	-
11	0.095	0.865	100.000	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 39 ผลที่ได้พบว่า มีการนำองค์ประกอบที่มีค่าโอเกินสูง 5 ลำดับแรกมาใช้ในการหมุนแกนอโรทอนอล ด้วยวิธีการ Verimax ผลที่ได้จากการหมุนแกนทำให้ค่าผลรวมการสกัดน้ำหนักองค์ประกอบหลังหมุนแกนมีค่ามากกว่า 1.00 ทั้ง 5 องค์ประกอบ จึงคัดเลือกข้อคำถามทั้ง 5 ข้อคำถาม เข้าสู่การตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองรับด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

ตารางที่ 40 ค่าโอเกิน ผลรวมการสกัดน้ำหนักองค์ประกอบ และผลรวมการสกัดน้ำหนักองค์ประกอบหลังหมุนแกนของตัวแปรการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านพฤติกรรมการใช้

ข้อ คำถาม	ค่าโอเกิน			ผลรวมการสกัดน้ำหนัก องค์ประกอบ			ผลรวมการสกัดน้ำหนัก องค์ประกอบหลังหมุนแกน		
	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance
1	8.524	77.495	77.495	8.524	77.495	77.495	2.626	23.869	23.869
2	0.462	4.204	81.699	0.462	4.204	81.699	2.177	19.791	43.660
3	0.427	3.881	85.580	0.427	3.881	85.580	2.060	18.729	62.389
4	0.315	2.862	88.443	0.315	2.862	88.443	1.697	15.425	77.813
5	0.302	2.746	91.189	0.302	2.746	91.189	1.471	13.376	91.189
6	0.234	2.126	93.315	-	-	-	-	-	-
7	0.192	1.741	95.055	-	-	-	-	-	-
8	0.163	1.483	96.538	-	-	-	-	-	-
9	0.150	1.360	97.898	-	-	-	-	-	-

ชื่อ คำถาม	ค่าไอเก็น			ผลรวมการสกัดน้ำหนัก องค์ประกอบ			ผลรวมการสกัดน้ำหนัก องค์ประกอบหลังหมุนแกน		
	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance	Total	% of Variance	Cumulative % of Variance
10	0.126	1.146	99.044	-	-	-	-	-	-
11	0.105	0.956	100.000	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 40 ผลที่ได้พบว่า มีการนำองค์ประกอบที่มีค่าไอเก็นสูง 5 ลำดับแรกมาใช้ในการหมุนแกนอโรทอนอล ด้วยวิธีการ Verimax ผลที่ได้จากการหมุนแกนทำให้ค่าผลรวมการสกัดน้ำหนักองค์ประกอบหลังหมุนแกนมีค่ามากกว่า 1.00 ทั้ง 5 องค์ประกอบ จึงคัดเลือกข้อคำถามทั้ง 5 ข้อคำถาม เข้าสู่การตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

ตอนที่ 10 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อย

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบย่อย เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมและยืนยันความถูกต้องของตัวแปรสังเกตที่สามารถวัดตัวแปรแฝงในแต่ละกลุ่ม ประกอบด้วย ตัวแปรแฝงภายใน และตัวแปรแฝงภายนอก โดยพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดล (Model Fit Index) และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Standardized Factor Loading) มีรายละเอียดดังนี้

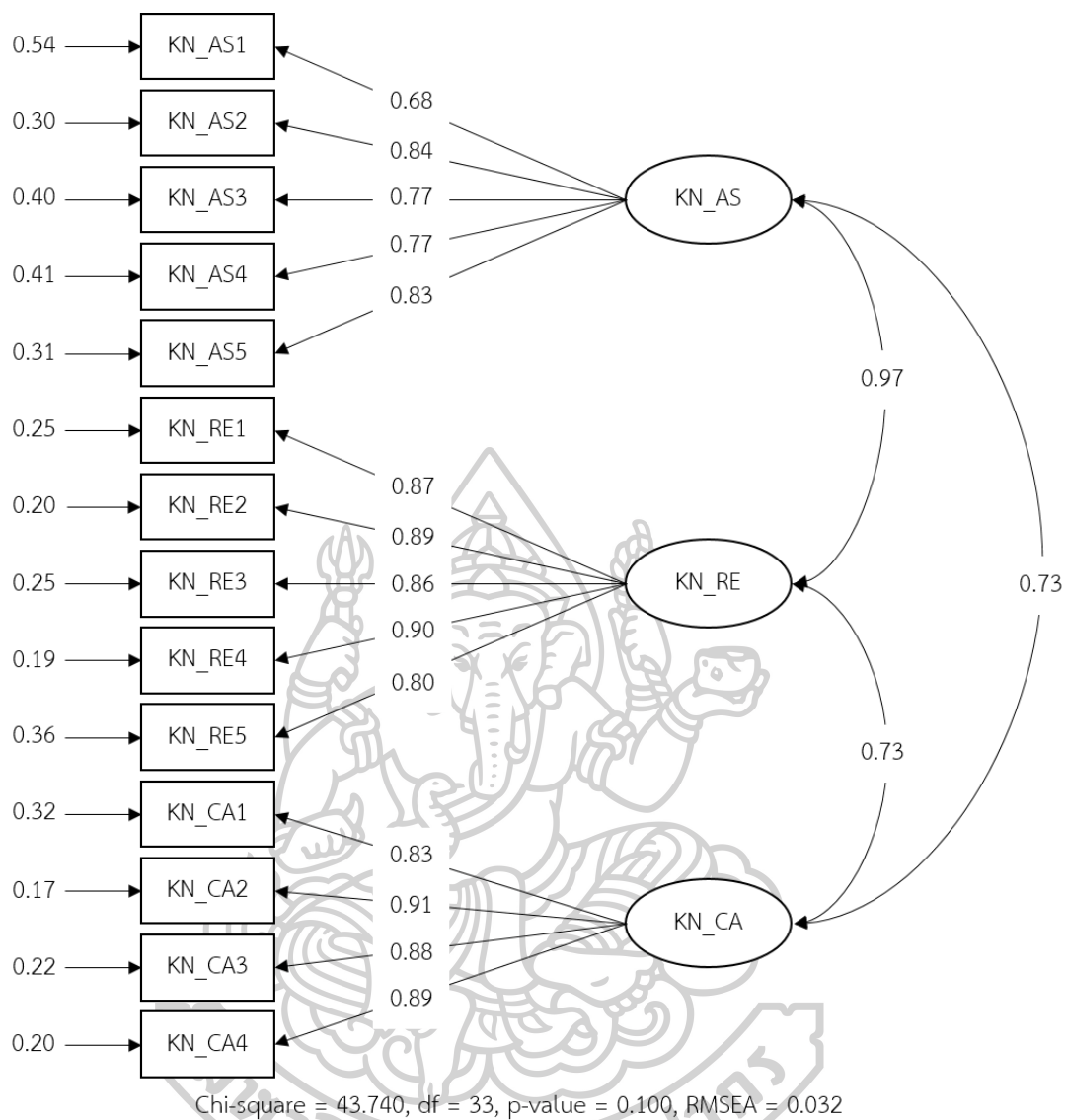
1. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี

ผู้วิจัยตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลยืนยันองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 3 ตัวแปร คือ 1) ความรู้คือสินทรัพย์ 2) ความรู้คือความสัมพันธ์ และ 3) ความรู้คือความสามารถ กับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีรายละเอียดดังตารางที่ 41

ตารางที่ 41 ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ > 0.05	43.740	-
df	-	33	-
p-value	> 0.05	0.100	-
χ^2 / df	< 3	1.325	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.95	1.000	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.90	0.980	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.80	0.940	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.032	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 41 พบว่า ดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี มีค่าสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบดังนี้ ค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 43.740 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p-value เท่ากับ 0.100) ค่า χ^2 / df เท่ากับ 1.325 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) เท่ากับ 1.000 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.980 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.940 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.032 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่า แสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้น จึงมีความเหมาะสม สามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบ เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี มีรายละเอียดดังภาพที่ 25



ภาพที่ 25 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบทางด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี

ตารางที่ 42 สรุปลงค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบทางด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี

องค์ประกอบทางด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี	องค์ประกอบภายใน	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ AVE	ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด CR
ความรู้คือสินทรัพย์	KN_AS1	0.68	0.61	0.89

องค์ประกอบรอง ด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี	องค์ประกอบ ภายใน	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ค่าความ แปรปรวนเฉลี่ย ที่สกัดได้ AVE	ค่าความ เชื่อมั่น ของแบบวัด CR
	KN_AS2	0.84		
	KN_AS3	0.77		
	KN_AS4	0.77		
	KN_AS5	0.83		
ความรู้คือความสัมพันธ์	KN_RE1	0.87	0.75	0.94
	KN_RE2	0.89		
	KN_RE3	0.86		
	KN_RE4	0.90		
	KN_RE5	0.80		
ความรู้คือความสามารถ	KN_CA1	0.83	0.77	0.93
	KN_CA2	0.91		
	KN_CA3	0.88		
	KN_CA4	0.89		

จากภาพที่ 25 และตารางที่ 42 พบว่า องค์ประกอบรองด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 3 ตัวแปร คือ 1) ความรู้คือสินทรัพย์ 2) ความรู้คือความสัมพันธ์ และ 3) ความรู้คือความสามารถ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบย่อยของตัวบ่งชี้ทั้ง 14 ตัวบ่งชี้ อยู่ระหว่าง 0.68 - 0.91 ซึ่งเป็นค่าตัวแปรน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่มากกว่า 0.40 จัดว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม (Hair et al., 2006) และพบว่า ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (AVE) ของแต่ละองค์ประกอบ อยู่ระหว่าง 0.61 - 0.77 จัดว่ามีความเหมาะสม ($AVE \geq 0.50$) การพิจารณาค่าสถิติขององค์ประกอบรองด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเชิงองค์ประกอบ อยู่ระหว่าง 0.89 - 0.94 จัดว่ามีความเหมาะสม ($CR \geq 0.70$)

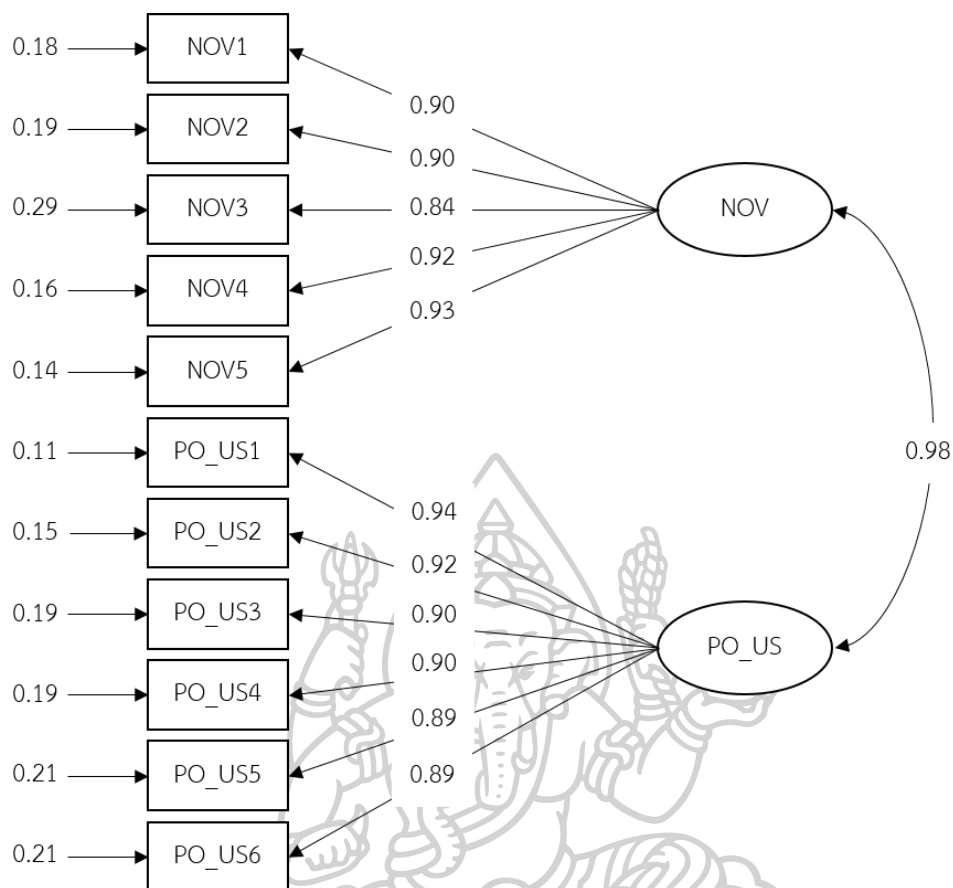
2. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรอง ความคิดสร้างสรรค์

ผู้วิจัยตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลยืนยันองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านความคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 2 ตัวแปร คือ 1) ความแปลกใหม่ และ 2) ความมีประโยชน์ กับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีรายละเอียดดังตารางที่ 43

ตารางที่ 43 ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านความคิดสร้างสรรค์

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ > 0.05	26.840	-
df	-	18	-
p-value	> 0.05	0.082	-
χ^2 / df	< 3	1.491	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.95	1.000	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.90	0.980	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.80	0.940	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.039	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 43 พบว่า ดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านความคิดสร้างสรรค์ มีค่าสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบดังนี้ ค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 26.840 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p-value เท่ากับ 0.082) ค่า χ^2 / df เท่ากับ 1.491 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) เท่ากับ 1.000 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.980 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.940 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.039 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่า แสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้น จึงมีความเหมาะสม สามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบ เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านความคิดสร้างสรรค์ มีรายละเอียดดังภาพที่ 26



Chi-square = 26.840, df = 18, p-value = 0.082, RMSEA = 0.039

ภาพที่ 26 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านความคิดสร้างสรรค์

ตารางที่ 44 สรุปองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านความคิดสร้างสรรค์

องค์ประกอบรองด้านความคิดสร้างสรรค์	องค์ประกอบภายใน	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ AVE	ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด CR
ความแปลกใหม่	NOV1	0.90	0.81	0.95
	NOV2	0.90		
	NOV3	0.84		
	NOV4	0.92		
	NOV5	0.93		
ความมีประโยชน์	PO_US1	0.94	0.69	0.96

องค์ประกอบรอง ด้านความคิดสร้างสรรค์	องค์ประกอบ ภายใน	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ค่าความ แปรปรวนเฉลี่ย ที่สกัดได้ AVE	ค่าความ เชื่อมั่น ของแบบวัด CR
	PO_US2	0.92		
	PO_US3	0.90		
	PO_US4	0.90		
	PO_US5	0.89		
	PO_US6	0.89		

จากภาพที่ 26 และตารางที่ 44 พบว่า องค์ประกอบรองด้านความคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 2 ตัวแปร คือ 1) ความแปลกใหม่ และ 2) ความมีประโยชน์ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบย่อยของตัวบ่งชี้ทั้ง 11 ตัวบ่งชี้ อยู่ระหว่าง 0.84 - 0.94 ซึ่งเป็นค่าตัวแปรน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่มากกว่า 0.40 จัดว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม (Hair et al., 2006) และพบว่า ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (AVE) ของแต่ละองค์ประกอบ อยู่ระหว่าง 0.69 - 0.81 จัดว่ามีความเหมาะสม ($AVE \geq 0.50$) การพิจารณาค่าสถิติขององค์ประกอบรองด้านความคิดสร้างสรรค์ ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเชิงองค์ประกอบ อยู่ระหว่าง 0.95 - 0.96 จัดว่ามีความเหมาะสม ($CR \geq 0.70$)

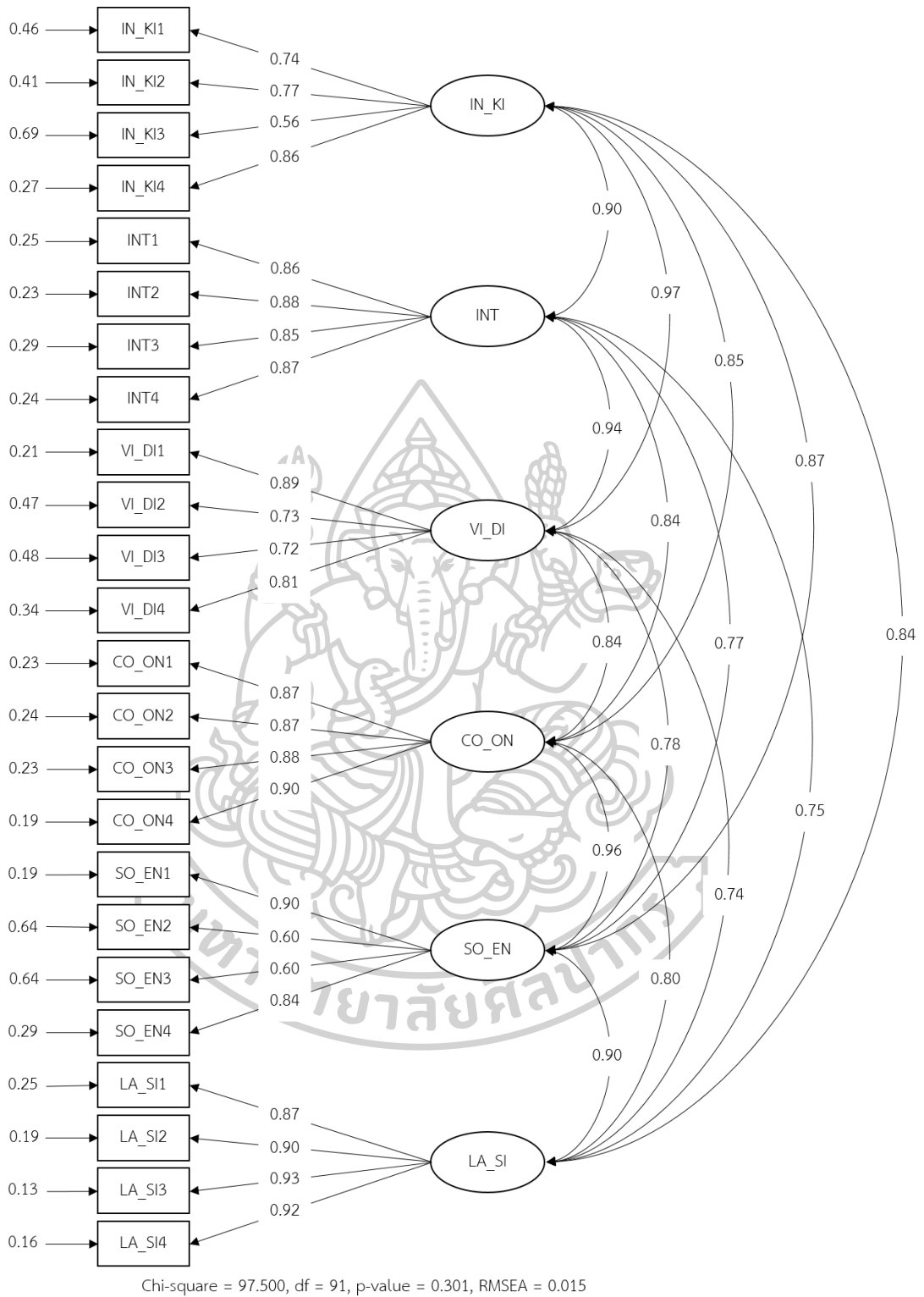
3. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบเทคโนโลยีดิจิทัล

ผู้วิจัยตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลยืนยันองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 6 ตัวแปร คือ 1) แหล่งข้อมูล 2) การมีปฏิสัมพันธ์ 3) การมองเห็น 4) การเชื่อมต่อออนไลน์ 5) การมีส่วนร่วมทางสังคม และ 6) ป้าย / สัญลักษณ์ กับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีรายละเอียดดังตารางที่ 45

ตารางที่ 45 ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยของ
องค์ประกอบรองด้านเทคโนโลยีดิจิทัล

สถิติที่ใช้ในการ ตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการ พิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ > 0.05	97.500	-
df	-	91	-
p-value	> 0.05	0.301	-
χ^2 / df	< 3	1.071	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.95	1.000	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.90	0.970	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.80	0.920	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.015	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 45 พบว่า ดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านเทคโนโลยีดิจิทัล มีค่าสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบดังนี้ ค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 97.500 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p-value เท่ากับ 0.301) ค่า χ^2 / df เท่ากับ 1.071 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) เท่ากับ 1.000 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.970 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.920 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.015 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่า แสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้น จึงมีความเหมาะสม สามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบ เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านเทคโนโลยีดิจิทัล มีรายละเอียดดังภาพที่ 27



ภาพที่ 27 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านเทคโนโลยีดิจิทัล

ตารางที่ 46 สรุปองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านเทคโนโลยีดิจิทัล

องค์ประกอบรอง ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล	องค์ประกอบ ภายใน	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ค่าความ แปรปรวนเฉลี่ย ที่สกัดได้ AVE	ค่าความ เชื่อมั่น ของแบบวัด CR
แหล่งข้อมูล	IN_KI1	0.74	0.55	0.83
	IN_KI2	0.77		
	IN_KI3	0.56		
	IN_KI4	0.86		
การมีปฏิสัมพันธ์	INT1	0.86	0.75	0.92
	INT2	0.88		
	INT3	0.85		
	INT4	0.87		
การมองเห็น	VI_DI1	0.89	0.62	0.87
	VI_DI2	0.73		
	VI_DI3	0.72		
	VI_DI4	0.81		
การเชื่อมต่อออนไลน์	CO_ON1	0.87	0.77	0.93
	CO_ON2	0.87		
	CO_ON3	0.88		
	CO_ON4	0.90		
การมีส่วนร่วมทางสังคม	SO_EN1	0.90	0.56	0.83
	SO_EN2	0.60		
	SO_EN3	0.60		
	SO_EN4	0.84		
ป้าย / สัญลักษณ์	LA_SI1	0.87	0.82	0.95
	LA_SI2	0.90		
	LA_SI3	0.93		
	LA_SI4	0.92		

จากภาพที่ 27 และตารางที่ 46 พบว่า องค์ประกอบรองด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกต 6 ตัวแปร คือ 1) แหล่งข้อมูล 2) การมีปฏิสัมพันธ์ 3) การมองเห็น 4) การเชื่อมต่อ

ออนไลน์ 5) การมีส่วนร่วมทางสังคม และ 6) ป้าย / สัญลักษณ์ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบย่อยของตัวบ่งชี้ทั้ง 24 ตัวบ่งชี้ อยู่ระหว่าง 0.56 - 0.93 ซึ่งเป็นค่าตัวแปรน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่มากกว่า 0.40 จัดว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม (Hair et al., 2006) และพบว่า ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (AVE) ของแต่ละองค์ประกอบ อยู่ระหว่าง 0.55 - 0.82 จัดว่ามีความเหมาะสม (AVE \geq 0.50) การพิจารณาค่าสถิติขององค์ประกอบรองด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเชิงองค์ประกอบ อยู่ระหว่าง 0.83 - 0.95 จัดว่ามีความเหมาะสม (CR \geq 0.70)

4. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

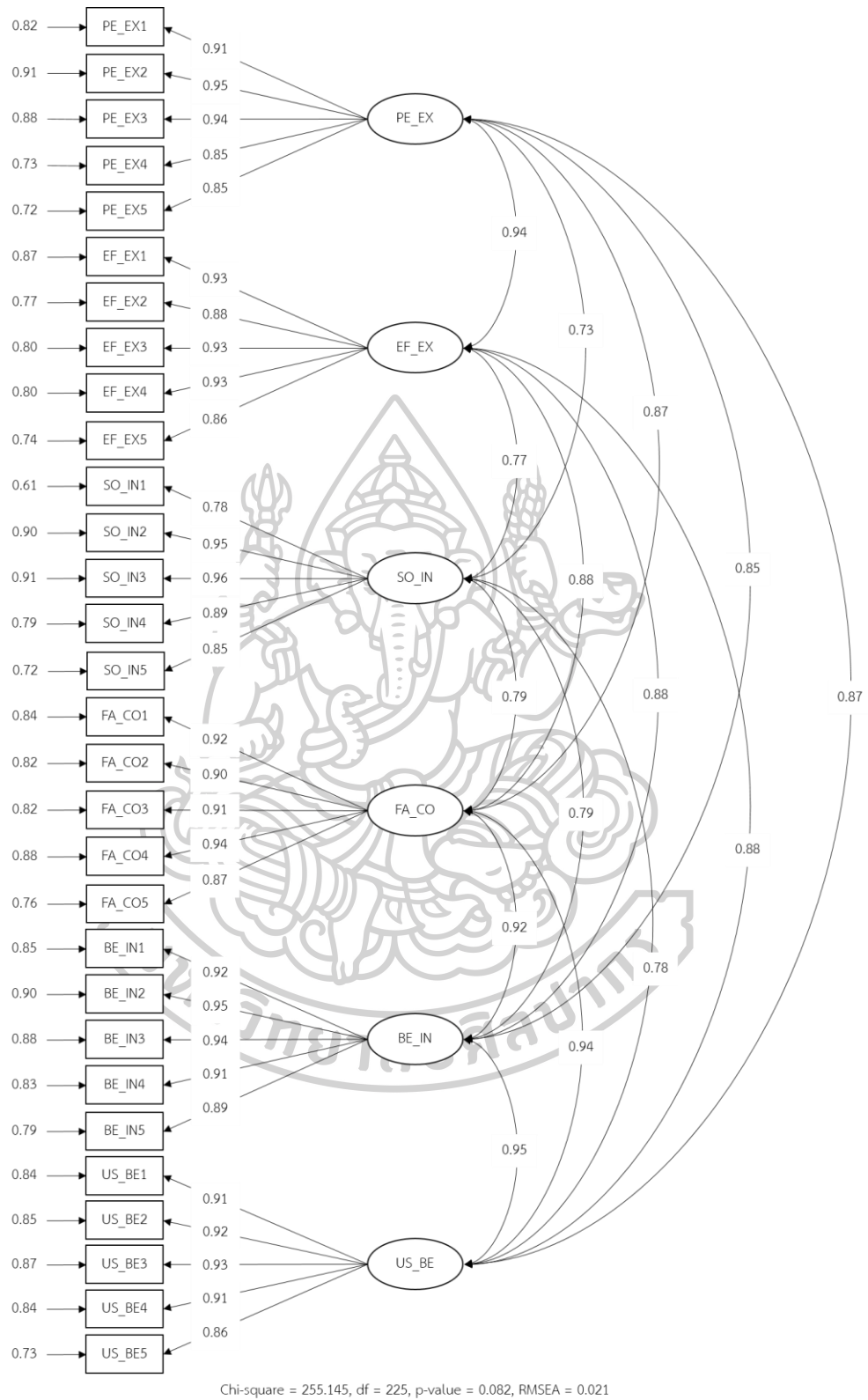
ผู้วิจัยตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลยืนยันองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 6 ตัวแปร คือ 1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ 2) ความคาดหวังในความสะดวก 3) อิทธิพลทางสังคม 4) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก 5) ความตั้งใจในการใช้งาน และ 6) พฤติกรรมการใช้ กับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีรายละเอียดดังตารางที่ 41

ตารางที่ 47 ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบรองด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ > 0.05	255.145	-
df	-	225	-
p-value	> 0.05	0.082	-
χ^2 / df	< 3	1.134	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.95	0.998	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.90	0.950	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.80	0.897	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.021	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 41 พบว่า ดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี มีค่าสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบดังนี้ ค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 255.145 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p-value เท่ากับ 0.082) ค่า χ^2 / df เท่ากับ 1.134 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) เท่ากับ 0.998 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.950 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.897 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.021 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่า แสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้น จึงมีความเหมาะสม สามารถนำไปวิเคราะห์หองค์ประกอบ เมื่อวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี มีรายละเอียดดังภาพที่ 28





ภาพที่ 28 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

ตารางที่ 48 สรุปลองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

องค์ประกอบรอง ด้านการยอมรับเพื่อการใช้ เทคโนโลยี	องค์ประกอบ ภายใน	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ค่าความ แปรปรวนเฉลี่ย ที่สกัดได้ AVE	ค่าความ เชื่อมั่น ของแบบวัด CR
ความคาดหวังในประสิทธิภาพ	PE_EX1	0.91	0.81	0.74
	PE_EX2	0.95		
	PE_EX3	0.94		
	PE_EX4	0.85		
	PE_EX5	0.85		
ความคาดหวังในความสะดวก	EF_EX1	0.93	0.82	0.75
	EF_EX2	0.88		
	EF_EX3	0.93		
	EF_EX4	0.93		
	EF_EX5	0.86		
อิทธิพลทางสังคม	SO_IN1	0.78	0.79	0.74
	SO_IN2	0.95		
	SO_IN3	0.96		
	SO_IN4	0.89		
	SO_IN5	0.85		
สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก	FA_CO1	0.92	0.83	0.75
	FA_CO2	0.90		
	FA_CO3	0.91		
	FA_CO4	0.94		
	FA_CO5	0.87		
ความตั้งใจในการทำงาน	BE_IN1	0.92	0.85	0.76
	BE_IN2	0.95		
	BE_IN3	0.94		
	BE_IN4	0.91		
	BE_IN5	0.89		
พฤติกรรมการใช้	US_BE1	0.91	0.82	0.75
	US_BE2	0.92		
	US_BE3	0.93		

องค์ประกอบรอง ด้านการยอมรับเพื่อการใช้ เทคโนโลยี	องค์ประกอบ ภายใน	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ค่าความ แปรปรวนเฉลี่ย ที่สกัดได้ AVE	ค่าความ เชื่อมั่น ของแบบวัด CR
	US_BE4	0.91		
	US_BE5	0.86		

จากภาพที่ 28 และตารางที่ 48 พบว่า องค์ประกอบรองด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 6 ตัวแปร คือ 1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ 2) ความคาดหวังในความสะดวก 3) อิทธิพลทางสังคม 4) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก 5) ความตั้งใจในการใช้งาน และ 6) พฤติกรรมการใช้ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบย่อยของตัวบ่งชี้ทั้ง 30 ตัวบ่งชี้ อยู่ระหว่าง 0.78 - 0.96 ซึ่งเป็นค่าตัวแปรน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่มากกว่า 0.40 จัดว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม (Hair et al., 2006) และพบว่า ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (AVE) ของแต่ละองค์ประกอบ อยู่ระหว่าง 0.79 - 0.85 จัดว่ามีความเหมาะสม ($AVE \geq 0.50$) การพิจารณาค่าสถิติขององค์ประกอบรองด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเชิงองค์ประกอบ อยู่ระหว่าง 0.74 - 0.76 จัดว่ามีความเหมาะสม ($CR \geq 0.70$)

5. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

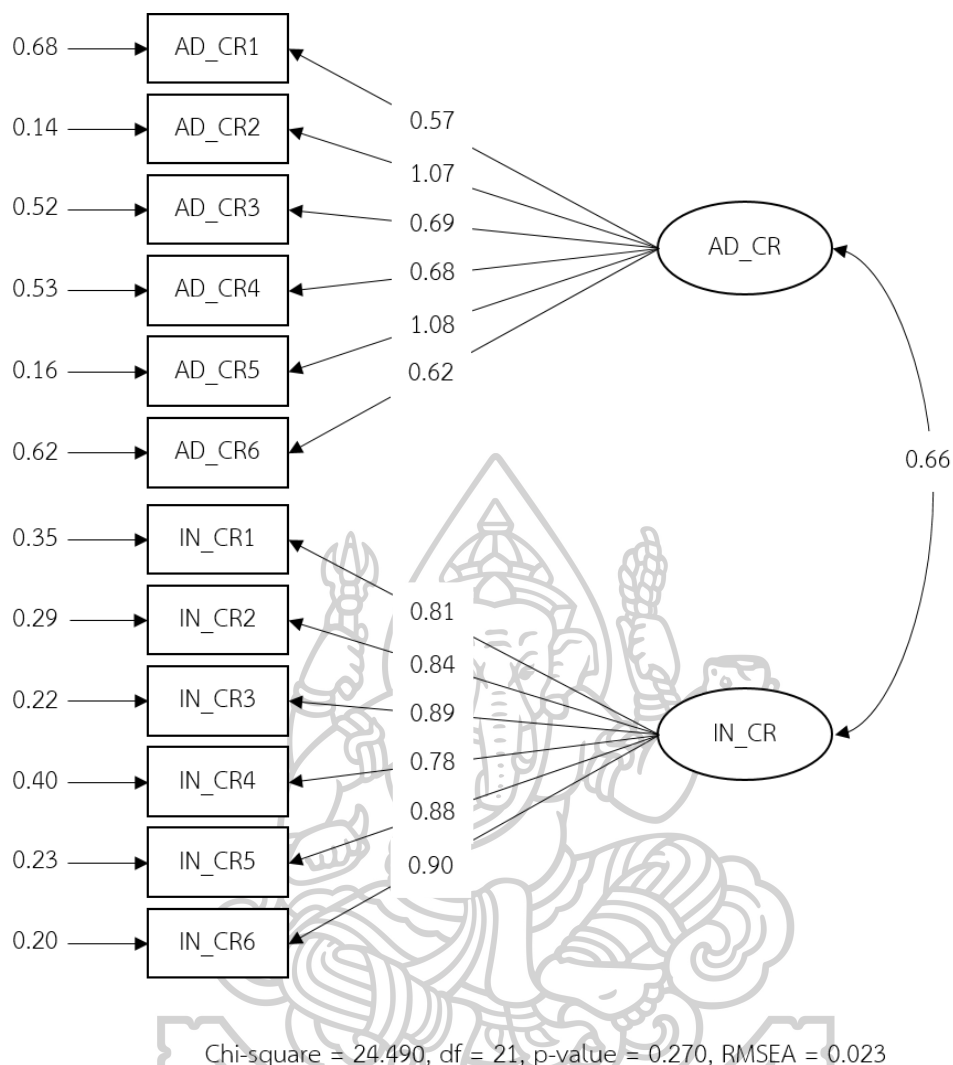
ผู้วิจัยตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลยืนยันองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 2 ตัวแปร คือ 1) พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว และ 2) พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม กับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีรายละเอียดดังตารางที่ 49

ตารางที่ 49 ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

สถิติที่ใช้ในการ ตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการ พิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ > 0.05	24.490	-

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
Df	-	21	-
p-value	> 0.05	0.270	-
χ^2 / df	< 3	1.166	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.95	1.000	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.90	0.990	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.80	0.950	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.023	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 49 พบว่า ดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ มีค่าสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบดังนี้ ค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 24.490 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p-value เท่ากับ 0.270) ค่า χ^2 / df เท่ากับ 1.166 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) เท่ากับ 1.000 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.990 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.950 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.023 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่า แสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้น จึงมีความเหมาะสม สามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบ เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ มีรายละเอียดดังภาพที่ 29



ภาพที่ 29 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 50 สรุปลงค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

องค์ประกอบรอง ด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์	องค์ประกอบ ภายใน	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ค่าความ แปรปรวนเฉลี่ย ที่สกัดได้ AVE	ค่าความ เชื่อมั่น ของแบบวัด CR
พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ด้านการปรับตัว	AD_CR1	0.57	0.66	0.92
	AD_CR2	1.07		
	AD_CR3	0.69		

องค์ประกอบรอง ด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์	องค์ประกอบ ภายใน	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ค่าความ แปรปรวนเฉลี่ย ที่สกัดได้ AVE	ค่าความ เชื่อมั่น ของแบบวัด CR
	AD_CR4	0.68		
	AD_CR5	1.08		
	AD_CR6	0.62		
พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ด้านนวัตกรรม	IN_CR1	0.81	0.59	0.92
	IN_CR2	0.84		
	IN_CR3	0.89		
	IN_CR4	0.78		
	IN_CR5	0.88		
	IN_CR6	0.90		

จากภาพที่ 29 และตารางที่ 50 พบว่า องค์ประกอบรองด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 2 ตัวแปร คือ 1) พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว และ 2) พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบย่อยของตัวบ่งชี้ทั้ง 12 ตัวบ่งชี้ อยู่ระหว่าง 0.57 - 1.08 ซึ่งเป็นค่าตัวแปรน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่มากกว่า 0.40 จัดว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม (Hair et al., 2006) และพบว่า ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (AVE) ของแต่ละองค์ประกอบ อยู่ระหว่าง 0.59 - 0.66 จัดว่ามีความเหมาะสม (AVE \geq 0.50) การพิจารณา ค่าสถิติขององค์ประกอบรองด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเชิงองค์ประกอบ อยู่ระหว่าง 0.92 - 0.92 จัดว่ามีความเหมาะสม (CR \geq 0.70)

ตอนที่ 11 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลัก

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลัก เพื่อตรวจสอบและยืนยันความถูกต้องของโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และใช้วัดตัวแปรแฝง รวมทั้งยืนยันตัวแปรสังเกตในแต่ละกลุ่มขององค์ประกอบหลักทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยีดิจิทัล การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ โดยพิจารณาใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดล (Model Fit Index) และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Standardized Factor Loading) มีรายละเอียดดังนี้

1. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี

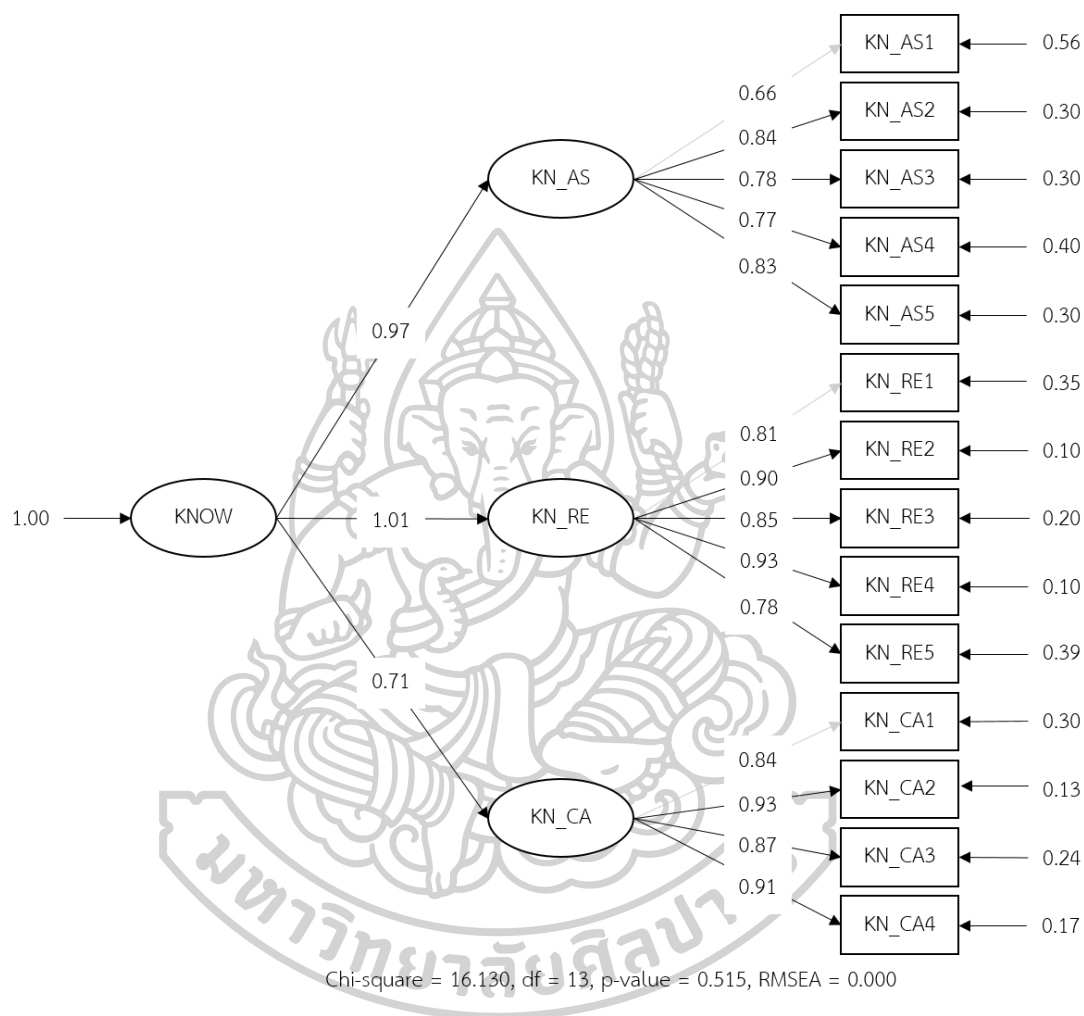
ผู้วิจัยตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลยืนยันองค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 3 ตัวแปร คือ 1) ความรู้คือสินทรัพย์ 2) ความรู้คือความสัมพันธ์ และ 3) ความรู้คือความสามารถ กับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีรายละเอียดดังตารางที่ 51

ตารางที่ 51 ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ > 0.05	16.130	-
df	-	17	-
p-value	> 0.05	0.515	-
χ^2 / df	< 3	0.949	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.95	1.000	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.90	0.990	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.80	0.960	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.000	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 51 พบว่า ดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี มีค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ ดังนี้ ค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 16.130 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p-value เท่ากับ 0.515) ค่า χ^2 / df เท่ากับ 0.949 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงสัมพันธ์ (CFI) เท่ากับ 1.000 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.990 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.960 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.000 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่า แสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้น จึงมีความเหมาะสม สามารถนำไป

วิเคราะห์องค์ประกอบ เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี มีรายละเอียดดังภาพที่ 30



ภาพที่ 30 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี

ตารางที่ 52 สรุปองค์ประกอบหลักด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี

องค์ประกอบหลักด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี	องค์ประกอบภายใน	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	ลำดับความสำคัญ	ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ AVE	ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด CR
ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี	ความรู้คือสินทรัพย์	0.97	2	0.82	0.93
	ความรู้คือความสัมพันธ์	1.01	1		
	ความรู้คือความสามารถ	0.71	3		

จากภาพที่ 30 และ ตารางที่ 52 พบว่า องค์ประกอบย่อยด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.71 - 1.01 ซึ่งเป็นค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่มากกว่า 0.40 จัดว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม และพบว่า ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (AVE) ขององค์ประกอบหลักด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี มีค่าเท่ากับ 0.82 จัดว่ามีความเหมาะสม ($AVE \geq 0.50$) (Fornell & Larcker, 1981; Hair et al., 2006) จากการพิจารณาค่าสถิติขององค์ประกอบหลักด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเชิงองค์ประกอบ มีค่าเท่ากับ 0.93 จัดว่ามีความเหมาะสม ($CR \geq 0.70$) ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรทั้งหมดของด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี มีความน่าเชื่อถือได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง

การตรวจสอบค่าน้ำหนักองค์ประกอบหลักด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบหลัก พบว่า องค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ความรู้คือความสัมพันธ์ รองลงมา คือ ความรู้คือสินทรัพย์ และ ความรู้คือความสามารถ ตามลำดับ

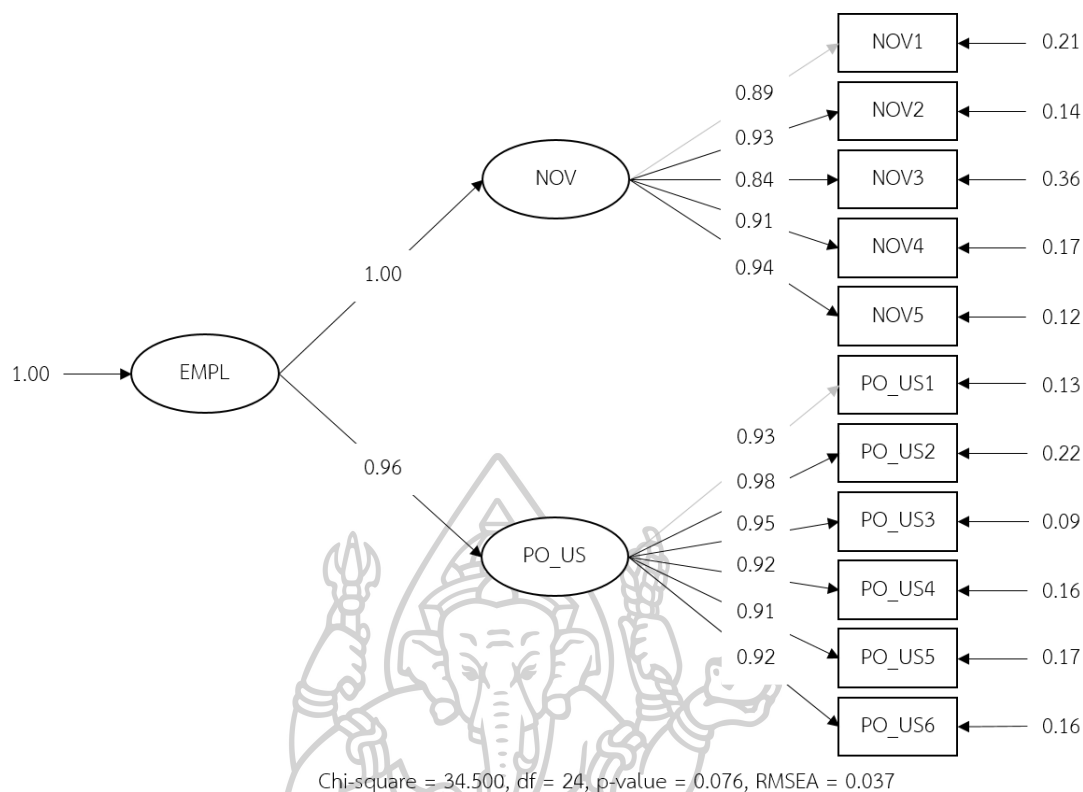
2. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้านความคิดสร้างสรรค์

ผู้วิจัยตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลยืนยันองค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้านความคิดสร้างสรรค์กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 2 ตัวแปร คือ 1) ความแปลกใหม่ และ 2) ความมีประโยชน์ กับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีรายละเอียดดังตารางที่ 53

ตารางที่ 53 ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านความคิดสร้างสรรค์

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ > 0.05	34.500	-
df	-	24	-
p-value	> 0.05	0.076	-
χ^2 / df	< 3	1.438	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.95	1.000	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.90	0.980	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.80	0.950	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.037	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 53 พบว่า ดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้านความคิดสร้างสรรค์ มีค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ ดังนี้ ค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 34.500 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p-value เท่ากับ 0.076) ค่า χ^2 / df เท่ากับ 24 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) เท่ากับ 1.000 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.980 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.950 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.037 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่า แสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้น จึงมีความเหมาะสม สามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบ เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้านความคิดสร้างสรรค์ มีรายละเอียดดังภาพที่ 31



ภาพที่ 31 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้านความคิดสร้างสรรค์

ตารางที่ 54 สรุปองค์ประกอบหลักด้านความคิดสร้างสรรค์

องค์ประกอบหลักด้านความคิดสร้างสรรค์	องค์ประกอบภายใน	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	ลำดับความสำคัญ	ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ AVE	ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด CR
ความคิดสร้างสรรค์	ความแปลกใหม่	1.00	1	0.96	0.98
	ความมีประโยชน์	0.96	2		

จากภาพที่ 31 และ ตารางที่ 54 พบว่า องค์ประกอบย่อยด้านความคิดสร้างสรรค์ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.96 - 1.00 ซึ่งเป็นค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่มากกว่า

0.40 จัดว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม และพบว่า ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (AVE) ขององค์ประกอบหลักด้านความคิดสร้างสรรค์ มีค่าเท่ากับ 0.96 จัดว่ามีความเหมาะสม ($AVE \geq 0.50$) (Fornell & Larcker, 1981; Hair et al., 2006) จากการพิจารณาค่าสถิติขององค์ประกอบหลักด้านความคิดสร้างสรรค์ ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเชิงองค์ประกอบ มีค่าเท่ากับ 0.98 จัดว่ามีความเหมาะสม ($CR \geq 0.70$) ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรทั้งหมดของด้านความคิดสร้างสรรค์ มีความน่าเชื่อถือได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง

การตรวจสอบค่าน้ำหนักองค์ประกอบหลักด้านความคิดสร้างสรรค์ จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบหลัก พบว่า องค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ความแปลกใหม่ รองลงมา คือ ความมีประโยชน์ ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้านเทคโนโลยีดิจิทัล

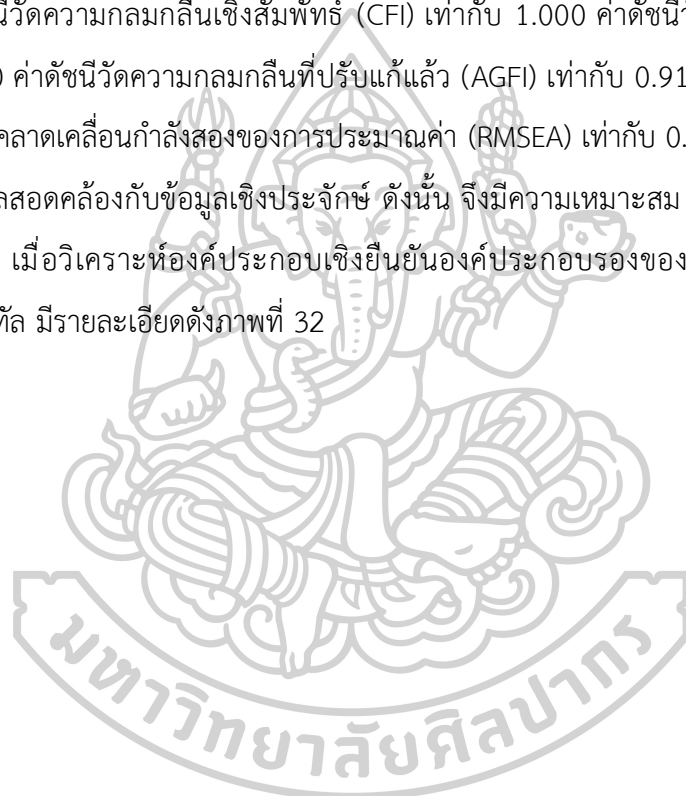
ผู้วิจัยตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลยืนยันองค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้านเทคโนโลยีดิจิทัลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 6 ตัวแปร คือ 1) แหล่งข้อมูล 2) การมีปฏิสัมพันธ์ 3) การมองเห็น 4) การเชื่อมต่อออนไลน์ 5) การมีส่วนร่วมทางสังคม และ 6) ป้าย / สัญลักษณ์ กับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีรายละเอียดดังตารางที่ 55

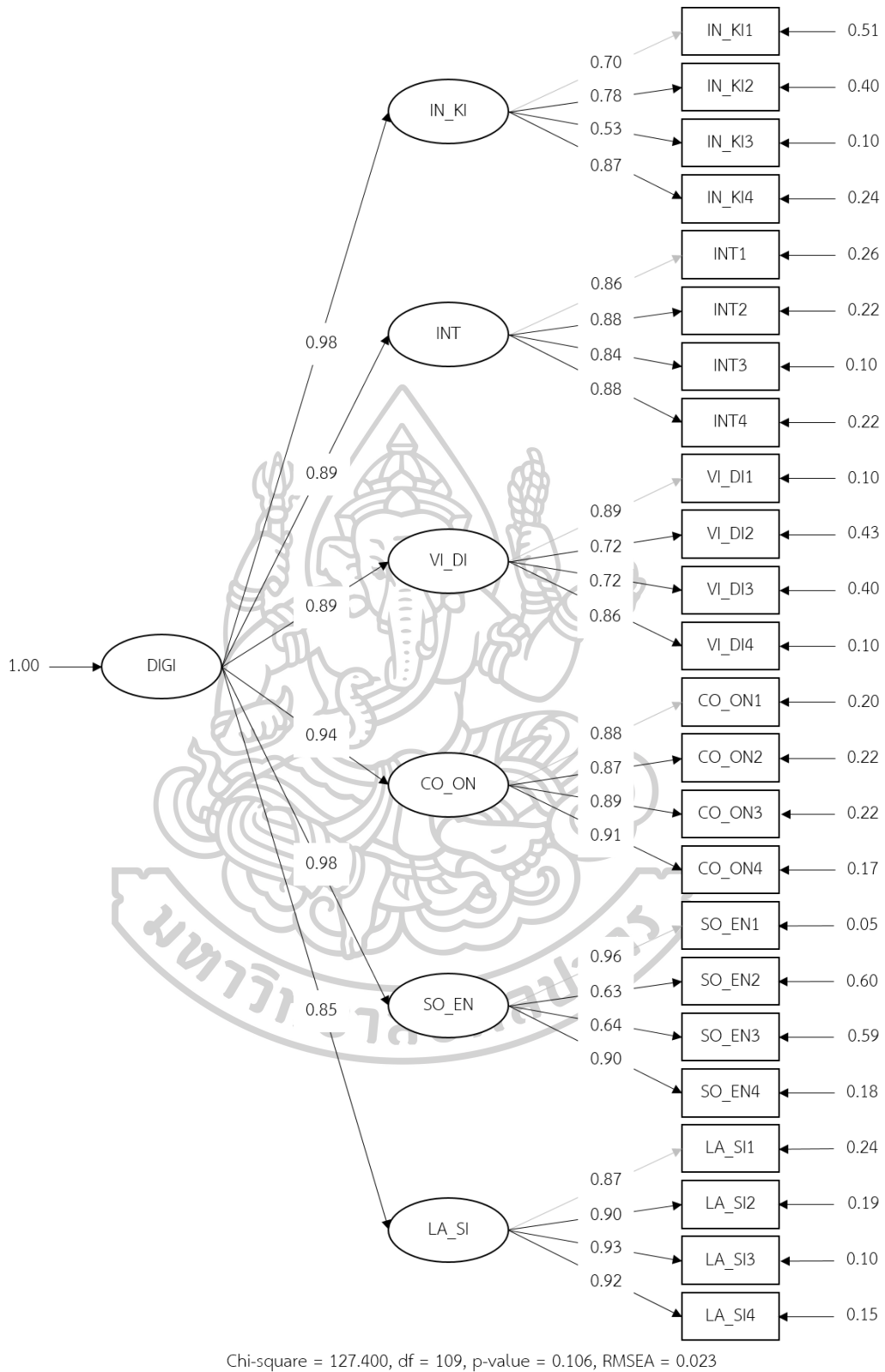
ตารางที่ 55 ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านเทคโนโลยีดิจิทัล

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ > 0.05	127.400	-
df	-	109	-
p-value	> 0.05	0.106	-
χ^2 / df	< 3	1.169	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.95	1.000	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.90	0.970	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.80	0.910	ผ่านเกณฑ์

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
RMSEA	< 0.05	0.023	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 55 พบว่า ดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้านเทคโนโลยีดิจิทัล มีค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ ดังนี้ ค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 127.400 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p-value เท่ากับ 0.106) ค่า χ^2 / df เท่ากับ 1.169 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) เท่ากับ 1.000 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.970 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.910 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.023 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่า แสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้น จึงมีความเหมาะสม สามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบ เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้านเทคโนโลยีดิจิทัล มีรายละเอียดดังภาพที่ 32





ภาพที่ 32 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้านเทคโนโลยีดิจิทัล

ตารางที่ 56 สรุปองค์ประกอบหลักด้านเทคโนโลยีดิจิทัล

องค์ประกอบหลัก ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล	องค์ประกอบ ภายใน	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ลำดับ ความสำคัญ	ค่าความ แปรปรวนเฉลี่ย ที่สกัดได้ AVE	ค่าความ เชื่อมั่น ของแบบวัด CR
เทคโนโลยีดิจิทัล	แหล่ง ข้อมูล	0.98	1	0.85	0.97
	การมี ปฏิสัมพันธ์	0.89	4		
	การ มองเห็น	0.89	5		
	การเชื่อมต่อ ออนไลน์	0.94	3		
	การมีส่วนร่วม ทางสังคม	0.98	2		
	ป้าย / สัญลักษณ์	0.85	6		

จากภาพที่ 32 และ ตารางที่ 56 พบว่า องค์ประกอบย่อยด้านเทคโนโลยีดิจิทัล มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.85 - 0.98 ซึ่งเป็นค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่มากกว่า 0.40 จัดว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม และพบว่า ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (AVE) ขององค์ประกอบหลักด้านเทคโนโลยีดิจิทัล มีค่าเท่ากับ 0.85 จัดว่ามีความเหมาะสม ($AVE \geq 0.50$) (Fornell & Larcker, 1981; Hair et al., 2006) จากการพิจารณาค่าสถิติขององค์ประกอบหลักด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเชิงองค์ประกอบ มีค่าเท่ากับ 0.97 จัดว่ามีความเหมาะสม ($CR \geq 0.70$) ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรทั้งหมดของด้านเทคโนโลยีดิจิทัล มีความน่าเชื่อถือได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง

การตรวจสอบค่าน้ำหนักองค์ประกอบหลักด้านเทคโนโลยีดิจิทัล จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบหลัก พบว่า องค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ

แหล่งข้อมูล และการมีส่วนร่วมทางสังคม รองลงมา คือ การเชื่อมต่อออนไลน์ การมีปฏิสัมพันธ์ การมองเห็น และป้าย / สัญลักษณ์ ตามลำดับ

4. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

ผู้วิจัยตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลยืนยันองค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 6 ตัวแปร คือ 1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ 2) ความคาดหวังในความสะดวก 3) อิทธิพลทางสังคม 4) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก 5) ความตั้งใจในการทำงาน และ 6) พฤติกรรมการใช้ กับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีรายละเอียดดังตารางที่ 57

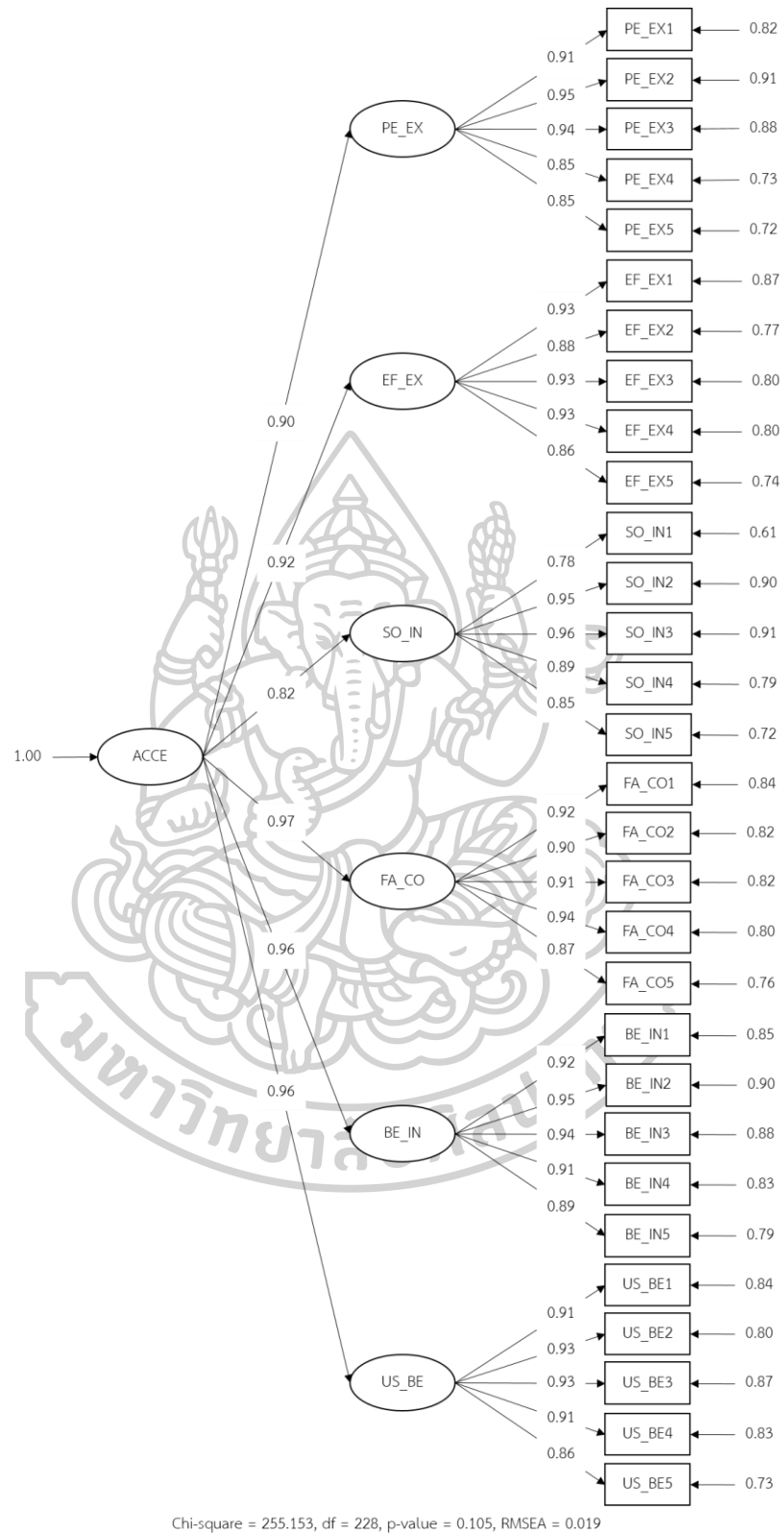
ตารางที่ 57 ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ > 0.05	255.153	-
df	-	228	-
p-value	> 0.05	0.105	-
χ^2 / df	< 3	1.119	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.95	0.998	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.90	0.950	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.80	0.898	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.019	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 57 พบว่า ดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี มีค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ ดังนี้ ค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 255.153 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p-value เท่ากับ 0.105) ค่า χ^2 / df เท่ากับ 1.119 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) เท่ากับ 0.998 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.950 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.898 และค่ารากที่สอง

ของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.019 ซึ่งผ่านเกณฑ์
ทุกค่า แสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้น จึงมีความเหมาะสม สามารถนำไป
วิเคราะห์หองค์ประกอบ เมื่อวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลัก
ด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี มีรายละเอียดดังภาพที่ 33





ภาพที่ 33 ผลการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

ตารางที่ 58 สรุปองค์ประกอบหลักด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

องค์ประกอบหลักด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี	องค์ประกอบภายใน	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	ลำดับความสำคัญ	ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ AVE	ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด CR
การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี	ความคาดหวังในประสิทธิภาพ	0.90	5	0.85	0.97
	ความคาดหวังในความสะดวก	0.92	4		
	อิทธิพลทางสังคม	0.82	6		
	สภาพสิ่งแวดล้อม	0.97	1		
	ความตั้งใจในการใช้งาน	0.96	2		
	พฤติกรรมการใช้	0.96	3		

จากภาพที่ 33 และ ตารางที่ 58 พบว่า องค์ประกอบย่อยด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.82 - 0.97 ซึ่งเป็นค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่มากกว่า 0.40 จัดว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม และพบว่า ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (AVE) ขององค์ประกอบหลักด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี มีค่าเท่ากับ 0.85 จัดว่ามีความเหมาะสม ($AVE \geq 0.50$) (Fornell & Larcker, 1981; Hair et al., 2006) จากการพิจารณาค่าสถิติขององค์ประกอบหลักด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเชิงองค์ประกอบ มีค่าเท่ากับ 0.97 จัดว่ามีความเหมาะสม ($CR \geq 0.70$) ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรทั้งหมดของด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี มีความน่าเชื่อถือได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง

การตรวจสอบค่าน้ำหนักองค์ประกอบหลักด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบหลัก พบว่า องค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก รองลงมา คือ ความตั้งใจในการทำงาน พฤติกรรมการใช้ ความคาดหวังในความสะดวก ความคาดหวังในประสิทธิภาพ และ อิทธิพลทางสังคม ตามลำดับ

5. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

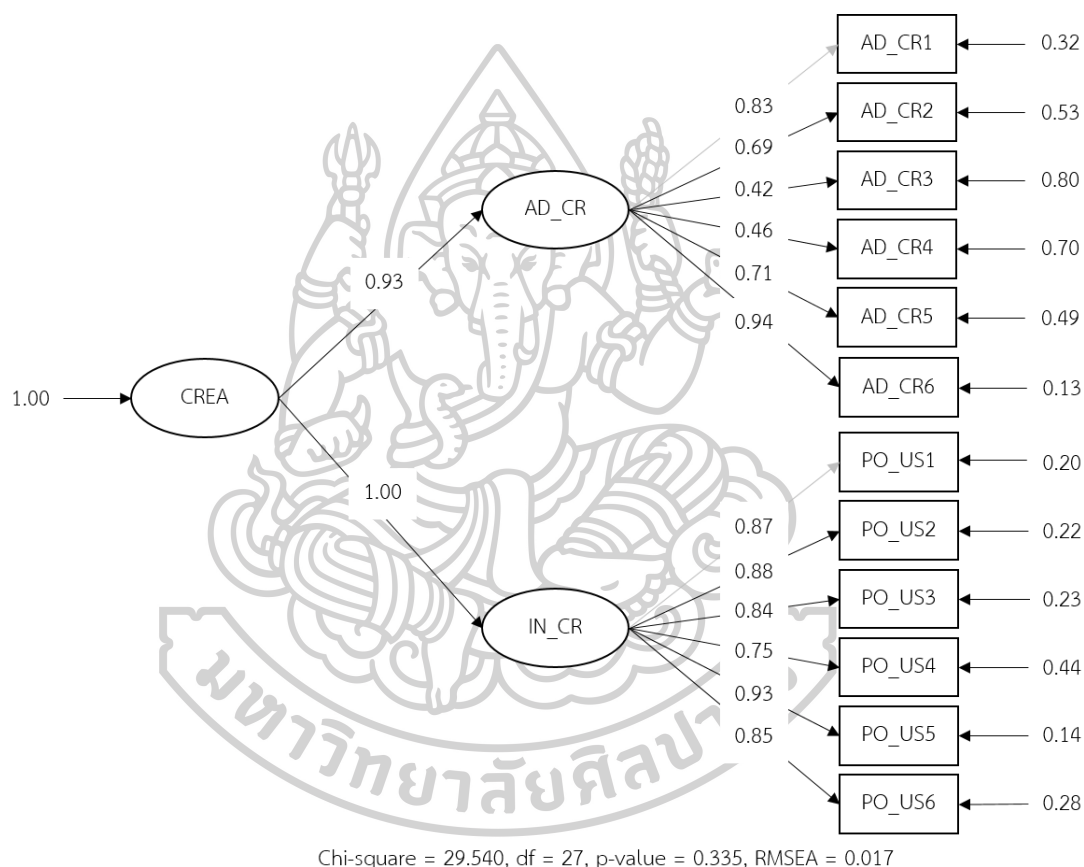
ผู้วิจัยตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลยืนยันองค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 2 ตัวแปร คือ 1) พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว และ 2) พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม กับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีรายละเอียดดังตารางที่ 59

ตารางที่ 59 ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ > 0.05	29.540	-
df	-	27	-
p-value	> 0.05	0.335	-
χ^2 / df	< 3	1.094	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.95	1.000	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.90	0.980	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.80	0.960	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.017	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 53 พบว่า ดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ มีค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ ดังนี้ ค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 29.540 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p-value เท่ากับ 0.335) ค่า χ^2 / df เท่ากับ 1.094 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) เท่ากับ 1.000 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน

(GFI) เท่ากับ 0.980 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.960 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.017 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่า แสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้น จึงมีความเหมาะสม สามารถนำไปวิเคราะห์หองค์ประกอบ เมื่อวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ มีรายละเอียดดังภาพที่ 34



ภาพที่ 34 ผลการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบรองขององค์ประกอบหลักด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

ตารางที่ 60 สรุปองค์ประกอบหลักด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

องค์ประกอบหลัก ด้านพฤติกรรมเชิง สร้างสรรค์	องค์ประกอบ ภายใน	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ลำดับ ความสำคัญ	ค่าความ แปรปรวนเฉลี่ย ที่สกัดได้ AVE	ค่าความ เชื่อมั่น ของแบบวัด CR
พฤติกรรมเชิง สร้างสรรค์	พฤติกรรม เชิงสร้างสรรค์ ด้านการ ปรับตัว	0.93	2	0.93	0.97
	พฤติกรรม เชิงสร้างสรรค์ ด้านนวัตกรรม	1.00	1		

จากภาพที่ 34 และ ตารางที่ 60 พบว่า องค์ประกอบย่อยด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.93 - 1.00 ซึ่งเป็นค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่มากกว่า 0.40 จัดว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม และพบว่า ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (AVE) ขององค์ประกอบหลักด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ มีค่าเท่ากับ 0.93 จัดว่ามีความเหมาะสม ($AVE \geq 0.50$) (Fornell & Larcker, 1981; Hair et al., 2006) จากการพิจารณาค่าสถิติขององค์ประกอบหลักด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเชิงองค์ประกอบ มีค่าเท่ากับ 0.97 จัดว่ามีความเหมาะสม ($CR \geq 0.70$) ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรทั้งหมดของด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ มีความน่าเชื่อถือได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง

การตรวจสอบค่าน้ำหนักองค์ประกอบหลักด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบหลัก พบว่า องค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม รองลงมา คือ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัวตามลำดับ

ตอนที่ 12 ผลการวิเคราะห์โมเดลตามสมมติฐานการวิจัย

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์โมเดลสมมติฐานการวิจัย หรือโมเดลการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย เพื่อเปรียบเทียบความสอดคล้องระหว่างโมเดลที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยกำหนดค่าสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืน ประกอบด้วย ค่าไค-สแควร์ (χ^2) ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2 / df) ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงสัมพันธ์ (CFI) ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ XX และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างโมเดลที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และผู้วิจัยได้ทำการปรับโมเดล (Model Modification) โดยพิจารณาจากคำแนะนำการปรับพารามิเตอร์ในโมเดลด้วยค่าดัชนีปรับโมเดล (Model Modification Indices: MI) จากนั้นปรับพารามิเตอร์ โดยยินยอมให้ผ่อนคลายข้อตกลงเบื้องต้น ทำให้ค่าความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์กันได้ จนกระทั่งค่าดัชนีความสอดคล้องมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีรายละเอียดดังตารางที่ 61

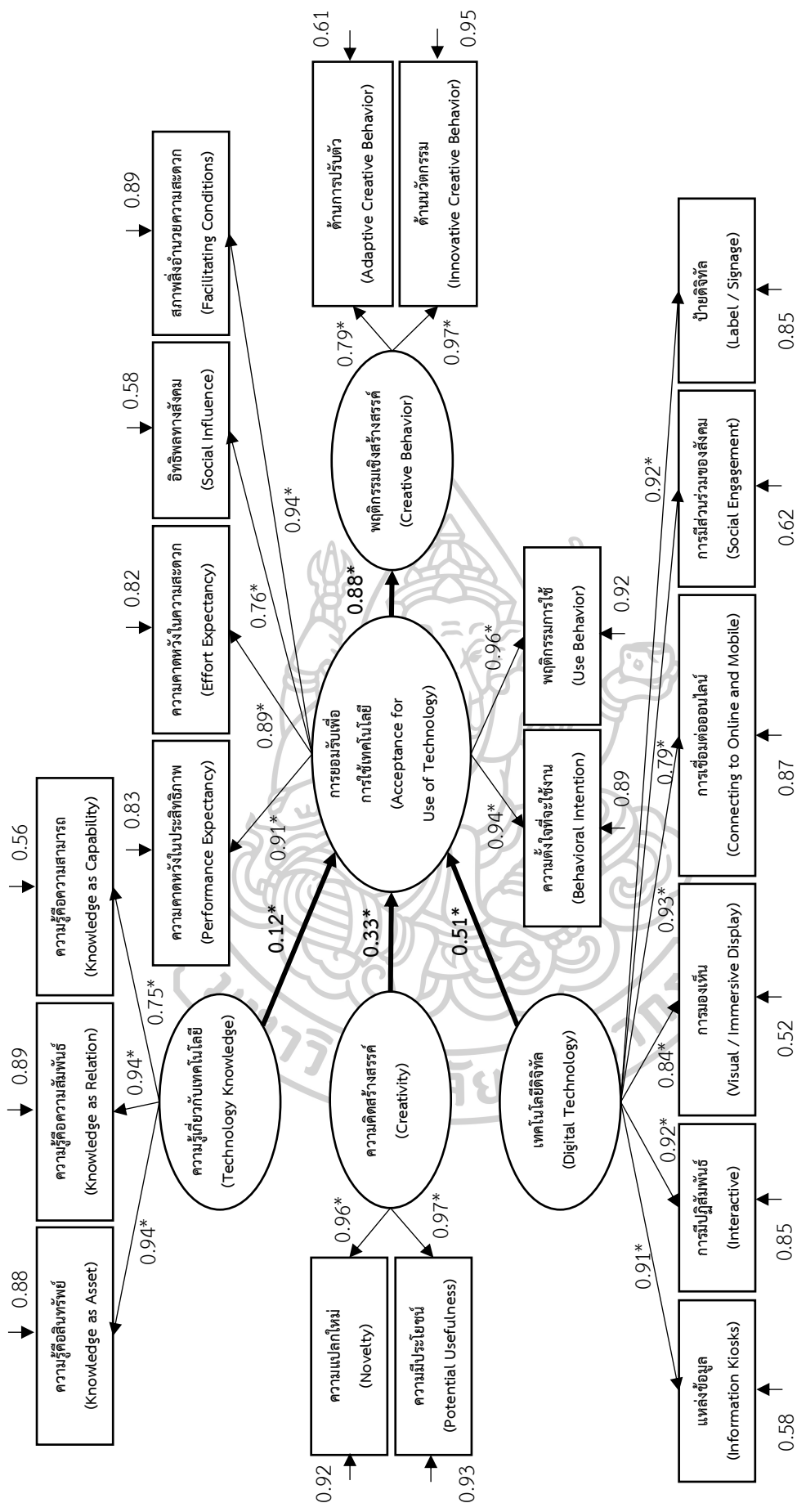
ตารางที่ 61 ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ > 0.05	88.363	-
df	-	77	-
p-value	> 0.05	0.177	-
χ^2 / df	< 3	1.148	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.95	0.999	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.90	0.972	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.80	0.930	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.022	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 61 พบว่า ดัชนีความสอดคล้องของโมเดลการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย มีค่าสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบดังนี้ ค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ

88.363 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2 / df) เท่ากับ 1.148 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) เท่ากับ 0.999 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.972 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.930 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.022 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่า แสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีรายละเอียดผลการวิเคราะห์โมเดลการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ดังภาพที่ 35





*p<0.05 Chi-square = 88.363, df = 77, p-value = 0.177, RMSEA = 0.022

ภาพที่ 35 ผลการวิเคราะห์โมเดลการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไม่ซีไทย

ตอนที่ 13 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรตามสมมติฐานการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทดสอบอิทธิพลตัวแปรเชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของโมเดลการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ที่ได้พัฒนาขึ้น เพื่ออธิบายสมมติฐานการวิจัย ผลการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังตารางที่ 62

ตารางที่ 62 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปร

ตัวแปรเชิงสาเหตุ (Antecedents)	ตัวแปรผล (Consequences)											
	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี			ความคิดสร้างสรรค์			เทคโนโลยีดิจิทัล			การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี	0.099		0.121	0.279	-	0.329	0.441	-	0.509	-	-	-
พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์	-	0.075	0.106		0.209	0.288	-	0.331	0.446	0.752	-	0.876

* $p < 0.05$; DE คือ อิทธิพลทางตรง ; IE คือ อิทธิพลทางอ้อม ; TE คือ อิทธิพลรวม

จากตารางที่ 62 พบว่า ตัวแปรที่เป็นองค์ประกอบของตัวแปรสาเหตุและผลลัพธ์ของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทยที่พัฒนาขึ้น มีค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม โดยแบ่งตามสมมติฐานการวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

ผลที่ได้พบว่า ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.099 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.121 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึง **ยอมรับสมมติฐานที่ 1**

สมมติฐานที่ 2 ความคิดสร้างสรรค์ส่งผลกระทบต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

ผลที่ได้พบว่า ความคิดสร้างสรรค์ส่งผลกระทบต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.279 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.329 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึง **ยอมรับสมมติฐานที่ 2**

สมมติฐานที่ 3 เทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลกระทบต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

ผลที่ได้พบว่า เทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลกระทบต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.441 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.509 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึง **ยอมรับสมมติฐานที่ 3**

สมมติฐานที่ 4 การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อ
พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

ผลที่ได้พบว่า การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.752 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.876 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึง **ยอมรับสมมติฐานที่ 4**

ผู้วิจัยได้สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย เรื่อง การพัฒนารูปแบบการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย แสดงผลได้ตามตารางที่ 63

ตารางที่ 63 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อ การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 ความคิดสร้างสรรค์ส่งผลกระทบต่อ การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3 เทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลกระทบต่อ การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 4 การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์	ยอมรับสมมติฐาน

ผลการทดสอบข้อมูลแบบสามเส้า

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) โดยใช้การตรวจสอบแหล่งเวลา ผลที่ได้พบว่า ข้อมูลที่มาจากเวลา สถานที่ และบุคคลที่ต่างกันยังได้ผลเหมือนกัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวแทนหน่วยงานต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ ที่มีรายชื่อองค์กรอยู่กับสมาคมการแสดงสินค้าไทย (Thailand Exhibition Association: TEA) และสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) (Thailand Incentive and Convention Association: TICA) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่สนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย ประกอบด้วย บริษัทรับจัดงานประชุมมืออาชีพ (Professional Conference Organizer: PCO) บริษัทรับจัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (Professional Exhibition Organizer: PEO) บริษัทรับจัดการจุดหมายปลายทาง (Destination Management Company: DMC) บริษัทรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel Company) บริษัทรับจัดกิจกรรมพิเศษ (Events Management Company: EMC) สถานที่จัดงานประเภทศูนย์ประชุม และแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Convention / Exhibition Venue) และสถานที่จัดงานประเภทโรงแรม (Convention Hotel) ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษา จำนวนทั้งสิ้น 26 ราย โดยข้อมูลการสัมภาษณ์ดังกล่าวได้มาจากผู้บริหารหน่วยงาน ได้แก่ ประธานกรรมการ รองประธานกรรมการ ที่ปรึกษาองค์กร ผู้อำนวยการหรือผู้จัดการแผนกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง สรุปลงข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์และผลการวิจัยได้ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 รายละเอียดผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกจากตัวแทนหน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีรายชื่ออยู่กับสมาคมการแสดงสินค้าไทย (Thailand Exhibition Association: TEA) และสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) (Thailand Incentive and Convention Association: TICA) ซึ่งผู้ที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก จะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ และสามารถให้ข้อมูลในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยได้เป็นอย่างดี (สุภางค์ จันทวานิช, 2556) ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้เลือกสัมภาษณ์ข้อมูลจากประธานกรรมการ รองประธาน

กรรมการ ที่ปรึกษา ผู้อำนวยการหรือผู้จัดการฝ่ายต่าง ๆ ในหน่วยงานที่อยู่ในอุตสาหกรรมไมซ์ เป็น
ผู้ให้ข้อมูลหลักในครั้งนี้ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth-
Interview) จากผู้บริหารระดับสูงขององค์กรต่าง ๆ ตามตารางที่ 64

ตารางที่ 64 รายละเอียดผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล

ลำดับ	ประเภท หน่วยงาน	ตำแหน่งงาน	หน่วยงาน	รหัส ข้อมูล
1	หน่วยงาน สนับสนุน	Senior Executive	MICE Intelligence & Innovation Department สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ (องค์การมหาชน)	Sup1
2		ผู้จัดการอาวุโส	ฝ่ายอุตสาหกรรมและการแสดงสินค้านานาชาติ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ (องค์การมหาชน)	Sup2
3		ผู้ช่วยผู้จัดการ	ฝ่ายบริหาร สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย)	Sup3
4	สถานที่จัดงาน ประเภทโรงแรม	ผู้จัดการฝ่ายการ เรียนรู้และพัฒนา	ฝ่ายการเรียนรู้และพัฒนา โรงแรมเชอราตัน รีสอร์ทแอนด์สปา หัวหิน	Hot1
5		ผู้จัดการฝ่าย ฝึกอบรมและ ทรัพยากรมนุษย์	ฝ่ายฝึกอบรมและทรัพยากรมนุษย์ โรงแรมเจ้าพระยาปาร์ค	Hot2
6		ผู้อำนวยการฝ่ายการ บริการงานอีเวนต์	ฝ่ายการบริการงานอีเวนต์ Centara Grand & Bangkok Convention Centre @Central World	Hot3
7		ผู้อำนวยการฝ่ายขาย และการตลาด	ฝ่ายการตลาด โรงแรมสามพรานริเวอร์ไซด์	Hot4
8		ผู้จัดการฝ่ายสื่อสาร การตลาด	ฝ่ายสื่อสารการตลาด โรงแรมสามพรานริเวอร์ไซด์	Hot5
9		ผู้อำนวยการฝ่ายขาย และการตลาด	ฝ่ายขายและการตลาด โรงแรมดุสิตดีทูเชียงใหม่	Hot6
10		สถานที่จัดงาน ประเภทศูนย์	ผู้อำนวยการ	ฝ่ายทรัพยากรบุคคล ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

ลำดับ	ประเภท หน่วยงาน	ตำแหน่งงาน	หน่วยงาน	รหัส ข้อมูล
11	ประชุม และแสดง นิทรรศการและ สินค้า	ที่ปรึกษาประธาน กรรมการ	ฝ่ายบริหาร ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี	Ven2
12		ผู้จัดการทั่วไป	ฝ่ายบริหาร ศูนย์ประชุมนานาชาติขอนแก่น	Ven3
13		ผู้อำนวยการ	ฝ่ายบริหาร ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี	Ven4
14	บริษัทรับจัดงาน แสดงสินค้ามือ อาชีพ	ผู้จัดการโครงการ	ฝ่ายบริหารงานโครงการ Conference & Destination Management Co., Ltd.	MIC1
15	บริษัทรับจัดงาน	ผู้อำนวยการบริหาร	ฝ่ายบริหาร บริษัท 365 ครีเอชั่น จำกัด	MIC2
16	ประชุมมืออาชีพ	ผู้อำนวยการบริหาร	ฝ่ายบริหาร บริษัท เวิร์คแอนด์อีเว็นส์ จำกัด	MIC3
17	บริษัทรับจัด กิจกรรมพิเศษ	ผู้อำนวยการฝ่าย ศิลป์	ฝ่ายออกแบบงาน บริษัท เวิร์คแอนด์อีเว็นส์ จำกัด	MIC4
18	บริษัทรับจัดการ จุดหมาย	ผู้อำนวยการ โครงการ	ฝ่ายบริหารงานโครงการ บริษัท เอ็น.ซี.ซี. เอ็กซิซิชั่น ออร์กาไนเซอร์ จำกัด	MIC5
19	ปลายทาง	รองกรรมการ ผู้จัดการ	ฝ่ายบริหาร บริษัท สื่อสากล จำกัด	MIC6
20	บริษัทรับจัดการ ท่องเที่ยวเพื่อเป็น	ประธานกรรมการ	ฝ่ายบริหาร บริษัท สื่อสากล จำกัด	MIC7
21	รางวัล	กรรมการผู้จัดการ	ฝ่ายบริหาร บริษัท มาสเตอร์พีช ออร์กาไนเซอร์ จำกัด	MIC8
22		กรรมการผู้จัดการ	ฝ่ายบริหาร บริษัท แพทพู จำกัด	MIC9
23		ประธานเจ้าหน้าที่ บริหารร่วม	ฝ่ายบริหาร บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)	MIC10
24		ประธานเจ้าหน้าที่ บริหาร	ฝ่ายบริหาร บริษัท ซีเอ็มไอ จำกัด (มหาชน)	MIC11

ลำดับ	ประเภท หน่วยงาน	ตำแหน่งงาน	หน่วยงาน	รหัส ข้อมูล
25		กรรมการผู้จัดการ	ฝ่ายบริหาร บริษัท แม็กซ์ อิมเมจ จำกัด	MIC12
26		ประธาน กรรมการบริหาร	ฝ่ายบริหาร บริษัท ไรท์แมน จำกัด	MIC13

ตอนที่ 2 องค์ประกอบและรูปแบบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

1. องค์ประกอบของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี

จากการศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี พบว่า มีองค์ประกอบใน 3 มิติ ประกอบด้วย 1) ความรู้คือสินทรัพย์ 2) ความรู้คือความสัมพันธ์ และ 3) ความรู้คือความสามารถ สามารถนำเสนอรายละเอียดผลการวิจัยได้ดังนี้

1.1 ความรู้คือสินทรัพย์

จากการศึกษา พบว่า พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์มีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีมาก่อนเริ่มต้นทำงาน โดยมีความรู้มาตั้งแต่สมัยเรียนหรือจากที่ทำงานเก่า เมื่อเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์จึงสามารถใช้เทคโนโลยีในการทำงานได้ทันที เช่น เทคโนโลยีการลงทะเบียน เทคโนโลยีทางการตลาด การใช้โปรแกรมติดต่อสื่อสารอย่างอีเมลหรือ Line Group ใช้งานโปรแกรมสำนักงานเบื้องต้น โปรแกรมการออกแบบงาน โปรแกรมจัดการงานเอกสาร รวมไปถึงเทคโนโลยีในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต (Internet Access) และการใช้อินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wi-Fi) ด้วย นอกจากนี้แล้ว การใช้งานเทคโนโลยีเฉพาะด้านอย่างเทคโนโลยีในงานด้านการโรงแรม หากเรียนจบด้านการโรงแรมมาโดยตรงก็จะมีความรู้ในโปรแกรมเกี่ยวกับ Front Office หรือ Banquet เป็นอย่างดี แต่ถ้าไม่ได้จบสายตรงมาก็จะต้องมาเรียนรู้และปรับพื้นฐาน ส่วนการแสวงหาความรู้ พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ใช้การแสวงหาความรู้ออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ตอยู่ตลอดเวลาทาง Search Engine เพื่อหาองค์ความรู้ใหม่ ๆ มาพัฒนาต่อยอดงานในอุตสาหกรรมให้เติบโต ให้ความสำคัญกับความรู้ เพราะเป็นสิ่งที่ช่วยให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

“คนที่ทำงานในแผนกนี้ต้อง Update ตัวเองตลอดเวลา ต้องหา Trends ใหม่ ๆ ด้านเทคโนโลยีตลอดเวลา ความรู้พื้นฐานต้องมี ใช้เทคโนโลยีต้องเป็น ทั้งเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและโปรแกรมสำเร็จรูป ทั่วไปใน Office” (Sup1 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานที่ทำงานในหน่วยงานภาครัฐ มาจากบริษัทเอกชนมาก่อน พอมา อยู่ในหน่วยงานรัฐบาล จะมีพื้นฐานการใช้เทคโนโลยีได้เป็นอย่างดี ถ้าเป็น เทคโนโลยีแต่ละด้านของการจัดงาน Events ก็ใช้ได้เป็นอย่างดี” (Sup2 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานที่นี้มีความรู้มาตั้งแต่สมัยเรียน เมื่อเข้ามาทำงานก็สามารถใช้ เทคโนโลยีควบคู่กับการทำงานได้ทั้งในเรื่องของการลงทะเบียนและงาน ด้านการตลาด แต่ยังไม่ถึงขั้นเป็น Developer” (Sup3 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานส่วนใหญ่ใช้โปรแกรมติดต่อสื่อสารเป็นอยู่แล้ว ไม่ต้องสอนอะไร เพิ่มเติม ทั้งอีเมล Line Group อินเทอร์เน็ตของโรงแรมค่อนข้างไม่มี ปัญหา สามารถสื่อสารได้อย่างดี การทำงานเฉพาะด้านของโรงแรม พนักงานที่จบสายตรงก็จะมีความรู้ในส่วนงานเฉพาะด้านที่ตัวเอง รับผิดชอบ ไม่ว่าจะ Front Office หรือ Banquet เองก็จะใช้ เทคโนโลยีที่ตัวเองรับผิดชอบได้อย่างคล่องแคล่ว จะมีติดปัญหาบ้าง แต่ก็มี แผนกไอทีคอยสนับสนุนอยู่” (Hot1 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานมีความรู้ในการใช้โปรแกรมสื่อสารเป็นอย่างดี ส่งงานกันทาง Line ใช้อินเทอร์เน็ตสืบค้นข้อมูลได้ดี” (Hot2 นามสมมติ, 2562)

“เทคโนโลยีในงานโรงแรมมีหลากหลาย ถ้าเรียนสายโรงแรมมาโดยตรง พนักงานจึงมีความรู้ในการใช้เทคโนโลยีมาก่อนอยู่แล้ว ยกเว้นคนที่จบไม่ตรงสายงาน ก็ต้องมาเรียนรู้กันใหม่ ส่วนการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ทางโรงแรมเปิดกว้างให้หาข้อมูลได้ตลอดเวลา เพื่อนำข้อมูลมาใช้ประกอบกับการทำงาน ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีเป็นสิ่งสำคัญ ต้องใช้เป็นสิ่งสนับสนุนการทำงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด” (Hot3 นามสมมติ, 2562)

“ความรู้ในตัวบุคลากรต้องใช้งานโปรแกรมสำนักงานเบื้องต้นได้อยู่แล้ว เช่น รับส่งข้อมูล แชนจ์เอกสาร ผ่านอินเทอร์เน็ต หากติดปัญหาจะมีแผนกไอที Support สอนพนักงานให้ เนื่องจากไม่มี Manual โปรแกรมที่ใช้เป็นแบบเดิม ๆ ที่เป็นที่นิยมอยู่แล้ว ทำให้ใช้งานได้เป็นอย่างดี ฝึกใช้งานทุกวัน ถ้าต้องการข้อมูลในรูปแบบของ Digital Platform ก็ค้นคว้าผ่าน Google เอง พนักงานใช้เป็นอยู่แล้วไม่ต้องสอนกันมาก พนักงานให้ความสำคัญกับเทคโนโลยี ช่วยอำนวยความสะดวกในการทำงาน และทำงานได้เร็ว” (Hot4 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานมีความรู้ในการใช้อินเทอร์เน็ตมาก่อน เข้ามาในโรงแรมก็สามารถหาไอเดียใน Google แล้วเอามาประยุกต์ใช้ในการทำงานได้เลย ไม่ต้องสอนกันมาก” (Hot5 นามสมมติ, 2562)

“สถานที่ท่องเที่ยวในเชียงใหม่มีมากมาย เวลาที่ลูกค้าให้แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ก็ต้องหาข้อมูลเชิงลึกในอินเทอร์เน็ตเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการบริการของเรา พนักงานต้องหาข้อมูลให้ได้อย่างรวดเร็ว ไม่ต้องให้ลูกค้ารอนาน” (Hot6 นามสมมติ, 2562)

“บุคลากรที่ทำงานมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องอยู่แล้วก่อนเริ่มงาน สามารถใช้อินเทอร์เน็ตในการทำงานได้ ไม่ต้องสอนงานกันมาก การใช้ระบบ Payroll ระบบการรับสมัครงาน สามารถใช้งานได้ทันทีตั้งแต่รับเข้ามาทำงาน สามารถเข้าถึงระบบงานผ่านโทรศัพท์มือถือได้เลย ทำงานกันบนเว็บไซต์ได้” (Ven1 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานใช้อินเทอร์เน็ตทุกวัน ใช้อีเมลทุกวัน ส่งข้อมูลกันทางอีเมล ทั้งในเรื่องของการส่งงานให้แผนกอื่น การนัดประชุมงาน ส่งไฟล์งานต่าง ๆ เป็นความรู้พื้นฐานที่พนักงานต้องมีอยู่แล้ว ไม่ต้องมาเรียนรู้ที่ทำงานหรอก” (Ven2 นามสมมติ, 2562)

“ที่นี่เราใช้อีเมลส่งข้อมูลกันเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว พนักงานใช้อินเทอร์เน็ตกันคล่องทุกคน ไม่ต้องมานั่งสอนกันแล้ว ส่วนงานจัดบูธ ออก Events ฝ่ายออกแบบก็มีพื้นฐานในโปรแกรมสำเร็จรูปอยู่แล้ว แผนกอื่น ๆ ก็ใช้โปรแกรมงานเอกสารได้ สมัยนี้ใครใช้เทคโนโลยีไม่เป็นคงทำงานลำบาก” (Ven3 นามสมมติ, 2562)

“เทคโนโลยีเป็นสิ่งสำคัญ ทุกคนต้องใช้เป็น คนรุ่นเก๋ารุ่นใหม่ต้องปรับตัวเปลี่ยนแปลง ติดต่อกันทางเมลบ้าง Line บ้าง โปรแกรมพื้นฐานใน Office ต้องใช้เป็นอยู่แล้ว ไม่ต้องมานั่งเรียนรู้กันใหม่” (Ven4 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานของเรามีความรู้ด้านเทคโนโลยีที่ค่อนข้าง Update เพราะใช้อินเทอร์เน็ตในการหาข้อมูลใหม่ ๆ แทบทุกวัน ใช้ Search Engine เช่น Google หาข้อมูลใหม่ ๆ ตลอดเวลา ไม่ต้องสอน พนักงานใช้เป็นอยู่แล้ว” (MIC1 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานที่นี้เป็นคนรุ่นใหม่ เข้าใจว่าเทคโนโลยีมีประโยชน์ ใช้เป็นโดยไม่
ต้องให้สอน ต้องดู หา และเปลี่ยนแปลง Update ตัวเองทุกวัน ชอบหา
และดูอะไรที่แตกต่าง ซึ่งก็เป็นประโยชน์ในการหานวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามา
เล่นกับลูกค้า” (MIC2 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานมีความรู้ในการใช้เทคโนโลยีมาก่อนอยู่แล้วในระดับหนึ่ง เช่น
รับส่งอีเมล ใช้ Line สื่อสารกัน Report งานแบบ Real Time ใช้
คอมพิวเตอร์ Notebook มือถือ ใช้ Search Engine เป็น ต้องหาข้อมูลที่
ไหน อย่างไร การมีองค์ความรู้เป็นเรื่องของตัวบุคคล เทคโนโลยีเป็น
เครื่องมือสนับสนุนเท่านั้น” (MIC3 นามสมมติ, 2562)

“ในส่วนงานออกแบบจำเป็นต้องใช้คนที่มีความรู้พื้นฐานด้านการใช้
โปรแกรมออกแบบอย่าง Photoshop หรือ Illustrator พนักงานที่รับเข้า
มาต้องใช้โปรแกรมออกแบบงานเหล่านี้เป็นมาก่อน แล้วมาพัฒนาฝีมือให้ดี
มากขึ้น” (MIC4 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานของเราต้องใช้เทคโนโลยีได้เป็นอย่างดีตั้งแต่เข้ามาทำงาน ถ้า
เทคโนโลยีไหนยังไม่เคยรู้ ก็ต้องเรียนรู้ให้ได้อย่างรวดเร็ว” (MIC5 นาม
สมมติ, 2562)

“ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีในตัวพนักงาน ขึ้นอยู่กับแผนก ถ้าต้องมี
ปฏิสัมพันธ์กับคนนอกหน่วยงานก็ต้องใช้เทคโนโลยีมากหน่อย ถ้าเป็นหลัง
บ้านก็จะรู้น้อยหน่อย แต่ส่วนมากก็ต้องรู้พื้นฐานการใช้อินเทอร์เน็ต พวก
สืบค้นข้อมูล ส่งเมล พิมพ์งานอะไรพวกนี้” (MIC6 นามสมมติ, 2562)

“หน่วยงานหลังบ้านก็ใช้เฉพาะเทคโนโลยีในแผนกของตัวเอง คนที่ต้องติดต่อประสานงานกับลูกค้าหรือคนภายนอกก็ต้องมีเทคโนโลยีอื่น ๆ เพิ่มขึ้น ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีในตัวพนักงานจำเป็น จะมีมากมีน้อยแล้วแต่แผนก แต่ไม่มีเลยไม่ได้” (MIC7 นามสมมติ, 2562)

“ทุกคนที่นี้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นอยู่แล้ว ทั้งติดต่อสื่อสาร ต้องหาไอเดียในการทำงานใหม่ ๆ ตลอดเวลาโดยไม่ต้องรอให้บอก เพราะฉะนั้นจึงต้องใช้อินเทอร์เน็ตหารูปแบบงานใหม่ ๆ ที่น่าสนใจอยู่เสมอ เก็บไว้เป็นข้อมูลเพื่อเลือก ใครที่ใช้อินเทอร์เน็ตไม่เป็นก็คงทำงานไม่ได้” (MIC8 นามสมมติ, 2562)

“การคัดเลือกพนักงานเข้ามาทำงานในบริษัท พนักงานต้องมีความรู้ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ ได้ โดยไม่ต้องมาสอนว่าจะต้องค้นข้อมูลอย่างไรเพื่อให้ได้ผลอย่างที่ต้องการ พนักงานต้องฉลาดและรู้ว่า จะหาข้อมูลได้จากที่ไหน เพื่อตอบโจทย์การทำงานได้อย่างรวดเร็ว” (MIC9 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานส่วนใหญ่อายุยังน้อย เป็นเด็กจบใหม่ที่ตรงสายงาน ก็ใช้ความรู้จากเทคโนโลยีที่เรียนมาสมัยอยู่มหาวิทยาลัย มาใช้กับงานแต่ละแผนกได้เลย ส่วนเรื่องทั่ว ๆ ไปก็ใช้อินเทอร์เน็ตในการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน” (MIC10 นามสมมติ, 2562)

“อินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งจำเป็นต่อการทำงานไปแล้ว พนักงานทุกคนต้องใช้อินเทอร์เน็ตได้ ส่วนงานเฉพาะสายงานก็มาเรียนรู้กันเอา ตามที่จำเป็นต้องใช้ ใครต้องมาเรียนใช้อินเทอร์เน็ตสมัยนี้คงอยู่ยากหน่อย มันเป็นเหมือนปัจจัยห้า ปัจจัยหกไปแล้ว” (MIC11 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานของเราเน้นการสื่อสารผ่านเทคโนโลยีอยู่แล้ว ไม่ว่าจะใช้อีเมล Line Group ของแต่ละแผนก และของทั้งองค์กร ต้องหาไอเดียใหม่ ๆ ใช้ อินเทอร์เน็ตค่อนข้างมาก เพื่อพัฒนาไอเดียให้แปลกใหม่ตรงใจลูกค้า ต้อง สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าให้มากที่สุด” (MIC12 นามสมมติ, 2562)

“การทำงานพื้นฐาน ทั้งในเรื่องการสื่อสารและการทำงานเอกสาร พนักงาน มีความรู้และคุ้นเคยเป็นอย่างดี งานแต่ละแผนกก็ให้ผู้จัดการรับผิดชอบไป ส่วนใหญ่ก็มีความรู้ตรงสายงาน ใช้เทคโนโลยีตามสายงานเกี่ยวข้องได้ดีอยู่แล้ว” (MIC13 นามสมมติ, 2562)

แหล่งค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีภายในองค์กรในอุตสาหกรรมไมซ์ ผลที่ได้จากการ วิจัย พบว่า สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ 1) ไม่มีแหล่งข้อมูลในองค์กร และ 2) มีแหล่งข้อมูล ในองค์กร ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับขนาดขององค์กรด้วย

กลุ่มแรก หน่วยงานที่ไม่มีแหล่งข้อมูลเป็นของตนเอง ได้แก่ บริษัทรับจัดงานประชุมมืออาชีพ (Professional Conference Organizer: PCO) บริษัทรับจัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (Professional Exhibition Organizer: PEO) บริษัทรับจัดการจุดหมายปลายทาง (Destination Management Company: DMC) บริษัทรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel Company) บริษัท รับผิดชอบกิจกรรมพิเศษ (Events Management Company: EMC) ที่มีขนาดองค์กรเล็ก จะใช้ แหล่งข้อมูลจากหน่วยงานสนับสนุนเป็นหลัก หน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมการจัด ประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) สมาคมการแสดงสินค้าไทย (Thailand Exhibition Association: TEA) และสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) (Thailand Incentive and Convention Association: TICA) ยกเว้นหน่วยงานที่มีขนาดใหญ่ อาจมีการสร้างห้องสมุด (Library) ของตนเอง และให้บริการในรูปแบบออนไลน์กับพนักงานได้ หน่วยงานขนาดเล็กเหล่านี้จะมีเพียงอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ หรือ Tablet ให้กับพนักงานเพื่อสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ ตามที่ พนักงานต้องการ หรือพนักงานอาจใช้อุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ของตนเองในการสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ ก็ได้

กลุ่มที่สอง มีแหล่งข้อมูลเป็นของตนเอง ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ที่ได้จัดตั้งศูนย์ MICE Intelligence Center เพื่อสนับสนุนข้อมูลและสารสนเทศต่าง ๆ ที่หน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์จำเป็นต้องใช้ ข้อมูลส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัลทั้งหมด ส่วนสมาคมการแสดงสินค้าไทย (Thailand Exhibition Association: TEA) และสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) (Thailand Incentive and Convention Association: TICA) จะมีข้อมูลสนับสนุนให้บนเว็บไซต์ของหน่วยงาน เพื่อสนับสนุนการทำงานของหน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์ นอกจากนี้แล้ว แหล่งข้อมูลจะพบได้ในสถานที่จัดงานประเภทโรงแรมและสถานที่จัดงานประเภทศูนย์ประชุม และแสดงสินค้าและนิทรรศการ บริษัทรับจัดงาน และบริษัทด้านการท่องเที่ยวที่มีขนาดใหญ่ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

“MICE มี Innovation เยอะมากในอุตสาหกรรม ต้องใช้ Data Analytics, Heat Map, Tracking และเครื่องมืออื่น ๆ ในการวิเคราะห์ปัญหาของอุตสาหกรรม เพื่อแก้ Pain Point อย่างด้านการรักษาความปลอดภัย (Security) ประสบการณ์ที่ให้กับลูกค้า (User Experiences) เป็นต้น ทำให้เกิดการสร้าง Business ใหม่ TCEB จึงได้จัดตั้งศูนย์ MICE Intelligence Center เพื่อเก็บรวบรวม Innovation ข้อมูลและสารสนเทศต่าง ๆ เพื่อให้หน่วยงานต่าง ๆ เข้ามาใช้งานข้อมูลเหล่านี้” (Sup1 นามสมมติ, 2562)

“มี MICE Intelligence Center เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญ ต้องจัดระเบียบ Content ดี ๆ Content ยังมีปัญหา Target คือใครยังไม่ชัดเจน จะมีข้อมูลเอาใจรัฐบาล หรือจะตอบโจทย์การทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์ Content ที่มียังไม่ตอบโจทย์การทำงานของอุตสาหกรรมไมซ์เท่าไร ข้อมูลไม่ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ แหล่งข้อมูลนี้ยังไม่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ประกอบการ จะหาแหล่งข้อมูลที่ตรงประเด็นที่จะใช้ยังไม่มี หรือมีก็น้อยมาก ผู้ประกอบการต้องเสาะหาเอาเอง” (Sup2 นามสมมติ, 2562)

“สมาคมฯ จะรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์กับการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไว้ให้บนเว็บไซต์ เช่น สถิติการจัดงาน รูปแบบของการจัดงาน ปฏิทินการจัดงานต่าง ๆ ในประเทศ เป็นต้น เพื่อให้ผู้ประกอบการได้เข้ามาค้นคว้าและนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป” (Sup3 นามสมมติ, 2562)

“ทางโรงแรมใช้การอบรมแบบ Online Training พนักงานต้อง Login เข้าเรียนใน E-Learning เป็นเงื่อนไขนโยบายที่พนักงานทุกคนต้องเข้าอบรม มีแหล่งข้อมูลใน E-Learning ให้ศึกษาเรียนรู้ใช้เวลาไม่เกิน 1 ชั่วโมงต่อ 1 หัวข้อ โดยไม่ทำเป็น Classroom เพราะจะทำให้เสียเวลาในการทำงาน” (Hot1 นามสมมติ, 2562)

“เรามีห้องพักผ่อนให้กับพนักงานได้ Relax ในห้องนี้จะเป็นแหล่งข้อมูลชั้นดีให้กับพนักงานที่หาข้อมูลต่าง ๆ ที่ตัวเองสนใจ เหมือนเป็นห้องสมุดที่มีสื่อหลากหลายมาก ทั้งหนังสือ นิตยสาร ซีดี คอมพิวเตอร์” (Hot3 นามสมมติ, 2562)

“โรงแรมของเรามีห้องสมุดให้พนักงานเข้าไปพักผ่อนอ่านหนังสือได้ในช่วง Free Time สามารถเข้าถึงผ่านมือถือก็ได้ หาไอเดียใหม่ ๆ เพื่อมาเสนอในที่ประชุมได้” (Hot6 นามสมมติ, 2562)

“ศูนย์ประชุมของเรามีห้องสมุดให้พนักงานเข้าไปใช้งาน จะได้ข้อมูลที่จำเป็นมาใช้ในการทำงาน และพักผ่อนคลายจากการทำงาน นอกจากนี้ ยังมีศูนย์คอมพิวเตอร์ให้พนักงานเข้าไปสืบค้นข้อมูลที่จำเป็นต่อการทำงานได้อีกด้วย” (Ven2 นามสมมติ, 2562)

“แหล่งข้อมูลของทางศูนย์ฯ ใช้จะแหล่งข้อมูลของทางมหาวิทยาลัยที่อยู่ในบริเวณใกล้ ๆ กัน มาเป็นตัวสนับสนุนความรู้ในด้านต่าง ๆ ของพนักงาน”
(Ven4 นามสมมติ, 2562)

“บริษัทเราไม่มีแหล่งค้นคว้าข้อมูลให้พนักงาน พนักงานจะใช้แต่ Google สืบค้นข้อมูลจากภายนอกทั้งหมด เราไม่ลงทุนด้านนี้เพราะต้องใช้งเงินมาก ไม่คุ้มค่ากับเงินที่เสียไป ส่วนใหญ่ใช้ข้อมูลจาก TCEB เป็นหลัก” (MIC1 นามสมมติ, 2562)

“บริษัทมีพนักงานไม่กี่คน เวลาจะหาข้อมูลต่าง ๆ จะใช้อำกู Google ช่วยค้น ซึ่งก็ไม่ทำให้ผิดหวัง ไม่ลงทุนในการสร้างฐานข้อมูลต่าง ๆ เพราะมองว่าพนักงานแต่ละคนสามารถเก็บข้อมูลได้อยู่แล้ว การลงทุนใช้งสูง ผลที่ได้อาจไม่คุ้มค่า พนักงานแต่ละคนจะมีการ Back up ข้อมูลของตนเองไว้ในคอมพิวเตอร์ให้มากที่สุด ลือที่ล้ำสมัยจะหายไป” (MIC2 นามสมมติ, 2562)

“แหล่งค้นคว้าข้อมูลจะมาจากฐานข้อมูลภายนอกทั้งหมด ไม่มีแหล่งข้อมูลของตนเอง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมองค์กรด้วย” (MIC5 นามสมมติ, 2562)

“บริษัทของเราเป็นบริษัทใหญ่ จัดงาน Motor Expo ทุกปี จำเป็นต้องมี Library ให้กับพนักงานไว้สืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์ เพื่อนำมาใช้ในการจัดงาน Motor Expo มีพนักงานที่เกี่ยวข้องเป็นคนคอยเลิรฟ์ข้อมูลเข้าไปใน Library เขียนบทความใหม่ ๆ พนักงานที่เข้ามาใช้ก็จะเป็นคนที่ต้องการไอเดีย หา Content ไปใช้ทำงาน Operation และงานบริหาร” (MIC6 นามสมมติ, 2562)

“แหล่งข้อมูลจะมาจาก Google เป็นหลัก TCEB มีข้อมูลให้ แต่ข้อมูลจะเป็นภาพกว้างมากกว่าข้อมูลเจาะเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรมไมซ์โดยตรง ยังไม่ตรงกับความต้องการเท่าไรนัก ใช้ Google สะดวกกว่า” (MIC8 นามสมมติ, 2562)

“แหล่งข้อมูลด้านเทคโนโลยีเฉพาะอุตสาหกรรมไมซ์มีน้อย ถ้าจะ Apply เอามาใช้ยังไม่ตรงกับความต้องการ น่าจะมีการพัฒนาให้ตอบโจทย์มากขึ้น ไมซ์มีเทคโนโลยีแบบเป็นกลาง ๆ ใครจะหยิบไปใช้ก็ได้ มันจะไม่ตรงมากนัก บางอย่างที่ยอยากให้ทำได้ก็ทำไม่ได้ ต้องเอาเจ้าของเทคโนโลยีกับคนในอุตสาหกรรมไมซ์มาเจอกัน น่าจะช่วยให้มากกว่า” (MIC10 นามสมมติ, 2562)

1.2 ความรู้คือความสัมพันธ์

จากการศึกษา พบว่า ความรู้เกิดจากการสร้างความสัมพันธ์ร่วมกับผู้อื่นทั้งภายในและภายนอกองค์กร ผู้บริหารหน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์มุ่งเน้นไปที่การฝึกอบรมทั้งภายในและภายนอก โดยการส่งเสริมให้พนักงานเข้ารับการฝึกอบรมทั้งภายในและภายนอกขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมองค์กรของแต่ละหน่วยงาน หน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับเวลา จะมองว่า พนักงานควรอยู่ทำงานในองค์กรมากกว่าจะออกไปอบรมสัมมนาภายนอก เพราะเสียเวลาและไม่เกิดประโยชน์ในการทำงาน หน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับองค์ความรู้มักจะมีการส่งพนักงานออกไปฝึกอบรมอยู่เสมอ และให้กลับมาถ่ายทอดให้กับพนักงานที่ไม่ได้ไปอบรม หรือไม่ก็จัดโครงการอบรมภายในหน่วยงานขึ้น โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญ หรือพนักงานที่สามารถใช้งานเทคโนโลยีนั้นได้เป็นอย่างดีมาเป็นผู้แบ่งปันประสบการณ์ในการใช้งาน เพื่อให้พนักงานเกิดการเรียนรู้ และสามารถใช้ประโยชน์ในการทำงานเป็น อย่างดี หน่วยงานที่ไม่ให้ความสำคัญกับความรู้จะไม่ค่อยให้เวลาพนักงานออกไปฝึกอบรม แต่ถ้าพนักงานสนใจจะต้องหาเวลาว่างในการหาข้อมูลด้วยตนเอง โดยมองว่าพนักงานที่ทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์ส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่ชอบแสวงหาความรู้ด้วยตนเองมากกว่า ทำให้พนักงานไม่มี

ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีมากขึ้น เพราะการทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์มีเวลาการทำงานที่ไม่แน่นอน การส่งพนักงานเข้าฝึกอบรมจึงทำได้ยาก นอกจากนี้ ระหว่างเวลาการทำงานในช่วงพักเบรก พนักงานไม่ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้กันเรื่องเทคโนโลยีในการทำงานมากนัก เน้นการพูดคุยเรื่องทั่วไป ถ้าเป็นเรื่องงานส่วนใหญ่จะพูดคุยกันในที่ประชุม หรือการประชุมงานแบบไม่เป็นทางการมากกว่า ดังนั้น องค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีใหม่ในหน่วยงานต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์จึงมีน้อยมาก ยกเว้นหน่วยงานที่มีพนักงานเป็นคนรุ่นใหม่ในช่วงอายุ 18 - 32 ปี เป็นกลุ่มคนที่ชอบแสวงหาความท้าทายในชีวิตและการทำงาน ไม่ชอบอยู่ในกรอบการทำงานแบบเดิม จะมีการแสวงหาเทคโนโลยีใหม่เข้ามาใช้กับการทำงานค่อนข้างมากกว่าบริษัทที่มีพนักงานอยู่ในช่วงอายุอื่น ๆ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

“พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์จะค่อนข้างยุ่ง ไม่มีเวลาออกไปฝึกอบรมส่วนมากจะทำได้แค่ใช้อินเทอร์เน็ตหาข้อมูล แล้วมาลองใช้ ลองผิดลองถูกด้วยตัวเอง ทำให้ Media และ Events Finance ถูก Disrupt ได้ง่าย ยกเว้นในส่วนของ Events Technology จะไม่ถูก Disrupt ในบาง Function เพราะต้องใช้คนที่มีความรู้ในเทคโนโลยีนั้นจริง ๆ หากคนมาทำแทนไม่ได้” (Sup1 นามสมมติ, 2562)

“การทำ Training ส่วนใหญ่มีเป็น In-house หลักสูตรต้องตรงกับสายงานที่ทำ การฝึกอบรมด้านเทคโนโลยีไม่ค่อยมีความจำเป็นมากนัก คนรุ่นใหม่ถนัดที่จะหาความรู้ด้วยตนเองมากกว่า ทำให้หน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไม่ค่อยลงทุนกับการฝึกอบรมมากเท่าที่ควร” (Sup2 นามสมมติ, 2562)

“ทางโรงแรมใช้การอบรมแบบ Online Training พนักงานต้อง Login เข้าเรียนใน E-Learning เป็นเชิงนโยบายที่พนักงานทุกคนต้องเข้าอบรม มีแหล่งข้อมูลใน E-Learning ให้ศึกษาเรียนรู้ใช้เวลาไม่เกิน 1 ชั่วโมงต่อ 1

หัวข้อ โดยไม่ทำเป็น Classroom เพราะจะทำให้เสียเวลาในการทำงาน”
(Hot1 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานโรงแรมส่วนใหญ่มีความรู้ไม่ตรงสายงาน จำเป็นต้องทำ Training ภายในและมีการประเมินผลสัมฤทธิ์ อาจมีการสอนซ้ำเพื่อให้ใช้งานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้สามารถลดจำนวนและค่าใช้จ่ายในการทำงานได้” (Hot2 นามสมมติ, 2562)

“ความรู้มีหลากหลาย เทคโนโลยีมีหลายอย่าง ระบบงานในโรงแรมมักจะเป็นระบบงานเดิม ๆ ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง การ Training พนักงานจะทำได้โดยใช้ Champion จากผลการดำเนินงานผ่านเทคโนโลยีนั้นมาสอนให้กับพนักงานคนอื่น โดยมี HR Team และ Training Team คอย Support หลังจากจบการ Training แล้ว พนักงานจะให้ความสนใจมากขึ้น และใช้งานได้มากขึ้น” (Hot3 นามสมมติ, 2562)

“โปรแกรมที่ใช้งานในโรงแรมเป็นโปรแกรมแบบเดิม ๆ พนักงานที่ทำงานมาก่อนจะเป็นคนสอนพนักงานใหม่ มีการส่งต่อความรู้จากรุ่นพี่สู่รุ่นน้อง รุ่นพี่สอนงานรุ่นน้อง คอยสอนงานกันเอง ไม่จำเป็นต้องออกไปฝึกอบรมเรื่องเทคโนโลยีที่ใหม่ เพราะรุ่นพี่มีประสบการณ์มาก เจอปัญหาหาเยอะสามารถแก้ปัญหาได้เอง เวลาพนักงานพบปัญหา รุ่นพี่จะคอยแนะนำวิธีแก้ปัญหาให้ได้ดีกว่าคนภายนอกไม่ได้รับรู้ปัญหาภายในองค์กร” (Hot4 นามสมมติ, 2562)

“บริษัทส่งพนักงานออกไป Training ข้างนอกบ่อย ๆ แล้วให้กลับมาถ่ายทอดให้กับพนักงานคนอื่น เทคโนโลยีบางอย่างสามารถใช้งานได้จริง

บางอย่างต้องศึกษาเพิ่มเติม แต่โดยรวมมีประโยชน์” (MIC1 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานในบริษัทมีไม่กี่คน ส่วนใหญ่อายุยังน้อย เป็นคนกลุ่ม Gen ใหม่ นิยมแสวงหาความรู้ด้วยตัวเอง ชอบความท้าทายและหาอะไรที่แตกต่างหาข้อมูลจาก Google เป็นส่วนใหญ่ และผลงานที่ได้ก็ตอบโจทย์ลูกค้าได้ดี ไอเดียค่อนข้างเติบโต บริษัทจึงไม่เน้นการส่งคนไปอบรมภายนอก อยากได้ไอเดียอะไรก็จะหาด้วยตัวเอง” (MIC2 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานไม่ค่อยอยู่ Office ทำงานนอกสถานที่กันเป็นส่วนใหญ่ ไม่ค่อยมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีในหมู่พนักงานด้วยกัน ส่วนใหญ่จะคุยเรื่องงานอื่น ๆ มากกว่า” (MIC3 นามสมมติ, 2562)

“ที่บริษัทจะมี Brief งานทุกเช้าก็จะได้แลกเปลี่ยนเทรนด์ใหม่ ๆ ใครมีไอเดียหรือเทคโนโลยีอะไรมานำเสนอก็จะได้แลกเปลี่ยนความรู้กันบ้าง เป็นการแลกเปลี่ยนความรู้กันอย่างไม่เป็นทางการ” (MIC8 นามสมมติ, 2562)

“ช่วงเวลาพักไม่ค่อยพูดคุยเรื่องงาน ไม่แลกเปลี่ยนเรื่องงานเรื่องเทคโนโลยี ส่วนใหญ่จะคุยเรื่องทั่วไป เช่น ข่าวดาราร การเมือง ดินฟ้าอากาศ การจราจร ไม่ค่อยพูดคุยเรื่องงาน” (MIC12 นามสมมติ, 2562)

1.3 ความรู้คือความสามารถ

จากการศึกษา พบว่า พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ต้องอัปเดตตนเองให้ทันสมัย แสวงหาความรู้ใหม่ ๆ อยู่เสมอ พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์จึงต้องใช้เทคโนโลยีการค้นหาข้อมูลอย่าง Search Engine ได้อย่างคล่องแคล่วและมีความชำนาญ ดังนั้น พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์จึงสามารถนำเทคโนโลยีมาใช้งานได้โดยตรง และประยุกต์ใช้ในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถนำความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีมาใช้แก้ปัญหาในการทำงานได้เป็นอย่างดี ซึ่งส่วนมากจะเป็นเทคโนโลยีพื้นฐานในการทำงานและเทคโนโลยีที่ใช้กับงานเฉพาะแผนก ซึ่งเทคโนโลยีพื้นฐาน ได้แก่ การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต การใช้อินเทอร์เน็ตไร้สาย และการค้นหาข้อมูลผ่าน Search Engine เทคโนโลยีที่ใช้กับงานเฉพาะด้าน ได้แก่ เทคโนโลยีในการจัดการข้อมูลฝ่ายบุคคล เทคโนโลยีการจัดการข้อมูลฝ่ายการตลาด เทคโนโลยีการจัดการข้อมูลฝ่ายบัญชีการเงิน และเทคโนโลยีการออกแบบ เป็นต้น ส่วนเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้แก่ เทคโนโลยีการลงทะเบียน เทคโนโลยีป้ายชื่อของผู้เข้าร่วมงาน และเทคโนโลยีการติดตามสถานะผู้เข้าร่วมงาน พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์จะยังไม่มีข้อมูลเชิงลึกมากนัก เนื่องจาก ผู้บริหารหน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์จะไม่ค่อยตอบคำถามในประเด็นนี้ แสดงให้เห็นว่า ยังขาดความรู้เกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

“คนที่ทำงานในแผนกนี้ต้อง Update ตัวเองตลอดเวลา ต้องหา Trends ใหม่ ๆ ด้านเทคโนโลยีตลอดเวลา ความรู้พื้นฐานต้องมี ใช้เทคโนโลยีต้องเป็น ทั้งเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและโปรแกรมสำเร็จรูป ทั่วไปใน Office” (Sup1 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานที่ทำงานในหน่วยงานภาครัฐ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม และนิทรรศการ) มาจากบริษัทเอกชนมาก่อน พอมาอยู่ในหน่วยงานรัฐบาล จะมีพื้นฐานการใช้เทคโนโลยีได้เป็นอย่างดี ถ้าเป็นเทคโนโลยีแต่ละด้าน ของการจัดงาน Events ก็ใช้ได้เป็นอย่างดี” (Sup2 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานที่นี้มีความรู้มาตั้งแต่สมัยเรียน เมื่อเข้ามาทำงานก็สามารถใช้เทคโนโลยีควบคู่กับการทำงานได้ทั้งในเรื่องของการลงทะเบียนและงานด้านการตลาด แต่ยังไม่ถึงขั้นเป็น Developer” (Sup3 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานส่วนใหญ่ใช้โปรแกรมติดต่อสื่อสารเป็นอยู่แล้ว ไม่ต้องสอนอะไรเพิ่มเติม ทั้งอีเมล Line Group อินเทอร์เน็ตของโรงแรมค่อนข้างไม่มีปัญหา สามารถสื่อสารได้อย่างดี การทำงานเฉพาะด้านของโรงแรม พนักงานที่จบสายตรงก็จะมีความรู้ในส่วนงานเฉพาะด้านที่ตัวเองรับผิดชอบ ไม่ว่าจะ เป็น Front Office หรือ Banquet เองก็จะใช้เทคโนโลยีที่ตัวเองรับผิดชอบได้อย่างคล่องแคล่ว จะมีติดปัญหาบ้าง แต่ก็มีแผนกไอทีคอยสนับสนุนอยู่” (Hot1 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานมีความรู้ในการใช้โปรแกรมสื่อสารเป็นอย่างดี ส่งงานกันทาง Line ใช้อินเทอร์เน็ตสืบค้นข้อมูลได้ดี” (Hot2 นามสมมติ, 2562)

“เทคโนโลยีในงานโรงแรมมีหลากหลาย ถ้าเรียนสายโรงแรมมาโดยตรง พนักงานจึงมีความรู้ในการใช้เทคโนโลยีมาก่อนอยู่แล้ว ยกเว้นคนที่จบไม่ตรงสายงาน ก็ต้องมาเรียนรู้กันใหม่ ส่วนการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ทางโรงแรมเปิดกว้างให้หาข้อมูลได้ตลอดเวลา เพื่อนำข้อมูลมาใช้ประกอบกับการทำงาน” (Hot3 นามสมมติ, 2562)

“ความรู้ในตัวบุคลากรต้องใช้งานโปรแกรมสำนักงานเบื้องต้นได้อยู่แล้ว เช่น รับส่งข้อมูล แชร้อเอกสาร ผ่านอินเทอร์เน็ต หากติดปัญหาจะมีแผนกไอที Support สอนพนักงานให้ เนื่องจากไม่มี Manual โปรแกรมที่ใช้เป็นแบบเดิม ๆ ที่เป็นที่นิยมอยู่แล้ว ทำให้ใช้งานได้เป็นอย่างดี ฝึกใช้งานทุกวัน

ถ้าต้องการข้อมูลในรูปแบบของ Digital Platform ก็ค้นคว้าผ่าน Google เอง พนักงานใช้เป็นอยู่แล้วไม่ต้องสอนกันมาก Google ช่วยแก้ปัญหาได้เป็นอย่างดี” (Hot4 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานมีความรู้ในการใช้อินเทอร์เน็ตมาก่อน เข้ามาในโรงแรมก็สามารถหาไอเดียใน Google แล้วเอามาประยุกต์ใช้ในการทำงานได้เลย ไม่ต้องสอนกันมาก” (Hot5 นามสมมติ, 2562)

“สถานที่ท่องเที่ยวในเชียงใหม่มีมากมาย เวลาที่ลูกค้าให้แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ก็ต้องหาข้อมูลเชิงลึกในอินเทอร์เน็ตเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการบริการของเรา พนักงานต้องหาข้อมูลให้ได้อย่างรวดเร็ว ไม่ต้องให้ลูกค้ารอนาน” (Hot6 นามสมมติ, 2562)

“บุคลากรที่ทำงานมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องอยู่แล้วก่อนเริ่มงาน สามารถใช้อินเทอร์เน็ตในการทำงานได้ ไม่ต้องสอนงานกันมาก การใช้ระบบ Payroll ระบบการรับสมัครงาน สามารถใช้งานได้ทันทีตั้งแต่รับเข้ามาทำงาน สามารถเข้าถึงระบบงานผ่านโทรศัพท์มือถือได้เลย ทำงานกันบนเว็บไซต์ได้” (Ven1 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานใช้อินเทอร์เน็ตทุกวัน ใช้อีเมลล์ทุกวัน ส่งข้อมูลกันทางอีเมลล์ ทั้งในเรื่องของการส่งงานให้แผนกอื่น การนัดประชุมงาน ส่งไฟล์งานต่าง ๆ เป็นความรู้พื้นฐานที่พนักงานต้องมีอยู่แล้ว ไม่ต้องมาเรียนรู้ที่ทำงานหรอก” (Ven2 นามสมมติ, 2562)

“ที่นี่เราใช้อีเมลส่งข้อมูลกันเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว พนักงานใช้อินเทอร์เน็ตกัน คล่องทุกคน ไม่ต้องมานั่งสอนกันแล้ว ส่วนงานจัดบูธ ออก Events ฝ้าย ออกแบบก็มีพื้นฐานในโปรแกรมสำเร็จรูปอยู่แล้ว แผนกอื่น ๆ ก็ใช้ โปรแกรมงานเอกสารได้ สมัยนี้ใครใช้เทคโนโลยีไม่เป็นคงทำงานลำบาก” (Ven3 นามสมมติ, 2562)

“เทคโนโลยีเป็นสิ่งสำคัญ ทุกคนต้องใช้เป็น คนรุ่นเก๋ารุ่นใหม่ต้องปรับต้อง เปลี่ยน ติดต่อกันทางเมลบ้าง Line บ้าง โปรแกรมพื้นฐานใน Office ต้อง ใช้เป็นอยู่แล้ว ไม่ต้องมานั่งเรียนรู้กันใหม่” (Ven4 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานของเรามีความรู้ด้านเทคโนโลยีที่ค่อนข้าง Update เพราะใช้อินเทอร์เน็ตในการหาข้อมูลใหม่ ๆ แทบทุกวัน ใช้ Search Engine เช่น Google หาข้อมูลใหม่ ๆ ตลอดเวลา ไม่ต้องสอน พนักงานใช้เป็นอยู่แล้ว” (MIC1 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานที่นี่เป็นคนรุ่นใหม่ เข้าใจว่าเทคโนโลยีมีประโยชน์ ใช้เป็นโดยไม่ ต้องให้สอน ต้องดู หา และเปลี่ยนแปลง Update ตัวเองทุกวัน ชอบหา และดูอะไรที่แตกต่าง ซึ่งก็เป็นประโยชน์ในการหานวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามา เล่นกับลูกค้า” (MIC2 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานมีความรู้ในการใช้เทคโนโลยีมาก่อนอยู่แล้วในระดับหนึ่ง เช่น รับส่งอีเมล ใช้ Line สื่อสารกัน Report งานแบบ Real Time ใช้ คอมพิวเตอร์ Notebook มือถือ ใช้ Search Engine เป็น ต้องหาข้อมูลที่ ไหน อย่างไร การมีองค์ความรู้เป็นเรื่องของตัวบุคคล เทคโนโลยีเป็น เครื่องมือสนับสนุนเท่านั้น” (MIC3 นามสมมติ, 2562)

“ในส่วงานออกแบบจำเป็นต้องใช้คนที่มีความรู้พื้นฐานด้านการใช้โปรแกรมออกแบบอย่าง Photoshop หรือ Illustrator พนักงานที่รับเข้ามาต้องใช้โปรแกรมออกแบบงานเหล่านี้เป็นมาก่อน แล้วมาพัฒนาฝีมือให้ดีขึ้น” (MIC4 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานของเราต้องใช้เทคโนโลยีได้เป็นอย่างดีตั้งแต่เข้ามาทำงาน ถ้าเทคโนโลยีไหนยังไม่เคยรู้ ก็ต้องเรียนรู้ให้ได้อย่างรวดเร็ว” (MIC5 นามสมมติ, 2562)

“ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีในตัวพนักงาน ขึ้นอยู่กับแผนก ถ้าต้องมีการปฏิสัมพันธ์กับคนนอกหน่วยงานก็ต้องใช้เทคโนโลยีมากหน่อย ถ้าเป็นหลังบ้านก็จะรู้น้อยหน่อย แต่ส่วนมากก็ต้องรู้พื้นฐานการใช้อินเทอร์เน็ต พวกสืบค้นข้อมูล ส่งเมลล์ ทิมพ์งานอะไรพวกนี้” (MIC6 นามสมมติ, 2562)

“หน่วยงานหลังบ้านก็ใช้เฉพาะเทคโนโลยีในแผนกของตัวเอง คนที่ต้องติดต่อประสานงานกับลูกค้าหรือคนภายนอกก็ต้องมีเทคโนโลยีอื่น ๆ เพิ่มขึ้น ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีในตัวพนักงานจำเป็น จะมีมากมีน้อยแล้วแต่แผนก แต่ไม่มีเลยไม่ได้” (MIC7 นามสมมติ, 2562)

“ทุกคนที่นี้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นอยู่แล้ว ทั้งติดต่อสื่อสาร ต้องหาไอเดียในการทำงานใหม่ ๆ ตลอดเวลาโดยไม่ต้องรอให้บอก เพราะฉะนั้นจึงต้องใช้อินเทอร์เน็ตหารูปแบบงานใหม่ ๆ ที่น่าสนใจอยู่เสมอ เก็บไว้เป็นข้อมูลเพื่อเลือก ใครที่ใช้อินเทอร์เน็ตไม่เป็นก็คงทำงานไม่ได้” (MIC8 นามสมมติ, 2562)

“การคัดเลือกพนักงานเข้ามาทำงานในบริษัท พนักงานต้องมีความรู้ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ ได้ โดยไม่ต้องมาสอนว่าจะต้องค้นข้อมูลอย่างไรเพื่อให้ได้ผลอย่างที่ต้องการ พนักงานต้องฉลาดและรู้ว่า จะหาข้อมูลได้จากที่ไหน เพื่อตอบโจทย์การทำงานได้อย่างรวดเร็ว” (MIC9 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานส่วนใหญ่อายุน้อย เป็นเด็กจบใหม่ที่ตรงสายงาน ก็ใช้ความรู้จากเทคโนโลยีที่เรียนมาสมัยอยู่มหาวิทยาลัย มาใช้กับงานแต่ละแผนกได้เลย ส่วนเรื่องทั่ว ๆ ไปก็ใช้อินเทอร์เน็ตในการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน” (MIC10 นามสมมติ, 2562)

“อินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งจำเป็นต่อการทำงานไปแล้ว พนักงานทุกคนต้องใช้อินเทอร์เน็ตได้ ส่วนงานเฉพาะสายงานก็มาเรียนรู้กันเอา ตามที่จำเป็นต้องใช้ ใครต้องมาเรียนใช้อินเทอร์เน็ตสมัยนี้คงอยู่ยากหน่อย มันเป็นเหมือนปัจจัยห้า ปัจจัยหกไปแล้ว” (MIC11 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานของเราเน้นการสื่อสารผ่านเทคโนโลยีอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นอีเมล Line Group ของแต่ละแผนก และของทั้งองค์กร ต้องหาไอเดียใหม่ ๆ ใช้อินเทอร์เน็ตค่อนข้างมาก เพื่อพัฒนาไอเดียให้แปลกใหม่ตรงใจลูกค้า ต้องสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าให้มากที่สุด” (MIC12 นามสมมติ, 2562)

“การทำงานพื้นฐาน ทั้งในเรื่องการสื่อสารและการทำงานเอกสาร พนักงานมีความรู้และคุ้นเคยเป็นอย่างดี งานแต่ละแผนกก็ให้ผู้จัดการรับผิดชอบไป

ส่วนใหญ่ก็มีความรู้ตรงสายงาน ใช้เทคโนโลยีตามสายงานเกี่ยวข้องได้คืออยู่
แล้ว” (MIC13 นามสมมติ, 2562)

2. องค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์

จากการศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ พบว่า มีองค์ประกอบใน 2 มิติ ประกอบด้วย 1) ความแปลกใหม่ และ 2) ความมีประโยชน์ สามารถนำเสนอรายละเอียดผลการวิจัยได้ดังนี้

2.1 ความแปลกใหม่

จากผลการศึกษา พบว่า พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับกลางและสูงจะมีความคิดสร้างสรรค์ค่อนข้างสูงถ้าเปรียบเทียบกับพนักงานระดับล่าง บางหน่วยงานจะมีเครื่องมือพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน เช่น Table Planning หรือ การ Register on Site เป็นต้น โดยส่วนใหญ่พนักงานจะนำเสนอไอเดียที่มีความแปลกใหม่แต่สามารถนำไปใช้งานได้จริง พนักงานต้องมี Passion ในการทำงาน รักการเรียนรู้ตลอดเวลา หาข้อมูลต่อยอดเพิ่มเติมจากการใช้ Search Engine ทำให้เกิดการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ที่อยู่ในหน่วยงานเกี่ยวกับการออกแบบจัดงาน และงานด้านการตลาด จะมีความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่ในตัวค่อนข้างสูง สามารถสร้างความคิดใหม่และนำมาปรับใช้เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่กับการทำงานในหน่วยงานได้เป็นอย่างดี ในงานออกแบบความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่ พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์จะใช้ Google เพื่อค้นคว้าหาไอเดียที่มีอยู่แล้วในอินเทอร์เน็ตมาต่อยอดเป็นความคิดที่มีความแปลกใหม่และนำไอเดียเหล่านี้มาออกแบบในโปรแกรมสำเร็จรูปจนได้ผลงานที่เป็นนวัตกรรมใหม่ ส่วนงานด้านการตลาดจะใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่ในการนำเสนอ Content ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ นวัตกรรมที่ได้มาจากความคิดสร้างสรรค์จะมีความแปลกใหม่น่าสนใจ มีความเป็นเอกลักษณ์ สามารถนำประยุกต์ใช้กับการทำงานอื่น ๆ เพื่อสร้างรูปแบบของงานและการให้บริการใหม่ที่มุ่งเน้นการสร้างความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า และนำเสนอไอเดียเหล่านี้ทางสื่อสังคมออนไลน์ อย่าง Facebook และ Instagram สำหรับในส่วนของงานบุคคลและบัญชีการเงิน การทำงานจะใช้เทคโนโลยีที่มาจากสำนักงานใหญ่ ต้องทำตามระบบขั้นตอนที่มีความชัดเจน ทำให้พนักงานไม่ได้สร้างความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่มากนัก ความแปลกใหม่อาจเกิดจากการ

ปรับเปลี่ยนการใช้ระบบงานแบบเดิมมาเป็นระบบงานออนไลน์ การใช้ QR Code ในการลงทะเบียน เข้าร่วมอบรมสัมมนา เมื่อเวลาผ่านไปใช้งานบ่อยเข้าก็กลายเป็นความเคยชิน ไม่เกิดความแปลกใหม่ อีก ทั้งนี้แนวความคิดที่เกิดขึ้นทั้งหมดสามารถช่วยแก้ปัญหาในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

“พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์มีความคิดสร้างสรรค์ค่อนข้างสูง ทำให้เกิด การพัฒนารูปแบบของการจัดงานที่เป็นนวัตกรรมที่มีความแปลกใหม่ น่าสนใจ และมีความเป็นเอกลักษณ์” (Sup1 นามสมมติ, 2562)

“ในงานบุคคลพนักงานระดับล่างไม่ค่อยมีความคิดสร้างสรรค์ที่แปลกใหม่ แต่พนักงานระดับกลางและระดับสูง มีการนำเสนอไอเดียด้านความแปลก ใหม่ นำเสนอเทคโนโลยีที่เป็นประโยชน์ ส่วนใหญ่เป็นนโยบายของฝ่าย บริหาร” (Hot2 นามสมมติ, 2562)

“มีเวลาในการคิดสร้างสรรค์เรื่องใหม่มากขึ้น มากกว่าการทำ Paper Work มีเทคโนโลยีที่ทำให้เกิดความแปลกใหม่ เช่น Table Planning การ Register on Site, Check in ได้ทันที ” (Hot3 นามสมมติ, 2562)

“Creative มาจากระบบ Offline เป็นการดึงวัตถุดิบที่มีอยู่แล้วมาใช้ให้ เกิดประโยชน์ โดยใช้กระบวนการหาข้อมูลจากภายนอกผ่าน Google แบบ ออนไลน์ ใช้วัตถุดิบที่มีอยู่แล้วในชุมชนสร้างชิ้นงานที่มีความแปลกใหม่ Marketing ใช้ข้อมูลบวกกับการพัฒนาการสื่อสารกับลูกค้าผ่าน Platform ของ Facebook และ Instagram เพื่อนำเสนอไอเดีย” (Hot4 นามสมมติ , 2562)

“คงมองได้ในรูปแบบของงานที่ปรับเปลี่ยนมาเป็นการใช้เทคโนโลยีออนไลน์ ใบล่าเมื่อก่อนไม่มีออนไลน์ ปัจจุบันใช้ออนไลน์ ใคร ๆ ก็ทำกัน คนใช้ QR Code ในการลงทะเบียน เป็นเทคโนโลยีใหม่ ๆ วิธีการทำงาน สะดวกขึ้น การประเมินผล จะใช้แบบออนไลน์ดีกว่า Paper ในช่วงแรกคนที่คิดนำมาใช้มีความคิดสร้างสรรค์ที่แปลกใหม่ที่นำระบบออนไลน์เข้ามาใช้ แต่พอใช้ไปนาน ๆ ก็กลายเป็นความเคยชินที่ไม่แปลกใหม่อีก” (Ven1 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานต้องเรียนรู้อะไรใหม่ ๆ ตลอดเวลา ต้อง Update ตัวเอง ตลอดเวลา พนักงานมีการคิดสิ่งที่แปลกใหม่ในการใช้และนำเทคโนโลยีมาใช้งาน ใช้งานได้จริง มีประโยชน์ ต้องดูกลุ่มลูกค้าด้วย เช่น Co-operate จากเนเธอร์แลนด์ อยากทำ Incentive และ CSR คู่กัน สามารถ Combination ไปด้วยกัน บันจรัญยานเที่ยว นั่งเรือล่องแม่น้ำ ทำ CSR ที่โรงเรียน แล้ว Create Platform บนมือถือให้ชาวสวนใช้ขายของที่เป็นผลิตภัณฑ์แบบ Organic” (MIC1 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานพยายามเสนอ Idea ที่มีความแปลกใหม่ เนื่องจากคู่แข่งเยอะ หาจุดแข็ง จุดอ่อนของตนเอง พนักงานพร้อมจะรู้ในสิ่งที่มันเป็น เช่น เรา จะเอา Line มาใช้ในการจัด Event ได้ยังไง พนักงานสามารถหาคำตอบให้ได้ และให้ลองทำโมเดลขึ้นมาเลย และลองเล่นกันเอง ถ้าดีก็นำเสนอลูกค้า เป็น Project และ Develop ต่อ” (MIC2 นามสมมติ, 2562)

“ความแปลกใหม่ต้องมี Passion ในการรักการเรียนรู้ตลอดเวลา Google ช่วยหาไอเดียมาเติมในแก้วน้ำใบใหญ่ที่มีข้อมูลมหาศาล จับข้อมูลมา Link กันได้ทำให้เกิดงานใหม่ โยนโจทย์ให้พนักงานคิดตาม เชื่อมโยงของ 2 สิ่งที่ไม่เกี่ยวข้องกันให้เข้ากันได้” (MIC4 นามสมมติ, 2562)

“อุตสาหกรรมไมซ์เรามีความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่อยู่ในระดับสูง หากเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ ผมว่าเราอยู่ในระดับต้น ๆ เลยก็ได้ โดยเฉพาะในกลุ่มตัว I (Incentive Travel) เพราะว่าการสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้กับกลุ่มลูกค้านั้น ค่อนข้างยาก เนื่องจากมีความคาดหวังสูง ต้องการอะไรที่แปลกใหม่ตลอดเวลา ไม่ซ้ำกับคราวก่อน จากประสบการณ์ตรงในการจัดงานนิทรรศการ ความคิดสร้างสรรค์ที่แปลกใหม่จะไปอยู่ในรูปแบบของการอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงผ่านเทคโนโลยีเพื่อสร้างประสบการณ์การร่วมงานที่มีประสิทธิภาพมากกว่า” (MIC5 นามสมมติ, 2562)

“ความแปลกใหม่เน้นไปที่ความสะดวกสบายและต้นทุน การติดตั้งรวดเร็ว ใช้เวลาไม่เยอะ Decoration เบื้องต้น ถ้าเป็นงานใหม่ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ที่แปลกใหม่เล็กน้อย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ Zone ของงาน ถ้าใช้ Creative ที่มีความแปลกใหม่มาก จะใช้ต้นทุนสูง เวลาจำกัด ต้องทำให้ทัน ต้องส่งพนักงานไปดูงานต่างประเทศ 4-5 ครั้ง เพื่อนำ Idea กลับมาประยุกต์ใช้และพัฒนาต่อ งาน Motor Show แจกบัตรเข้าร่วมงานปีละ 3 ล้านใบ การจัดงานต้องใช้ความแปลกใหม่ ความพร้อมของงานขึ้นอยู่กับผู้เข้าร่วม ต้องมีระบบลงทะเบียนที่ดี บางอย่างจะปรับเป็นระบบดิจิทัลมากขึ้น” (MIC6 นามสมมติ, 2562)

2.2 ความมีประโยชน์

จากผลการศึกษา พบว่า การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานเกิดจากการกำหนดพนักงานรับรู้ว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ความมีประโยชน์ของความคิดสร้างสรรค์เกิดจากการนำผลของความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่ที่พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ใช้เทคโนโลยีในการค้นคว้ามาต่อยอดให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงาน หรือนำความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่

ที่พนักงานนำเสนอมาสร้างเป็นผลงานที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง เช่น การนำเสนอไอเดียแปลกใหม่ต่อลูกค้าผ่านเทคโนโลยีต่าง ๆ ซึ่งอยู่ในรูปของการปรับเปลี่ยนโดยนำเทคโนโลยีออนไลน์เข้ามาประยุกต์ใช้กับการทำงาน ทำให้เกิดรูปแบบของการทำงานได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์อาจไม่ใช่มุมมองของเทคโนโลยีทั้งหมด แต่บางส่วนเทคโนโลยีจะใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนให้พนักงานค้นคว้าหาแนวทางในการทำงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ที่มุ่งเน้นเพื่อการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ของงานให้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ ความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์อาจถูกนำมาใช้เป็นข้อมูลตอบกลับจากพนักงาน เพื่อพัฒนาการทำงานและพัฒนาคนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นต่อไป สอดคล้องกับนโยบายการทำงานขององค์กร และทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

“Perception ของคน ถ้าเป็นประโยชน์ ประหยัดเวลา สามารถ Adapt มาใช้ให้เกิดประโยชน์ อาจผ่านในรูปแบบของการโฆษณา ก็จะทำให้เกิด ความมีประโยชน์ในการใช้งาน” (Sup2 นามสมมติ, 2562)

“คิดว่าความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ เกิดจากนโยบายของโรงแรม เช่น ตาม Policy มี Open door ให้พนักงานแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ ต่อการทำงานผ่านเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น อีเมลล์ และ Line Group ทุกคน สามารถอยู่ใน Line ของ GM ได้ ความคิดสร้างสรรค์แบบนี้อาจไม่ใช่ในมุมมองของเทคโนโลยีทั้งหมด แต่ใช้เทคโนโลยีเป็นช่องทางในการรับฟังความคิดเห็น มี Well Fair แต่ละแผนกที่ต้องการให้ปรับปรุง HR จะรับฟังและรับดำเนินการให้ โดยเฉพาะเรื่องสวัสดิการ ที่ช่วยให้การทำงานง่ายขึ้น ต้องดูว่าปัญหาคืออะไร บอกแผนกนั้นให้แก้ปัญหา ได้ใช้ประโยชน์จาก Feedback ของพนักงาน” (Hot1 นามสมมติ, 2562)

“ในงานบุคคลพนักงานระดับล่างไม่ค่อยมีความคิดสร้างสรรค์ที่แปลกใหม่ แต่พนักงานระดับกลางและระดับสูง มีการนำเสนอไอเดียด้านความแปลก

ใหม่ นำเสนอเทคโนโลยีที่เป็นประโยชน์ ส่วนใหญ่เป็นนโยบายของฝ่ายบริหาร” (Hot2 นามสมมติ, 2562)

“ความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ มาจากกระบวนการหาข้อมูลภายนอก ผ่านออนไลน์ แต่ไม่ Exactly ทีเดียวใช้กระตุ้นความคิด Marketing ใช้ ข้อมูลและพัฒนาการสื่อสารกับลูกค้า โดยใช้ Platform จาก Facebook และ IG เพิ่มเติมจากที่มีอยู่” (Hot4 นามสมมติ, 2562)

“ความเป็นประโยชน์มีสูง เช่น Pinterest ตอบโจทย์งาน Craft มาก Facebook IG และ Google ช่วยหาไอเดียมา Support มีประโยชน์ 100% ถ้าใช้เป็น” (Hot5 นามสมมติ, 2562)

“Google เป็นแหล่งค้นคว้าข้อมูลที่ช่วยต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ของ พนักงานให้สามารถนำไปพัฒนางานของตัวเองได้ ทำให้เกิดประโยชน์ต่อ การทำงาน องค์กรก็บรรลุเป้าหมาย” (Hot6 นามสมมติ, 2562)

“คงมองได้ในรูปแบบของงานที่ปรับเปลี่ยนมาเป็นการใช้เทคโนโลยี ออนไลน์ ใบล่าเมื่อก่อนไม่มีออนไลน์ ปัจจุบันใช้ออนไลน์ ใคร ๆ ก็ทำกัน คนใช้ QR Code ในการลงทะเบียน เป็นเทคโนโลยีใหม่ ๆ วิธีการทำงาน สะดวกขึ้น การประเมินผล จะใช้แบบออนไลน์ดีกว่า Paper ในช่วงแรกคนที่ คิดนำมาใช้มีความคิดสร้างสรรค์ที่แปลกใหม่ที่นำระบบออนไลน์เข้ามาใช้ แต่พอใช้ไปนาน ๆ ก็กลายเป็นความเคยชินที่ไม่แปลกใหม่อีก” (Ven1 นามสมมติ, 2562)

“การออกแบบการจัดงานแต่ละงานให้กับลูกค้าเป็นความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน ขายไอเดียให้กับลูกค้า มีประโยชน์ต่อการทำงานขององค์กร การออกแบบใช้โปรแกรมการออกแบบอย่าง Photoshop, Illustrator หรือ AutoCad เทคโนโลยีพวกนี้จะช่วยสนับสนุนการทำงานของพนักงาน” (Ven4 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานต้องเรียนรู้อะไรใหม่ ๆ ตลอดเวลา ต้อง Update ตัวเองตลอดเวลา พนักงานมีการคิดสิ่งที่แปลกใหม่ในการใช้และนำเทคโนโลยีมาใช้งาน ใช้งานได้จริง มีประโยชน์ ต้องดูกลุ่มลูกค้าด้วย เช่น Co-operate จากเนเธอร์แลนด์ อยากทำ Incentive และ CSR คู่กัน สามารถ Combination ไปด้วยกัน ปันจักรยานเที่ยว นั่งเรือล่องแม่น้ำ ทำ CSR ที่โรงเรียน แล้ว Create Platform บนมือถือให้ชาวสวนใช้ขายของที่เป็นผลิตภัณฑ์แบบ Organic ทำแล้วประสบความสำเร็จบรรลุเป้าหมาย” (MIC1 นามสมมติ, 2562)

“การใช้ Line@ เป็นความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์กับงานเรามาก แรกเริ่มเดิมทีไม่คิดว่าจะนำมาใช้กับงาน Event ได้ เป็นไอเดียของพนักงานคนหนึ่ง que คิดว่าน่าจะมีประโยชน์ ก็เลยลองศึกษาต่อ นำมาพัฒนาเป็น Project ให้พนักงานคนนั้นรับผิดชอบ ผลปรากฏว่า Line@ ได้รับความนิยมสูงมาก ลูกค้าชอบและพอใจกับ Line@ กัน ลูกค้าไม่ต่ำกว่า 30 ราย ทำกิจกรรมผ่าน Line@ หมดเลยตอนนี้ งานสามารถเกิดขึ้นได้หลายรูปแบบ Cost ไม่สูง แต่เพิ่ม Value และ Know how ที่ยกระดับสินค้าให้สูงขึ้น แตกต่างจากที่อื่น และยังนำมาพัฒนาเป็นเกมได้ด้วย ตอบโจทย์การทำงานได้มาก งานบรรลุเป้าหมายดีเกินกว่าที่คาดไว้” (MIC2 นามสมมติ, 2562)

“ไอเดียของพนักงานที่แปลกใหม่เป็นสิ่งที่ดี แต่จะไม่มีประโยชน์เลยถ้าลูกค้าไม่เอา ดังนั้น ความมีประโยชน์ ส่วนใหญ่ก็จะไปจบที่ลูกค้าและ

งบประมาณของลูกค้า ถึงแม้จะมีประโยชน์แต่ก็มีข้อจำกัด” (MIC3 นามสมมติ, 2562)

“ความแปลกใหม่เน้นไปที่ความสะดวกสบายและต้นทุน การติดตั้งรวดเร็ว ใช้เวลาไม่เยอะ Decoration เบื้องต้น ถ้าเป็นงานใหม่ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ที่แปลกใหม่เล็กน้อย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ Zone ของงาน ถ้าใช้ Creative ที่มีความแปลกใหม่มาก จะใช้ต้นทุนสูง เวลาจำกัด ต้องทำให้ทัน ต้องส่งพนักงานไปดูงานต่างประเทศ 4-5 ครั้ง เพื่อนำ Idea กลับมาประยุกต์ใช้และพัฒนาต่อ งาน Motor Show แจกบัตรเข้าร่วมงานปีละ 3 ล้านใบ การจัดงานต้องใช้ความแปลกใหม่ ความพร้อมของงานขึ้นอยู่กับผู้เข้าร่วม ต้องมีระบบลงทะเบียนที่ดี บางอย่างจะปรับเป็นระบบดิจิทัลมากขึ้น งานพวกนี้เอามาทำจริงได้ เป็นประโยชน์ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานโดยตรง” (MIC6 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานคิดไอเดียออกมาต้องขายให้ได้ ถ้าขายไม่ได้จะไม่เกิดประโยชน์เลย ส่วนนี้ว่าจะมาจากรูปแบบการนำเสนอไอเดียให้กับลูกค้า ต้องใช้โปรแกรมออกแบบได้เก่ง ต้องมีความสวยงามดึงดูดใจลูกค้า ตอบโจทย์ที่ลูกค้าต้องการได้ ขายงานลูกค้าได้ ประโยชน์จากความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานก็เกิด” (MIC13 นามสมมติ, 2562)

3. องค์ประกอบของเทคโนโลยีดิจิทัล

จากการศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบของเทคโนโลยีดิจิทัล พบว่า มีองค์ประกอบใน 6 มิติ ประกอบด้วย 1) แหล่งข้อมูล 2) การมีปฏิสัมพันธ์ 3) การมองเห็น 4) การเชื่อมต่อออนไลน์ 5) การมีส่วนร่วมทางสังคม และ 6) บ้าย / สัญลักษณ์ สามารถนำเสนอรายละเอียดผลการวิจัยได้ดังนี้

3.1 แหล่งข้อมูล

จากผลการศึกษา พบว่า แหล่งข้อมูลทั่วไปที่ใช้สืบค้นเพื่อการทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์มีเป็นจำนวนมาก แต่ถ้าพิจารณาแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นเทคโนโลยีดิจิทัลในอุตสาหกรรมไมซ์ยังมีไม่มากนัก ส่วนใหญ่จะเก็บรวบรวมข้อมูลไว้โดยหน่วยงานสนับสนุนของภาครัฐ คือ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ที่ได้จัดตั้งศูนย์ MICE Intelligence Center เพื่อสนับสนุนข้อมูลและสารสนเทศต่าง ๆ ที่หน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์จำเป็นต้องใช้ ข้อมูลส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อดิจิทัลทั้งหมด ส่วนสมาคมการแสดงสินค้าไทย (Thailand Exhibition Association: TEA) และสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) (Thailand Incentive and Convention Association: TICA) จะมีข้อมูลสนับสนุนให้บนเว็บไซต์ของหน่วยงาน เพื่อสนับสนุนการทำงานของหน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์ นอกจากนี้แล้ว แหล่งข้อมูลจะพบได้ในสถานที่จัดงานประเภทโรงแรม สถานที่จัดงานประเภทศูนย์ประชุมและแสดงสินค้าและนิทรรศการ บริษัทรับจัดงานและบริษัทด้านการท่องเที่ยวที่มีขนาดใหญ่ ได้แก่ E-Learning และ E-Library ให้พนักงานได้เข้าไปสืบค้นข้อมูลเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมไมซ์ แหล่งข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้น ให้ข้อมูลที่เป็นข้อมูลทั่วไปในภาพรวมของอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งจะเห็นได้ว่า แหล่งข้อมูลในอุตสาหกรรมไมซ์ยังให้ข้อมูลที่ไม่ตรงกับความต้องการของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ อีกทั้งยังไม่ใช่ข้อมูลเชิงลึก และยังมีแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ใช้ในการทำงานของอุตสาหกรรมไมซ์โดยตรง ทำให้หลาย ๆ หน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ยังไม่เข้าใจว่าจะหาและเลือกเทคโนโลยีอะไรที่จะช่วยให้การทำงานของหน่วยงานมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ในกลุ่มของบริษัทรับจัดงานประชุม (PCO) จะมีการประชุมร่วมกันทุกปี เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลของกันและกันในการแลกเปลี่ยนข้อมูลและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ใช้ในการจัดงาน ถ้าเป็นข้อมูลเชิงลึกจะใช้เจ้าหน้าที่แผนกไอทีเข้ามาช่วยแก้ปัญหาจากการทำงาน ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

“มี MICE Intelligence Center / Web / App การใช้งานไม่ค่อย User Friendly ออนไลน์มีปัญหา Wi-Fi ติด ๆ ดับ ๆ ต้องติดต่อ Vender ให้มาแก้ปัญหา ถ้าเป็น Basic Technology น่าจะเจอง่าย ถ้าเป็นเทคโนโลยีเฉพาะทาง Office News อาจจะต้องจัดระเบียบ Content ยังมี

ปัญหา Target คือใคร ตอบโจทย์หรือไม่ ตอบโจทย์ในเรื่อง Content หรือ
ยัง” (Sup2 นามสมมติ, 2562)

“ใช้ Search Engine ค่อนข้างเยอะ หาไอเดียใหม่ ๆ พยายามหา Training
Course ไม่มี In house สอน ต้องเรียนรู้เอง ไม่มีแหล่งข้อมูลโดยตรง ใช้
Search Engine มีประสิทธิภาพมากกว่า ปัญหาการใช้งานจะเป็นเรื่องของ
สื่อที่มีลิขสิทธิ์ ต้องเลือก Tools ดี ๆ แต่ไม่มีงบประมาณให้” (Sup3 นาม
สมมติ, 2562)

“มีแหล่งข้อมูลใน E-Learning ให้ศึกษาเรียนรู้ ใช้เวลาไม่เกิน 1 ชั่วโมงต่อ
1 หัวข้อ โดยไม่ทำเป็น Classroom เพราะจะทำให้เสียเวลาในการทำงาน
ถ้าเป็นแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีเฉพาะในงานโรงแรม ทางโรงแรมยัง
ไม่มีแหล่งข้อมูลเหล่านี้ แต่จะให้แผนกไอทีช่วย Support ให้ความ
ช่วยเหลือ” (Hot1 นามสมมติ, 2562)

“มี Center กลางเป็นห้องสมุดและ E-Library มีคอมพิวเตอร์ มี
อินเทอร์เน็ตให้เข้าไปค้นคว้า พนักงานสามารถเข้าไปใช้งานได้เป็นอย่างดี
มีจำกัดสิทธิ์ตามความเหมาะสม แต่ข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยียังมีน้อย ส่วน
ใหญ่จะเป็นหน้าที่ของแผนกไอทีมาช่วยเหลือสนับสนุนด้านเทคโนโลยี”
(Hot2 นามสมมติ, 2562)

“เข้าถึงแหล่งข้อมูลได้ตลอดเวลา มีแผนกไอทีและ Training เป็นคน
Support ถ้าใช้งานปกติจะมีระบบใช้” (Hot3 นามสมมติ, 2562)

“แหล่งข้อมูลช่วยได้ในเบื้องต้น แต่หายาก เพราะแหล่งข้อมูลมีน้อย ต้องมีเวลา Take Course ช่วงแรกบ้าง แล้วนำเอาเดียมาคู่กับทีมบริหาร” (Hot4 นามสมมติ, 2562)

“มีแหล่งข้อมูลให้สืบค้นมากมายบนอินเทอร์เน็ต มีคู่มือขึ้นบน Intranet ภายในขององค์กร ถ้าหาไม่เจอจะใช้วิธีโทรหา โทรถาม มีปัญหาเกี่ยวกับ Error ในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลบ้าง ถ้าเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับจากการสืบค้น แหล่งข้อมูลจะมีมากกว่า จะปิดระบบเพื่อ Maintain ตอนกลางคืน มีความพึงพอใจที่ดีอยู่” (Hot6 นามสมมติ, 2562)

“ส่วนใหญ่จะเข้าสืบค้นจากข้อมูลของ TCEB เข้าอบรมที่ TCEB จัด ได้ประโยชน์มาก มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มานำเสนอ การเป็นสมาชิก TICA ได้ประโยชน์จากการ Update ข้อมูลข่าวสารผ่านเว็บไซต์ PCO อื่น ๆ ต่าง ๆ จะมี Meeting ทุกปี เป็นแหล่งข้อมูลได้ดี ในการการแชร์ข้อมูล เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ซึ่งส่วนมากต้องลงทุนในการใช้เทคโนโลยี ต้องลองตัว Trial ก่อน ถ้าดีจะนำเข้ามาใช้” (MIC1 นามสมมติ, 2562)

“แหล่งข้อมูลเกิดจากการสังเกตและนำมาค้นข้อมูลในอินเทอร์เน็ต เช่น รูปแบบของตึก ต้องสร้าง Model หรือ Laser แสงที่ส่งออกไป ต้องตีคิมิลเลอร์ที่ชุด เพื่อให้สะท้อนกลับออกมา ถ้าไม่ศึกษาเองก็จะไม่รู้เรื่องพวกนี้ แหล่งข้อมูลในอุตสาหกรรมไม่ช้เองยังไม่มีใครรวบรวมไว้ ต้องค้นหาจากเว็บไซต์ทั่วไป” (MIC4 นามสมมติ, 2562)

“ผมว่าเรื่องแหล่งข้อมูลมีเยอะมากและเป็นเรื่องธรรมดาสากลไปแล้ว สำหรับการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ จากอินเทอร์เน็ต เป็นแหล่งข้อมูลที่มีข้อมูลให้เปรียบเทียบและเลือกใช้ได้เยอะมาก” (MIC5 นามสมมติ, 2562)

“เทคโนโลยีที่ใช้ในงาน Motor Show มีหลายอย่าง ใช้ระบบดิจิทัลจอ
พื้นที่ในงาน การแสดงผลบนจอ Projector ขนาดยักษ์ คนเข้าร่วมงาน
ลงทะเบียนแบบดิจิทัล การควบคุมการจำหน่ายตัวใช้ระบบดิจิทัล การใช้
เว็บไซต์และ Social Media ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ
การวัดระดับเสียงภายในอาคารต้องติดตั้งเซ็นเซอร์ 50 กว่าจุด ต้องหา
ข้อมูลเยอะมากจากหลายแหล่งกว่าจะจัดงานได้หนึ่งงาน ส่วนมากข้อมูลที่
ได้ก็มาจากอินเทอร์เน็ตและห้องสมุดที่บริษัทเราเตรียมไว้ให้พนักงาน
ค้นคว้าหาข้อมูล” (MIC6 นามสมมติ, 2562)

3.2 การมีปฏิสัมพันธ์

จากผลการศึกษา พบว่า พนักงานในอุตสาหกรรมไม่รู้สึกว่เทคโนโลยีส่วนใหญ่ที่นำมาใช้ในการ
การทำงานของพนักงานในอุตสาหกรรมไม่ซับซ้อนใช้งานได้ง่าย สะดวกต่อการเรียนรู้และทำความเข้าใจ
เข้าใจ ถ้าเป็นเทคโนโลยีพื้นฐาน เช่น การใช้งานอินเทอร์เน็ต โปรแกรมการจัดการงานเอกสาร ไม่ค่อย
มีปัญหาในการใช้งาน เทคโนโลยีที่ใช้ในงานเฉพาะแผนก เช่น เทคโนโลยีการจัดการข้อมูลฝ่ายบุคคล
เทคโนโลยีการจัดการข้อมูลฝ่ายการตลาด เทคโนโลยีการจัดการข้อมูลฝ่ายบัญชีการเงิน ไม่ค่อยมี
ปัญหาในการใช้งานเช่นกัน หากจบมาตรงสายงานก็ได้เรียนรู้มาก่อนแล้ว สามารถเรียนรู้เทคโนโลยี
ของหน่วยงานและใช้ได้อย่างรวดเร็ว แต่ถ้าเป็นเทคโนโลยีเฉพาะทางด้านการจัดงานไม่ช้ ในช่วง
เริ่มต้นของการใช้งานก็ต้องมีการปรับตัวบ้าง เพราะเป็นสิ่งใหม่ แต่พอใช้ไปเรื่อย ๆ ก็เกิดความ
ชำนาญ ไม่รู้สึกว่ใช้งานยาก ตอบสนองการทำงานได้ดี พนักงานสามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว
ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

“ใช้ Line ติดต่อสื่อสารได้สะดวก Google ค้นหาข้อมูลง่าย App หรือ
System ช่วยอำนวยความสะดวก ใช้ทำงานได้เร็วขึ้น E-Learning ต้องมี
Manual ให้เข้าไปศึกษาใช้งานก่อน พนักงานถึงจะเข้าใจและใช้งานเป็น”
(Hot1 นามสมมติ, 2562)

“การเข้าใช้งาน Library ค่อนข้างง่าย สะดวก มี Login ปลอดภัย พนักงานสามารถใช้งานได้เป็นอย่างดี หน้าจอการทำงานไม่ซับซ้อน ” (Hot2 นามสมมติ, 2562)

“การปฏิสัมพันธ์เกิดจากการสื่อสารจากบนลงล่างให้เห็นประโยชน์ของโปรแกรมที่ใช้งาน ทดลองใช้งานจนเกิดเป็นความชำนาญ ช่วงแรกอาจมีปัญหาบ้าง แต่ช่วงหลังจะเคยชินกับการใช้ และใช้งานได้คล่องขึ้น” (Hot5 นามสมมติ, 2562)

“การใช้งานอินเทอร์เน็ตสืบค้นข้อมูลค่อนข้างใช้งานค่อนข้างง่าย ไม่มีปัญหา อยากรู้อะไรก็พิมพ์เข้าไปไม่ยุ่งยาก ได้ข้อมูลตรงตามที่ต้องการ ไม่มีปัญหาในการใช้งาน” (Hot6 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานในแผนกคุ้นเคยกับโปรแกรมด้าน HR อยู่แล้ว ไม่มีปัญหาในการใช้งาน คล่องตัวดี ใช้งานง่าย อาจเป็นความคุ้นเคยสำหรับคนที่จบมาตรงสายงาน ส่วนระบบลงทะเบียนออนไลน์ ช่วงแรกที่น่าเข้ามาใช้ก็จะมีขลุกขลักบ้าง แต่พอได้ลองใช้หลาย ๆ ครั้งเข้าก็คุ้นเคย เกิดความชำนาญ” (Ven1 นามสมมติ, 2562)

“โปรแกรมจัดการงานเอกสารอย่าง Word และ PowerPoint เป็นสิ่งที่พนักงานคุ้นเคยอยู่แล้ว ต้องใช้งานทุกวัน ไม่มีปัญหาในการใช้งาน สะดวก ใช้งานง่าย” (Ven2 นามสมมติ, 2562)

“การจัดการงานเอกสารพนักงานใช้ได้คล่องดีไม่มีปัญหา เรียนรู้ได้ง่าย ทำความเข้าใจง่าย และรวดเร็ว เป็นโปรแกรมที่คุ้นเคย ส่วนโปรแกรมงานด้านบุคคล การตลาด การบัญชี พนักงานคุ้นเคยตั้งแต่สมัยเรียน พอมาทำงานก็ปรับตัวใช้งานได้ดี” (MIC9 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานสามารถใช้โปรแกรมในการออกแบบได้เป็นอย่างดี มีความคิดสร้างสรรค์ ผลงานออกมาน่าสนใจ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี ผู้ใช้รู้สึกว่าเป็นโปรแกรมที่ถนัดมือ ใช้งานได้อย่างคล่องตัว ออกเวอร์ชันใหม่ ๆ มากี่ใช้งานได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก” (MIC13 นามสมมติ, 2562)

3.3 การมองเห็น

จากผลการศึกษา พบว่า เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยสร้างภาพลักษณ์ขององค์การให้ดูทันสมัย รูปแบบหน้าจอของระบบ โปรแกรม Application หรือเทคโนโลยีที่นำมาใช้ อาจไม่ต้องสวยงามดึงดูดใจผู้ใช้งานนัก แต่เน้นหน้าจอที่เรียบง่าย เรียบหรู มีการใช้งานที่ง่าย ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการโต้ตอบกับผู้ใช้ได้ในมุมมองของการนำเสนอข้อมูลย้อนกลับหรือความผิดพลาดของผู้ใช้ได้ทันที ทำให้เกิดการแก้ปัญหาในการทำงานได้ทันทีและมีประสิทธิภาพ เทคโนโลยีดิจิทัลมีรูปแบบที่หลากหลาย พนักงานต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมกับการทำงาน ทั้งนี้ การพิจารณาว่าใช้งานง่ายหรือไม่ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

“หน่วยงานต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์เข้ามาใช้ MICE Intelligence Center ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างครบวงจร มีบทความ งานวิจัย เทรนด์ใหม่ของอุตสาหกรรม และอื่น ๆ อีกมากมาย ที่จะช่วยให้องค์กรในอุตสาหกรรมไมซ์นำแนวคิดและเครื่องมือไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน MICE Intelligence Center ทำงานในรูปแบบของเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลต่าง ๆ แบ่งเป็นหมวดหมู่ชัดเจน มีหน้าจอเรียบ ๆ ไม่

หรือหา แต่เน้นการสื่อสารกับผู้ใช้ได้ดี หาข้อมูลที่ต้องการได้ง่าย”
(Sup1 นามสมมติ, 2562)

“หน้าตาของโปรแกรมใช้งานง่ายหรือไม่ขึ้นกับผู้ใช้งาน มีความหลากหลายทางความคิด สามารถ Feedback ให้กับทาง Cooperate ได้ แต่ขึ้นอยู่กับส่วนกลางว่าจะแก้ไขได้หรือไม่ ต้องดูการใช้งานของคนส่วนใหญ่เป็นหลัก ถ้าส่วนใหญ่ไม่มีปัญหา ทุกอย่างก็โอเค” (Hot1 นามสมมติ, 2562)

“เทคโนโลยีภาพลักษณ์จะเป็นตัวกระตุ้นให้เข้าไปใช้ รูปแบบต้องสวยงาม ดูง่าย ใช้คล่อง เครื่องมือหาเจอได้ง่าย ใช้งานได้สะดวกมือ อย่างโปรแกรม Eagle ถึงแม้ว่าหน้าตาอาจจะไม่สวยงามสะอาดตา แต่ก็ใช้งานได้ง่าย เครื่องมือเครื่องมือก็ไม่ทำไม่ยาก เหมาะกับงานด้าน HR” (Hot2 นามสมมติ, 2562)

“รูปลักษณ์ของโปรแกรมต้องดูดี ใช้งานง่าย น่าสนใจ เหมาะกับการใช้งาน” (Hot5 นามสมมติ, 2562)

“รูปแบบของเทคโนโลยีส่วนใหญ่จะพัฒนาเป็นแอปพลิเคชันที่ใช้งานง่าย เช่น Application ที่ใช้สแกน QR Code หน้าตาไม่จำเป็นต้องสวย แต่เปิดมาใช้งานง่าย ตอบโจทย์วัตถุประสงค์การทำงานได้ดี เท่านั้นที่เพียงพอกับการใช้งานแล้ว” (Ven2 นามสมมติ, 2562)

“โปรแกรมที่ใช้ในการทำงาน หากใช้งานมีความคุ้นเคยแล้ว จะมองข้ามเรื่องความสวยงามไป เพราะเกิดความคุ้นเคยในการใช้งานแล้ว ที่สำคัญคือ

ต้อง Feedback ได้ว่าเกิดปัญหาตรงไหน วิธีการแก้ต้องทำอะไร Error แบบนี้ต้องแก้ไขอย่างไร ” (Ven3 นามสมมติ, 2562)

“หา Application มา Support การจัดงานวิ่ง สามารถสะสมเลขไมล์ในการวิ่งได้บน Application นี้ เป็นทางเลือกที่ทำให้ภาพลักษณ์ของงานดูดี มีความทันสมัย เป็นจุดเริ่มต้นของงานวิ่งอีกหลายงานที่นำเทคโนโลยีแบบนี้มาใช้ การใช้งานก็ง่าย สะดวก ไม่ยุ่งยาก แถมยังให้ Feedback ในเรื่องของการออกกำลังกายกับผู้เข้าร่วมงานวิ่งได้อีกด้วย” (MIC2 นามสมมติ, 2562)

“รูปแบบการใช้งานต้องง่าย ถ้าเป็นงานเฉพาะทางต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญที่ชำนาญเป็นพิเศษ หน้าจอที่ลูกค้าเห็นต้องมีความเรียบง่าย เรียบหรู ดูดีมีเสน่ห์ดึงดูด อาจไม่ต้องถึงกับสวยงามโดดเด่น แต่ต้องเน้นการใช้งานที่ง่าย ดูแล้วสบายตา” (MIC3 นามสมมติ, 2562)

“กรณีมีเวอร์ชันใหม่ ๆ ต้องทำให้การใช้งานเป็นแบบเดิม ๆ อย่าให้ฉีกแนวไปเลย ต้องให้ผู้ใช้อย่างคุ้นเคยกับหน้าตาของโปรแกรมเวอร์ชันเดิม ในเวอร์ชันใหม่ ฟังก์ชันการใช้งานต้องเป็นแบบเดิมเป็นหลัก แล้วค่อย ๆ เพิ่มเติม Feature ใหม่ ๆ เข้าไป ผู้ใช้จะได้ไม่รู้สึกสับสนกับการใช้งาน อาจต้องสร้างกระบวนการในการยอมรับใหม่ แต่พร้อมทำงานได้” (MIC5 นามสมมติ, 2562)

“เทคโนโลยีดิจิทัลในการออกแบบ มีเครื่องมือที่ช่วยสร้างให้ผลงานออกมาดูง่ายกว่าภาพวาด มีความสวยงาม เครื่องมือและองค์ประกอบของโปรแกรมชัดเจน ใช้งานได้ง่าย การออกแบบจึงทำได้รวดเร็ว ถ้าคุ้นเคยกับเครื่องมือที่ใช้ ทั้งนี้โปรแกรมการออกแบบก็มีหลากหลาย ทั้ง AutoCad,

Sketchup, MiniCad, หรือ Blender ขึ้นอยู่กับความถนัดของผู้ใช้แต่ละคน ใครถนัดโปรแกรมไหนก็จะมองว่าโปรแกรมนั้นดี ใช้งานง่าย ต้องเลือกให้เหมาะกับตัวเอง” (MIC8 นามสมมติ, 2562)

3.4 การเชื่อมต่อออนไลน์

จากผลการศึกษา พบว่า ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เทคโนโลยีดิจิทัลใช้งานได้อย่างสะดวก ดังนั้น ต้องเลือกโครงข่ายการสื่อสารที่ให้บริการสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ การเชื่อมต่อออนไลน์ของเทคโนโลยีดิจิทัล ต้องใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง ขณะใช้งานต้องไม่มีสัญญาณหลุดหรือขาด ทั้งในรูปแบบของการใช้บนเครื่องคอมพิวเตอร์และบนอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ การใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลจึงช่วยแก้ปัญหาการทำงานได้เป็นอย่างดี การพัฒนาโครงข่ายการสื่อสารของหน่วยงานต่าง ๆ ที่ให้บริการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตสามารถให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี หากระบบการเชื่อมต่อออนไลน์ไม่มีประสิทธิภาพ อาจส่งผลเสียตามมาอย่างคาดไม่ถึง เช่น อาจทำให้เสียลูกค้าได้ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

“MICE Intelligence Center ให้บริการบนเว็บไซต์ ดังนั้น การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การใช้งาน MICE Intelligence Center มีปัญหาหรือไม่มีปัญหา เพราะฉะนั้น ต้องเลือกใช้โครงข่ายการสื่อสารที่มีความน่าเชื่อถือ ไม่ปิดปรับปรุงบ่อย Wi-Fi ต้องไม่ติด ๆ ดับ ๆ ” (Sup1 นามสมมติ, 2562)

“มี MICE Intelligence Center / Web / App การใช้งานไม่ค่อย User Friendly ออนไลน์มีปัญหา Wi-Fi ติด ๆ ดับ ๆ ต้องติดต่อ Vender ให้มาแก้ปัญหา” (Sup2 นามสมมติ, 2562)

“ต้องใช้ Search Engine สืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตก่อนข้างเยอะ เพื่อหาไอเดียใหม่ ๆ การเชื่อมต่อออนไลน์เป็นเรื่องสำคัญที่ไม่ควรมองข้าม ระบบการใช้อินเทอร์เน็ตต้องตอบสนองต่อการทำงานของพนักงานได้ดี ไม่มีหลุด ต้องเลือกผู้ให้บริการที่ครอบคลุมพื้นที่ที่หน่วยงานตั้งอยู่จะได้ไม่มีปัญหาในการเชื่อมต่อ” (Sup3 นามสมมติ, 2562)

“ใช้ Line ติดต่อสื่อสารได้สะดวก Google ค้นหาข้อมูลง่าย App หรือ System ช่วยอำนวยความสะดวก ใช้ทำงานได้เร็วขึ้น E-Learning ต้องมี Manual ให้เข้าไปศึกษาใช้งานก่อน พนักงานถึงจะเข้าใจและใช้งานเป็นการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งสำคัญ การทำงานของเทคโนโลยีดิจิทัลทุกอย่างต้องพึ่งพาการใช้อินเทอร์เน็ต ถ้าการเชื่อมต่อมีปัญหา ทุกอย่างก็จะสะดุด มีปัญหาแน่นอน” (Hot1 นามสมมติ, 2562)

“เทคโนโลยีดิจิทัลต้องสามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ อย่าง E-Library ถ้าอินเทอร์เน็ตมีปัญหาที่ไม่สามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ ขณะใช้งานสัญญาณต้องแรงเต็มที่ ไม่มีสัญญาณแผ่ว หรือหลุด เพราะทำให้ประสิทธิภาพของเทคโนโลยีดิจิทัลลดลง” (Hot2 นามสมมติ, 2562)

“การออนไลน์ทำให้สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่ต้องการได้ตลอดเวลา ถ้าระบบออนไลน์มีปัญหา เทคโนโลยีก็จะใช้งานไม่ได้ การออนไลน์จึงเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งต่อการทำงาน” (Hot3 นามสมมติ, 2562)

“โปรแกรมต้องเชื่อมต่อออนไลน์ได้เสมอ ช่วยให้เกิดการทำงานทุกที่ทุกเวลา เพิ่มประสิทธิภาพของการใช้เทคโนโลยีได้เป็นอย่างดี” (Hot4 นามสมมติ, 2562)

“ความเร็วในการส่งข้อมูลอยากให้เร็วกว่านี้ ต้องเพิ่ม Bandwidth ให้กับระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ต้องลงทุนเพิ่ม เพื่อประสิทธิภาพในการทำงานระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเข้าเกินไป” (Ven1 นามสมมติ, 2562)

“ปัจจุบันการเชื่อมต่อของโปรแกรม แอปพลิเคชัน ต้องใช้อินเทอร์เน็ตในการทำงานได้ทุกที่ทุกเวลา ถ้าอินเทอร์เน็ตมีปัญหา การทำงานก็จะหยุดชะงัก ผู้ให้บริการต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงข่ายให้สามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพ” (Ven2 นามสมมติ, 2562)

“การหาข้อมูล การลงทะเบียน ระบบการจัดทำบัญชี ระบบติดตามสินค้า และระบบงานอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ ต้องใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสำคัญ ถ้าการออนไลน์มีปัญหา การทำงานก็จะหยุดชะงักลง ส่งผลเสียหายตามมา” (Ven3 นามสมมติ, 2562)

“โปรแกรมส่วนใหญ่ที่ใช้ในการทำงานต้องเชื่อมต่อออนไลน์ เพื่อติดต่อสื่อสาร และใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ตทั้งนั้น ไม่ว่าจะเป็น Line ไว้สำหรับติดต่อกับคนในบริษัทและลูกค้า ถ้าไม่มีอินเทอร์เน็ต การทำงานทุกอย่างจะมีปัญหา ทำงานได้ไม่ราบรื่น” (คุณฐูฐาน นามสมมติ, 2562)

“พนักงานหาข้อมูลออนไลน์จาก Google เพื่อเปรียบเทียบด้านเทคโนโลยีได้เป็นอย่างดี อินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องสำคัญ ต้องลงทุนติดตั้ง Router Wi-Fi หลายตัว เลือกรายการทุกค่ายมือถือที่มีให้บริการ ในกรณีที่มีของค่ายไหนมีปัญหาจะได้มีของค่ายอื่นไว้ใช้สำรอง” (MIC2 นามสมมติ, 2562)

“ผมว่าการเชื่อมต่อออนไลน์เยอะมาก และเป็นเรื่องธรรมดาสากลไปแล้ว การเชื่อมต่อออนไลน์ช่วยเอื้อต่อการทำงานมาก จะหาข้อมูลอะไรก็ต้องหาบนอินเทอร์เน็ต เพราะฉะนั้นการเชื่อมต่อออนไลน์เป็นสิ่งสำคัญของเทคโนโลยีที่ใช้ในการทำงานทุกงาน” (MIC5 นามสมมติ, 2562)

“การใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องสำคัญ ต้องออนไลน์ทุกอย่าง ตั้งแต่การใช้ E-Library ภายในบริษัท การค้นหาข้อมูลต่าง ๆ การลงทะเบียนเข้างาน การใช้เว็บและ Social Media การเชื่อมต่อออนไลน์จะช่วยให้งานสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี” (MIC6 นามสมมติ, 2562)

“ที่สำนักงานต้องใช้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตตลอดเวลา เพื่อให้พนักงานค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ หาไอเดียในการออกแบบงานใหม่ ๆ รวมไปถึงการติดต่อสื่อสารกับพนักงานด้วยกัน ติดต่อกับลูกค้าและ Supplier ผ่านช่องทางทั้งอีเมล Line และสื่อสังคมออนไลน์ด้วย ทั้งหมดต้องการความรวดเร็วในการสื่อสารที่ไม่มีสะดุด หากติดต่อคนเหล่านี้ไม่ได้ทันท่วงทีจะเสียโอกาส เสียลูกค้า ผลที่ตามมาอาจมากจนคิดไม่ถึง เราจึงต้องลงทุนในเทคโนโลยีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต เพื่อให้สามารถทำงานออนไลน์ได้แบบไม่มีปัญหา” (MIC10 นามสมมติ, 2562)

3.5 การมีส่วนร่วมทางสังคม

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้บริหารให้การสนับสนุนในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นอย่างดี จะมีการตั้งทีมงานเฉพาะกิจขึ้นเพื่อติดต่อสื่อสารกัน หัวหน้างานสามารถติดต่อสื่อสารกับลูกน้องได้ผ่านเทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสาร โดยใช้ Line Group และอีเมล ทำให้รู้ความคืบหน้าของงานได้อย่างรวดเร็ว ผู้บริหาร หัวหน้างาน และพนักงานมีการแบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน พนักงานรับรู้ได้ว่าสิ่งที่ลูกค้าต้องการคืออะไร ต้องการทีมงานเป็นใครบ้างที่มีความเหมาะสมกับการทำงานที่ลูกค้าต้องการ ทำให้เกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีม สามารถแชร์

ผลงานได้ทั้งบนเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ให้กับทั้งลูกค้า หัวหน้างาน และบุคคลที่เกี่ยวข้องได้ นอกจากนี้ ยังให้การสนับสนุนในเรื่องของการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลให้มีความพร้อมในการใช้งาน ด้วย ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

“Hardware ค่อนข้าง Update เปลี่ยนบ่อย Server พยายามพัฒนาเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อประโยชน์ต่อการทำงาน ผู้บริหารสนับสนุนให้เปลี่ยนเมื่อข้อมูลมีมากขึ้น จำเป็นต้องขยายขนาดของ Server ให้รองรับกับข้อมูลที่เพิ่มมากขึ้น” (Sup3 นามสมมติ, 2562)

“การติดต่อจัดงาน Events ของลูกค้า จะมีทีมงานดูแลตั้งกลุ่ม Line เพื่อสื่อสารกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลกัน ตัวแทนจากแต่ละแผนกจะถูกส่งเข้ามาร่วมในทีม คอย Update ข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากลูกค้า รายงานความคืบหน้า และผลในการทำงาน รวมถึง Feedback ที่ได้จากลูกค้า” (Hot1 นามสมมติ, 2562)

“เมื่อลูกค้าติดต่อเข้ามาเพื่อจัดงาน ฝ่ายขายจะนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นให้ลูกค้ารู้และตัดสินใจ และขอ Contact ลูกค้า ทั้งเบอร์โทรศัพท์และช่องทางการติดต่ออื่น ๆ อาจจะเป็น Line, Facebook หรือ Instagram เพื่อความสะดวกในการสื่อสารและส่งข้อมูลติดต่อกลับ หลังจากนั้นจะไปฟอร์มทีมเตรียมการจัดงาน ตั้งกลุ่มการทำงานเฉพาะกิจขึ้น เพื่อดูแลงานของลูกค้าตั้งแต่ต้นจนจบ และรายงานความคืบหน้าของงานเป็นระยะ” (Hot2 นามสมมติ, 2562)

“ทีมงานแต่ละทีมจะแชร์ข้อมูลกันผ่าน Line Group ถ้ามีเทคโนโลยีใหม่ ๆ ก็จะไป Update ข้อมูลให้กัน และให้ลองศึกษาดูว่าจะนำไปปรับใช้ตรงส่วนไหนได้บ้าง ในการทำงานจะมีการตั้งทีมเฉพาะกิจเพื่อดูแลงานแต่ละงาน

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และมีการรายงานผล Update ความคืบหน้าของงานต่อหัวหน้างานเป็นรายวัน หากมีปัญหาอะไรต้องรีบรายงานเพื่อหาทางแก้โดยเร็ว เก็บปัญหาที่พบไว้” (Hot6 นามสมมติ, 2562)

“Project แต่ละอันจะมีทีมงานหลายคน ในทีมจะต้องสื่อสารกันตลอดเวลา คนประสานงานกับลูกค้าต้องนำข้อมูลที่ได้จากลูกค้าว่าลูกค้าต้องการอะไรมาแชร์ให้กับสมาชิกในทีม สรุปความคืบหน้าในการทำงาน รายงานต่อหัวหน้าทีมผ่าน Line หรืออีเมล หรือช่องทางอื่น ๆ ที่สะดวกต่อการติดตามงาน” (MIC4 นามสมมติ, 2562)

“การลงทุนในเทคโนโลยีต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้บริหารระดับสูงของโรงแรม ถ้าจะปรับเปลี่ยนระบบงาน ต้องศึกษาให้ครอบคลุมผลดี ผลเสีย ความคุ้มค่าในการลงทุน ผู้บริหารไม่ปิดกั้น หากเห็นว่าช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพดีขึ้น ก็พร้อมที่จะลงทุนให้” (MIC9 นามสมมติ, 2562)

“ความคืบหน้าของงานแต่ละงาน หัวหน้าทีมต้องติดตามการทำงานของสมาชิกในทีม เพื่อให้งานเดินต่อไปได้เรื่อย ๆ ไม่สะดุด เมื่องานสำเร็จจะเก็บผลงานไว้ในคลังเพื่อเป็นตัวอย่างในการจัดงานให้สืบค้นได้ ผลสำเร็จของงานจะถูกแชร์ต่อให้กับลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้องผ่านสื่อสังคมออนไลน์” (MIC11 นามสมมติ, 2562)

3.6 ป้าย / สัญลักษณ์

จากผลการศึกษา พบว่า เทคโนโลยีดิจิทัลที่นำเข้ามาใช้ใหม่ ต้องอาศัยคู่มือในการใช้งาน (Manual) บางครั้งต้องการคำแนะนำในการใช้งานจากฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เช่น ฝ่ายไอที และฝ่าย

ฝึกอบรม เพื่อให้เกิดการทำงานได้อย่างราบรื่นไม่ติดขัด รวมทั้งป้าย / สัญลักษณ์ที่มีความเป็นสากล สามารถสื่อสารให้พนักงานเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน และสามารถนำไปใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ทั้งนี้ก่อนการใช้งานต้องผ่านการฝึกอบรมให้มีความพร้อมก่อน ทั้งนี้คู่มือการใช้งาน ต้องมีให้สืบค้นผ่านระบบออนไลน์ด้วย จึงจะช่วยแก้ปัญหาได้สะดวกขึ้น แต่ทั้งนี้ ผู้ใช้จะไม่ค่อยอ่าน คู่มือมากเท่าที่ควร ต้องใช้คนให้คำแนะนำจึงจะได้ประโยชน์สูงสุด ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มี รายละเอียดดังนี้

“ต้องมี Manual ให้เข้าไปศึกษาใช้งานก่อน เพราะพนักงานระดับล่างจะ ไม่คุ้นเคยกับระบบ E-Learning มาก่อน ต้องทำความเข้าใจกันก่อน และ เปิดโอกาสให้เรียนรู้ด้วยตัวเอง จนเกิดความชำนาญ” (Hot1 นามสมมติ, 2562)

“ถ้ามีปัญหาการใช้งาน มีคำแนะนำให้กับพนักงานได้ในเบื้องต้น ใช้ เจ้าหน้าที่ฝ่าย Training เข้าไป Support ก่อน ถ้ายังแก้ปัญหาไม่ได้จะส่ง ต่อให้แผนกไอทีเข้ามาดูแลต่อ” (Hot2 นามสมมติ, 2562)

“คน Support มีฝ่ายไอทีและ Training ถ้าใช้งานปกติ มีระบบใช้ มี Champion ให้คำแนะนำการใช้เบื้องต้น รองรับการแก้ปัญหาในการทำงานที่อาจเกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน สัญลักษณ์บนหน้าจอโปรแกรมสื่อสารได้ ชัดเจน ทำความเข้าใจได้ง่าย ” (Hot3 นามสมมติ, 2562)

“Manual ช่วยในการทำงานได้อย่างมาก แต่มักมาจากการ Training ก่อน การทำ Training ปัญหาจะลดลงได้มาก หากไม่เข้าใจพนักงานสามารถ Download คู่มือการทำงานมาอ่านและแก้ไปปัญหาได้เอง” (Hot4 นาม สมมติ, 2562)

“มีคู่มือการทำงานขึ้นให้บน Intranet พนักงานต้องเข้าไปศึกษา ถ้าหาไม่เจอใช้วิธีโทรหา โทรถาม มีปัญหา Error บ้าง แต่แก้ไขได้ ถ้าเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับจะมีมากกว่า จะปิดระบบ Maintain ตอนกลางคืน ระบบงานมีความพึงพอใจที่ดีอยู่” (Ven1 นามสมมติ, 2562)

“ระบบงานที่นำเข้ามาใช้ต้องมีคู่มือสอนอย่างง่าย มี Guideline และรูปภาพประกอบ จะช่วยให้เข้าใจได้ง่ายและใช้งานได้ดีขึ้นมาก” (MIC1 นามสมมติ, 2562)

“คู่มือ คำแนะนำ มีผลต่อคำแนะนำในการใช้งาน ทำให้ใช้สะดวกขึ้น ต้องศึกษาผ่าน Manual พนักงานไม่ค่อยอ่าน ใช้ความคุ้นเคย หรือเคยชิน อาจทำให้หน้างานมีปัญหา เช่น ต่อสายอุปกรณ์ผิด ต้องไล่หาสาเหตุ พนักงานที่อายุยังน้อยชอบมององค์รวม ไม่เจาะรายละเอียด อาจทำให้เกิดความผิดพลาดได้” (MIC3 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานแต่ละคนมีความสามารถและทักษะการเรียนรู้ที่ต่างกัน บางคนหัวไวเรียนรู้เร็ว บางคนเรียนรู้ช้า ตามไม่ค่อยทัน การมีคู่มือการใช้งานจะช่วยลดข้อจำกัดในเรื่องนี้ได้บ้าง แต่พนักงานต้องเปิดใจยอมรับการใช้เทคโนโลยีก่อน” (MIC13 นามสมมติ, 2562)

4. องค์ประกอบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

จากการศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี พบว่า มีองค์ประกอบใน 6 มิติ ประกอบด้วย 1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ 2) ความคาดหวังในความสะดวก 3) อิทธิพลทางสังคม 4) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก 5) ความตั้งใจในการใช้งาน และ 6) พฤติกรรมการใช้ สามารถนำเสนอรายละเอียดผลการวิจัยได้ดังนี้

4.1 ความคาดหวังในประสิทธิภาพ

จากการศึกษา พบว่า ความคาดหวังเป็นนิสัยส่วนบุคคลที่มองว่า เทคโนโลยีดิจิทัลจะช่วยให้การทำงานดีขึ้น ความคาดหวังในประสิทธิภาพของเทคโนโลยีเกิดจากการศึกษาหาข้อมูลก่อน ต้องเรียนรู้ไปจนกว่าจะมั่นใจในประสิทธิภาพ ต้องใช้ระยะเวลาจึงจะทำให้มั่นใจในประสิทธิภาพของเทคโนโลยีดิจิทัล ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับช่วงอายุ โดยคนรุ่นใหม่จะเข้าใจและเข้าถึงเทคโนโลยีได้มากกว่าคนรุ่นเก่า มีความคาดหวังในประสิทธิภาพสูงกว่าคนรุ่นเก่า ดังนั้น ต้องมีสื่อและสิ่งจูงใจที่ดึงดูดผู้ใช้ให้เข้าใช้งานและมีอิทธิพลต่อการชักจูงให้คนรุ่นเก่าหันมาใช้เทคโนโลยี เทคโนโลยีเป็นนวัตกรรมที่สำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของพนักงาน พนักงานมักจะคาดหวังการทำงานได้ตลอด 24 ชั่วโมง สามารถทำงานจากที่บ้านได้ งานเสร็จได้เร็วขึ้น งานถูกต้อง สมบูรณ์ ประมวลผลเร็ว ไม่มีข้อผิดพลาด ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีดังนี้

“ใช้ในการทำงานผ่านอินเทอร์เน็ตได้เป็นอย่างดี บางครั้งอาจไม่ใช่ Topic ที่ตนเองสนใจ เป็นนิสัยส่วนบุคคล คาดหวังว่าเทคโนโลยีจะช่วยในการทำงานได้ดีขึ้น ประหยัดเวลา ถ้าเป็น Topic ที่ตนเองสนใจจะหาข้อมูลเองเรียนรู้เอง” (Sup2 นามสมมติ, 2562)

“คนมักติดการทำงานและเก็บข้อมูลแบบ Offline เมื่อต้องเริ่มเปลี่ยนมา Access เก็บข้อมูลบน Cloud Based จะหาข้อมูลก่อน มีความคาดหวังว่า Cloud จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ แต่ต้องเรียนรู้ไปเรื่อย ๆ ใช้ระยะเวลาจนมั่นใจว่าใช้งานได้ดี” (Sup3 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานจะคาดหวังในสื่อและกิจกรรมบน E-Learning ถ้ามีภาพ วิดีโอ การทำข้อสอบ การมีกิจกรรมที่หลากหลาย ทำให้เทคโนโลยีนั้นน่าสนใจยิ่งขึ้น เป็นประสิทธิภาพของสื่อและกิจกรรมที่จูงใจให้พนักงานเกิดความตั้งใจในการใช้งานได้” (Hot1 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานที่เป็นคนรุ่นใหม่ไม่ค่อยมีปัญหา มีพื้นฐานด้านเทคโนโลยีอยู่แล้ว มีปัญหาเกี่ยวกับคนรุ่นเก่า ที่มีพื้นฐานด้านเทคโนโลยีน้อย มีความคาดหวังสูงว่าเทคโนโลยีที่นำเข้ามาประยุกต์ใช้จะต้องมีประสิทธิภาพ ถ้าใช้แล้ว ประสิทธิภาพไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง จะเกิดการแอนตี้ไม่ยอมรับเทคโนโลยีนั้น คนรุ่นใหม่จะปรับตัว ค่อย ๆ ศึกษา จนเกิดความคุ้นเคย และสามารถใช้งานได้คล่องในที่สุด” (Hot2 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานมีการยอมรับเทคโนโลยีมาก นวัตกรรมเป็นสิ่งสำคัญ ช่วยองค์กร ได้ เพิ่ม Productivity ของงาน ความคาดหวังในประสิทธิภาพมาก Online 24 ชั่วโมง ใช้งานจากที่บ้านได้ Vacation อยู่สามารถตอบงานได้ มี System ที่ดี เชื่อมต่ออุปกรณ์ได้มาก” (Hot3 นามสมมติ, 2562)

“ความคาดหวังในประสิทธิภาพ คาดหวังมากกว่าจะช่วยให้งานถูกต้อง สมบูรณ์ ประมวลผลเร็ว ไม่มีข้อผิดพลาด ต้องช่วยได้ทุกแง่มุม ในการลด Man Power รวดเร็วขึ้นและสะดวกมากขึ้น ช่วยในทุกแผนกทั้งบัญชี F&B การขาย ราคาขาย Cost การสร้างโปรแกรมใหม่ ๆ ” (Hot4 นามสมมติ, 2562)

“ถ้ามีการ Update ยอมรับได้ คาดหวังต่อทุกเรื่อง ประสิทธิภาพต้องไม่ ต่ำกว่าโปรแกรมเดิม ทำงานได้มากขึ้น ถ้าประสิทธิภาพดีจะเกิดความ ตั้งใจในการใช้งาน” (Ven1 นามสมมติ, 2562)

“ถ้าช่วยให้การทำงานดีขึ้นก็ยอมรับ ถ้า Complicate ไป ค่าใช้จ่ายสูง หรือไม่จำเป็น จะยังไม่ใช้ ขึ้นกับการลงทุนในเทคโนโลยีนั้นจะคุ้มค่าไหม

คาดหวังใน Performance ว่าจะช่วยงานได้ดี แต่ถ้าไม่ General อาจจะไม่ Work” (MIC1 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานสามารถยอมรับเทคโนโลยี เติบโตในสิ่งที่ขาด นวัตกรรมใหม่ ใช้เทคโนโลยีสอดแทรก คาดหวังว่าถ้านำไปใช้จะช่วยให้ออกมาดี พนักงานส่วนใหญ่อายุน้อย เป็นคน Gen Z ชอบที่จะเรียนรู้ แสวงหาความรู้ด้วยตนเอง เมื่อพบว่าอะไรน่าสนใจจะรีบศึกษาและนำไปเอามาเสนอ และมุ่งมั่นศึกษาต่ออย่างจริงจัง จนมั่นใจว่านำมาใช้กับการทำงานได้ดี เป็นความตั้งใจต่อการใช้งานเทคโนโลยี” (MIC2 นามสมมติ, 2562)

“Internet ต้องเร็ว คอมพิวเตอร์ต้องเสถียร Software เฉพาะทางต้องพร้อมรองรับ บัญชี ใช้เทคโนโลยีควบคุม รูดรายรับ - รายจ่าย เก็บข้อมูลทุกอย่างเพื่อ Report ได้ บัญชีมีโปรแกรม Support คนจบตรงสามารถ Access ได้ เมื่อนำเทคโนโลยีอะไรเข้ามาใช้ ย่อมคาดหวังว่าเทคโนโลยีนั้นจะทำงานได้เป็นอย่างดี ตอบโจทย์การทำงานที่ต้องการได้เป็นอย่างดี” (MIC4 นามสมมติ, 2562)

“ทุกคนที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมไม่ยอมรับเทคโนโลยีไม่มากนักน้อย บางบริษัทได้รับอิทธิพลจากพนักงานรุ่นใหม่ ๆ ที่รับเข้ามาเนี่ยแหละ ในการนำเทคโนโลยีมาใช้ ดูกว่า ๆ จากแค่ระบบการพิมพ์ Label (สติ๊กเกอร์ติดหน้าของจดหมาย) รุ่น Dot Matrix ตอนนี้เปลี่ยนมาใช้ Laser Printer แล้ว และเปลี่ยนรูปแบบการส่งแบบ DM เป็น EDM Blast แทน ผมมองว่าเทคโนโลยีจะส่งผลต่อคนรุ่นใหม่ คนรุ่นใหม่ก็จะส่งผลต่อการนำเทคโนโลยีมาใช้ในองค์กร เมื่อมีการเข้ามาใช้ และแสดงให้เห็นแก่ ๆ เห็นว่ามีประโยชน์ ทุ่นเวลา มีประสิทธิภาพ การยอมรับและการพยายามเรียนรู้ก็

ตามมาเอง ทุกคนย่อมคาดหวังประสิทธิภาพในสิ่งใหม่ที่จะนำเข้ามาใช้”
(MIC5 นามสมมติ, 2562)

4.2 ความคาดหวังในความสะดวก

จากการศึกษา พบว่า เทคโนโลยีที่จะนำมาประยุกต์ใช้ในการทำงาน พนักงานจะมีส่วนร่วมในการคัดเลือกเข้ามาใช้งาน โดยประเด็นการคัดเลือกจะพิจารณาจาก หน้าจอการทำงานที่สะดวก ใช้งานง่าย เข้าใจได้ชัดเจน ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ใช้แล้วต้องไม่รู้สึกเบื่อหน่าย กระตุ้นให้เกิดความอยากที่จะใช้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังสามารถทำงานได้ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีดังนี้

“เทคโนโลยีที่จะนำเข้ามาใช้ต้องตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้ในเรื่องความสะดวก เข้าถึงง่าย ไม่ซับซ้อน ทำความเข้าใจได้ง่าย เครื่องมืออยู่ตรงไหนต้องหาเจอ ใช้งานสะดวก หน้าจอสวยสะดุดตา” (Sup2 นามสมมติ, 2562)

“คาดหวังมากในเรื่องของความสะดวก เพราะการใช้เทคโนโลยี ถ้ายุ่งยากมากจะทำให้คนเบื่อหน่าย ไม่อยากใช้ แต่ถ้าใช้งานง่าย สนุกกับการใช้ จะทำให้ใช้ได้ต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน เป็นประโยชน์ต่อการทำงาน” (Sup3 นามสมมติ, 2562)

“ความคาดหวังของพนักงานในการใช้ E-Learning จะต้องเป็นภาษาไทย เพราะพนักงานระดับล่าง ไม่เก่งภาษาอังกฤษ แต่ใน E-Learning เป็นภาษาอังกฤษเป็นส่วนใหญ่ ภาษาไทยไม่ค่อยมี ก็เป็นปัญหากับการใช้งานเหมือนกัน เพราะพนักงานไม่สะดวกในเรื่องภาษา ทำให้ไม่ค่อยอยากใช้” (Hot1 นามสมมติ, 2562)

“สามารถเปิดดูเนื้อหาได้ง่าย ค้นหาเนื้อหาได้จากแอปในโทรศัพท์ มีระบบ Passport ในการทำความดีออนไลน์ ใครเจอให้ตักเครื่องหมายถูก เพื่อสะสมคะแนน ใช้งานง่าย ๆ เข้าใจง่าย ๆ พนักงานจะสนใจ เป็นความคาดหวังของพนักงาน ถ้าใช้งานยาก พนักงานจะไม่ค่อยใช้ เพราะไม่สะดวกเท่าที่ควร” (Hot2 นามสมมติ, 2562)

“Online 24 ชั่วโมง ใช้งานจากที่บ้านได้ Vacation อยู่สามารถตอบงานได้ มี System ที่ดี เชื่อมต่ออุปกรณ์ได้มาก เป็นความสะดวกที่พนักงานคาดว่าจะได้รับจากการใช้งานเทคโนโลยี” (Hot3 นามสมมติ, 2562)

“ความคาดหวังในความสะดวกคือต้องสามารถทำงานได้ทั้งออนไลน์และออฟไลน์” (Hot4 นามสมมติ, 2562)

“เทคโนโลยีต้องช่วยให้งานง่ายขึ้น ถ้านำเทคโนโลยีมาใช้แล้วไม่สะดวก ให้งานยุ่งยากขึ้นกว่าเดิม จะไม่ใช้” (MIC1 นามสมมติ, 2562)

“ความคาดหวังในความสะดวกของโปรแกรมการออกแบบ คือ เมื่อมี Area สามารถ Simulate พื้นที่ ทำให้เห็นข้อจำกัดมากกว่าการจินตนาการพื้นที่เอง เมื่อใส่เฟอร์นิเจอร์อาจทำให้พื้นที่ไม่พอ ถ้าสามารถเห็นพื้นที่ได้จะทำให้งานผิดพลาดน้อยลง” (MIC4 นามสมมติ, 2562)

“คาดหวังในความสะดวก เทคโนโลยีต้องใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน ไม่ยุ่งยาก ถ้าใช้งานยากจะไม่มีคนอยากใช้” (MIC5 นามสมมติ, 2562)

“โปรแกรมที่จะนำเข้ามาใช้ จะให้พนักงานเป็นคนศึกษาคัดเลือกกว่าเป็นอย่างไร ตามใจพนักงานให้อยู่ภายในงบประมาณที่กำหนด พนักงานจะรู้ว่าโปรแกรมที่จะใช้มีประสิทธิภาพเป็นอย่างไร ใช้งานง่ายหรือยุ่งยากเพียงใด ความคาดหวังของพนักงานในเรื่องความสะดวก พนักงานจะเป็นคนคัดเลือก ซึ่งส่วนใหญ่ก็ตรงใจ ใช้งานได้ง่าย ไม่มีปัญหากับการใช้งาน ตอบโจทย์การทำงานได้เป็นอย่างดี” (MIC12 นามสมมติ, 2562)

4.3 อิทธิพลทางสังคม

จากการศึกษา พบว่า ผู้บริหารมีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของพนักงาน บุคคลรอบข้างช่วยกระตุ้นให้เกิดการใช้เทคโนโลยี เพื่อนร่วมงานจะคอยช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ให้กำลังใจกัน ทุกคนมีส่วนให้คำแนะนำในการเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ผู้บริหารเป็นผู้ที่ให้การสนับสนุนในเรื่องของงบประมาณ ความรู้ในการใช้งานมาจากแผนกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะแผนกไอทีที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงในการศึกษาความต้องการของพนักงานในแผนกต่าง ๆ ที่ต้องการใช้ระบบงานหรือเทคโนโลยี แล้วสรุปผลออกมาแนะนำเสนอเป็นทางออกในการตัดสินใจลงทุนของผู้บริหาร เพื่อนร่วมงานจะคอยให้ความช่วยเหลือกัน คนเก่งจะคอยช่วยเหลือคนที่ยังทำไม่ได้ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีดังนี้

“ผู้บริหารมีอิทธิพลมาก เป็นการยอมรับของทุกคน ถ้าไม่ยอมรับจะกระทบกับ Performance ของโรงแรม ต้อง Drive ให้เข้าไปเรียนให้ครบ ทุกคนต้องเข้าไปทำ ไม่มีปัจจัยจูงใจเท่าไร เหมือนเป็นการ Force โดยใช้ผลประโยชน์ของทางโรงแรมมาบังคับให้เข้าไปเรียนรู้” (Hot1 นามสมมติ, 2562)

“เพื่อน หัวหน้า ลูกน้อง มีส่วนกระตุ้นให้ใช้เทคโนโลยี จัดเวลาให้มาเรียน กับฝ่ายฝึกอบรม หัวหน้าต้อง Manage เวลาให้กับลูกน้องในแผนก เข้าร่วมอบรมจนครบทุกคน” (Hot2 นามสมมติ, 2562)

“อิทธิพลทางสังคมมีส่วนช่วย Support เรื่องเทคโนโลยีได้มากที่สุด เพื่อน ร่วมงานในแผนกจะคอยช่วยเหลือกันและกัน เวลามีปัญหาคนเก่งจะช่วย สอนคนที่ยังทำไม่ได้ให้มีพัฒนาการที่ดีขึ้น มีความชำนาญมากขึ้น” (Hot3 นามสมมติ, 2562)

“หัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน มีส่วนช่วยสนับสนุน การใช้งานจะยากในช่วงแรก และจะง่ายในภายหลัง คอยแบ่งปัน สนับสนุน ให้กำลังใจกันและกัน สิ่งที่ยากก็จะกลายเป็นสิ่งที่ย่างในที่สุด” (Hot5 นามสมมติ, 2562)

“การพิจารณาตัดสินใจนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้พิจารณาจากหลาย ๆ ส่วน ดูจากราคา รูปแบบ ลักษณะการใช้ คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้ ดูจากการรีวิว การใช้งานของคนอื่นที่ใช้งานในลักษณะเดียวกัน มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้หรือไม่ใช้ Budget ก็สำคัญ ถ้าลงทุนสูงผลตอบแทนอาจไม่คุ้มค่า ต้องพิจารณาให้ดี” (Ven3 นามสมมติ, 2562)

“ส่วนใหญ่เป็นนโยบายมาจากผู้บริหาร ที่ให้ความสำคัญกับการลงทุนในเรื่องของเทคโนโลยี ผู้บริหารจะบอกกล่าวกับพนักงานว่าจะมีการนำโปรแกรมหรือระบบงานอะไรมาใช้” (Ven4 นามสมมติ, 2562)

“บุคคลอื่นมีส่วนร่วมมากในการแนะนำให้ใช้เทคโนโลยี ทั้งหัวหน้า เพื่อน ร่วมงาน ผู้บริหาร และ Partner ทางธุรกิจ รวมถึงบริษัท PCO ที่แนะนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการจัดงานด้วย” (MIC1 นามสมมติ, 2562)

“ผู้บริหารให้การสนับสนุนด้านงบประมาณการจัดซื้อ อิทธิพลทางสังคมไม่ค่อยมีผล ใช้ตามความถนัดของตนเอง ใช้สิ่งที่คล่องอยู่แล้ว ถ้าเริ่มใหม่อาจใช้เวลามากเกินไป ใช้งานไม่ทัน เพื่อนร่วมงานอาจให้คำแนะนำบ้างเวลาติดปัญหา” (MIC3 นามสมมติ, 2562)

“Convince มาก เอาความไม่สะดวกต่าง ๆ มาขงให้ผู้บริหาร ต้อง Lobby หลายหน่วยงานมาก โดยเฉพาะแผนกไอที ด้านเทคโนโลยีต้องลงทุนสูง แต่มีความคุ้มค่า” (MIC5 นามสมมติ, 2562)

“ผู้บริหารมีส่วนสำคัญที่ผลักดันให้เกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีอย่าง E-Library ถ้าคนจ่ายเงินพัฒนาไม่เห็นด้วย มันก็ไม่เกิดไม่เติบโต อาจทำให้งาน Motor Show ไม่เกิดเลยก็ได้ ถ้าผู้บริหารไม่เห็นคุณค่า มองว่าไม่คุ้มค่ากับการลงทุน หน่วยงานสนับสนุนก็มีส่วนสนับสนุนให้ใช้งานได้ดี แผนกไอทีต้อง Support เมื่อระบบล่ม ระบบงานมีปัญหา พนักงานจะมีการแบ่งปันข้อมูลกัน นำข้อมูลที่มีมาต่อยอดได้” (MIC6 นามสมมติ, 2562)

4.4 สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการศึกษา พบว่า สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในการทำงานแบบออนไลน์ รองรับการดำเนินงานบนอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในองค์กรเป็นเรื่องสำคัญที่สุด สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกมุ่งเน้นไปที่ความเร็วและความเสถียรของการใช้งานระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก ปัจจัยด้านภาษาก็เป็นสิ่งสำคัญ ต้องพัฒนาให้พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับภาษาอังกฤษด้วย นอกจากนี้ ยังต้องสนับสนุนในเรื่องอุปกรณ์การเข้าถึงการใช้เทคโนโลยีอย่างคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ หรือ Tablet ด้วย ถ้ามองในภาพกว้างต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวกในเรื่องของการพัฒนาโครงข่ายการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงการขนส่งต้อง
 เชื่อมต่อการเดินทางให้สะดวกในทุกภูมิภาค ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีดังนี้

“ต้องมีการลงทุนในเรื่องของโครงสร้างพื้นฐานเพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับ
 เทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่จะนำเข้ามาใช้กับ 10 อุตสาหกรรม S Curve
 โดยเฉพาะในเรื่องของการทำงานแบบออนไลน์ ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญมาก
 อินเทอร์เน็ตจะต้องเสถียร ใช้งานได้ดี ความเร็วต้องรองรับการรับส่ง
 Content ที่เป็นภาพเคลื่อนไหวหรือวิดีโอได้อย่างรวดเร็ว การขนส่งคน
 และสินค้าและบริการต้องพัฒนาโครงข่ายการเชื่อมต่อการเดินทางให้มี
 ความสะดวกในการขนส่ง เป็นสิ่งที่ต้องลงทุนเพื่อสร้างศักยภาพของ
 ประเทศให้เกิดการยอมรับในเรื่องการจัดงานต่าง ๆ ทั่วทุกภูมิภาค”
 (Sup1 นามสมมติ, 2562)

“มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้เข้าไปใช้งาน มีคอมพิวเตอร์ให้เป็น Self
 Service Center รองรับการทำงานบนมือถือ มีระบบอินเทอร์เน็ตความเร็ว
 สูงรองรับการใช้งาน E-Learning” (Hot1 นามสมมติ, 2562)

“ต้องมีอินเทอร์เน็ตที่ดี ให้เข้าไปใช้งานได้ตลอดเวลา แต่ห้ามใช้ต่อหน้า
 ลูกค้า” (Hot2 นามสมมติ, 2562)

“ในการทำงาน Internet ต้องโอเค มี Access Point Support หลายจุด
 เพื่อให้สามารถเข้าถึงและใช้งานได้จากหลายที่ในทำงาน ความเร็วต้องดี
 ไม่ล้งท้ายด้วยเน็ตหลุด ใช้งานต่อไม่ได้ ” (Hot3 นามสมมติ, 2562)

“ระบบสนับสนุนอำนวยความสะดวกต้องดี จึงจะสนับสนุนให้ผู้ใช้ใช้งานได้สะดวก อาจมีข้อจำกัดเรื่องภาษาในการใช้งานบ้าง เพราะคนในพื้นที่ไม่เก่งภาษาอังกฤษ อาจต้องพัฒนาองค์ความรู้เหล่านี้ เพื่อให้พนักงานเข้าใจระบบงานมากขึ้น” (Hot4 นามสมมติ, 2562)

“สนับสนุนในเรื่องของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ต้องมีความเร็วสูงมากพอให้สืบค้นข้อมูล และมี Access Point หลายจุด เพื่อให้เข้าถึงได้จากทุกที่ในตึก” (MIC2 นามสมมติ, 2562)

“ใช้ออนไลน์เป็นหลัก ถ้าเน็ตพัง ล่ม Wi-Fi ใช้ไม่ได้ มีบ้าง แต่ถ้าเป็นเน็ตมือถือโอเค ลัดส่วนในการใช้พอ ๆ กัน 50-50” (MIC4 นามสมมติ, 2562)

4.5 ความตั้งใจในการใช้งาน

จากการศึกษา พบว่า หากเทคโนโลยีที่จะนำเข้ามาใช้มีประสิทธิภาพ มีความสะดวก และได้รับการสนับสนุนจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง จะทำให้พนักงานมีความตั้งใจในการใช้งาน เกิดการเรียนรู้ ทดลองใช้ ตามมา นอกจากนี้ยังเกิดจากทัศนคติส่วนบุคคลและอายุด้วย ถ้าอายุยังน้อยจะมีเวลาไหลบ่า เล่นเกมบ้าง แต่สามารถทำงานให้สำเร็จได้ตามเวลาที่กำหนด โดยในช่วงแรก การเริ่มต้นใช้งาน ต้องมีการกระตุ้นให้เกิดการใช้บ้าง เมื่อพนักงานรับรู้แล้วว่าใช้งานง่าย มีความสะดวกจะทำให้เกิดความตั้งใจมากขึ้น ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีดังนี้

“บางคนชอบเรียน มีมาถามว่าจะเปิด Course ใหม่เมื่อไหร่ เรื่องของความตั้งใจในการใช้งานขึ้นกับตัวคน ความชอบ ไม่ชอบ สนใจ ไม่สนใจ เป็นทัศนคติส่วนบุคคล แต่ทั้งหมดจะถูก Force ให้เข้าใช้งาน และมีการประเมินผลการใช้ทุกครั้ง ทำให้ถูกบังคับให้ตั้งใจใช้งาน เพราะเป็นเชิงนโยบาย” (Hot1 นามสมมติ, 2562)

“แรก ๆ จะให้เริ่มใช้งานเป็นสิ่งที่ยากมาก ต้องมีการกระตุ้นให้ใช้บ้าง กระตุ้นให้ใช้บ่อย ๆ จะเกิดความเคยชิน ทำให้ใช้บ่อยขึ้น” (Hot2 นามสมมติ, 2562)

“มีความตั้งใจมากในการใช้งาน เพราะใช้งานง่าย” (Hot3 นามสมมติ, 2562)

“ทุกแผนกมีโปรแกรมใช้งาน ทำงานต้องตั้งใจใช้ ยังไม่มี Negative อาจมี ปัญหาในเรื่องของภาษา” (Hot4 นามสมมติ, 2562)

“ถ้าพนักงานรับรู้ว่าจะระบบที่ใช้มีประสิทธิภาพ มีการใช้งานที่ง่าย มีผู้ใช้หลายคนให้คำปรึกษาแนะนำการทำงาน จะทำให้เกิดความตั้งใจในการใช้งาน” (Hot6 นามสมมติ, 2562)

“เทคโนโลยีถ้าใช้งานง่าย จะเกิดความตั้งใจในการใช้งาน” (Ven1 นามสมมติ, 2562)

“ถ้าพนักงานสังเกตเห็นความมีประสิทธิภาพของตัวเทคโนโลยี เห็นว่าเทคโนโลยีนั้นใช้งานง่าย ผู้บริหารให้ความสนใจในการลงทุน มีแนวโน้มที่ดี โปรแกรมมีความน่าเชื่อถือ มีผู้ใช้เป็นจำนวนมาก จะทำให้เกิดการยอมรับ และเกิดความตั้งใจที่จะใช้งานเทคโนโลยีนั้น จุดเริ่มต้นอาจต้องกระตุ้นบ้าง เพราะความไม่คุ้นเคย แต่พอใช้งานไปสักพักแล้วจะคุ้นเคย เกิดความเคยชิน และตั้งใจใช้อย่างต่อเนื่อง” (Ven4 นามสมมติ, 2562)

“ความตั้งใจในการใช้งานของพนักงาน ต้องมีการกระตุ้นบ้าง เล่นเกมส์บ้าง เพลิดเพลินบ้าง แต่มีการควบคุมตนเองได้ดี ถึงเวลาเล่นก็เล่น สมควรแก่เวลา ก็เลิก มีความตั้งใจในระดับที่รับได้” (MIC3 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานมีความรับผิดชอบในงาน ความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยี บังคับกันไม่ได้ ถึงเวลาพักก็ต้องพัก คิดงานไม่ออก ความคิดไม่แล่น ก็ต้องพักก่อน เมื่อผ่อนคลายแล้วสมองปลอดโปร่ง งานก็จะเดินได้ดี ความตั้งใจมีอยู่แล้ว แต่ต้องใช้ให้ถูกเวลา” (MIC7 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานจะมีความตั้งใจในการใช้งานก็ต่อเมื่อเห็นคุณค่าของเทคโนโลยี มีความสุขกับการใช้งาน เห็นว่าถ้าใช้งานแล้วเกิดประโยชน์ มีประสิทธิภาพ ถ้าเกิดว่าไม่อยู่ในอารมณ์ที่เหมาะสมกับการทำงานจะบังคับไม่ได้เด็ดขาด ความตั้งใจจะเกิดขึ้นเอง ถ้าพนักงานมีความสุขกับการทำงาน” (MIC9 นามสมมติ, 2562)

4.6 พฤติกรรมการใช้

จากการศึกษา พบว่า บางองค์การพนักงานจะถูกบังคับให้เข้าใช้งานเทคโนโลยีที่เตรียมไว้ และมีการประเมินผลทุกครั้ง เพื่อให้เกิดการใช้งานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งพนักงานส่วนใหญ่ให้ความสนใจ และเห็นด้วยกับการใช้งานเทคโนโลยี ความตั้งใจในการใช้งาน และสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวก ทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้อย่างต่อเนื่อง พนักงานสามารถยอมรับและนำเทคโนโลยีมาใช้งานได้เป็นอย่างดี เมื่อใช้งานอย่างต่อเนื่องแล้วจะทำให้เกิดความคล่องแคล่วในการใช้งาน เกิดเป็นความเคยชิน และสามารถนำมาต่อยอดโดยใช้อุปกรณ์ใหม่ ๆ เพิ่มเติมได้ด้วย ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีดังนี้

“ทั้งหมดจะถูก Force ให้เข้าใช้งาน และมีการประเมินผลการใช้ทุกครั้ง ทำให้ถูกบังคับให้ตั้งใจใช้งาน เพราะเป็นเชิงนโยบาย ทำให้เกิดการใช้งาน เทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง” (Hot1 นามสมมติ, 2562)

“แรก ๆ จะให้เริ่มใช้งานเป็นสิ่งที่ยากมาก ต้องมีการกระตุ้นให้ใช้บ้าง กระตุ้นให้ใช้บ่อย ๆ จะเกิดความเคยชิน ทำให้ใช้บ่อยขึ้น” (Hot2 นามสมมติ, 2562)

“มีความตั้งใจมากในการใช้งาน เพราะใช้งานง่าย ทำให้เกิดพฤติกรรมการ ใช้งาน” (Hot3 นามสมมติ, 2562)

“ทุกแผนกมีโปรแกรมใช้งาน ทำงานต้องตั้งใจใช้ ยังไม่มี Negative อาจจะมีปัญหาในเรื่องของภาษา แต่ทุกคนเห็นด้วย ลุดท้ายก็ต้องใช้อยู่ดี ถึงแม้ว่า จะใช้งานยาก พนักงานเห็นด้วยว่าควรทำให้ใช้งานง่ายขึ้น” (Hot5 นามสมมติ, 2562)

“สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกทำงานได้ดี ไม่มีปัญหาต่อการใช้งาน ทำให้ เกิดการใช้งานอย่างต่อเนื่อง” (MIC1 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานสามารถยอมรับเทคโนโลยี เต็มเต็มในสิ่งที่ขาด นำนวัตกรรมใหม่ ทางด้านเทคโนโลยีมาใช้สอดแทรกกับการทำงาน ใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง” (MIC2 นามสมมติ, 2562)

“ความตั้งใจในการใช้งาน ทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลทำให้เกิดความคุ้นเคย และเป็นมืออาชีพในการใช้งานเทคโนโลยีนั้น สามารถถ่ายทอดความรู้ให้กับคนที่สนใจ สอนงานให้เพื่อนร่วมงานได้”
(MIC4 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานที่ใช้เทคโนโลยีได้คล่องแคล่ว จะแสวงหาอุปกรณ์ใหม่ ๆ มาใช้งาน ส่งเสริมการใช้งานของตนเองให้คล่องมากกว่าเดิม” (MIC5 นามสมมติ, 2562)

“ระบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในหน่วยงานที่ดี ทำให้พนักงานทำงานได้อย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการใช้เทคโนโลยีได้อย่างต่อเนื่อง เป็นพฤติกรรมการใช้ที่เกิดจากสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดี” (MIC6 นามสมมติ, 2562)

5. องค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

จากการศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ พบว่า มีองค์ประกอบใน 2 มิติ ประกอบด้วย 1) พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว และ 2) พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม สามารถนำเสนอรายละเอียดผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1 พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว

จากผลการศึกษา พบว่า มีการนำนวัตกรรมใหม่เข้ามาแทนที่ ทำให้กระบวนการทำงานเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม พนักงานเกิดความใส่ใจในงานมากกว่าเดิม พฤติกรรมของพนักงานเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีเกิดจากความคาดหวังในประสิทธิภาพ และความคาดหวังในความสะดวกของเทคโนโลยีที่จะนำเข้ามาใช้ อิทธิพลทางสังคมที่เกิดจากผู้บริหารสนับสนุนงบประมาณการลงทุนในการจัดหาเทคโนโลยีใหม่เข้ามาใช้งาน หัวหน้างานตรวจเช็คแล้วว่าเป็นเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการนำมาใช้งาน และเพื่อนร่วมงานที่ให้การสนับสนุนช่วยเหลือเมื่อประสบปัญหาในการใช้เทคโนโลยี รวมถึงการแสวงหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ช่วยให้การนำ

เทคโนโลยีมาใช้นั้นมีความสะดวกมากขึ้น ทำให้เกิดความตั้งใจในการหาเทคโนโลยีที่สนใจมาทดลองใช้ และในท้ายที่สุดก็จะทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้ โดยอาจเป็นการทดลองใช้ก่อน ทั้งนี้อาจจะมีค่าใช้จ่ายในการใช้งานหรือไม่ก็ได้ แต่ถ้าใช้แล้วมีความพึงพอใจก็จะใช้งานต่อไปแต่ถ้าไม่เกิดความพึงพอใจ ก็จะหยุดใช้และหาเทคโนโลยีอื่น ๆ ที่มีความเหมาะสมมาใช้ในการทำงานต่อไป โดยพฤติกรรมการใช้นี้ ในช่วงแรกจะเป็นการปฏิบัติตามที่คนอื่นทำตามกันมาก่อน ใส่ใจกับรายละเอียดไม่ข้ามขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่ง เพราะกลัวว่าจะเกิดความผิดพลาดในการใช้งาน ผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้งานต้องเป็นไปตามมาตรฐานที่วางไว้ เป็นพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัวในช่วงแรกที่รับเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้ในการทำงาน ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

“Job Function บางอย่างมันหายไป พฤติกรรมคนจะเปลี่ยน ใช้ มีการนำ Innovation มาใช้แทนที่ อาจจะต้องเปลี่ยนกระบวนการทำงาน เช่น ระบบ Check in โขว์ QR Code ใช้ Event Application ดาวน์โหลด ข้อมูล Agenda ต่าง ๆ อย่ง TCEB เองจะมี Biz Connect เป็น Application ให้ใช้ฟรี ภาครัฐจะมี Zip Event เป็น Application ของ ภาครัฐ พฤติกรรมของพนักงานในอุตสาหกรรมจะเริ่มปรับตัวหันมาใช้ Application มากขึ้น แทนที่จะเข้าไปดูข้อมูลบนเว็บไซต์” (Sup1 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานใช้ Google Calendar ทำตารางนัดหมาย ก่อนหน้านี้ใช้ระบบ Manual เขียนบนปฏิทิน มีการหาแอปมาใช้เพิ่มเติม อาจติดปัญหาเรื่อง Hardware บ้าง แต่พนักงานปรับตัวได้ดี พนักงานศึกษาต่อเองได้ผ่าน Case ค้นคว้าหาข้อมูลใหม่ ๆ เกิดนวัตกรรมใหม่ได้ผ่าน Google” (Sup3 นามสมมติ, 2562)

“เกิดความใส่ใจในการใช้งานมากขึ้นจากการปรับตัว Train ให้เข้าใจกับระบบใหม่ ถ้ามีปัญหาเราสามารถ Support ได้ อาจเกิดความไม่เคยชิน แต่ต้องเรียนรู้และปรับตัวให้ได้” (Hot1 นามสมมติ, 2562)

“พฤติกรรมของพนักงานเปลี่ยนแปลง ทำงานร่วมกันได้เร็วขึ้น การปรับตัวต้องใช้เวลา เนื่องจากพื้นฐานความรู้ อายุ ทักษะของคน บางทีอาจมีการต่อต้านจากพนักงานบ้าง แต่ก็ยอมรับได้ในภายหลัง เพราะพนักงานคนอื่นยอมรับการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงได้” (Hot2 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานมีการปรับตัว โดยดูตัวอย่างการทำงานออนไลน์ของคนที่ทำได้แล้วนำมาปรับใช้ เริ่มแรกอาจขลุกขลักบ้าง แต่พอนานไปจะเกิดความคุ้นเคย” (Hot3 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพิ่มมากขึ้น มีพนักงานบางส่วนยังไม่ทันเรื่องเทคโนโลยี มีเวลาในการเรียนรู้โลกภายนอก หาข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องงานมาช่วย Support ได้มากขึ้น” (Hot4 นามสมมติ, 2562)

“OK ในการใช้เทคโนโลยีในการทำงานเป็นพฤติกรรมการปรับเปลี่ยนที่ดี มอง End Result ให้ได้ผลลัพธ์การทำงานที่ดีเพียงพอ” (Ven1 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานเกิดจากปรับตัว สามารถนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ได้ แต่ต้องใช้เวลาในการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่” (MIC1 นามสมมติ, 2562)

“สถานการณ์บังคับ ในเรื่องยุคสมัย ต้องปรับตัวและเปลี่ยนแปลง เพื่อความอยู่รอด เราต้องการให้เป็นและเค้ายอมรับ เข้าใจ และเกิดความภูมิใจในสิ่งที่ทำ จากโอเดียตนเอง เชิดชูยกย่องโอเดียที่ดี พนักงานปรับตัวมากทั้งด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม” (MIC2 นามสมมติ, 2562)

“การปรับตัวต้องเกิดจากการปล่อยงานให้คิด เกิดปัญหาในช่วงแรกบ้าง เพราะคิดงานไม่ออก แต่แก้ไขโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย เกิดการปรับตัว อาจเกิดจากการกดดันให้ทำ ให้ฝึกทำด้วยตนเอง” (MIC4 นามสมมติ, 2562)

“บุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์มีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ในการปรับตัวค่อนข้างสูง เพราะในทุกครั้งของการจัดงานจะมีอะไรใหม่ ๆ ออกมา นำเสนอลูกค้าอยู่ตลอดเวลา ลูกค้าเองก็อยากจะได้รับ หรือมีประสบการณ์อะไรใหม่ ๆ อยู่แล้วด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ลูกค้าในกลุ่ม Incentive Travel บุคลากรในกลุ่มนี้ก็มีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ตลอดเวลาทั้งความคิดและคำพูด” (MIC5 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานมีพฤติกรรมปรับตัวดีขึ้นจากเดิม แก้ปัญหาเดิม ๆ ได้ การใช้เทคโนโลยี คาดหวังความคุ้มค่าในการลงทุน ต้องได้ผลตอบแทนที่ดี พนักงานหันมาใช้เทคโนโลยีมากขึ้น” (MIC6 นามสมมติ, 2562)

5.2 พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม

จากผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม จะเกิดขึ้นกับพนักงานบางคนเท่านั้น ช่วยให้การงานเกิดประสิทธิภาพ ลดข้อผิดพลาดในการทำงานได้ เช่น การนำเทคโนโลยีทางการสื่อสารมาใช้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการติดต่อสื่อสาร ลดข้อผิดพลาดในการทำงาน

ให้ Feedback เพิ่มมากขึ้น ช่วยลดระยะเวลาในการทำงานได้ ทั้งนี้ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมจะพบได้ยาก ต้องอาศัยประสบการณ์ในการทำงาน ดังนั้น พฤติกรรมนี้จะเกิดภายหลังจากพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว กล่าวคือ หลังจากเริ่มใช้เทคโนโลยีใหม่จนเกิดความชำนาญแล้วจะเกิดการสร้างวิธีการใช้งานเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นออกไป ทำให้เกิดการ ทำงานแบบนอกรอบหรือเปลี่ยนแปลงกรอบการทำงานใหม่ ไม่ยึดติดกับกรอบการทำงานเดิมที่ปฏิบัติต่อกันมา ทำให้การทำงานเร็วขึ้น ข้อผิดพลาดลดลง เกิดความท้าทายใหม่ในการทำงาน ยอมเสี่ยงเพื่อให้ได้ผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น ยอมรับผลดีผลเสียของสิ่งที่จะตามมาได้ ทั้งนี้ผลที่ได้เกิดจากการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีเป็นระยะเวลาานาน หลายหน่วยงานมองว่าพนักงานของตนเองยังไม่มีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ในด้านนี้มากนัก ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

“มีการสร้างนวัตกรรมเชิงพฤติกรรมใหม่ ๆ กับบางคน เทคโนโลยีใช้กับการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ลดความผิดพลาดในการทำงานได้ เช่น การใช้ Line Group เพื่อ Communicate กับพนักงานเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าได้ก็เปอร์เซ็นต์แล้ว ต้องปรับปรุงพฤติกรรมอย่างไรให้มีความรอบคอบมากขึ้น เช่น คะแนนความสะอาดห้องพักต้องปรับให้คะแนนดีขึ้น” (Hot1 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานมีการแสดงพฤติกรรมในการนำเสนอ จากเดิมไม่ค่อยมี Feedback ก็มีเพิ่มมากขึ้น มีบางส่วนใช้กับงานออกแบบ เช่น Graphic Design ออกแบบงาน Back Drop ทำให้สร้างนวัตกรรมการออกแบบผลงานได้” (Hot2 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานเปลี่ยนพฤติกรรมมาทำงานแบบออนไลน์มากขึ้น เสาร์-อาทิตย์ทำงานที่บ้านได้ ตอบอีเมล Work from Home สุขภาพจิตดีขึ้น เข้าระบบของโรงแรมได้จากที่บ้าน ตอบโจทย์การทำงานได้รวดเร็วขึ้น ทำให้มีเวลา

คิดอะไรใหม่ ๆ มากขึ้น มองเป็นเรื่องของการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากกว่าการคิดแนวทางใหม่” (Hot3 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานสามารถพัฒนาสูตรเครื่องดื่มใหม่ ๆ จากการหาข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต” (Hot4 นามสมมติ, 2562)

“ถ้าเป็นด้านนวัตกรรมยังไม่พบมากนัก” (MIC1 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานที่เป็นคนรุ่นใหม่ สามารถสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ได้จากการนำแนวคิดแบบเดิมที่เคยใช้แล้วมาต่อยอด เกิดเป็นแนวคิดใหม่ ใช้กับงานใหม่ ทำให้เกิดการยอมรับจากลูกค้าได้” (MIC2 นามสมมติ, 2562)

“ถ้าเป็นด้านนวัตกรรม ส่วนใหญ่พบยาก ต้องอาศัย Experience ในการทำงาน เช่น การหาข้อมูลใน Pinterest ให้ได้ภาพที่ต้องการ ต้องมีความรู้ด้านเทคโนโลยีประกอบ” (MIC4 นามสมมติ, 2562)

“พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ในด้านนี้ยังไม่มี” (MIC5 นามสมมติ, 2562)

“ระยะเวลาทำให้พนักงานลดขั้นตอนในการทำงานลง จากประสบการณ์ในการจัด Motor Expo มาหลายปี ทำให้ขั้นตอนบางอย่างลดได้ พนักงานทำงานได้เร็วขึ้น เกิดการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการทำงาน ได้ผลงานที่ประสิทธิภาพ” (MIC6 นามสมมติ, 2562)

6. ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีส่งผลต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

จากการศึกษา พบว่า ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีจะส่งผลต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ก็ต่อเมื่อผู้บริหารเห็นคุณค่าของเทคโนโลยี และเกิดการลงทุนนำเทคโนโลยีนั้นมาใช้กับหน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ถ้าไม่เกิดการลงทุนก็จะไม่เกิดประโยชน์ต่อการทำงาน หน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์จะย่ำอยู่กับที่ ไม่พัฒนาไปไหน องค์กรไม่ก้าวหน้า พนักงานที่เป็นคนรุ่นใหม่ จะเป็นคนนำความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ในองค์กร ทั้งเทคโนโลยีที่ใช้กับงานพื้นฐาน เทคโนโลยีที่ใช้กับงานเฉพาะด้าน และเทคโนโลยีที่ใช้กับงานในอุตสาหกรรมไมซ์โดยตรง ทำให้เกิดรูปแบบการทำงานทุกที่ ทุกเวลา ลดข้อจำกัดในการทำงาน ดังนั้น ถ้าผู้บริหารหน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์เล็งเห็นความคุ้มค่าของการใช้เทคโนโลยีแล้ว ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีย่อมส่งผลต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีอย่างแน่นอน ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

“ถ้าพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีแล้ว แต่หน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไม่เห็นความคุ้มค่า ไม่ลงทุนนำมาใช้ก็จะไม่เกิดประโยชน์ พนักงานก็จะไม่ได้ใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาองค์กรให้ก้าวหน้า” (Sup1 นามสมมติ, 2562)

“ถ้ามีความรู้ Basic พื้นฐาน จะใช้งานได้ดี สืบค้นได้ ทำให้เกิดการยอมรับ ถ้าไม่คุ้นเคยกับระบบ อาจจะไม่ได้ผลงานที่ดี เป็น Behavior ส่วนบุคคล” (Sup2 นามสมมติ, 2562)

“ต้องใช้ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ต้องเชื่อมโยงกัน ทาง GM เริ่มใช้การเปลี่ยนจาก Offline มาเป็น Online ทำให้เกิดความเชื่อมโยงมากขึ้น ให้นักศึกษาฝึกงานแชนร์ไอเดียเกี่ยวกับเทคโนโลยี” (Sup3 นามสมมติ, 2562)

“มีความสัมพันธ์กัน โปรแกรมต่าง ๆ มี Detail เยอะ ต้องเรียนรู้ ถ้าไม่มีความรู้เรื่องเทคโนโลยีจะไม่สามารถทำงานได้ ถ้ามีความรู้เรื่องเทคโนโลยีจะทำงานที่ไหนก็ได้” (Hot1 นามสมมติ, 2562)

“มีความสัมพันธ์กัน ลด Paper ได้เยอะ เร็วขึ้น พนักงานทำงานได้ดีขึ้น ส่งประกาศทาง Line กลุ่ม ดีกว่าปิดประกาศที่บอร์ด มี Line กลุ่มย่อย และรวมทั้งโรงแรม” (Hot2 นามสมมติ, 2562)

“มีความสัมพันธ์กัน ต้องสอนพนักงานใหม่มีความรู้เพิ่มขึ้น เพื่อให้ใช้ให้มีประสิทธิภาพ” (Hot3 นามสมมติ, 2562)

“ความรู้จะช่วยให้ยอมรับเทคโนโลยีได้เร็วขึ้น เปิดใจเร็วขึ้น” (Hot4 นามสมมติ, 2562)

“ถ้ามีความรู้ด้านไอทีมากขึ้น จะทำให้ใช้เทคโนโลยีมากขึ้น” (Ven1 นามสมมติ, 2562)

“ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการยอมรับสิ่งใหม่ งานลดขั้นตอน และความซับซ้อนในการทำงาน” (MIC1 นามสมมติ, 2562)

“มีความสัมพันธ์กัน เพราะพนักงานนำความรู้ที่มีอยู่มาต่อยอดกับเทคโนโลยีที่มีอยู่ในองค์กร พยายามเติมเต็มในสิ่งที่ขาด สร้างนวัตกรรมใหม่จากสิ่งที่มีอยู่” (MIC2 นามสมมติ, 2562)

“มีความสัมพันธ์กัน เกิดจาก Passion เช่น ใช้ Map ทำแผนที่ ลง Routing ได้ ศึกษา 1 วัน ทำได้เลย พนักงานแต่ละคนไม่เหมือนกัน” (MIC3 นามสมมติ, 2562)

“มีความสัมพันธ์กันแน่นอนครับ เมื่อคนมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี และทราบว่าเทคโนโลยีสามารถช่วยงาน ช่วยจัดการระบบงาน บรรเทาความยุ่งยากของพวกเขาก็ให้เขาสามารถใกล้ชิดกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น ทำไมเขาถึงจะไม่ยอมรับ เพียงแต่ว่าบริษัทจะลงทุนนำระบบเทคโนโลยีดังกล่าวมาใช้ตามความต้องการของเขาหรือไม่ เพราะบางบริษัทโดยเฉพาะบริษัทเล็ก ๆ เก่า ๆ ไม่ค่อยลงทุนด้านนี้สักเท่าไร เขาถึงเก็บคนไว้ไม่ค่อยได้” (MIC5 นามสมมติ, 2562)

7. ความคิดสร้างสรรค์ส่งผลต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

จากการศึกษา พบว่า ความคิดสร้างสรรค์ทำให้เกิดการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ผลลัพธ์คือจะได้นวัตกรรมใหม่ที่เกิดจากการลงทุนและหวังผลกำไรของการลงทุนนั้น ผู้สร้างเทคโนโลยีต้องมาเจอกับคนในอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อหาจุดลงตัวที่จะนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดงานไมซ์ อีกมุมมองหนึ่งคือ เทคโนโลยีช่วยให้เกิดการสรรหาข้อมูลใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ สรรหาสิ่งที่มีความแปลกใหม่ ต้องหาจุดกลางที่จะทำให้ความคิดสร้างสรรค์ประสานเข้ากับเทคโนโลยีและถ่ายทอดออกมาในมุมมองที่แปลกใหม่ ซึ่งจะเกิดประโยชน์ต่อการทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์ได้เป็นอย่างดี ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

“ต้องรู้ว่า Innovation และ Creative ส่งผลให้เกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ถ้าดูเรื่องเทคโนโลยีเลย มันจะมี Cost & Benefit ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ในตัวพนักงานมีผลต่อการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ไม่ใช่แค่กับอุตสาหกรรมไมซ์แต่มีกับทุก ๆ อุตสาหกรรม ต้องรู้ว่านวัตกรรมมันสร้างอะไรได้ ทำแล้วจะได้อะไรกลับมา คนที่คิดเทคโนโลยีจะสร้าง

เทคโนโลยีในภาพรวม แต่คนในอุตสาหกรรมไมซ์ต้องนำเทคโนโลยีนั้นมาใช้ อุตสาหกรรมไมซ์ที่มี Pain Point มันไม่มี Platform ที่ชัดเจนในการนำคน 2 กลุ่มนี้มาเจอกัน มันจึงเกิดโครงการที่เราทำร่วมกับ สวทช. สวทช.ทำ เรื่อง Tracking เป็น Batch ทำเรื่อง Tracking ของพนักงานในองค์กร ดู ว่าคนไปอยู่ที่จุดไหนของงานได้ เป็นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ผสมผสานกับการ ใช้เทคโนโลยี Batch บรรจุใน Chip set แล้วติดเป็นป้ายชื่อให้กับผู้เข้าร่วม งาน” (Sup1 นามสมมติ, 2562)

“ความคิดสร้างสรรค์กับการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีสัมพันธ์กันใน มุมมองของเรามีประโยชน์ คนส่วนใหญ่เริ่มใช้ เน้นหนักมากขึ้น เรียนรู้ มากขึ้น” (Sup3 นามสมมติ, 2562)

“สัมพันธ์กัน ความอยากใช้ที่เป็นประโยชน์ เหลือแค่ Knowledge ว่า จะ ทำไรให้เกิดการใช้ที่ถูกต้อง” (Hot3 นามสมมติ, 2562)

“ปัจจุบัน คนจะยอมรับเทคโนโลยีจากความคิดสร้างสรรค์ หาข้อมูลจาก YouTube ดูกระบวนการต่าง ๆ ในการทำงาน เช่น การย้อมผ้า ลด ระยะเวลาในการลองผิดลองถูก การดู Recipe หาประโยชน์ต่าง ๆ ของ อาหาร ควบคู่กับคุณค่าและราคา” (Hot4 นามสมมติ, 2562)

“คนที่มี Creative มักเปิดรับอะไรใหม่ ๆ และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ด้วย ทำให้ เกิดความคาดหวังในประสิทธิภาพและความสะดวก คนในองค์กรสนับสนุน ให้มี Feedback ในการทำงานก่อนใช้จริง มี Internal Meeting ก่อนถึง มือลูกค้า ทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้ มีน้อยมากที่จะไม่ผ่าน” (MIC1 นาม สมมติ, 2562)

“ความคิดสร้างสรรค์ต้องประสานไปด้วยกันกับการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ไม่ใช่ขาดไม่ได้ เป็นเรื่องสำคัญที่คนใช้ต้องสรรหา หลีกเลี้ยงไม่ได้ กลายเป็น Challenge ที่ต้องหาอะไรใหม่ ๆ ลูกทีมชอบบอกว่าจะหาอะไรใหม่ ๆ มาเล่น แต่ก็สามารถผ่านมาได้ทุกงาน คนที่ออกไอเดีย ทำให้จุดประกายความคิดต่อยอด ขยายความคิดต่อยอดได้ พยายามเก็บข้อมูลที่มีจาก Social เป็นสิ่งสำคัญในการนำไอเดียกลับมาใช้ ถ้าเนื้ตล่อม จะมีปัญหางานไม่เดิน คิดไอเดียไม่ออก” (MIC2 นามสมมติ, 2562)

“ไอเดียได้มาจากสิ่งที่ไม่เกี่ยวข้องกันเลย คอนเสิร์ตที่มีแสงสีเสียง ทำมาเพื่อให้เชื่อมโยงกัน ทำ 3D Mapping ทำให้เห็น Solution มีความสัมพันธ์กันในการถ่ายทอดไอเดียผ่านการออกแบบ 3D นำเสนอลูกค้า Detect การเคลื่อนไหว ทุกอย่างเกิดจากเทคโนโลยี ต้องโค้กับ Supplier ให้ทำงานร่วมกันได้” (MIC4 นามสมมติ, 2562)

“ความคิดสร้างสรรค์ส่วนหนึ่งที่ออกมาไม่จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการคิด และการผลิตความคิดออกมาเป็นแบบนั้น ต้องใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยแน่นอน ซึ่งแต่ก่อนก็ Hand Sketching กันไป ตอนนี้เทคโนโลยีช่วยให้สมจริงเยอะมาก ความคิดสร้างสรรค์จึงมีความสัมพันธ์กันกับการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ผมมองว่าความแปลกใหม่ทำให้เกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ในมุมของการนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาประยุกต์ใช้ถ่ายทอดไอเดียออกมาให้เป็นรูปเป็นร่าง ในส่วนของความมีประโยชน์ เทคโนโลยีจะช่วยลดข้อผิดพลาดในการทำงานได้ดี เพราะเป็นการทำงานด้วยตนเอง” (MIC5 นามสมมติ, 2562)

“บัตรเข้าชมงาน เมื่อก่อนต้องเอาไปแลกแล้วถึงจะเข้าชมงานได้ ก็เปลี่ยนมาเป็นสแกน QR Code เพื่อเข้าชมงานแทนการแลกบัตร ใช้เวลาศึกษาหลายปี ช่วยลดขั้นตอนในการทำงานได้ บางครั้ง Digital เชื่อถือไม่ได้ ต้องมีระบบสำรองคอยแก้ไข ต้องมีการ Test ก่อนจนกว่าจะนิ่ง หลังจากนั้นจะไม่ค่อยเปลี่ยน เพราะกว่าจะนิ่งใช้เวลานาน การเปลี่ยนแปลงในลักษณะนี้ เป็นการนำความคิดสร้างสรรค์มาต่อยอดนำสิ่งที่แปลกใหม่เข้ามาใช้ เป็นสิ่งที่มีประโยชน์ต่อการทำงาน” (MIC6 นามสมมติ, 2562)

8. เทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

จากการศึกษา พบว่า การนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้กลายเป็นเรื่องธรรมดาที่คนเข้าใจได้ ผลที่ตามมาคือ กระบวนการทำงานที่ต้องใช้คนจำนวนมากจะหายไป นวัตกรรมจะเข้ามาแทนที่คนจำนวนมาก ๆ พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์จึงต้องปรับตัวเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมแสวงหาความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีมากขึ้น โดยใช้แหล่งข้อมูลออนไลน์เป็นหลัก พนักงานต้องมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีเพื่อใช้ควบคุมและทำงานกับเทคโนโลยี เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีหน้าจอที่ใช้งานง่าย มี Content ที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้จะได้รับการยอมรับและนำมาประยุกต์ใช้ได้ง่าย ถ้าเทคโนโลยีนั้นสามารถทำงานได้แบบออนไลน์ พนักงานสามารถแบ่งปันข้อมูลให้กับสมาชิกในทีมได้ผ่านระบบออนไลน์ มีคู่มือ คำแนะนำอธิบายการใช้งานเทคโนโลยี จะช่วยให้เกิดการยอมรับและนำเทคโนโลยีไปใช้ได้ง่ายขึ้น ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

“มีแน่นอน หนึ่งเลยคือ Job Function บางอย่างจะหายไป วันหนึ่งที่เทคโนโลยีเข้ามาปรับเปลี่ยนอยู่ในกระบวนการทำงาน อะไรที่ใช้กำลังคนเยอะ ๆ จะหายไป เอาจีนวัตกรรมมาใช้แทนที่ ซึ่งบางอย่างทำได้ดีกว่าด้วย เราทำสูโรบอทไม่ได้ มีบทบาทค่อนข้างเยอะ ผมว่ามันอาจจะต้องเปลี่ยนกระบวนการทำงานบางอย่างของฟังก์ชัน Functions บางอย่างในงาน Event จะเป็นบรรทัดฐานของงานทุกงานแล้ว เช่น เรื่องของระบบ Check in ไม่มานั่งเซ็นละ ใช้ QR Code หมดละ และคน Acceptance เยอะมากแทบทุกงานจะมีหมดละ ปัจจุบัน TCEB จะมีการนำ Event Application

เข้ามา เค้าจะมี App ให้ Download จะไม่มีมาแจกสูจิบัตรละ ดูได้เลย Speaker วันนี้เป็นใคร ตารางวันนี้ Agenda มีอะไรบ้าง ถ้าคุณจะยกระดับงานวันนี้ต้องมี ถ้าวันนี้ไปงาน Event แล้วไม่มีโหลดแอป คนจะงงละ อันนี้โหลดแอปยังไงเหอครับ มานั่งแจกกระดาษ มันหมดยุค Paper แล้วอะครับ TCEB ก็มี Biz Connect ทำให้กับ Organizer ในต่างจังหวัดและกรุงเทพฯ ที่ไม่อยากจะลงเงิน อันนี้ TCEB ทำให้ ใครที่อยากเข้ามาขอได้เลย เราจะมีหลังบ้านให้ ซึ่งทั้งหมดที่ทำจะเป็น Platform ไม่ได้ Serve แคนงานเดียว เหมือนคล้าย ๆ Zip Event แต่อันนั้นเป็นของรัฐบาล Business Model มันเปลี่ยน ถ้างานคุณไม่มีมันดูโหลยโหลไปเลยอะ มันไม่ตอบโจทย์ มันต้องมีแรงกระเพื่อมในการเปลี่ยน คนนี้เริ่ม คนนั้นเริ่ม” (Sup1 นามสมมติ, 2562)

“เทคโนโลยีต้องตอบโจทย์การใช้งาน เป็นประโยชน์ก็จะนำมาใช้ User Friendly และ Content ที่ตรงกับความต้องการ” (Sup2 นามสมมติ, 2562)

“สัมพันธ์กันโดยตรง Soft Skill ในการใช้ Creative ผ่าน Google ต้องมีข้อมูลออนไลน์ Support การใช้งาน ถ้าติดปัญหาในการใช้ ต้องหาใน Google เจอ แก้ปัญหาได้เร็ว ปัจจุบันการทำงานออนไลน์มีผลค่อนข้างเยอะต่อการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยี จะถามกันว่าใช้แบบออนไลน์ได้ไหมกันเยอะ แอปพลิเคชันต้องดูน่าสนใจ ใช้งานง่าย มีอุปกรณ์หรือ Hardware ที่ดี รองรับการทำงานได้เร็ว พนักงานจะหาความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีมากขึ้น เพราะต้องนำเทคโนโลยีไปปรับใช้ ได้รับความรู้เพิ่มขึ้น มีการแบ่งปันความรู้ที่ให้กับเพื่อนและบุคคลที่เกี่ยวข้อง ให้คำแนะนำกับพนักงานคนอื่น ๆ ที่สนใจนำเทคโนโลยีที่ตัวเองกำลังศึกษาเพื่อจะนำไปใช้งาน” (Sup3 นามสมมติ, 2562)

“มีความสัมพันธ์กันมาก เพราะเป็นระบบใหญ่ พนักงานทุกคนต้องใช้ ต้องมีความรู้เกี่ยวกับระบบ องค์กรต้องหาแหล่งเรียนรู้ให้กับพนักงาน ระบบต้องใช้งานง่าย ทำความเข้าใจง่าย หน้าจอต้องดึงดูดใจให้พนักงานมีความสนใจใช้งาน หากมีปัญหาระบบล่มต้อง Feedback และมีคนที่ชำนาญ Support เพื่อแก้ไขทันที ระบบต้องทำงานได้แบบออนไลน์ เพื่อให้พนักงานเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา เพราะ E-Learning ให้พนักงานเข้ามาศึกษานอกเวลางาน พนักงานสามารถช่วยเหลือกันได้ ทำแบบทดสอบร่วมกันได้ หากมีข้อสงสัยมีคู่มือการใช้ระบบให้พนักงานเข้าไปศึกษา พนักงานต้องยอมรับระบบ E-Learning และใช้ระบบนี้ในการประเมินผลด้วยตนเอง เพราะเป็นเชิงนโยบาย” (Hot1 นามสมมติ, 2562)

“มีความสัมพันธ์กัน จากการรับรู้ข่าวสาร เทคโนโลยีมีความจำเป็นต่อการใช้งาน ใช้ GPS บอกเส้นทางได้สะดวกขึ้น เพื่อการติดต่อกันได้ง่ายขึ้น สามารถวางแผนชีวิตและการทำงานได้ แหล่งข้อมูลสำหรับการหาความรู้เกี่ยวกับการใช้โปรแกรม แอปพลิเคชันต่าง ๆ ต้องมี Support แอปกำลังพัฒนา โดยนำ GPS เข้ามาใช้กับการตามตัวพนักงาน ให้ความสำคัญกับด้านไอทีมาก มีการยอมรับและนำไปปรับใช้มากในองค์กร พนักงานทุกคนเห็นประโยชน์จากการใช้งาน แต่ต้องมีรูปแบบการใช้งานที่ง่าย ใช้งานสะดวก ทำความเข้าใจได้ง่าย” (Hot2 นามสมมติ, 2562)

“เทคโนโลยีเป็นเรื่องสำคัญ พนักงานมีความสุขกับการใช้งานเทคโนโลยีทำงานได้ทุกที่ทุกเวลา พนักงานยอมรับและใช้เทคโนโลยีแน่นอน เพียงแต่ต้องมีแหล่งข้อมูลให้เขาเข้าไปศึกษาว่าใช้อย่างไร ทำงานอย่างไร พัฒนาเทคโนโลยีออกมาให้ใช้งานง่าย เข้าใจง่าย ศึกษาง่าย ไม่ยุ่งยาก ทำงานได้แบบออนไลน์ สนับสนุนให้คนใช้เยอะ ติดปัญหาถ้ามีคน Support ยิ่งงี้ก็มีคนยอมรับและใช้เทคโนโลยีนั้นแน่นอน” (Hot3 นามสมมติ, 2562)

“ความใหม่ของเทคโนโลยี กระบวนการในการทำงาน Efficiency ขึ้นกับพนักงานแต่ละคน มีความสัมพันธ์กันและคนยอมรับ เกิดการเปลี่ยนแปลงของโลกตลอดเวลา ถ้าพัฒนาเทคโนโลยีให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ใช้งานง่าย มีความดึงดูดใจ พนักงานจะยอมรับได้ไม่ยาก เน้นการทำงานออนไลน์ มีคนใช้เยอะ สามารถหาความรู้ Support งานได้ง่ายจะยิ่งดี” (Hot4 นามสมมติ, 2562)

“เทคโนโลยีต้องใช้ไม่ยาก มีแหล่งข้อมูลให้ค้นหาว่าเยอะน้อยจะดีมาก บางอย่างใหม่ค้นหาแหล่งอ้างอิงไม่มี คนยังไม่ค่อยใช้ก็จะลำบากหน่อย ส่วนใหญ่พนักงานจะยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ อยู่แล้ว ถ้าผู้บริหารเห็นว่าเทคโนโลยีนั้นเหมาะสมกับการทำงานในยุคปัจจุบันที่ทำอะไรก็ต้องออนไลน์หมด พนักงานจะโอเคได้ไม่ยาก” (Hot6 นามสมมติ, 2562)

“เทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลต่อการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ทำให้คนหันมาใช้เทคโนโลยีมากขึ้น เทคโนโลยีในปัจจุบันใช้งานง่าย ตอบสนองต่อการใช้งานของผู้ใช้ได้ดี หน้าจอเป็นแบบ User Friendly หาเครื่องมือเครื่องมือที่จะใช้งานได้ง่าย หน้าตาของโปรแกรมน่าใช้ ทำงานได้แบบออนไลน์ เพื่อนร่วมงานมักจะแนะนำให้อ่านแอปพลิเคชันที่มีประโยชน์ต่อโจทย์การทำงานได้ดี พนักงานยอมรับเทคโนโลยี และนำเทคโนโลยีมาใช้แน่นอน” (Ven1 นามสมมติ, 2562)

“เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญมากต่อการทำงานในหน่วยงาน ตั้งแต่การทำงานเอกสาร การสื่อสารกับหัวหน้า เพื่อนร่วมงาน และลูกค้า พนักงานยอมรับกับเทคโนโลยีและนำมาปรับใช้ในการทำงานแน่นอน ที่สำคัญคือเทคโนโลยีนั้นต้องใช้ง่าย ไม่ยุ่งยาก มีคนคอย Support เวลาติดปัญหา

เพราะของใหม่พนักงานอาจจะยังไม่คุ้นเคย ต้องมีคนคอยให้คำแนะนำ แก้ปัญหาให้” (Ven2 นามสมมติ, 2562)

“ถ้าไม่ต้องลงทุนสูง จะเกิดการยอมรับและนำมาใช้ได้ง่ายกว่า ถ้ามีความคุ้มค่า ต้องดูเป็นกรณีไป คุ้มค่าจริงไหม ลงทุนไปแล้วจะเข้ากับงานอะไรได้บ้าง ส่วนใหญ่มองหาเทคโนโลยีที่เป็นประโยชน์กับการทำงาน ถ้าเป็นเทคโนโลยีที่ให้ใช้งานได้ฟรี ไม่มีค่าใช้จ่าย คนจะยังยอมรับและใช้งานมากขึ้น เช่น ใช้ QR Code ในการลงทะเบียนเข้างาน พนักงานยอมรับเยอะมาก ใช้งานสะดวก” (MIC1 นามสมมติ, 2562)

“การปรับความคิดความเชื่อเป็นสิ่งเคยใช้ประจำดีที่สุด จริง ๆ แล้วไม่ใช่ มันมักจะมีอะไรใหม่ที่ดีกว่ามาทดแทนเสมอ คนตัดสินใจคือลูกค้า จึงมองเห็นความสัมพันธ์ในเรื่องการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ได้ยินจากสิ่งที่ลูกค้าพูดแล้วต้องย้ำทันที” (MIC2 นามสมมติ, 2562)

“สัมพันธ์กันมาก อย่างเช่น จอ LCD เมื่อก่อนไม่ค่อยมีคนใช้ เดี่ยวนี้ใช้กันเยอะมาก ดัดแปลงได้มากกว่าจอสีเหลี่ยม” (MIC3 นามสมมติ, 2562)

“น่าจะมีความสัมพันธ์กัน การยอมรับอยู่ในระดับไหน แต่มีการยอมรับแน่นอน ขึ้นอยู่กับ Process ในการทำงาน” (MIC5 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานยอมรับเทคโนโลยีได้ไม่ยาก นำมาใช้ก็ไม่ยาก เพราะพนักงานส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่ คุ้นเคยกับเทคโนโลยีดีอยู่แล้ว ขอแค่มีประโยชน์ใช้งานง่าย หาข้อมูลสนับสนุนได้ไม่ยาก พนักงานพร้อมจะปรับเปลี่ยนถ้าผู้บริหารพร้อมลงทุน” (MIC11 นามสมมติ, 2562)

9. การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

จากการศึกษา พบว่า การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมต่าง ๆ ของพนักงาน โดยเริ่มนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ จะเกิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ในตัวพนักงาน ต้องปรับตัวในการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ โดยในช่วงแรกของการปรับตัว จะทำการศึกษาให้เข้าใจ ทำตามขั้นตอนที่ผู้เชี่ยวชาญสอน หลังจากใช้งานคล่องแล้ว สามารถใช้งานตัวเอง จะเริ่มมีการลดขั้นตอนลดข้อผิดพลาด ทำให้เกิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม เกิดกระบวนการในการทำงานรูปแบบใหม่ ที่ทำให้การทำงานเร็วขึ้น มีประสิทธิภาพมากขึ้น ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

“Biz Connect เป็นแอปใหม่ที่ทาง TCEB พัฒนาขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้าง Platform การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานให้มีความทันสมัยมากขึ้น บริษัทรับจัดงานหลายบริษัทเข้ามาขอใช้ Platform นี้ ก็จะส่งพนักงานมาเรียนรู้การใช้งานหลังบ้านของแอป นวัตกรรมใหม่ ๆ ก็เกิดกับพฤติกรรมการทำงานของพนักงานในการเรียนรู้แอปใหม่ พนักงานจะปรับตัวมากขึ้น” (Sup1 นามสมมติ, 2562)

“การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีทำให้เกิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์แน่นอน ต้องปรับตัวให้ได้ ให้เข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป เช่น หาข้อมูลออนไลน์มากขึ้น ใช้แอปพลิเคชันมากขึ้น โดยเฉพาะกับงาน Event เดียวนี้ใช้แอปพลิเคชันในการติดตามว่ามีงานอะไรน่าสนใจบ้าง เมื่อก่อนต้องดูบนเว็บไซต์จะช้ากว่า อย่างแอปในการให้ข้อมูลการจัดงาน แรก ๆ ก็ดูยุ่งวายเพราะหาเครื่องมือไม่เจอ แต่พอใช้หลายครั้งเข้าก็คล่อง ลดขั้นตอนที่กีดเลือกเมนูผิด” (Sup3 นามสมมติ, 2562)

“มีความสัมพันธ์กันมาก ในแผนกออกแบบ Design สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา กระตุ้นได้เร็ว สามารถ Apply จากเว็บไซต์ที่ค้นหาข้อมูลมาได้ นำมาปรับใช้กับองค์กร” (Hot2 นามสมมติ, 2562)

“มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่เปลี่ยนไป เกิดการใช้เทคโนโลยี และงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น สุขภาพจิตดี Productivity ดี Enjoy กับงานมากขึ้น พนักงานชอบใช้เทคโนโลยีปรับตัวได้เร็ว ในช่วงแรกก็ทำตามชาวบ้านที่เขาเป็นมาก่อน แต่พอเราทำเป็นก็จะทำเอง บางครั้งก็ทำแบบก้าวกระโดด ลัดขั้นตอน งานก็จะเร็วขึ้นหน่อย” (Hot3 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานจะปรับตัวกับเรื่องการใช้เทคโนโลยี เพราะเป็นนโยบายขององค์กร 100% เช่น ใช้ทำ Organic เปลี่ยนจากการใช้หลอดพลาสติกมาเป็นใช้กล่องอ้อและก้านผักบุง ด้วยการค้นหาข้อมูลจากสื่อดิจิทัล ต้องมีพนักงาน Support ใช้หลอดชานอ้อยกับสเตนเลส Packaging อาหารเป็นวัสดุที่ทำจากธรรมชาติ ยกเลิกเย็บแม่พิมพ์มาใช้เข็มกับด้าย ด้ายต้องเป็น Food Grade ที่เป็นมิตรกับอาหาร เกิดการหาข้อมูลออนไลน์มา Support รูปแบบการทำงานจะเปลี่ยนไป ไม่ต้องออกไปหาข้อมูลนอกสถานที่ ประหยัดทั้งเงินและเวลา เดี่ยวนี้หาข้อมูลออนไลน์จนเคยชิน ไม่ต้องออกไปไหน ใช้มือถือเครื่องเดียวก็ทำงานได้เกือบทุกอย่าง ช่วยลดขั้นตอน งานจะเสร็จเร็วขึ้น กระบวนการทำงานมีประสิทธิภาพ อันนี้น่าจะเป็นพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม เพราะเปลี่ยนกระบวนการทำงานใหม่เลย ขั้นตอนลดลง” (Hot4 นามสมมติ, 2562)

“ในช่วงแรกจะมีคนคอยประกบในการใช้เทคโนโลยีใหม่ คอยสอนงานเป็นขั้นเป็นตอน ทำไปทีละขั้นตอน จนเข้าใจการทำงาน เทคโนโลยีช่วยให้พนักงานไม่ติดกับกรอบการทำงานแบบเดิม ๆ ใช้เทคโนโลยีช่วยในการ

ทำงานให้ง่ายยิ่งขึ้น ในอนาคตจะทำงานได้เร็วขึ้นเพราะเกิดความชำนาญในการใช้งานแล้ว นวัตกรรมเชิงพฤติกรรมจะเกิดในการพลิกแพลง สร้างวิธีการใช้งานใหม่ ๆ ออกมา แหวกแนวมากขึ้น ผลลัพธ์ที่ได้ยังคงดีเหมือนเดิม” (MIC1 นามสมมติ, 2562)

“คนรุ่นใหม่เมื่อเทียบกับคนรุ่นเก่าจะมีพฤติกรรมด้านการปรับตัวได้ดีกว่าเร็วกว่า ในเรื่องของการใช้เทคโนโลยี แต่ก็เต็มใจปรับตัว เพราะรู้ว่าจะส่งผลดีกับการทำงานขององค์กร มีทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานเทคโนโลยี โดนให้คนรุ่นใหม่เป็นคนให้คำแนะนำ คนรุ่นใหม่จะเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานของคนรุ่นเก่า คนรุ่นเก่าก็จะเกิดการปรับตัวนำเทคโนโลยีมาใช้งานสนุกกับงานผ่านการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ คนรุ่นใหม่จะเรียนรู้เทคโนโลยีแบบก้าวกระโดด ทำงานนอกกรอบเสมอ บางครั้งก็เป็นนวัตกรรมเชิงพฤติกรรม ที่ทำให้ได้ผลลัพธ์จากการทำงานที่ดีกว่าเดิม เช่น ลองนำ Line@ มาทำอะไรใหม่ ๆ ทำให้ขายของได้ ลูกค้าชอบ” (MIC2 นามสมมติ, 2562)

“ล้มพันธุกัน การจัดงานไม่รู้ไปทางไหน ใช้ Map ช่วยในการทำงานบอกเส้นทางได้ดี ชาวสารงาน Event ผ่าน Social เรื่องการตกแต่งออกแบบนำมาใช้เป็น Reference ได้รับ Inspiration ได้ มีการนำเสนอไอเดียใหม่ ๆ ได้ ใช้ VDO Call ดูงานออนไลน์ได้ สามารถเปรียบเทียบได้ ใช้ Map ใช้ VDO Call กับคนอายุมากกว่า 60 ปี พฤติกรรมคนเปลี่ยน ใช้ E-Banking, M-Banking, QR Code จ่ายเงิน ตรวจสอบได้ชัดเจน ตัวอย่างพวกนี้เป็นพฤติกรรมของพนักงานที่เป็นคนรุ่นใหม่ อายุสัก 20 กว่า จะคิดถึงเรื่องเทคโนโลยีเป็นหลัก ใช้ง่าย ปรับตัวเก่ง เห็นเพื่อนใช้ก็ใช้บ้าง หัวหน้าที่ให้ไอเดียมาบ้างก็ลองศึกษา ถ้าเป็นประโยชน์ก็ลองใช้ก่อนจนเข้าใจ อาจศึกษาจากคำแนะนำบนเว็บ แล้วก็ลองผิดลองถูกด้วยตัวเอง ช่วยลดขั้นตอนการทำงานได้ในอนาคต งานจะเสร็จเร็วขึ้น” (MIC3 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานสามารถปรับตัวต่อการนำเทคโนโลยีมาใช้ได้เป็นอย่างดี ยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ คำนวณหาข้อมูลที่ต้องใช้ได้ด้วยตนเอง ในช่วงแรกอาจชุกชลักบ้าง ช้าบ้าง แต่พอใช้ไปนาน ๆ จะคุ้นเคย และจะทำงานได้เร็วขึ้น ลัมพันธ์กันบางส่วนในช่วงแรกจะมีพฤติกรรมด้านการปรับตัวก่อน ยังไม่ได้ด้านนวัตกรรม แต่เมื่อใช้งานได้คล่องด้านนวัตกรรมจะมา จะเกิดพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมที่ทำงานได้เร็วขึ้น ลดขั้นตอนในการทำงานได้เองโดยที่ประสิทธิภาพของงานยังคงเหมือนเดิม ไม่เสียหาย” (MIC5 นามสมมติ, 2562)

“พนักงานเรียนรู้คำสั่งที่รู้มาผนวกเข้ากับความคิดต่อยอดจากเดิมที่มีความใหม่ โดยใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการนำเสนอ เพราะรู้ว่ามันดีและมีประโยชน์ พนักงานจะค่อย ๆ ซึมซับ เริ่มปรับตัวเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหันมาใช้เทคโนโลยีมากขึ้น ใช้ตามคนที่ใช้มาก่อน เมื่อใช้งานถนัดแล้วคล่องแล้ว จะเริ่มสร้างวิธีการใหม่ ๆ เพื่อลดขั้นตอนการทำงาน ลดรอบการทำงาน เพื่อให้ความเร็วในการทำงานเพิ่ม เกิดความท้าทายในการทำงาน” (MIC13 นามสมมติ, 2562)

สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพข้างต้น สรุปได้ว่า ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยีดิจิทัล การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ มีองค์ประกอบสอดคล้องกับการวิจัยเชิงปริมาณ ที่พบว่า ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ ความรู้คือสินทรัพย์ ความรู้คือความสัมพันธ์ และความรู้คือความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ คือ ความแปลกใหม่ และความมีประโยชน์ เทคโนโลยีดิจิทัล ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ คือ แหล่งข้อมูล การมีปฏิสัมพันธ์ การมองเห็น การเชื่อมต่อออนไลน์ การมีส่วนร่วมทางสังคม และป้าย / สัญลักษณ์ การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ คือ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก อิทธิพลทางสังคม

สภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวก ความตั้งใจในการใช้งาน และพฤติกรรมการใช้ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ คือ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม นอกจากนี้ ยังได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัล ที่มีผลกระทบต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี และการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทยด้วย

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกยังขยายให้เห็นเพิ่มเติมว่าความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสัมพันธ์กับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีในมุมมองของการที่ผู้บริหารให้ความสำคัญและเห็นคุณค่าของเทคโนโลยี ทำให้เกิดการลงทุนในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำงานภายในหน่วยงานของอุตสาหกรรมไมซ์ โดยพนักงานที่เป็นคนรุ่นใหม่จะเป็นผู้นำในการใช้งานเทคโนโลยี ช่วยผลักดันและเผยแพร่ให้พนักงานในหน่วยงานเกิดการนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ในการทำงาน และทำให้เกิดการยอมรับของพนักงาน ความคิดสร้างสรรค์สัมพันธ์กับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีในมุมมองของการสร้างนวัตกรรมใหม่ที่เกิดจากการลงทุนทางเทคโนโลยี รวมไปถึงการแสวงหาข้อมูลที่มีความแปลกใหม่และมีประโยชน์ต่อการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ และนำความคิดสร้างสรรค์มาประสานเข้ากับเทคโนโลยี และถ่ายทอดออกมาในมุมมองที่แปลกใหม่ เกิดประโยชน์ต่อการทำงาน เทคโนโลยีดิจิทัลสัมพันธ์กับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีในมุมมองของการนำนวัตกรรมทางเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ในการทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ทำให้ลดจำนวนพนักงานในหน่วยงานการทำงานมีความสะดวกมากขึ้นผ่านการทำงานแบบออนไลน์ มีความรวดเร็ว ทำงานได้ทุกที่ทุกเวลา และสามารถแบ่งปันข้อมูลที่ใช้ร่วมกันได้ดี ทำให้เกิดการนำเทคโนโลยีไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีสัมพันธ์กับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ในมุมมองของการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ในการทำงาน โดยในช่วงแรกของการปรับเปลี่ยนจะเป็นการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีใหม่ให้คุ้นเคยและเกิดความชำนาญ และจะเกิดการลดขั้นตอน ลดกระบวนการทำงาน และลดข้อผิดพลาดจากการทำงานให้น้อยลง ทำให้เกิดนวัตกรรมเชิงพฤติกรรม เกิดกระบวนการทำงานรูปแบบใหม่ที่ทำให้การทำงานรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบและรูปแบบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย 2) เพื่อทดสอบอิทธิพลของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อ การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย 3) เพื่อทดสอบอิทธิพลของความคิดสร้างสรรค์ที่ส่งผลกระทบต่อ การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย 4) เพื่อทดสอบอิทธิพลของเทคโนโลยีดิจิทัลที่ส่งผลกระทบต่อ การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย 5) เพื่อทดสอบอิทธิพลของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย และ 6) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผลการวิจัย
3. ประโยชน์ของการวิจัย
4. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

สรุปผลการวิจัย

1. องค์ประกอบเชิงทฤษฎีของความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยีดิจิทัล การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

องค์ประกอบของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ประกอบด้วย ความรู้คือสินทรัพย์ ความรู้คือความสัมพันธ์ และความรู้คือความสามารถ องค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ความแปลกใหม่ และความมีประโยชน์ องค์ประกอบของเทคโนโลยีดิจิทัล ประกอบด้วย แหล่งข้อมูล การมีปฏิสัมพันธ์ การมองเห็น การเชื่อมต่อออนไลน์ การมีส่วนร่วมทางสังคม และป้าย / สัญลักษณ์

องค์ประกอบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วย ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก อิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ความตั้งใจในการใช้งาน และพฤติกรรมการใช้ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม

2. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามการวิจัยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 64.87 มีอายุ 18 - 32 ปี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 49.37 สถานภาพโสด จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 64.72 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 74.05 ประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยีมากกว่า 4 ปี จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 94.93 ใช้เทคโนโลยีด้วยความสมัครใจ จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 99.68 หน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์ที่สังกัด ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา จึงได้กลุ่มตัวอย่างใกล้เคียงกัน จำนวน 41 - 51 ตัวอย่าง คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 14.29 รายได้ 15,000 - 30,000 บาท จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 50.63 และใช้เทคโนโลยีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตบ่อยที่สุด จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 84.81

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นด้านต่าง ๆ

3.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพื้นฐานการใช้เทคโนโลยีในการทำงาน

ความคิดเห็นเกี่ยวกับพื้นฐานการใช้เทคโนโลยีในการทำงาน ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ท่านพร้อมที่จะเรียนรู้เทคโนโลยีที่ถูกสร้าง ปรับปรุงเปลี่ยนแปลง หรือ พัฒนาขึ้นมาใหม่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 รองลงมา คือ ท่านยอมรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีที่ใช้ในการทำงานได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านเคยทำงานโดยไม่ใช้เทคโนโลยีใด ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.39

3.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี

3.2.1 ความรู้คือสินทรัพย์

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ ด้านความรู้คือสินทรัพย์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ท่านให้ความสำคัญกับความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี เพราะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 รองลงมา คือ ท่านมักจะแสวงหาความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีในการทำงานอยู่เสมอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ส่วนข้อที่มี

ค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ในองค์การของท่านมีแหล่งข้อมูลให้ศึกษาค้นคว้าหาความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95

3.2.2 ความรู้คือความสัมพันธ์

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ ด้านความรู้คือความสัมพันธ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ท่านได้รับการสนับสนุนให้ใช้ความรู้จากเทคโนโลยีในการทำงานจากผู้บริหารองค์การ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 รองลงมา คือ ท่านสามารถถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีในการทำงานให้กับเพื่อนร่วมงานของท่านได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านเข้ารับการฝึกอบรมการใช้เทคโนโลยีในการทำงานจากทั้งภายในและภายนอกองค์การ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

3.2.3 ความรู้คือความสามารถ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ ด้านความรู้คือความสามารถ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีทำให้ท่านมีความสามารถในการทำงานมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมา คือ ท่านสามารถนำความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีไปใช้ในการทำงานได้โดยตรง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านสามารถนำความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีไปประยุกต์ใช้ในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

3.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์

3.3.1 ความแปลกใหม่

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ ด้านความแปลกใหม่ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ท่านปรับเปลี่ยนแนวทางแก้ปัญหาเดิมที่เคยเกิดขึ้นมาประยุกต์ใช้แก้ปัญหาใหม่ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 รองลงมา คือ วิธีการแก้ปัญหาที่นำมาใช้สามารถแก้ปัญหาในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านสร้างความคิดใหม่ที่จะช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

3.3.2 ความเป็นประโยชน์

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ ด้านความมีประโยชน์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ แนวทางการทำงานใหม่ที่พัฒนาขึ้นช่วยให้องค์การเติบโตและบรรลุเป้าหมายการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 รองลงมา คือ แนวทางการ

ทำงานใหม่ที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับนโยบายการทำงานขององค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านสามารถสร้างแนวทางการทำงานใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

3.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัล

3.4.1 แหล่งข้อมูล

ความคิดเห็นเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านแหล่งข้อมูล ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ท่านสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงานได้จากแหล่งข้อมูลแบบออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 รองลงมา คือ แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีในการทำงานมีให้เลือกใช้หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงานได้จากแหล่งข้อมูลแบบออฟไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60

3.4.2 การมีปฏิสัมพันธ์

ความคิดเห็นเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานตอบสนองการทำงานกับผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 รองลงมา คือ เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานสามารถใช้งานได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านสามารถเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงานได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

3.4.3 การมองเห็น

ความคิดเห็นเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านการมองเห็น ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานมีหน้าจอกำหนดการทำงานที่ทำความเข้าใจและใช้งานได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 รองลงมา คือ เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานมีรูปแบบให้เลือกใช้อย่างหลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานสามารถรับคำสั่งด้วยเสียงได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92

3.4.4 การเชื่อมต่อออนไลน์

ความคิดเห็นเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านการเชื่อมต่อออนไลน์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ เทคโนโลยีดิจิทัลสามารถทำงานบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบนเครื่องคอมพิวเตอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเทคโนโลยีดิจิทัลสามารถ

ทำงานบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบนอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 รองลงมา คือ เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยแก้ปัญหาการทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบนเครื่องคอมพิวเตอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยแก้ปัญหาการทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบนอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35

3.4.5 การมีส่วนร่วมทางสังคม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านการมีส่วนร่วมทางสังคม ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้เกิดการแชร์ข้อมูลการทำงานให้กับบุคคลภายนอกรับรู้ได้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 รองลงมา คือ หัวหน้างานสามารถเข้าถึงการทำงานของบุคลากรในองค์กรผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้เกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20

3.4.6 ป้าย / สัญลักษณ์

ความคิดเห็นเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านป้าย / สัญลักษณ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ คู่มือการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้การทำงานของท่านง่ายขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 รองลงมา คือ คำแนะนำต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้การทำงานของท่านราบรื่น ไม่ติดขัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ สัญลักษณ์ที่เป็นสากลทำให้ท่านเข้าใจการทำงานของเทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28

3.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

3.5.1 ความคาดหวังในประสิทธิภาพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ท่านคาดหวังว่าเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการเชื่อมต่อออนไลน์จะช่วยส่งเสริมให้เกิดการใช้เทคโนโลยีในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 รองลงมา คือ ท่านคาดหวังว่าความเข้าใจและใช้งานง่ายของเทคโนโลยีดิจิทัลจะช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านคาดหวังว่าความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านได้รับจากการสร้าง

ปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นจะช่วยให้การใช้เทคโนโลยีนั้นทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44

3.5.2 ความคาดหวังในความสะดวก

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังในความสะดวก ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ท่านคาดหวังว่า ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านได้รับจากการสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นจะช่วยให้การทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 รองลงมา คือ ท่านคาดหวังว่า ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ติดตัวท่านมาจะช่วยให้การทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านคาดหวังว่าความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่จะช่วยให้การทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน และท่านคาดหวังว่าแหล่งข้อมูลทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลจะช่วยให้การทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43

3.5.3 อิทธิพลทางสังคม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านอิทธิพลทางสังคม ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ หากท่านมีความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อการทำงานทำให้ท่านเป็นที่ยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 รองลงมา คือ เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีรูปแบบการทำงานที่หลากหลายตอบสนองต่อการทำงานของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดีเป็นที่ยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านแสวงหาความรู้จากแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลที่เป็นที่ยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

3.5.4 สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการเชื่อมต่อออนไลน์ทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 รองลงมา คือ เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีรูปแบบการทำงานที่หลากหลายตอบสนองต่อการทำงานของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดีทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ติดตัวท่านมาทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น และความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านได้รับจาก

การสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36

3.5.5 ความตั้งใจในการใช้งาน

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านความตั้งใจในการใช้งาน ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่มีประโยชน์ต่อการทำงานทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 รองลงมา คือ ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่มีความแปลกใหม่ทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต และเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการเชื่อมต่อออนไลน์ทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านประยุกต์ใช้ในการทำงานทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

3.5.6 พฤติกรรมการใช้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ด้านพฤติกรรมการใช้ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีคู่มือ / สัญลักษณ์ให้คำแนะนำการใช้งานที่ชัดเจนทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 รองลงมา คือ เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการเชื่อมต่อออนไลน์ทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36

3.6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

3.6.1 พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว

ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การใช้งานเทคโนโลยีทำให้ท่านเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการยอมรับสิ่งใหม่เข้ามาใช้ในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมา คือ ความคาดหวังในประสิทธิภาพของเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการทำงานทำให้ท่านเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีโดยปฏิบัติตามแนวทางที่ทำสืบต่อกันมา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ส่วนข้อที่

มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงานมีส่วนทำให้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่เป็นไปตามมาตรฐานเดิมที่ได้วางไว้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27

3.6.2 พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความคาดหวังในเทคโนโลยีที่ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อนทำให้ท่านปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีโดยเพิ่มหรือลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 รองลงมา คือ ผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงานมีส่วนช่วยให้ท่านไม่ยึดติดกับกรอบการทำงานแบบเดิม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีทำให้ท่านสร้างวิธีการใหม่ที่ไม่เหมือนใครในการใช้เทคโนโลยีในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ

ผลจากการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ พบว่า องค์ประกอบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วย ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก อิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ความตั้งใจในการใช้งาน และพฤติกรรมการใช้ ในแต่ละด้านค่าผลรวมการสกัดน้ำหนักองค์ประกอบหลังหมุนแกนมีค่ามากกว่า 1.00 จำนวน 5 ข้อคำถาม จึงคัดเลือกข้อคำถามทั้ง 5 ข้อ เข้าสู่การตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบรองด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

5. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบหลัก

5.1 องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบหลักด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) ความรู้คือสินทรัพย์ 2) ความรู้คือความสัมพันธ์ และ 3) ความรู้คือความสามารถ

5.2 องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบหลักด้านความคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 2 ตัวแปร ได้แก่ 1) ความแปลกใหม่ และ 2) ความมีประโยชน์

5.3 องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบหลักด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 6 ตัวแปร ได้แก่ 1) แหล่งข้อมูล 2) การมีปฏิสัมพันธ์ 3) การมองเห็น 4) การเชื่อมต่อออนไลน์ 5) การมีส่วนร่วมทางสังคม และ 6) ป้าย / สัญลักษณ์

5.4 องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบหลักด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 6 ตัวแปร ได้แก่ 1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ 2) ความคาดหวังในความสะดวก 3) อิทธิพลทางสังคม 4) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก 5) ความตั้งใจในการใช้งาน และ 6) พฤติกรรมการใช้

5.5 องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบหลักด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 2 ตัวแปร ได้แก่ 1) พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว และ 2) พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม

6. ผลการวิเคราะห์ความสำคัญขององค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบหลัก

6.1 องค์ประกอบหลักของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า องค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความรู้คือความสัมพันธ์ รองลงมา คือ ความรู้คือสินทรัพย์ และความรู้คือความสามารถ ตามลำดับ

6.2 องค์ประกอบหลักของความคิดสร้างสรรค์ จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า องค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความแปลกใหม่ รองลงมา คือ ความมีประโยชน์ ตามลำดับ

6.3 องค์ประกอบหลักของเทคโนโลยีดิจิทัล จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า องค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ แหล่งข้อมูล และการมีส่วนร่วมทางสังคม รองลงมา คือ การเชื่อมต่อออนไลน์ การมีปฏิสัมพันธ์ การมองเห็น และป้าย / สัญลักษณ์ ตามลำดับ

6.4 องค์ประกอบหลักของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า องค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก รองลงมา คือ ความตั้งใจในการใช้งาน พฤติกรรมการใช้ ความคาดหวังในความสะดวก ความคาดหวังในประสิทธิภาพ และอิทธิพลทางสังคม ตามลำดับ

6.5 องค์ประกอบหลักของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า องค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม รองลงมา คือ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว ตามลำดับ

7. ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

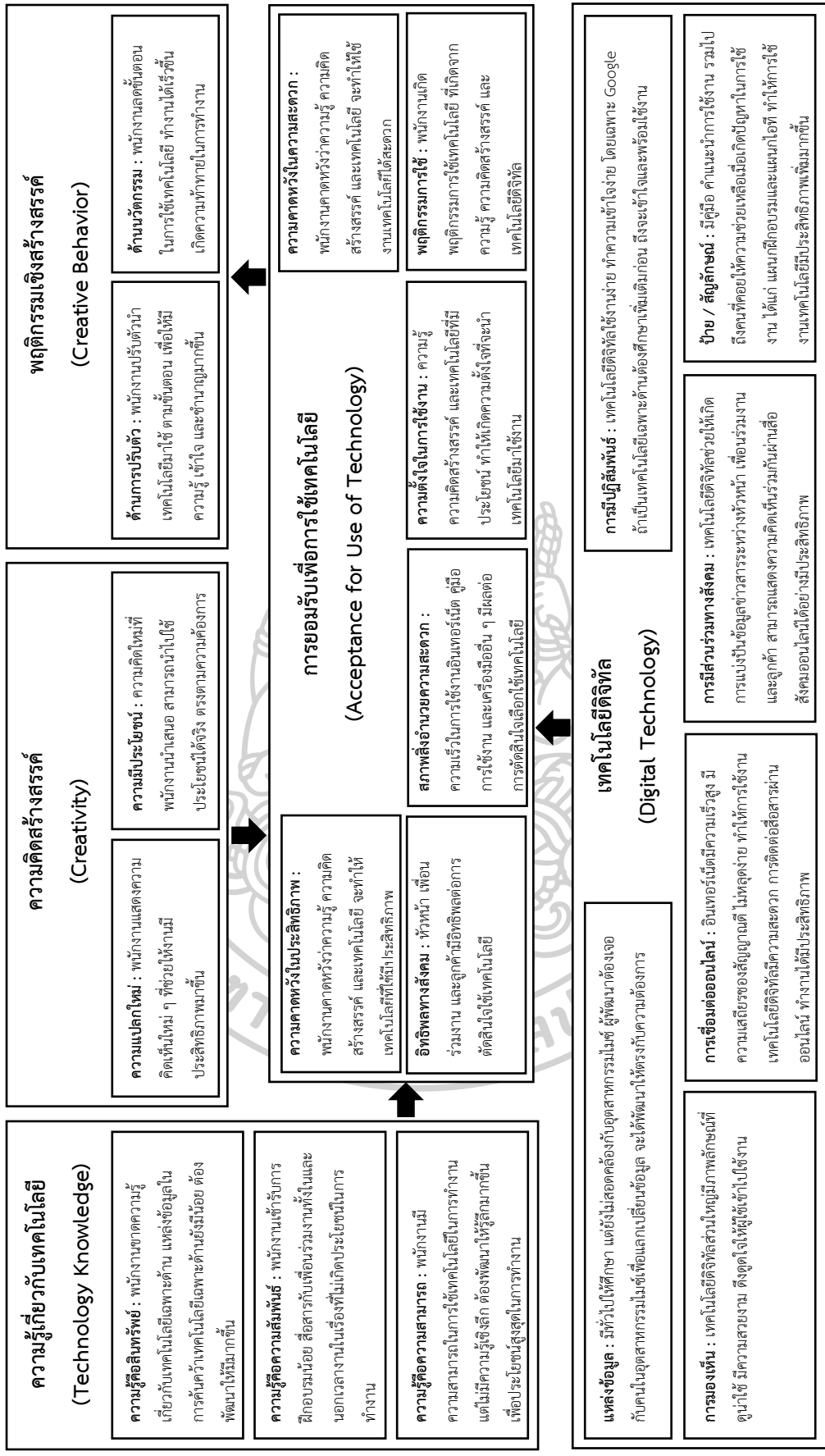
7.1 ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.099 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.121 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึง **ยอมรับสมมติฐานที่ 1**

7.2 ความคิดสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.279 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.329 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึง **ยอมรับสมมติฐานที่ 2**

7.3 เทคโนโลยีดิจิทัลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.441 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.509 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึง **ยอมรับสมมติฐานที่ 3**

7.4 การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมเชิงโดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.752 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.876 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึง **ยอมรับสมมติฐานที่ 4**

ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัล ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี แต่หากจะให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด จะต้องมีการพัฒนาองค์ความรู้ให้ตรงกับความต้องการของอุตสาหกรรมไมซ์ในเชิงลึก พัฒนาให้มีแหล่งข้อมูลมากขึ้น ส่งเสริมให้พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์เข้ารับการฝึกอบรมในการใช้งานเทคโนโลยี รวมไปถึงนำเจ้าของเทคโนโลยีมาพบปะพูดคุยกับคนที่ทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อให้ได้เทคโนโลยีที่ตอบโจทย์การทำงานของอุตสาหกรรมไมซ์โดยตรง นอกจากนี้ การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีส่งผลกระทบเชิงบวกต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ โดยในช่วงแรกจะเป็นการปรับตัว และเมื่อเวลาผ่านไปจะเป็นการสร้างนวัตกรรม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพการทำงานสูงสุด ผู้วิจัยได้จัดทำบทสรุปจากผลการศึกษานี้ มีรายละเอียดดังภาพที่ 37



ภาพที่ 37 สรุปผลการวิจัย

8. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยีดิจิทัล การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ มีองค์ประกอบสอดคล้องกับการวิจัยเชิงปริมาณ ที่พบว่าความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ ความรู้คือสินทรัพย์ ความรู้คือความสัมพันธ์ และความรู้คือความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ คือ ความแปลกใหม่ และความมีประโยชน์ เทคโนโลยีดิจิทัล ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ คือ แหล่งข้อมูล การมีปฏิสัมพันธ์ การมองเห็น การเชื่อมต่อออนไลน์ การมีส่วนร่วมทางสังคม และป้าย / สัญลักษณ์ การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ คือ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก อิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ความตั้งใจในการทำงาน และพฤติกรรมการใช้ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ คือ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม นอกจากนี้ ยังได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัล ที่มีผลกระทบต่อการใช้เทคโนโลยี และการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทยด้วย ซึ่งสามารถสรุปรายละเอียดดังนี้

ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสัมพันธ์กับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีในมุมมองของการที่ผู้บริหารให้ความสำคัญและเห็นคุณค่าของเทคโนโลยี ทำให้เกิดการลงทุนในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำงานภายในหน่วยงานของอุตสาหกรรมไมซ์ โดยพนักงานที่เป็นคนรุ่นใหม่จะเป็นผู้นำในการใช้งานเทคโนโลยี ช่วยผลักดันและเผยแพร่ให้พนักงานในหน่วยงานเกิดการนำเทคโนโลยีมาเข้ามาประยุกต์ใช้ในการทำงาน และทำให้เกิดการยอมรับของพนักงาน ความคิดสร้างสรรค์สัมพันธ์กับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีในมุมมองของการสร้างนวัตกรรมใหม่ที่เกิดจากการลงทุนทางเทคโนโลยี รวมไปถึงการแสวงหาข้อมูลที่มีความแปลกใหม่และมีประโยชน์ต่อการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ และนำความคิดสร้างสรรค์มาประสานเข้ากับเทคโนโลยี และถ่ายทอดออกมาในมุมมองที่แปลกใหม่ เกิดประโยชน์ต่อการทำงาน เทคโนโลยีดิจิทัลสัมพันธ์กับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีในมุมมองของการนำนวัตกรรมทางเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้กับการทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ทำให้ลดจำนวนพนักงานในหน่วยงาน การทำงานมีความสะดวกมากขึ้นผ่านการทำงานแบบออนไลน์ มีความรวดเร็ว ทำงานได้ทุกที่ทุกเวลา และสามารถแบ่งปันข้อมูลที่ใช้ร่วมกันได้อย่างดี ทำให้เกิดการนำเทคโนโลยีไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีสัมพันธ์กับ

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ในมุมมองของการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้กับการทำงาน โดยในช่วงแรกของการปรับเปลี่ยนจะเป็นการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีใหม่ให้คุ้นเคยและเกิดความชำนาญ และจะเกิดการลดขั้นตอน ลดกระบวนการทำงาน และลดข้อผิดพลาดจากการทำงานให้น้อยลง ทำให้เกิดนวัตกรรมเชิงพฤติกรรม เกิดกระบวนการทำงานรูปแบบใหม่ที่ทำให้การทำงานรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัย ตามลำดับ ดังนี้

1. องค์ประกอบเชิงทฤษฎีของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยี ดิจิทัล การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

1.1 องค์ประกอบของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี

จากการทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า องค์ประกอบของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ประกอบด้วย ความรู้คือสินทรัพย์ ความรู้คือความสัมพันธ์ และความรู้คือความสามารถ สอดคล้องกับ Mortazavi and Bahrami (2012), Dang and Umemoto (2009) และ Dahlman (2003) ที่อธิบายว่า ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ 1) ความรู้คือสินทรัพย์ กล่าวถึง แหล่งสะสมทรัพยากรทางปัญญาของหน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งอยู่ในรูปแบบของ ข้อมูล ความคิด การเรียนรู้ การทำความเข้าใจ ความจำ ความเข้าใจ ความรู้ความเข้าใจ และทักษะ ด้านเทคนิค และความสามารถที่พนักงานมีติดตัวมาก่อน รวมถึงฐานข้อมูล เอกสาร คู่มือ นโยบาย และขั้นตอน ซอฟต์แวร์ และสิทธิบัตรที่มีอยู่ในหน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์ด้วย 2) ความรู้คือความสัมพันธ์ (Knowledge as Relation) กล่าวถึง ความสามารถในการตีความองค์ความรู้ที่ได้มาในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การเข้าร่วมอบรมกับบุคคลอื่น การพบปะพูดคุยกับบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง การเข้าชมสื่อออนไลน์ต่าง ๆ และนำมาปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับการทำงานในแต่ละงาน และ 3) ความรู้คือความสามารถ (Knowledge as Capability) กล่าวถึง กระบวนการในการทำความเข้าใจ ซึมซับ และนำความรู้ไปใช้อย่างเป็นระบบ ทั้งการใช้ความรู้โดยตรงและการประยุกต์ใช้ความรู้ เพื่อให้ องค์การเกิดการใช้ความรู้ที่ดีที่สุด

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยเชิงคุณภาพ ที่พบว่า ด้านความรู้คือสินทรัพย์ พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์มีความรู้ในการใช้เทคโนโลยีพื้นฐานในการทำงานได้เป็นอย่างดี ด้านความรู้คือความสัมพันธ์ สำหรับการเข้าร่วมอบรมขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมของแต่ละหน่วยงาน หากให้ความสำคัญกับความรู้จะมีการส่งพนักงานเข้ารับการฝึกอบรมทั้งภายในและภายนอกอยู่เสมอ นำความรู้กลับมาถ่ายทอดให้กับพนักงานคนอื่น ๆ จนทำให้เกิดความเข้าใจ และ ด้านความรู้คือความสามารถ พนักงานสามารถนำความรู้ไปใช้ได้โดยตรงและเกิดการประยุกต์ใช้ได้อย่างเป็นระบบ ทั้งในส่วนของเทคโนโลยีพื้นฐาน เทคโนโลยีที่ใช้กับงานเฉพาะด้าน และเทคโนโลยีที่ใช้กับงานในอุตสาหกรรมไมซ์

1.2 องค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์

จากการทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า องค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์ประกอบด้วย ความแปลกใหม่ และความมีประโยชน์ สอดคล้องกับ Amabile et al. (1996) และ Zhou and George (2001) ที่อธิบายว่า ความคิดสร้างสรรค์ประกอบด้วย 2 ด้าน คือ 1) ความแปลกใหม่ (Novelty) กล่าวถึง การสร้างความคิดใหม่ที่นำมาใช้ในการดำเนินงาน เป็นความคิดสร้างสรรค์ที่ไม่ซ้ำกับใคร อาจเกิดจากการสร้างขึ้นใหม่ หรือปรับเปลี่ยนจากความคิดที่เคยมีคนคิดไว้ให้เป็นความคิดใหม่ก็ได้ และ 2) ความเป็นประโยชน์ (Potential Usefulness) กล่าวถึง การตระหนักถึงการนำความคิดที่มีความแปลกใหม่ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงาน และเกิดคุณค่าต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมไมซ์

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยเชิงคุณภาพ ที่พบว่า ด้านความแปลกใหม่ พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์มีความคิดสร้างสรรค์ด้านความแปลกใหม่ในเรื่องของงานออกแบบและงานการตลาด และด้านความมีประโยชน์ ถ้างานนั้นทำให้ลูกค้าพึงพอใจและสามารถขายผลงานให้กับลูกค้าได้ ก็เป็นความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อการทำงานด้วยเช่นกัน

1.3 องค์ประกอบของเทคโนโลยีดิจิทัล

จากการทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า องค์ประกอบของเทคโนโลยีดิจิทัล ประกอบด้วย แหล่งข้อมูล การมีปฏิสัมพันธ์ การมองเห็น การเชื่อมต่อออนไลน์ การมีส่วนร่วมทางสังคม และป้าย / สัญลักษณ์ สอดคล้องกับ Beaverstock and Budd (2013), Hojaghan and Esfangareh (2011) และ National Air and Space Museum (2015) ที่อธิบายว่า เทคโนโลยีดิจิทัลประกอบด้วย 6 ด้าน คือ 1) แหล่งข้อมูล (Information Kiosks) กล่าวถึง ฐานข้อมูลเกี่ยวกับ

เทคโนโลยีดิจิทัลในรูปแบบของสื่อดิจิทัลที่ใช้สำหรับการสืบค้นข้อมูล เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคม เครื่องมือสำหรับสืบค้นข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมไมซ์ 2) การปฏิสัมพันธ์ (Interactive) กล่าวถึง การกระทำโต้ตอบกันระหว่างพนักงานภายในอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านทางเทคโนโลยีดิจิทัลต่าง ๆ 3) การมองเห็น (Visual / Digital Displays) กล่าวถึง ภาพการแสดงผลออกต่าง ๆ ของการมองเห็นบนสื่อดิจิทัลที่ได้ตอบกับผู้ใช้ได้มากกว่าการสัมผัส เช่น พุดคุยโต้ตอบ หรือแสดงกลิ่น รวมไปถึงหน้าจอการทำงานที่น่าสนใจ ทำความเข้าใจ และหาเครื่องมือในการใช้งานได้ง่ายช่วยให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ 4) การเชื่อมต่อแบบออนไลน์ (Connecting to Online and Mobile) กล่าวถึง การใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ เชื่อมต่อระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์สื่อสารและอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ รวมถึงการแก้ปัญหาในการเชื่อมต่อออนไลน์ เพื่อใช้ดำเนินงานต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานในหน่วยงานของอุตสาหกรรมไมซ์ 5) การมีส่วนร่วมทางสังคม (Social Engagement) กล่าวถึง การทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างพนักงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานร่วมกันผ่านทางสื่อดิจิทัล ทั้งในเรื่องของการเข้าถึง การแชร์ และการแบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีที่ช่วยในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมไมซ์ และ 6) ป้ายดิจิทัล (Label / Signage) กล่าวถึง การแสดงสัญลักษณ์เพื่อแสดงถึงความสำคัญของข้อความหรือข้อมูลต่าง ๆ ที่แสดงคำแนะนำการใช้งาน รวมถึงคู่มือการใช้งานเทคโนโลยี ซึ่งจะช่วยให้ความเข้าใจในการใช้งานเทคโนโลยีมากขึ้น ส่งผลดีต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมไมซ์ และช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยเชิงคุณภาพ ที่พบว่า ด้านแหล่งข้อมูล มีหน่วยงานที่มีแหล่งข้อมูลสนับสนุน ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ซึ่งเป็นหน่วยงานสนับสนุนของภาครัฐ ได้จัดตั้ง MICE Intelligence Center เพื่อสนับสนุนข้อมูลและสารสนเทศต่าง ๆ ที่หน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์จำเป็นต้องใช้ สมาคมการแสดงสินค้าไทย (Thailand Exhibition Association: TEA) และสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) (Thailand Incentive and Convention Association: TICA) จะมีข้อมูลสนับสนุนให้บนเว็บไซต์ของสมาคม นอกจากนี้แล้ว แหล่งข้อมูลจะพบได้ในสถานที่จัดงานประเภทโรงแรม และสถานที่จัดงานประเภทศูนย์ประชุม และแสดงสินค้าและนิทรรศการ บริษัทรับจัดงาน และบริษัทด้านการท่องเที่ยวที่มีขนาดใหญ่ ที่จะมี E-Library ให้พนักงานได้เข้าไปสืบค้นข้อมูลเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมไมซ์ ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ ผู้ใช้รู้สึกว่าการใช้เทคโนโลยีส่วนใหญ่นำมาใช้ในการทำงานค่อนข้างใช้งานได้ง่าย สะดวกต่อการเรียนรู้และทำความเข้าใจ ถ้าเป็นเทคโนโลยีพื้นฐาน เช่น การใช้งานอินเทอร์เน็ต

โปรแกรมการจัดการงานเอกสาร ไม่ค่อยมีปัญหาในการใช้งาน เทคโนโลยีที่ใช้ในงานเฉพาะแผนก เช่น เทคโนโลยีการจัดการข้อมูลฝ่ายบุคคล เทคโนโลยีการจัดการข้อมูลฝ่ายการตลาด เทคโนโลยีการจัดการข้อมูลฝ่ายบัญชีการเงิน ไม่ค่อยมีปัญหาในการใช้งานเช่นกัน หากจบมาตรงสายงานก็ได้เรียนรู้มาก่อนแล้ว สามารถเรียนรู้เทคโนโลยีของหน่วยงานและใช้ได้อย่างรวดเร็ว แต่ถ้าเป็นเทคโนโลยีเฉพาะทางด้านการจัดงานโม่ช ในช่วงเริ่มต้นของการใช้งานก็ต้องมีการปรับตัวบ้าง เพราะเป็นสิ่งใหม่ แต่พอใช้ไปเรื่อย ๆ ก็เกิดความชำนาญ ไม่รู้สึกว่ายาก ด้านการมองเห็น เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยสร้างภาพลักษณ์ขององค์การให้ดูทันสมัย รูปแบบหน้าจอของระบบ โปรแกรม Application หรือเทคโนโลยีที่นำมาใช้ อาจไม่ต้องสวยงามดึงดูดใจผู้ใช้งานนัก แต่เน้นการใช้งานที่ง่าย ได้ตอบกับผู้ใช้ได้ในมุมมองของการนำเสนอข้อมูลย้อนกลับหรือความผิดพลาดของผู้ใช้ได้ทันที ทำให้เกิดการแก้ปัญหาในการทำงานได้ทันทีและมีประสิทธิภาพ ด้านการเชื่อมต่อออนไลน์ ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เทคโนโลยีดิจิทัลใช้งานได้สะดวก ทั้งนี้ เกิดจากการเชื่อมต่อออนไลน์ของเทคโนโลยี ต้องใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง ขณะใช้งานต้องไม่มีสัญญาณหลุดหรือขาด ทั้งในรูปแบบของการใช้บนเครื่องคอมพิวเตอร์และบนอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ ด้านการมีส่วนร่วมทางสังคม ผู้บริหารให้การสนับสนุนในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นอย่างดี รวมไปถึงการแบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งกันและกันของ ผู้บริหาร หัวหน้างาน และพนักงาน ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน และด้านป้าย / สัญลักษณ์เทคโนโลยีดิจิทัลที่นำเข้ามาใช้ใหม่ ต้องอาศัยคู่มือในการใช้งาน (Manual) บางครั้งต้องการคำแนะนำในการใช้งานจากฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการทำงานได้อย่างราบรื่นไม่ติดขัด รวมทั้งป้าย / สัญลักษณ์ที่มีความเป็นสากลสามารถสื่อสารให้พนักงานเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน และสามารถนำไปใช้งานได้มีประสิทธิภาพ

1.4 องค์ประกอบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

จากการทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า องค์ประกอบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วย ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก อิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ความตั้งใจในการใช้งาน และพฤติกรรมการใช้ สอดคล้องกับ Ajzen (1991), Venkatesh et al. (2003) และ (Venkatesh et al., 2012) ที่อธิบายว่า การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วย 6 ด้าน คือ 1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) กล่าวถึง พนักงานในอุตสาหกรรมโม่ชรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานของเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ทำให้เกิดความเชื่อว่าเทคโนโลยีนั้นสามารถนำมาใช้ในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) ความคาดหวังในความสะดวก (Effort Expectancy) กล่าวถึง

พนักงานในอุตสาหกรรมไม่รับรู้ว่าเป็นเทคโนโลยีที่ใช้งานได้ง่าย มีความสะดวกและคล่องตัวในการใช้งาน ทำให้เกิดความเชื่อว่าเทคโนโลยีนั้นสามารถใช้งานได้ทุกเวลาที่ต้องการอย่างสะดวกและรวดเร็ว 3) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) กล่าวถึง กลุ่มของบุคคลที่เกี่ยวข้องที่ส่งเสริมให้เกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ผ่านการแนะนำว่าเป็นเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ ใช้งานได้ง่าย 4) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Conditions) กล่าวถึง สิ่งที่เป็นปัจจัยส่งเสริมให้เกิดความสะดวกในการใช้งานเทคโนโลยีที่ใช้ในการดำเนินงาน เช่น ความเร็วและคุณภาพของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งจะทำให้เกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีได้ง่ายขึ้น 5) ความตั้งใจในการใช้งาน (Behavioral Intention) กล่าวถึง ผลลัพธ์จากการรับรู้ว่าเป็นเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ ใช้งานได้ง่าย โดยมีกลุ่มบุคคลช่วยกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ และเกิดแรงผลักดันที่คิดว่าจะใช้เทคโนโลยีนั้น และ 6) พฤติกรรมการใช้ (Use Behavior) กล่าวถึง พฤติกรรมของพนักงานในอุตสาหกรรมไม่ซีที่นำเทคโนโลยีนั้นไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจริง

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยเชิงคุณภาพ ที่พบว่า ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ เกิดจากการเรียนรู้ ศึกษาหาข้อมูลก่อนจนกว่าจะมั่นใจ ด้านความคาดหวังในความสะดวก คาดหวังว่าจะทำงานได้ตลอดเวลาที่ต้องการ ทำงานจากที่บ้านได้ งานเสร็จเร็วขึ้น มีความถูกต้อง สมบูรณ์ ประมวลผลเร็ว ไม่มีข้อผิดพลาด เทคโนโลยีที่จะนำมาประยุกต์ใช้ในการทำงานต้องมีหน้าจอกำหนดการทำงานที่สะดวก ใช้งานง่าย เข้าใจได้ชัดเจน ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ใช้แล้วต้องไม่รู้สึกเบื่อหน่าย กระตุ้นให้เกิดความอยากที่จะใช้อย่างต่อเนื่อง อิทธิพลทางสังคม บุคคลรอบข้างมีส่วนให้คำแนะนำในการเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ผู้บริหารเป็นผู้ที่ให้การสนับสนุนในเรื่องงบประมาณ ความรู้ในการใช้งานมาจากแผนกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะแผนกไอทีที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงในการศึกษาความต้องการของพนักงานในแผนกต่าง ๆ ที่ต้องการใช้ระบบงานหรือเทคโนโลยี แล้วสรุปผลออกมาเสนอเป็นทางออกในการตัดสินใจลงทุนของผู้บริหาร เพื่อนร่วมงานจะคอยให้ความช่วยเหลือกัน คนเก่งจะคอยช่วยเหลือคนที่ยังทำไม่ได้ ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก มุ่งเน้นไปที่ความเร็วและความเสถียรของการใช้งานระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก รวมถึงสนับสนุนในเรื่องอุปกรณ์การเข้าถึงการใช้เทคโนโลยีอย่างคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ หรือ Tablet ให้มีใช้อย่างเพียงพอ ด้านความตั้งใจในการใช้งาน หากเทคโนโลยีที่จะนำมาเข้ามาใช้มีประสิทธิภาพ มีความสะดวก และได้รับการสนับสนุนจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง จะทำให้พนักงานมีความตั้งใจในการใช้งาน เกิดการเรียนรู้ ทดลองใช้ตามมา ด้านพฤติกรรมการใช้ เกิดจาก ทุกประเด็นข้างต้นทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้อย่างต่อเนื่อง

1.5 องค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

จากการทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า องค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม สอดคล้องกับ Kirton (1994) และ Storr (1989) ที่อธิบายว่า พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วย 2 ด้าน คือ 1) พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว (Adaptive Creative Behavior) กล่าวถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคลากร โดยทำตามแบบอย่างปฏิบัติสืบทอดกันมา ไม่ปรับเปลี่ยนวิธีการ ทำให้เกิดการแสดงพฤติกรรมออกมาในรูปแบบของการกระทำต่าง ๆ ที่ส่งผลให้เกิดการใช้เทคโนโลยีตามรูปแบบเดิม ไม่เกิดความท้าทายในการทำงาน และ 2) พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม (Innovative Creative Behavior) กล่าวถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการสร้าง การสนับสนุน หรือการประยุกต์ใช้ความคิด ทำให้เกิดกระบวนการหรือขั้นตอนการทำงานใหม่ โดยไม่ยึดติดกับการทำงานตามกรอบแนวคิดเดิม มีการปรับเปลี่ยนวิธีการใหม่ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์แบบเดิมหรือดีกว่า เกิดความท้าทายในการทำงาน และแก้ไขปัญหาของหน่วยงานในอุตสาหกรรมไม่ซ้ำได้

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยเชิงคุณภาพ ที่พบว่า ด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว ในช่วงแรกจะเป็นการปฏิบัติตามที่คนอื่นทำตามกันมาก่อน ใส่ใจกับรายละเอียดไม่ข้ามขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่ง เพราะกลัวว่าจะเกิดความผิดพลาดในการใช้งาน ผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้งานต้องเป็นไปตามมาตรฐานที่วางไว้ เป็นพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัวในช่วงแรกที่รับเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้ในการทำงาน ด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม จะเกิดภายหลังจากพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว กล่าวคือ หลังจากเริ่มใช้เทคโนโลยีใหม่จนเกิดความชำนาญแล้วจะเกิดการสร้างวิธีการใช้งานเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นออกไป ทำให้เกิดการทำงานแบบนอกรอบหรือเปลี่ยนแปลงกรอบการทำงานใหม่ ไม่ยึดติดกับกรอบการทำงานเดิมที่ปฏิบัติต่อกันมา ทำให้การทำงานเร็วขึ้น ข้อผิดพลาดลดลง เกิดความท้าทายใหม่ในการทำงาน ยอมเสี่ยงเพื่อให้ได้ผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น ยอมรับผลดีผลเสียของสิ่งที่จะตามมาได้

2. ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี เนื่องจากองค์ประกอบด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ทั้ง 3 องค์ประกอบ ส่งผลต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี จากการวิเคราะห์พบว่า ความคิดเห็นของพนักงานในอุตสาหกรรมไม่ซ้ำให้ความสำคัญกับ

ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีเพราะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน และแสวงหาความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีในการทำงานอยู่เสมอ แต่สิ่งที่พบคือ ในหน่วยงานมีแหล่งข้อมูลให้ศึกษาค้นคว้าหาความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีในการทำงานไม่เพียงพอต่อความต้องการของพนักงาน ถึงแม้ว่า ผู้บริหารจะสนับสนุนให้ใช้ความรู้จากเทคโนโลยีในการทำงาน และพนักงานสามารถถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีในการทำงานให้กับเพื่อนร่วมงานได้ แต่สิ่งที่พบคือ พนักงานยังไม่ค่อยได้เข้ารับการฝึกอบรมการใช้เทคโนโลยีในการทำงานจากทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อนำความรู้มาถ่ายทอดให้กับเพื่อนร่วมงานมากเท่าที่ควร ทั้ง ๆ ที่พนักงานมีความคิดเห็นว่า ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีทำให้ท่านมีความสามารถในการทำงานมากขึ้น และสามารถนำความรู้ไปใช้ได้โดยตรง แสดงให้เห็นว่า พนักงานยังไม่มีความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในการจัดงานมากนัก ความรู้ที่มีส่วนใหญ่มักจะเป็นการใช้เทคโนโลยีทั่วไป ได้แก่ การค้นหาข้อมูลด้วย Google และการใช้เทคโนโลยีในงานเฉพาะแผนก ได้แก่ แผนกทรัพยากรบุคคล แผนกการตลาด แผนกบัญชีและการเงิน และแผนกออกแบบงาน แต่ถ้าเป็นความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในการจัดงานไมซ์ ส่วนใหญ่พนักงานจะมีความรู้ไม่มากนัก ทั้งนี้เกิดจากแหล่งข้อมูลยังไม่เพียงพอต่อการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำงาน แหล่งข้อมูลจะมีเฉพาะในหน่วยงานสนับสนุนของภาครัฐ สมาคม และบริษัทในอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีขนาดใหญ่เท่านั้น พนักงานส่วนใหญ่ไม่ค่อยได้เข้าฝึกอบรม ทั้งนี้เนื่องจากการทำงานที่ไม่เป็นเวลา อีกทั้งในเวลาว่างและนอกเวลาว่างยังไม่ค่อยได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานมากนัก และพนักงานสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการทำงานได้ แต่เป็นเพียงความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีพื้นฐาน ยังไม่ใช่ความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับเทคโนโลยีเฉพาะด้านสำหรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ควรได้รับการสนับสนุนให้มีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี เพื่อให้เกิดการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mortazavi and Bahrani (2012) ศึกษาเรื่องแนวทางการบูรณาการสู่การเป็นผู้ประกอบการ-เศรษฐกิจฐานความรู้ : โมเดลเชิงแนวคิด ที่พบว่า พนักงานมีความรู้ในระดับสากลช่วยให้ประสิทธิภาพการผลิตและการบริการเพิ่มมากขึ้น ทำให้พนักงานสามารถสร้างคุณค่า (Value) จากองค์ความรู้ และสามารถนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับหน่วยงาน ในขณะที่พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย สามารถสร้างคุณค่าจากความรู้ได้โดยการใช้ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีพื้นฐาน และเทคโนโลยีเฉพาะแผนกงาน และนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับหน่วยงานได้อย่างเป็นรูปธรรม แต่ยังคงต้องพัฒนาเพิ่มในการใช้เทคโนโลยีสำหรับการจัดงานไมซ์ ผลของการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kwon et al. (2015) ศึกษาเรื่องการศึกษาเกี่ยวกับการจัดตั้งนโยบายใน

การกระตุ้นการทำงานของอุตสาหกรรมข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และการจัดลำดับความสำคัญของนโยบาย: บทเรียนจากประเทศเกาหลี ที่พบว่า อุตสาหกรรมข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ที่มีเป็นจำนวนมากมีความสำคัญต่อการทำงาน เป็นคลังความรู้ขนาดมหึมา ที่ทำให้พนักงานเข้าถึงสารสนเทศผ่านเทคโนโลยีและการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ในขณะที่อุตสาหกรรมไอซีในประเทศไทยมีคลังความรู้ขนาดใหญ่อยู่ในหน่วยงานสนับสนุนของภาครัฐ สมาคมต่าง ๆ และบริษัทภาคเอกชนขนาดใหญ่ เพื่อสนับสนุนการใช้งานของพนักงานในอุตสาหกรรมไอซี แต่ยังคงพัฒนาคลังความรู้ขนาดใหญ่ของอุตสาหกรรมไอซีให้มีเพิ่มมากขึ้น และให้ข้อมูลที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้เพิ่มขึ้นด้วย ผลของการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chung et al. (2015) ศึกษาเรื่องอิทธิพลของเว็บไซต์การท่องเที่ยวที่มีต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกจุดหมายปลายทาง: กรณีศึกษาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศเกาหลี ที่พบว่า พนักงานให้ความสำคัญกับความรู้ที่จะนำไปพัฒนาเป็นเว็บไซต์ทางการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีให้มีความน่าสนใจและมีความสวยงามดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ความรู้ที่พนักงานมีเป็นความรู้เชิงลึกที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเว็บไซต์ ในขณะที่พนักงานในอุตสาหกรรมไอซีไทย มีความรู้ในการนำมาบูรณาการร่วมกันกับเทคโนโลยีพื้นฐานและเทคโนโลยีเฉพาะด้าน แต่ยังคงพัฒนาเรื่องความรู้ในเทคโนโลยีเฉพาะด้าน จึงจะสามารถนำความรู้มาต่อยอดให้เกิดคุณค่าและนำไปใช้ได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ผลของการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Cheung et al. (2016) ศึกษาเรื่อง ความรู้ของผู้สอนและการยอมรับเทคโนโลยี : การศึกษาการยอมรับของคลิกเกอร์ ที่พบว่า ผู้สอนสามารถใช้ความรู้ที่มีอยู่ในตัวเองศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่จะใช้จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ทำให้สามารถเลือกเทคโนโลยีและนำมาใช้ประกอบการสอนได้อย่างเหมาะสม ในขณะที่พนักงานในอุตสาหกรรมไอซีไทยเลือกใช้เทคโนโลยีที่สอดคล้องกับการทำงานพื้นฐาน และใช้เทคโนโลยีกับงานเฉพาะแผนกได้เป็นอย่างดี เหมาะสมกับการประยุกต์ใช้ในการทำงานในอุตสาหกรรมไอซี ผลของการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kuciapski (2017) ศึกษาเรื่อง โมเดลการยอมรับเทคโนโลยีอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่สำหรับการถ่ายโอนความรู้ของพนักงาน ที่พบว่า การถ่ายโอนความรู้ของพนักงานส่งผลกระทบต่อกรยอมรับและการใช้เทคโนโลยี การถ่ายโอนความรู้เป็นการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ที่มีอยู่ในตัวพนักงานแต่ละคนไปให้กับพนักงานคนอื่น ทำให้พนักงานมีความรู้มากขึ้น และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้ ในขณะที่พนักงานในอุตสาหกรรมไอซีจะรับรู้แลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี จากผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงานตามสายการบังคับบัญชาให้ทดลองใช้เทคโนโลยีที่มีความเหมาะสม ผลของการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wang (2010) ศึกษาเรื่อง ความรู้ด้านความปลอดภัยของ

สารสนเทศและพฤติกรรม : การประยุกต์ใช้โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี ที่พบว่า ความรู้ด้านความปลอดภัยของสารสนเทศส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการใช้งานและพฤติกรรมการใช้แนวทางการแก้ปัญหาความปลอดภัยในข้อมูล พนักงานที่มีความรู้ด้านความปลอดภัยจะมีความคาดหวังว่าเทคโนโลยีที่จะนำเข้ามาใช้ต้องรักษาความปลอดภัยของข้อมูลได้เป็นอย่างดี เป็นเทคโนโลยีที่ใช้งานได้ง่าย มีผู้ใช้หลายคนที่เข้าใจเทคโนโลยีการรักษาความปลอดภัยและให้คำแนะนำในการใช้งานได้ ทำให้เกิดความตั้งใจในการเลือกเทคโนโลยีรักษาความปลอดภัยของข้อมูลนั้นมาใช้ และส่งผลให้เกิดการใช้เทคโนโลยีในการรักษาความปลอดภัยนั้น ในขณะที่พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย สามารถนำความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีพื้นฐานและความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีเฉพาะแผนกเข้ามาประยุกต์ใช้ในการทำงานได้เป็นอย่างดี หากแต่ยังต้องสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาในการใช้ความรู้ในเทคโนโลยีสำหรับการจัดงานไมซ์เพิ่มมากขึ้น

จากงานวิจัยเชิงคุณภาพ ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณที่สะท้อนให้เห็นว่า พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์มีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีพื้นฐาน และความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีเฉพาะแผนก แต่ยังคงขาดความรู้เชิงลึกในการใช้เทคโนโลยีในการจัดงานไมซ์ ถึงแม้ว่าจะมีแหล่งข้อมูลสนับสนุนในการค้นคว้าหาความรู้ แต่ยังมีไม่มากเพียงพอกับความต้องการ และข้อมูลยังไม่ตรงกับความต้องการของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ที่ต้องใช้งานอีกด้วย

3. ความคิดสร้างสรรค์ส่งผลกระทบต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

ความคิดสร้างสรรค์ส่งผลกระทบต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี เนื่องจากองค์ประกอบด้านความคิดสร้างสรรค์ ทั้ง 2 องค์ประกอบส่งผลกระทบต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี จากการวิเคราะห์พบว่า ความคิดเห็นของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ พนักงานสามารถปรับเปลี่ยนแนวทางแก้ปัญหาเดิมที่เคยเกิดขึ้นมาประยุกต์ใช้แก้ปัญหาใหม่ที่เกิดขึ้นได้ วิธีการแก้ปัญหาที่นำมาใช้สามารถแก้ปัญหาในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ พนักงานสามารถสร้างความคิดใหม่ที่ช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น แนวทางการทำงานใหม่ที่พัฒนาขึ้นช่วยให้องค์การเติบโตและบรรลุเป้าหมายการทำงาน อีกทั้งยังสอดคล้องกับนโยบายการทำงานของหน่วยงาน และเป็นประโยชน์ต่อการทำงาน ผลของการวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้บริหารหน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์ควรให้ความสำคัญการสร้างความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน เนื่องจากความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานเป็นสิ่งจำเป็นที่ช่วยต่อยอดให้เกิดแนวความคิดในการทำงานใหม่ ๆ ที่มีประโยชน์และสอดคล้องกับนโยบายการทำงานขององค์การ

ผลของการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sung (2015a) ศึกษาเรื่องการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในเศรษฐกิจสร้างสรรค์: อุตสาหกรรมการผลิต และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ที่พบว่า การประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่เกิดจากการปรับเปลี่ยนวิธีการเดิมโดยต่อยอดให้เกิดเป็นแนวทางใหม่ มีประโยชน์ต่อการทำงาน ช่วยให้งานมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้เกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมการผลิตและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งตรงกันกับพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทยที่สามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่มาต่อยอดให้เกิดคุณค่าและมีประโยชน์ต่อการทำงานของหน่วยงานได้เช่นกัน ผลของการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chung et al. (2015) ศึกษาเรื่องอิทธิพลของเว็บไซต์การท่องเที่ยวที่มีต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกจุดหมายปลายทาง: กรณีศึกษาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศเกาหลี ที่พบว่า ความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่และให้ข้อมูลที่มีประโยชน์ในรูปแบบของเว็บไซต์ข้อมูลทางการท่องเที่ยวที่นำเสนอผ่านการออกแบบกราฟฟิกที่น่าสนใจ การทำการตลาดบนเว็บไซต์ที่ออกแบบอย่างสร้างสรรค์ การจัดเก็บข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่จำเป็นและมีประโยชน์ในระบบฐานข้อมูลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเลือกเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของประเทศที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับระบบเศรษฐกิจต่อไป ซึ่งเหมือนกับพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทยที่สามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบการจัดงานไมซ์ให้มีความแตกต่าง น่าสนใจ และสอดคล้องกับนโยบายของแต่ละหน่วยงาน ผลของการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ocejó (2010) ศึกษาเรื่อง จะเป็นอย่างไรมือบาร์เทนเดอร์ให้คำนิยามใหม่กับการบริการในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่พบว่า การใส่ความคิดสร้างสรรค์ในการผสมเครื่องดื่มช่วยให้เกิดความผูกพันในงานที่ผลิตด้วยตนเอง เป็นการผสมเครื่องดื่มที่มีความแปลกใหม่ และยังสามารถบันทึกสูตรใหม่ในการผสมเครื่องดื่มลงในสื่อออนไลน์ที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ ทำให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงานและเป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่มีคุณค่าระหว่างลูกค้าและบาร์เทนเดอร์ ผลจากความคิดสร้างสรรค์ทำให้เกิดการพัฒนาทรัพยากรบุคคล บาร์เทนเดอร์เกิดการนำความคิดสร้างสรรค์มาต่อยอดทำให้เกิดการยอมรับและนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเหมือนกับพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทยที่สามารถเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพหากมีข้อมูลมากเพียงพอในการใช้งาน ผลของการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Henriksen et al. (2016) ศึกษาเรื่อง การผสมผสานความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีในการศึกษาในศตวรรษที่ 21 : มุมมองที่เป็นระบบสำหรับการเปลี่ยนแปลง ที่พบว่า การบูรณาการร่วมกันระหว่างความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยี ทำให้ผู้สอนเกิดการใช้

ความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่ในการใช้เทคโนโลยีผลิตสื่อการสอนและการวัดผลการเรียน ทำให้การเรียนการสอนมีประสิทธิภาพและมีความน่าสนใจมากขึ้น ผู้สอนให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพและความสะดวกในการใช้งาน เทคโนโลยีต้องใช้งานง่าย มีเครื่องมือที่หลากหลาย ตอบสนองต่อความต้องการของผู้สอนได้ครบถ้วน หากพบปัญหาการใช้งานต้องมีคำแนะนำออนไลน์ช่วยแก้ไขปัญหาได้ทันที เมื่อผลิตเป็นสื่อการสอนและเครื่องมือวัดผลแล้วสามารถนำไปใช้งานได้จริง เป็นความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ เช่นเดียวกับกับพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทยที่สามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่ในการออกแบบการจัดงานไมซ์ให้มีความน่าสนใจ ตรงตามความต้องการของลูกค้าและสามารถขายงานได้ ผลของการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Henriksen et al. (2018) ศึกษาเรื่อง ความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีในการศึกษา : มุมมองระหว่างประเทศ ผลที่ได้พบว่า ความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีถูกนำมาใช้กำหนดเป็นนโยบายทางการศึกษาใน 6 ประเทศ ได้แก่ ออสเตรเลีย บัลแกเรีย สาธารณรัฐเชค ฟินแลนด์ สโลวาเกีย และสหรัฐอเมริกา ผลยังคงสอดคล้องกับการศึกษาของ Henriksen et al. (2016) ในลักษณะเดียวกัน คือ การบูรณาการร่วมกันระหว่างความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยี ทำให้ผู้สอนเกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่ในการใช้เทคโนโลยีผลิตสื่อการสอนและการวัดผลการเรียน ทำให้การเรียนการสอนมีประสิทธิภาพและมีความน่าสนใจมากขึ้น ผู้สอนให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพและความสะดวกในการใช้งาน เทคโนโลยีต้องใช้งานง่าย มีเครื่องมือที่หลากหลาย ตอบสนองต่อความต้องการของผู้สอนได้ครบถ้วน หากพบปัญหาการใช้งานต้องมีคำแนะนำออนไลน์ช่วยแก้ไขปัญหาได้ทันที เมื่อผลิตเป็นสื่อการสอนและเครื่องมือวัดผลแล้วสามารถนำไปใช้งานได้จริง เป็นความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ เช่นเดียวกับกับพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทยที่สามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่ในการออกแบบการจัดงานไมซ์ให้มีความน่าสนใจ ตรงตามความต้องการของลูกค้าและสามารถขายงานได้ ผลของการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hoffmann et al. (2016) ศึกษาเรื่อง ความคิดสร้างสรรค์ในยุคของเทคโนโลยี : การวัดผลความคิดสร้างสรรค์แบบดิจิทัลในยุคมิลเลเนียล ที่พบว่านักเรียนใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการออกแบบความคิดสร้างสรรค์ให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น ทำให้ผู้เรียนเกิดการยอมรับและนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการทำงาน เช่นเดียวกับกับพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทยที่สามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่ในการออกแบบการจัดงานไมซ์ให้มีความน่าสนใจ ตรงตามความต้องการของลูกค้าและสามารถขายงานได้

จากงานวิจัยเชิงคุณภาพ ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกยังสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณที่สะท้อนให้เห็นว่า พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์มีความคิดสร้างสรรค์ค่อนข้างสูงในเรื่องของ

ความแปลกใหม่ ต้องสร้างแนวคิดใหม่ ๆ เพื่อออกแบบรูปแบบของงานตามที่ถูกคำต้องการ รูปแบบของงานที่ออกมาจะไม่ซ้ำกับงานของคนอื่น แนวคิดที่ออกมาจะต้องไปนำเสนอให้กับลูกค้าจึงต้องใช้โปรแกรมในการออกแบบกราฟิกที่ทันสมัย สวยงาม และดูง่ายสบายตา ถ้าความคิดที่พนักงานสร้างขึ้นมาถูกใจลูกค้า สามารถทำให้ลูกค้าซื้อความคิดนั้นได้ จะทำให้ความคิดสร้างสรรค์ในผลงานชิ้นนั้นเกิดความมีประโยชน์ นั่นคือ ขายงานให้กับลูกค้าได้นั่นเอง

4. เทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลกระทบต่อกระบวนเชิงบวกต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี

เทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลกระทบต่อกระบวนเชิงบวกต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี เนื่องจากองค์ประกอบด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ทั้ง 6 องค์ประกอบ ส่งผลกระทบต่อกระบวนเชิงบวกต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี จากการวิเคราะห์พบว่า ความคิดเห็นของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ พนักงานสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงานได้จากแหล่งข้อมูลแบบออนไลน์ที่มีให้เลือกใช้อย่างหลากหลาย เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานตอบสนองการทำงานกับผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี สามารถใช้งานได้ง่าย พนักงานสามารถเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงานได้อย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีดิจิทัลมีหน้าจอกการทำงานที่ทำความเข้าใจและใช้งานได้ง่าย มีรูปแบบให้เลือกใช้อย่างหลากหลาย ทำงานบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้เกิดการแชร์ข้อมูลกันผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีม คู่มือและคำแนะนำในการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้การทำงานของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ง่ายขึ้น ทำงานได้อย่างราบรื่นไม่ติดขัด ผลจากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินงานของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ดังนั้น ผู้บริหารจะต้องให้ความสำคัญในการจัดหาแหล่งข้อมูลที่มีความพร้อมในการสนับสนุนการใช้งาน โดยพิจารณาเรื่องของการใช้งานที่ง่าย เทคโนโลยีที่มีรูปลักษณ์ดึงดูดใจให้พนักงานใช้งาน สามารถทำงานได้ออนไลน์ทั้งบนเว็บไซต์และอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ มีผู้ใช้เป็นจำนวนมากที่เห็นพ้องว่าเป็นเทคโนโลยีที่น่าสนใจ และมีคู่มือและผู้ใช้คำแนะนำที่สนับสนุนการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการทำงานได้เป็นอย่างดี

ผลของการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Park et al. (2015) ศึกษาเรื่อง การบรรจบกันของสโมสรและปัจจัยในการแบ่งดิจิทัลข้ามประเทศ ที่พบว่า จะต้องมีการลงทุนสร้างแหล่งข้อมูลใหม่ ๆ เพื่อให้อาจารย์และผู้สนใจเข้าไปสืบค้นข้อมูล และนำมาถ่ายทอดให้กับนักศึกษาหรือบุคคลภายนอกที่มีความสนใจ โดยพัฒนาแหล่งข้อมูลให้มีรูปแบบที่สวยงาม น่าสนใจ สามารถสืบค้นได้แบบออนไลน์ ทำให้เกิดการทำงานได้ทุกที่ทุกเวลา มุ่งเน้นการทำงานเป็นทีมที่สามารถแสดงความคิดเห็นร่วมกัน

แบบออนไลน์ โดยใช้เครื่องมือที่เป็นสัญลักษณ์หรือสื่อแสดงอารมณ์ในลักษณะของรูปภาพที่สื่อสารให้เข้าใจตรงกันได้ง่าย เช่นเดียวกันกับในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ที่พนักงานสามารถหาข้อมูลได้จากแหล่งข้อมูลแบบออนไลน์ เทคโนโลยีดิจิทัลมีหน้าจอกการทำงานที่ทำความเข้าใจและใช้งานได้ง่าย เกิดการแชร์ข้อมูลกันผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีม คู่มือและคำแนะนำในการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้การทำงานของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ง่ายขึ้น ผลของการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Adukaite et al. (2016) ศึกษาเรื่อง บทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลในการศึกษาด้านการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาในแอฟริกาใต้ ที่พบว่า หากมีความพร้อมในการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล และมีการสนับสนุนให้เกิดแนวคิดดิจิทัลให้กับนักเรียน จะช่วยพัฒนานักเรียนให้มีความรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี ลดความวิตกกังวลในการใช้เทคโนโลยี ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยี เกิดการเข้าถึงเทคโนโลยีผ่านการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลและอุปกรณ์ต่าง ๆ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการยอมรับและนำเทคโนโลยีไปประยุกต์ใช้ เช่นเดียวกันกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ที่ต้องมุ่งเน้นการพัฒนาแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลให้มีความหลากหลายและตรงตามความต้องการของผู้ใช้ เพื่อให้เกิดการใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลของการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Patel et al. (2014) ศึกษาเรื่อง บนความแพร่หลายของการคำนวณ : โครงการอันนี้ปีของมาเลเซียสำหรับนวัตกรรมในเศรษฐกิจดิจิทัล ที่พบว่า รูปแบบของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงต้องมีคุณภาพที่ดี ซึ่งต้องถูกพัฒนาให้มากขึ้น เช่นเดียวกันกับเรื่องของการเชื่อมต่อออนไลน์ในประเทศไทยที่ยังคงต้องพัฒนาให้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีความเร็วสูงและมีความเสถียรของสัญญาณ เพื่อรองรับการทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ผลของการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ofori (2019) ศึกษาเรื่อง การใช้โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี เพื่อส่งเสริมให้เกิดการยอมรับและการใช้ดิจิทัลเทคโนโลยีในมหาวิทยาลัยเทคนิคชันยานี ที่พบว่า เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในมหาวิทยาลัยชันยานีมีหลากหลาย มีแหล่งข้อมูลสำหรับค้นคว้าข้อมูลในการใช้งาน เทคโนโลยีมีรูปแบบการใช้งานที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจ หน้าตาของโปรแกรมดึงดูดใจผู้ใช้สามารถทำงานได้ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีเจ้าหน้าที่คอยสนับสนุนการใช้งาน และมีคู่มือการใช้ให้ศึกษาเพิ่มเติม ทำให้ผู้ใช้มีทัศนคติทางบวกต่อเทคโนโลยีดิจิทัลและมีการรับรู้อย่างถูกต้อง ผู้ใช้เกิดความคาดหวังว่าเทคโนโลยีดิจิทัลที่จะนำเข้ามาใช้ในมหาวิทยาลัยจะช่วยให้งานมีประสิทธิภาพมากขึ้น มีรูปแบบการใช้งานที่ง่ายและสะดวก มีผู้ใช้จำนวนมากที่มีความชำนาญและให้คำแนะนำที่ดี มีระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่สนับสนุนการทำงานออนไลน์ ทำให้เกิดความตั้งใจในการใช้งานและทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้ในที่สุด เช่นเดียวกันกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ที่ต้องการ

แหล่งข้อมูลแบบออนไลน์ที่มีให้เลือกใช้อย่างหลากหลาย เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานตอบสนองการทำงานกับผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี สามารถใช้งานได้ง่าย พนักงานสามารถเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงานได้อย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีดิจิทัลมีหน้าจอกการทำงานที่ทำความเข้าใจและใช้งานได้ง่าย มีรูปแบบให้เลือกใช้อย่างหลากหลาย ทำงานบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้เกิดการแชร์ข้อมูลกันผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีม คู่มือและคำแนะนำในการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้การทำงานของพนักงานในอุตสาหกรรมไม่ซับซ้อน ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Magsamen-Conrad et al. (2015) ศึกษาเรื่อง การข้ามเส้น : การใช้ทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีเพื่อทำนายการยอมรับการใช้แท็บเล็ตของหลายเจนเนเรชั่น ที่พบว่า การใช้แท็บเล็ตต้องมีแหล่งข้อมูลสนับสนุนการใช้งาน การใช้งานไม่ยุ่งยาก ทำงานได้รวดเร็ว เทคโนโลยีดิจิทัลจึงส่งผลกระทบต่อการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ความคาดหวังในความสะดวก และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ส่งผลกระทบต่อการทำนายผลความตั้งใจในการใช้งานแท็บเล็ต จึงต้องส่งเสริมโปรแกรมการเรียนรู้ การสอน และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพในมุมมองที่หลากหลายขององค์การ เช่นเดียวกันกับความคิดเห็นของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ที่ต้องการแหล่งข้อมูลสนับสนุนการใช้งาน การใช้งานเทคโนโลยีไม่ยุ่งยาก ทำงานได้รวดเร็ว ทำให้เกิดความตั้งใจในการใช้งานและเกิดพฤติกรรมการใช้ ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tan (2013) ศึกษาเรื่อง การประยุกต์ใช้ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีเพื่อทำความเข้าใจปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้เว็บไซต์ E-Learning วิชาภาษาอังกฤษในได้วัน ที่พบว่า ในมุมมองของผู้สอน E-Learning เป็นเทคโนโลยีที่มีความซับซ้อน มีเครื่องมือที่ใช้ในการทำงานค่อนข้างมาก ต้องใช้เวลาในการศึกษาจากแหล่งข้อมูลออนไลน์ และคู่มือการใช้งานที่ทางแผนกไอทีจัดเตรียมไว้ให้ เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพสูง ในมุมมองของผู้เรียน เป็นเทคโนโลยีที่ใช้งานได้ไม่ยาก มีสื่อการเรียนรู้ที่น่าสนใจ มีกิจกรรมหลากหลายไม่น่าเบื่อ จากทั้งมุมมองของผู้สอนและผู้เรียน ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก และอิทธิพลทางสังคม ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการใช้งาน และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และความตั้งใจในการใช้งานส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้ เช่นเดียวกันกับอุตสาหกรรมไมซ์ที่ต้องการแหล่งข้อมูลและคู่มือสนับสนุนการใช้งาน เทคโนโลยีต้องใช้งานง่าย มีความน่าสนใจ จึงจะทำให้เกิดความตั้งใจและเกิดพฤติกรรมการใช้งานในท้ายที่สุด

จากงานวิจัยเชิงคุณภาพ ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกยังสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณ ที่สะท้อนให้เห็นว่า การนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้กลายเป็นเรื่องธรรมดาที่คน

เข้าใจได้ ผลที่ตามมาคือ กระบวนการทำงานที่ต้องใช้คนจำนวนมากจะหายไป นวัตกรรมจะเข้ามาแทนที่คนจำนวนมาก ๆ พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์จึงต้องปรับตัวเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมแสวงหาความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีมากขึ้น โดยใช้แหล่งข้อมูลออนไลน์เป็นหลัก พนักงานต้องมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีเพื่อใช้ควบคุมและทำงานกับเทคโนโลยี เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีหน้าจอที่ใช้งานง่าย มี Content ที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้จะได้รับการยอมรับและนำมาประยุกต์ใช้ได้ง่าย ถ้าเทคโนโลยีนั้นสามารถทำงานได้แบบออนไลน์ พนักงานสามารถแบ่งปันข้อมูลให้กับสมาชิกในทีมได้ผ่านระบบออนไลน์ มีคู่มือ คำแนะนำอธิบายการใช้งานเทคโนโลยี จะช่วยให้เกิดการยอมรับและนำเทคโนโลยีไปใช้ได้ง่ายขึ้น

5. การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ เนื่องจากองค์ประกอบด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ทั้ง 6 องค์ประกอบ ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ จากการวิเคราะห์พบว่า ความคิดเห็นของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ การใช้งานเทคโนโลยีทำให้พนักงานเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการยอมรับสิ่งใหม่เข้ามาใช้ในการทำงาน ใช้เทคโนโลยีโดยปฏิบัติตามแนวทางที่ทำสืบทอดกันมา เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่เป็นไปตามมาตรฐานเดิมที่ได้วางไว้ พนักงานสามารถลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น ไม่ยึดติดกับกรอบการทำงานแบบเดิม จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์มีความพร้อมในการยอมรับและการใช้งานเทคโนโลยี หากได้รับความรู้ที่มากเพียงพอ และสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมาใช้เทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Algharibi and Arvanitis (2011) ศึกษาเรื่อง การประยุกต์ใช้ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีในฐานะเครื่องมือเพื่อตรวจสอบความต้องการของผู้ใช้ในการใช้งานระบบซอฟต์แวร์ทดลองใช้ ที่พบว่า การใช้ระบบซอฟต์แวร์ทดลองใช้เกิดจากการปรับตัวของผู้ใช้หลังจากรับรู้ว่ารระบบมีประสิทธิภาพ สามารถอำนวยความสะดวกต่อการใช้งานได้ตามที่คาดหวัง ผู้ใช้หลายคนให้คำแนะนำต่อการใช้งานได้เป็นอย่างดี และมีสิ่งอำนวยความสะดวกเอื้ออำนวยให้ในกรณีที่ติดปัญหาในการใช้งาน โดยการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีระบบซอฟต์แวร์ทดลองใช้ แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของพนักงานในการยอมรับสิ่งใหม่เข้ามาใช้ในการทำงาน ซึ่งสามารถแก้ปัญหาในการทำงานได้ ทำให้ได้ผลลัพธ์เป็นไปตามมาตรฐานเดิมที่วางไว้ เช่นเดียวกันกับพฤติกรรมของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ที่แสดงให้เห็นว่า การใช้งาน

เทคโนโลยีทำให้พนักงานปรับตัวมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการยอมรับสิ่งใหม่เข้ามาใช้ในการทำงานทำให้ได้ผลลัพธ์เป็นไปตามมาตรฐานเดิมที่วางไว้ ผลของการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Boonsiritomachai and Pitchayadejanant (2017) ที่พบว่า การใช้ธนาคารบนโทรศัพท์มือถือทำให้เกิดความสะดวกในการใช้งาน เป็นการใช้นวัตกรรมใหม่ทางด้านการธนาคาร ที่ช่วยให้เกิดการยอมรับสิ่งใหม่เข้ามาใช้ในการทำงาน ช่วยลดขั้นตอนในการเดินทางไปธนาคารได้ กรอบการทำงานเปลี่ยนไป สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น เช่นเดียวกันกับ พฤติกรรมของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ที่แสดงให้เห็นว่า การใช้งานเทคโนโลยีทำให้พนักงานปรับตัวมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการยอมรับสิ่งใหม่เข้ามาใช้ในการทำงาน และทำให้เกิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมที่สามารถลดขั้นตอนในการทำงานได้ ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Alawadhi and Morris (2008) ศึกษาเรื่อง การใช้แบบจำลองการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีในการยอมรับบริการรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศคูเวต ที่พบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อการใช้บริการระบบรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ของนักเรียน ซึ่งเป็นผลจากการปรับตัวให้เข้ากับยุคของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เช่นเดียวกันกับพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทยที่มีการปรับตัวนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาใช้กับการทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Y . Wu et al. (2007) ศึกษาเรื่อง การยอมรับการให้บริการ 3G ในประเทศไต้หวัน ที่พบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพ และอิทธิพลทางสังคมมีผลกระทบต่อความตั้งใจในการใช้และพฤติกรรมการใช้จริง เกิดนวัตกรรมใหม่ในการใช้งานระบบเครือข่าย 3G ทำให้เกิดการสร้างพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมของผู้ใช้ เช่นเดียวกันกับพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ที่ไม่ยึดติดกับกรอบการทำงานแบบเดิม เกิดพฤติกรรมใหม่ในการใช้งานเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Febrianty et al. (2019) ศึกษาเรื่อง การรับรู้ต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการทำตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อการเปลี่ยนงานของพนักงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ที่พบว่า พนักงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีการปรับตัวนำสื่อสังคมออนไลน์เข้ามาใช้กับงานด้านการตลาด เป็นเทคโนโลยีใหม่ที่ถูกนำมาใช้ อันเกิดจากการยอมรับและใช้เทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์ในการทำตลาด โดยเกิดจากความตั้งใจในการใช้งานและใช้อย่างต่อเนื่อง พนักงานคาดหวังในประสิทธิภาพและความสะดวกของสื่อสังคมออนไลน์ สามารถสร้างเนื้อหาทางการตลาดนำเสนอให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตต้องมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การใช้สื่อสังคมออนไลน์ทำงานได้อย่างต่อเนื่องไม่ติดขัด เช่นเดียวกันกับการใช้

งานเทคโนโลยีทำให้พนักงานเกิดการปรับตัวเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการยอมรับเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการทำงาน ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Salsabila et al. (2019) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้ E-Learning โดยใช้ทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (กรณีศึกษา Stmik Mikroskil) ที่พบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก และอิทธิพลทางสังคม ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการใช้งาน และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้ ซึ่งผู้ใช้ต้องมีการปรับตัวในการเรียนรู้ระบบ E-Learning เช่นเดียวกันกับการใช้งานเทคโนโลยีทำให้พนักงานเกิดการปรับตัวเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการยอมรับเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการทำงาน

จากงานวิจัยเชิงคุณภาพ ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกยังสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณ ที่สะท้อนให้เห็นว่า การยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของพนักงาน เริ่มมีการนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาใช้ พนักงานต้องปรับตัวในการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ โดยในช่วงแรกของการปรับตัว จะทำการศึกษาให้เข้าใจ ทำตามขั้นตอนที่ผู้เชี่ยวชาญสอน หลังจากใช้งานคล่องแล้วสามารถใช้งานได้เอง พนักงานจะเริ่มสร้างพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม โดยเริ่มมีการลดขั้นตอน ลดข้อผิดพลาด เกิดกระบวนการในการทำงานรูปแบบใหม่ ที่ทำให้การทำงานเร็วขึ้น มีประสิทธิภาพมากขึ้น ผลของการวิจัยเชิงคุณภาพยังสะท้อนให้เห็นถึงระยะเวลาในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ที่พบว่า บางหน่วยงานพนักงานยังไม่มีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม ทั้งนี้เกิดจากการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ยังอยู่ในช่วงแรกคือการปรับตัวในการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ ยังไม่ถึงระยะเวลาที่พนักงานจะมีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมในการลดกระบวนการหรือขั้นตอนในการทำงาน

ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ สามารถอธิบายเกี่ยวกับผลกระทบของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัลที่ส่งผลกระทบต่อ การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี และการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย โดยผลการวิจัยในครั้งนี้ ก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงทฤษฎี (Theoretical Contributions) ในการสร้างองค์ความรู้ และนำผลการวิจัยที่ได้ไปต่อยอดเป็นองค์ความรู้ใหม่ อีกทั้งประโยชน์ในเชิงการบริหาร

จัดการ (Managerial Contributions) เกิดประโยชน์ต่อหน่วยงานต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ และ อุตสาหกรรมอื่น ๆ ด้วย

1. ประโยชน์เชิงทฤษฎี

1.1 เกิดองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานใน อุตสาหกรรมไมซ์ไทย ที่เกิดจากแนวคิดเรื่องความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และ เทคโนโลยีดิจิทัล และการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของ พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

1.2 เกิดการบูรณาการความรู้ในเชิงทฤษฎี ได้แก่ 1) ทฤษฎีองค์ประกอบการรับรู้ (Perception Theory) เป็นทฤษฎีที่ใช้ในการอธิบายถึงการเลือกรับรู้ที่เกิดจากองค์ประกอบของ ตัวกระตุ้นและองค์ประกอบของบุคคล ทฤษฎีนี้สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรความรู้ เกี่ยวกับเทคโนโลยีกับตัวแปรการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี โดยการนำทฤษฎีนี้มาใช้ศึกษาเกี่ยวกับ การเลือกรับรู้ความรู้ของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งจะพิจารณาจากประสิทธิภาพ ความสะดวก ในการใช้งาน อิทธิพลของผู้ที่เกี่ยวข้อง และสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ทำให้เกิดความตั้งใจในการใช้ งาน และเกิดพฤติกรรมการใช้ในที่สุด 2) แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude Concept) เป็นแนวคิดที่ อธิบายถึงแนวความคิดที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งทั้งในทางบวกและลบ อันเกิดจากองค์ประกอบด้านความคิด และความรู้ ความรู้สึก และพฤติกรรมในการแสดงออกของแต่ละบุคคล แนวคิดนี้นำมาใช้อธิบายถึง ทัศนคติของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีต่อเทคโนโลยีที่จะนำมาใช้ในการทำงาน ซึ่งจะมีความ แตกต่างกันตามช่วงอายุ 3) ทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม ซึ่งเป็นทฤษฎีที่อธิบายเกี่ยวกับแนวคิดของการ นำความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัลมาพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์หรือ รูปแบบการให้บริการแนวใหม่ ทฤษฎีนี้ถูกนำมาใช้อธิบายความสัมพันธ์ของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัล ที่ส่งผลกระทบต่อกรยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ทำให้ เกิดพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย 4) ทฤษฎีการยอมรับ นวัตกรรมและเทคโนโลยี (Adoption and Innovation Theory) เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนใน การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี และนำไปประยุกต์ใช้ โดยเกิดจากการรับรู้ จนเกิดความสนใจ การประเมินค่า การทดลองใช้ และเกิดการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ ทฤษฎีนี้เป็นการบูรณาการ ทฤษฎีองค์ประกอบการรับรู้และทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีเข้าด้วยกัน เพื่อ อธิบายความสัมพันธ์ของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัล ที่ส่งผล กระทบต่อตัวแปรการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีของ พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย และ 5) ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified

Theory of Adoption and Use of Technology) เป็นทฤษฎีที่เกิดจากการบูรณาการทฤษฎีที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เกี่ยวกับการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ และจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้ทฤษฎีนี้ถูกนำมาใช้ศึกษาพฤติกรรมของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ที่ต้องปรับตัวในยุคของการพัฒนาระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ทำให้เกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ตามแนวคิดประเทศไทย 4.0 ซึ่งเกิดจากการพัฒนาตามแนวคิดทางเศรษฐกิจที่เรียกว่า เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ทำให้เกิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ซึ่งเกิดจากการนำความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัลมาบูรณาการร่วมกัน

1.3 เกิดรูปแบบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ซึ่งประกอบด้วย 1) ปัจจัยเชิงสาเหตุของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ซึ่งประกอบด้วยความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัล และ 2) ผลลัพธ์ของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม รวมทั้งยังอธิบายผลกระทบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีในบริบทของประเทศไทย 4.0 ได้ด้วย

1.3.1 ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ความรู้คือสินทรัพย์ หมายถึง ความรู้ที่มีอยู่ในตัวพนักงาน พนักงานสามารถนำมาใช้ได้ทันที และแหล่งความรู้ที่มีอยู่ในหน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์ พนักงานสามารถเข้าไปค้นคว้าหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์มาประยุกต์ใช้ในการทำงานได้ 2) ความรู้คือความสัมพันธ์ หมายถึง ความรู้ที่เกิดจากการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น เช่น ความรู้ที่ได้จากการเข้าร่วมอบรมสัมมนา ความรู้ที่ได้จากการพบปะพูดคุยกันกับเพื่อนร่วมงาน และ 3) ความรู้คือความสามารถ หมายถึง การนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน

1.3.2 ความคิดสร้างสรรค์ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ 1) ความแปลกใหม่ หมายถึง ความคิดที่ไม่เหมือนใคร อาจเกิดจากการคิดใหม่หรือนำความคิดเดิมที่มีอยู่มาต่อยอดปรับเปลี่ยนจากเดิมให้เป็นความคิดใหม่ก็ได้ และ 2) ความมีประโยชน์ หมายถึง ความคิดที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานได้จริง

1.3.3 เทคโนโลยีดิจิทัล แบ่งออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ 1) แหล่งข้อมูล คือ แหล่งที่พนักงานใช้ในการค้นคว้าหาความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี 2) การมีปฏิสัมพันธ์ คือ รูปแบบของการรับรู้ว่าเทคโนโลยีนั้นใช้งานได้ง่ายหรือยากมากน้อยเพียงใด 3) การมองเห็น คือ รูปแบบของการรับรู้ถึงความน่าสนใจในหน้าจอของเทคโนโลยี เช่น สี สัน ความสวยงาม สะดุดตา มองแล้วน่าใช้ 4) การเชื่อมต่อออนไลน์ คือ รูปแบบการใช้งานเทคโนโลยีที่สามารถใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านอุปกรณ์สื่อสารต่าง ๆ 5) การมีส่วนร่วมทางสังคม คือ การมีส่วนร่วมของบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและมีอิทธิพลต่อการนำเทคโนโลยีไปประยุกต์ใช้ อาจอยู่ในรูปแบบของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และ 6)

ป้าย / สัญลักษณ์ คือ คู่มือ คำแนะนำ หรือเอกสารประกอบที่ช่วยให้เข้าใจการใช้งานของเทคโนโลยี ดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น

1.3.4 การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี แบ่งออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ 1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ คือ พนักงานในอุตสาหกรรมไม่ซ้รับรู้ประโยชน์ในการใช้งานของเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ทำให้เกิดความเชื่อว่าเทคโนโลยีนั้นสามารถนำมาใช้ในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) ความคาดหวังในความสะดวก คือ พนักงานในอุตสาหกรรมไม่ซ้รู้ว่า เป็นเทคโนโลยีที่ใช้งานได้ง่าย มีความสะดวกและคล่องตัวในการใช้งาน ทำให้เกิดความเชื่อว่าเทคโนโลยีนั้นสามารถใช้งานได้ทุกเวลาที่ต้องการอย่างสะดวกและรวดเร็ว 3) อิทธิพลทางสังคม คือ กลุ่มของบุคคลที่เกี่ยวข้องที่ส่งเสริมให้เกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไม่ซ้ ผ่านการแนะนำว่าเป็นเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ ใช้งานได้ง่าย 4) สภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวก คือ สิ่งที่เป็นปัจจัยส่งเสริมให้เกิดความสะดวกในการใช้งานเทคโนโลยีที่ใช้ในการดำเนินงาน เช่น ความเร็ว และคุณภาพของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งจะทำให้เกิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไม่ซ้ได้ง่ายขึ้น 5) ความตั้งใจในการใช้งาน คือ ผลลัพธ์จากการรับรู้ ว่าเทคโนโลยีมีประสิทธิภาพ ใช้งานได้ง่าย โดยมีกลุ่มบุคคลช่วยกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ และเกิดแรงผลักดันที่คิดว่าจะใช้เทคโนโลยีนั้นในอุตสาหกรรมไม่ซ้ และ 6) พฤติกรรมการใช้ คือ พฤติกรรมของพนักงานในอุตสาหกรรมไม่ซ้ที่นำเทคโนโลยีนั้นไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจริง

1.3.5 พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ 1) พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว หมายถึง การแสดงออกที่เปลี่ยนแปลงไปโดยนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ตามรูปแบบที่ผู้อื่นกระทำไว้ก่อน ให้ความสำคัญกับการทำตามขั้นตอนที่ได้วางไว้แล้ว และ 2) พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม หมายถึง การแสดงออกที่เปลี่ยนแปลงไปโดยนำเทคโนโลยีมาต่อยอดสร้างวิธีการใช้ใหม่ โดยไม่คำนึงถึงรูปแบบที่ผู้อื่นกระทำไว้ เป็นการลดขั้นตอนในการทำงานลงจากการใช้เทคโนโลยี

1.4 เป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาต่อยอดแนวคิดการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยีดิจิทัล และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ในบริบทอื่น ๆ ต่อไป

2. ประโยชน์เชิงนโยบาย

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน สามารถนำรูปแบบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไม่ซ้ไทยที่พัฒนาขึ้นจากการ

ศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เพื่อเป็นข้อเสนอแนะในการกำหนดนโยบาย และส่งเสริมการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ ดังนี้

2.1 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) สนับสนุนให้มีบุคลากรเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์เพิ่มมากขึ้น สามารถนำผลการวิจัยนี้ มาช่วยกำหนดแนวทางการคัดเลือกและคัดกรองทรัพยากรบุคคลให้มีความพร้อมในการเข้าทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยการพัฒนาความรู้ทางด้านเทคโนโลยี การส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ การนำเทคโนโลยีดิจิทัลไปประยุกต์ใช้กับการทำงาน และพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ให้สามารถใช้งานเทคโนโลยีได้มากขึ้น

2.2 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ให้การสนับสนุนแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ สามารถใช้ผลการวิจัยนี้ไปใช้สนับสนุนในการวางแผนพัฒนาแหล่งข้อมูล MICE Intelligence Center ให้มีข้อมูลที่ตรงตามความต้องการของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการทำงาน

2.3 สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) และสมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) ให้การสนับสนุนแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ สามารถใช้ผลการวิจัยนี้ไปใช้สนับสนุนในการวางแผนพัฒนาแหล่งข้อมูลบนเว็บไซต์ของตนเอง ให้มีความถูกต้อง ทันสมัย ข้อมูลมีคุณภาพ และพร้อมรองรับการทำงานของอุตสาหกรรมไมซ์ ที่จะเติบโตต่อไปในอนาคต

2.4 รัฐบาลสนับสนุนให้มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามีส่วนร่วมในการดำเนินงานของทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งสามารถนำผลการวิจัยนี้มาใช้สนับสนุนในเรื่องของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ โดยเฉพาะในเรื่องของความเร็วและคุณภาพของสัญญาณในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต เพื่อรองรับขีดความสามารถของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ให้สามารถใช้งานเทคโนโลยีได้อย่างทั่วถึง

3. ประโยชน์เชิงการจัดการ

ผู้บริหารหน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์สามารถนำรูปแบบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ไปใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจเพื่อพัฒนาบุคลากร แหล่งข้อมูล สถานที่ทำงาน และการลงทุนในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้เชิงการจัดการได้ดังนี้

3.1 หน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้พัฒนาความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้ง 3 ด้าน ได้ดังนี้

3.1.1 ความรู้คือสินทรัพย์ ผู้บริหารหน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์ สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาดังนี้

3.1.1.1 กำหนดนโยบายการพัฒนาบุคลากรในหน่วยงานให้มีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีอย่างเพียงพอรองรับการทำงานที่ต้องใช้เทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือสนับสนุนการทำงาน

3.1.1.2 กำหนดนโยบายการสร้างแหล่งข้อมูลต่าง ๆ และพัฒนาเครื่องมือที่ใช้เข้าถึงแหล่งข้อมูลให้มีปริมาณมากเพียงพอ โดยพิจารณาเรื่องความถูกต้องและความทันสมัยของข้อมูล เตรียมข้อมูลให้มีความพร้อม เพื่อรองรับความต้องการใช้ประโยชน์ของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

3.1.2 ความรู้คือความสัมพันธ์ ผู้บริหารหน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์กำหนดนโยบายในการส่งเสริมให้พนักงานเข้าร่วมอบรมสัมมนาเกี่ยวกับเทคโนโลยี รวมถึงการจัดสถานที่ทำงานให้เอื้อต่อการพบปะพูดคุยในรูปแบบทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อให้พนักงานมีองค์ความรู้ใหม่ ๆ ในการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาประยุกต์ใช้กับการทำงาน

3.1.3 ความรู้คือความสามารถ ผู้บริหารหน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์กำหนดแนวทางในการส่งเสริมความสามารถของพนักงานในการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้กับการทำงานให้มากขึ้น

3.2 ผู้บริหารหน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์ กำหนดแนวทางในการตัดสินใจเพื่อพัฒนาการสร้างความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน ทั้ง 2 ด้าน คือ 1) ความแปลกใหม่ และ 2) ความมีประโยชน์ โดยการพัฒนาสถานที่ทำงานให้เอื้อต่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในตัวพนักงาน เพื่อสร้างความคิดที่แปลกใหม่ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง เพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ นโยบาย และเป้าหมายขององค์กร

3.3 ผู้บริหารหน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์ กำหนดแนวทางในการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมเข้ามาประยุกต์ใช้ในการทำงาน โดยพิจารณาจากประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

3.3.1 แหล่งข้อมูล เลือกแหล่งข้อมูลที่มีคุณภาพ เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อใช้ประกอบการพิจารณาเลือกเทคโนโลยีที่เหมาะสมเข้ามาใช้ในการทำงานของหน่วยงาน

3.3.2 การมีปฏิสัมพันธ์ เลือกเทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้งานง่าย ทำงานได้หลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของพนักงาน

3.3.3 การมองเห็น เลือกเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีรูปลักษณะสะดุดตา เช่น แอปพลิเคชัน มีสีสันที่ดึงดูดการใช้งาน ดูแล้วสบายตา เพื่อให้พนักงานสามารถใช้งานได้โดยไม่เกิดความเบื่อหน่าย

3.3.4 การเชื่อมต่อออนไลน์ เทคโนโลยีที่นำเข้ามาประยุกต์ใช้กับการทำงานต้องสามารถทำงานได้แบบออนไลน์ และรองรับการทำงานบนอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่

3.3.5 การมีส่วนร่วมทางสังคม ผู้บริหารต้องรับฟังเสียงของคนส่วนมากในองค์กร ที่ให้การยอมรับเทคโนโลยีดิจิทัลที่เลือกเข้ามาประยุกต์ใช้ในการทำงาน

3.3.6 ป้าย / สัญลักษณ์ สนับสนุนให้มีการพัฒนาฝีมือในการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงพัฒนาพนักงานแผนกไอทีให้มีความพร้อมรองรับการแก้ปัญหาที่เกิดจากการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัล

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาแต่พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ดังนั้น ควรศึกษาในอุตสาหกรรมอื่น ๆ และนำมาเปรียบเทียบและยืนยันผลการวิจัย

2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ศึกษาในภาพรวมของอุตสาหกรรมไมซ์ ไม่ได้จำแนกรายธุรกิจย่อยของอุตสาหกรรม เพราะต้องการผลการศึกษาในภาพกว้าง ดังนั้น การศึกษาในครั้งต่อไป ควรจำแนกรายธุรกิจย่อยทั้ง 5 กลุ่มของอุตสาหกรรมไมซ์ ได้แก่ 1) บริษัทรับจัดงานประชุมมืออาชีพ และบริษัทรับจัดนิทรรศการมืออาชีพ 2) บริษัทรับจัดกิจกรรมพิเศษ 3) บริษัทรับจัดการจุดหมายปลายทาง และบริษัทการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 4) สถานที่จัดงานประเภทศูนย์ประชุม และแสดงนิทรรศการและสินค้า และ 5) สถานที่จัดงานประเภทโรงแรม เพื่อให้ได้ผลเชิงลึกมากยิ่งขึ้น

3. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ศึกษาในภาพรวมของเทคโนโลยีที่ใช้ในอุตสาหกรรมไมซ์ ไม่ได้เฉพาะเจาะจงเทคโนโลยีตัวใดตัวหนึ่ง เพราะต้องการผลการศึกษาในภาพกว้าง ดังนั้น การศึกษาในครั้งต่อไป ควรศึกษาจำแนกเทคโนโลยีเฉพาะกลุ่ม เช่น เทคโนโลยีการจัดการข้อมูลด้านทรัพยากรบุคคล เทคโนโลยีการจัดการข้อมูลด้านการตลาด เทคโนโลยีจัดการข้อมูลด้านบัญชีการเงิน เทคโนโลยีการออกแบบงาน การใช้ QR Code ในการลงทะเบียน ฯลฯ เพื่อให้ได้ผลเชิงลึกมากยิ่งขึ้น

4. ผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed-method Design) ด้วยการใช่วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลัก และนำวิธีวิจัยเชิงคุณภาพมาเสริมเพื่อขยายความ และเพื่อเพิ่มความลุ่มลึกของข้อมูล ดังนั้น การวิจัยในอนาคต อาจเพิ่มวิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) หรือวิธีอื่น ๆ ตามความเหมาะสม เพื่อขยายข้อมูลและหาข้อกำหนดในเชิงนโยบายต่อไป

5. ผู้วิจัยศึกษาผลกระทบทางอ้อมของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัลผ่านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีและนำไปสู่การสร้างพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

ทั้งนี้ ควรมีการศึกษาผลกระทบทางตรงของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้วย

6. ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างนวัตกรรม ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้น จึงควรศึกษาต่อยอดงานวิจัยนี้ในมุมมองของการสร้างนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้วย



รายการอ้างอิง

- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing research* (7 ed.): John Wiley & Sons.
- Abernathy, W. J., & Utterback, J. M. (1978). Patterns of Industrial Innovation. *Technology Review*, 80(7), 40-47.
- Adams, G. L., & Lamont, B. T. (2003). Knowledge Management Systems and Developing Sustainable Competitive Advantage. *Journal of Knowledge Management*, 7(2), 142-154.
- Adukaite, A., Zyl, I. V., & Cantoni, L. (2016). The Role of Digital Technology in Tourism Education: A Case Study of South African Secondary Schools. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 19, 54-65.
- Ajzen, I. (1985). *From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior*. In J. Kuhl & J. Beckman (Eds.) *Action-control: From cognition to behavior* (11- 39). Heidelberg, Germany: Springer.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organization Behavior and Human Decision Process*, 50(2), 179-211.
- Al-Qeisia, K., Dennisb, C., Alamanosb, E., & Jayawardhenac, C. (2014). Website design quality and usage behavior: Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Journal of Business Research*, 67(11), 2282-2290.
- Alawadhi, A., & Morris, A. (2008). *The Use of the UTAUT model in the Adoption of e-Government Services in Kuwait*. Paper presented at the Proceeding of the 41st Hawaii International Conference on System Sciences 2008, Hawaii.
- Algharibi, A. J., & Arvanitis, T. N. (2011). *Adapting the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) as a Tool for Validating User Needs on the Implementation of e-Trial Software Systems*. Paper presented at the BCS-HCI '11 Proceedings of the 25th BCS Conference on Human-Computer Interaction.
- Allport, G. W. (1967). Attitudes. In M. Fishbein, (Ed.). In *Readings in attitude theory and measurement* (pp. 1-13). New York: Wiley.
- Amabile, T. M. (1998). How to kill creativity. *Harvard Business Review*, 76, 76-87.

- Amabile, T. M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J., & Herron, M. (1996). Assessing The Work Environment for Creativity. *Academy of Management Journal*, 5, 1154-1184.
- Atkinson, R. D., & H., C. R. (2002). The 2002 State New Economy Index: Benchmarking Economic Transformation in the States. *Progressive Policy Institute*, 54.
- Bailey, K. D. (1994). *Method of Social Research*: The Free Press, New York.
- Baldrige. (2003). Knowledge Assets. Retrieved from http://www.baldrige21.com/BALDRIGE_GLOSSARY/BN/Knowledge_Assets.html
- Bandura, A. (1986). *Social Foundation of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. NJ: Prentice Hall, Englewood Cliffs.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Barre, R., & Fontanel. (1991). *Principes de Politiques Economiques, l'Economie en Plus*: Grenoble: Presse Universitaires de Grenoble.
- Baumol, W. J., & Blinder, A. S. (1991). *Economics: Principles and Policy* (5 ed.): Harcourt Brace Jovanovich, Inc. USA.
- Beaverstock, J. V., & Budd, L. (2013). International Business Travel in a Digital World Economy. *Research in Transportation Business & Management*, 9, 1-4.
- Bencivenga, E. (1985). Knowledge as a Relation and Knowledge as an Experience in the Critique of Pure Reason. *Canadian Journal of Philosophy*, 15(4), 592-616.
- Bessant, J., & Tidd, J. (2007). *Innovation and Entrepreneurship*. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.
- Betje, P. (1998). *Technological Change in the Modern Economy: Basic Topics and New Developments*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Bollinger, A. S., & Smith, R. D. (2001). Managing organizational knowledge as a strategic asset. *Journal of Knowledge Management*, 5(1), 8-18.
doi:<https://doi.org/10.1108/13673270110384365>
- Boonsiritomachai, W., & Pitchayadejanant, K. (2017). Determinants Affecting Mobile Banking Adoption by Generation Y based on the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model Modified by Acceptance Model Concept. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 1-10.

- Buddhawitheeborihan. (2005). Assertive creativity (ความกล้าแสดงออกอย่างสร้างสรรค์). Retrieved from <http://www.budmgt.com/topics/top02/assertive.html>
- Cain, K., Oakhill, J. V., Barnes, M. A., & Bryant, P. E. (2001). Comprehension skill, Inference-Making Ability, and Their Relation to Knowledge. *Memory & Cognition*, 29(6), 850-859. doi:<https://doi.org/10.3758/BF03196414>
- Candra, S. (2012). ERP Implementation Success and Knowledge Capability. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 65, 141-149.
- Cardinal, L. B., Alessandri, T. M., & Turner, S. F. (2001). Knowledge Codifiability, Resources and Science Based Innovation. *Journal of Knowledge Management*, 5(2), 195-204. doi:10.1108/13673270110393266
- Chae, S., Seo, Y., & Lee, K. (2015). Effect of Task Complexity on Individual Creativity Through Knowledge Interaction: A Comparison of Temporary and Permanent Teams. *Computers in Human Behavior*, 42, 138-148.
- Chen, S., & Lu, M. (2004). Understanding Internet banking Adoption and Use Behavior. *Journal of Global Information Management*, 12(3), 21-33.
- Chesbrough, H. (2006). *Open Business Models*. Boston: Harvard Business School Press.
- Cheung, G., Chan, K., Brown, I., & Wan, K. (2016). Teachers' Knowledge and Technology Acceptance: A Study on the Adoption of Clickers. In *ICEL2016-Proceedings of the 11th International Conference on e-Learning: ICEL2016* (p. 46). Academic Conferences, Rogers.
- Chung, N., Lee, H., Lee, S. J., & Koo, C. (2015). The Influence of Tourism Website on Tourists' Behavior to Determine Destination Selection: A Case Study of Creative Economy in Korea. *Technological Forecasting & Social Change*, 96, 130-143.
- Colander, D. C. (2004). *Economics* (5 ed.). New York: McGraw Hill.
- Compeau, D. R., & Higgins, C. A. (1995). Application of Social Cognitive Theory to Training for Computer Skills. *Information System Research*, 6(2), 118-183.
- Cooper, R. J. (1998). A Multidimensional Approach to the Adoption of Innovation. *Management Decision*, 36(8), 493-502.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing among Five Approaches* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE.

- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of Psychological Testing*. New York: Harper & Row.
- Dahlman, C. J. (2003). Using Knowledge for Development: A General Framework and Preliminary Assessment of China. in *China's Future in the Knowledge Economy: Engaging the New World*. eds, Grewal, B., Xue, L., Sheehan, P., and Sun, F, 35-66.
- Damanpour, F. (1987). The Adoption of Technological, Administrative, and Ancillary Innovations: Impact of Organizational Factors. *Journal of Management*, 13(4), 675-688.
- Damanpour, F., & Gopalakrishnan, S. (2001). The Dynamics of the Adoption of Product and Process Innovations in Organizations. *Journal of Management Studies*, 38(1), 65-84.
- Dang, D., & Umemoto, K. (2009). Modeling the development toward the knowledge economy: a national capability approach. *Journal of Knowledge Management*, 13, 359-372.
- Darroch, J., & McNaughton, R. (2002). Examining the Link Between Knowledge Management Practices and Types of Innovation. *Journal of Intellectual Capital*, 3(3), 210-222.
- Davis, F. D. (1985). *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information System: Theory and Result*: Unpublished Ph.D. Dissertation, MIT Sloan School of Management, Cambridge, MA.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. doi:10.2307/249008
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982-1002.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1992). Extrinsic and Intrinsic Motivation to Use Computer in Workplace. *Journal of Applied Social Science Psychology*, 22(14), 1111-1132.
- Davis, G. A. (1983). *Creativity is forever*. Dubuque, IA: Kendall/Hunt Publishing.
- Dewey, J. (1930). Book Review: The Quest for Certainty: A Study of the Relation of Knowledge and Action. *The Journal of Philosophy*, 27(1), 14-25.

- Drucker, P. F. (1969). *The Age of Discontinuity: Guidelines to Our Changing Society*. New York: Harper and Row.
- Drucker, P. F. (1985). The Discipline of Innovation. *Harvard Business Review*, 63(4), 67-72.
- Drucker, P. F. (1993). *Post-Capitalist Society*. NY: Butterworth Heineman.
- Drucker, P. F. (1994). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. London: Heinemann.
- DTI. (2004). *Succeeding Through Innovation, Creating Competitive Advantage Through Innovation: A Guide for Small and Medium Sized Businesses*. London: Department of Trade and Industry.
- Ettlit, J. E., Bridges, W. P., & O'Keefe, R. D. (1984). Organization Strategy and Structural Differences for Radical versus Incremental Innovation. *Management Science*, 30(6), 682-695.
- Evan, W. M. (1966). Organizational Lag. *Human Organization*, 25 (Spring), 51-53.
- Febrianty, Divianto, Hidayat, R., Fatmariyani, & Rohana, T. (2019). *The perception on technology acceptance to the behaviors on the use of social media for marketing and its implications on the turnover of creative industry MSMEs in villages*. Paper presented at the Journal of Physics: Conference Series, Medan, Indonesia.
- Feist, G. J. (1998). A Meta Analysis of Personality in Scientific and Artistic Creativity. *Personality and Social Psychology Review*, 2(4), 290-309.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Freeman, C., & Soete, L. (1997). *The Economics of Industrial Innovation* (3 ed.). London: Continuum.
- Freeze, R. D., & Kulkarni, U. (2007). Knowledge management capability: defining knowledge assets. *Journal of Knowledge Management*, 11(6), 94-109.
doi:<https://doi.org/10.1108/13673270710832190>
- Freud, S. (1900). The interpretation of dreams. *S. E.*, 4-5.

- Gatignon, H., Tushman, M. L., Smith, W., & Anderson, P. (2002). A Structural Approach to Assessing Innovation: Construct Development of Innovation Locus, Type and Characteristics. *Management Science*, 48(9), 1103-1122.
- Gefen, D., Straub, D., & Boudreau, M. (2000). Structural Equation Modeling and Regression: Guidelines for Research Practice. *Communications of the Association for Information Systems*, 4.
- Gera, S., Lee-Sing, C., & Newton, K. (1998). *The emerging global knowledge-based economy: trends and forces*. Paper presented at the Conference paper published in Doing Business in the Knowledge-Based Economy: Facts and Policy Challenges Conference.
- Gero, J. S. (1992). *Creativity, emergence and evolution in design*. Paper presented at the Second International Roundtable Conference on Computational Models of Creative Design, Sydney, Australia.
- Ghosh, M., & Ghosh, I. (2009). ICT and Information Strategies for a Knowledge Economy: The Indian Experience. *Program*, 43(2), 187-201.
- Gibson, R. (2008). UP OR DOWN, IT'S A VALUE-BASED ECONOMY. Retrieved from <http://rowangibson.com/site/index.php/blogs/96-up-or-dn-it-s-a-value-based-economy>
- Good, C. V. (1959). *Dictionary of education*. New York: Mc Graw-Hill Book Company.
- Gopalakrishnan, S., & Dammanpour, F. (1997). A Review of Innovation Research in Economics, Sociology and Technology Management. *The International Journal of Management Science*, 25(1), 15-28.
- Gorney, E. (2007). Dictionary of Creativity: Terms, Concepts, Theories and Findings in Creativity Research. Retrieved from <http://creativity.netslova.ru/>
- Green, I. F. R. (2005). *The emancipatory potential of a new information system and Its effect on technology acceptance*. (Ph.D. dissertation), University of Pretoria., Pretoria.
- Green, S., Larsen, G., & Koa, C. (2014). Competitive strategy Revisited: Contested Concept and Dynamic Capabilities. *Construction Management and Economics*. (January 2008), 26, 63-78.

- Gurteen, D. (1998). Knowledge, Creativity and Innovation. *Journal of Knowledge Management*, 2(1), 5-13.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7 ed.). New York: Pearson.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & L. Tatham, R. (2006). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Pearson International Edition.
- Harrison, J. S. (2010). Innovation and Entrepreneurship in the Hospitality Industry. *The Scholarly Commons, Cornell University School of Hotel Administration*.
- Henderson, R. M., & Clark, K. B. (1990). Architectural Innovation: The Reconfiguration of Existing Product Technologies and the Failure of Established Firms. *Administrative Science Quarterly*, 35, 9-30.
- Henriksen, D., Henderson, M., Creely, E., Ceretkova, S., Černochová, M., Sendova, E., . . . Tienken, C. H. (2018). Creativity and Technology in Education: An International Perspective. *Technology, Knowledge and Learning*, 23(3), 409-424.
- Henriksen, D., Mishra, P., & Fisser, P. (2016). Infusing Creativity and Technology in 21st Century Education: A Systemic View for Change. *Educational Technology & Society*, 19(3), 27-37.
- Herkema, S. (2003). A Complex Adaptive Perspective on Learning within Innovation Projects. *The Learning Organization*, 10(6), 340-346.
- Hoffmann, J., Ivcevic, Z., & Brackett, M. (2016). Creativity in the Age of Technology: Measuring the Digital Creativity of Millennials. *Creativity Research Journal*, 28(2), 149-153. doi:10.1080/10400419.2016.1162515
- Hojeghan, S. B., & Esfangareh, A. N. (2011). Digital Economy and Tourism Impacts, Influences and Challenges. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 19, 308-316.
- Houghton, J., & Sheehan, P. (2000). *A Primer on the Knowledge Economy*. Centre for Strategic Economic Studies. Melbourne: Victoria University.
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*: Penguin, London.
- IT24Hrs. (2017). Thailand 4.0 ประเทศไทย 4.0 คืออะไร. Retrieved from <https://www.it24hrs.com/2017/thailand-4-0/>

- Jackson, L. D. (2001). Sample Size and Number of Parameter Estimates in Maximum Likelihood Confirmatory Factor Analysis: A Monte Carlo Investigation. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 8(2), 205-223.
- Kamasak, R., Bulutlar, F., & Yucelen, M. (2009). *Knowledge Asset Management: Knowledge Assets and their Influence on the Development of Organizational Strategies*. Paper presented at the 7th International Knowledge, Economy and Management Congress, Yalova, Turkey.
- Kanungo, R. N. (1999). *Entrepreneurship and Innovation: Models for Development*. London: Sage Publications.
- Kast, F. E., ; Rosenzweig, J. E., (1985). *Organisation and management: A systems and contingency approach* (Vol. 4th Edition): McGraw Hill.
- Kim, S. S., & Malhotra, N. K. (2004). A Longitudinal Model of Continued IS Use: An Integrative View of Four Mechanisms Underlying Postadoption Phenomena. *Management Science*, 5(5), 741-755.
- Kimberly, J. R., & Evanisko, M. J. (1981). Organizational Innovation: The Influence of Individual, Organizational and Contextual Factors on Hospital Adoption of Technological and Administrative Innovations. *The Academy of Management Journal*, 24(4), 689-713.
- Kirton, M. J. (1994). *Adaptors and innovators: styles of creativity and problem solving*. Routledge, London.
- Kline, R. B. (2011). *Methodology in the Social Sciences. Principles and practice of structural equation modeling (3rd ed.)*: Guilford Press.
- Kopelson, K. (2014). Supporting a new value-based economy. Retrieved from <https://www.loomio.org/d/BZrSyxNo/supporting-a-new-value-based-economy>
- Kuciapski, M. (2017). A model of mobile technologies acceptance for knowledge transfer by employees. *Journal of Knowledge Management*, 21(5), 1053-1076.
- Kwon, T. H., Kwak, J. H., & Kim, K. (2015). A study on establishment of policies for the activation of big data industry and prioritization of policies: lessons from Korea. *Technological Forecasting & Social Change*, 96, 144-152.
- Landefeld, J. S., & Fraumeni, B. M. (2000). Measuring the New Economy. Retrieved from www.bea.doc.gov/bea/papers/newec.pdf

- Lemon, M., & Sahota, P. S. (2003). Organizational Culture as a Knowledge Repository for Increased Innovation Capacity. *Technovation*.
- Leontief, W. (1993). Can Economics be Reconstructed as an Empirical Science? *American Journal of Agricultural Economics, Agricultural and Applied Economics Association*, 75(Special_I), 2-5.
- Lescevic, M., Ginters, E., & Mazza, R. (2013). Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) for Market Analysis of FP7 CHOReOS Products. *Procedia Computer Science*, 26, 51-68.
- Leung, S. K. C. (2004). *Statistics to Measure the Knowledge-Based Economy: The Case of Hong Kong, China*. Retrieved from
- Madigana, R., Louwa, T., Dziennusb, M., Graindorgec, T., Ortegac, E., Graindorged, M., & Merat, N. (2016). Acceptance of Automated Road Transport Systems (ARTS): An Adaptation of the UTAUT Model. *Transportation Research Procedia*, 14, 2217-2226.
- Magsamen-Conrad, K., Upadhyaya, S., Joa, C. Y., & Dowd, J. (2015). Bridging the Divide: Using UTAUT to predict multigenerational tablet adoption practices. *Comput Human Behav.*, 50, 186-196.
- Maher, M. L., Merrick, K., & Saunders, R. (2007). Achieving Creative Behaviour Using Curious Learning Agents. *Architectural Science Review*.
- Maita, I., Saide, Indrajit, R. E., & Irmayani, A. (2018). *User Behavior Analysis in Academic Information System Using Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*. Paper presented at the ICIEB '18: Proceedings of the 2018 International Conference on Internet and e-Business.
- Malhotra, Y., & Galletta, D. F. (1999). *Extending the technology acceptance model to account for social influence: Theoretical based and empirical validation*. Paper presented at the Proceedings of the 32nd Hawaii International Conference on System Sciences.
- Mao, H., Liu, S., & Zhang, J. (2014). How the effects of IT and knowledge capability on organizational agility are contingent on environmental uncertainty and information intensity. *SAGE Journal*, 31(4), 358-382.
- Maslow, A. (1968). *Toward a psychology of being*: Van Nostrand, Reinhold, New York.

- Milton, N. (2012). What is a Knowledge Asset? Retrieved from <http://www.nickmilton.com/2012/01/what-is-knowledge-asset.html>
- Moore, G. C., & Benbasat, I. (1991). Development of an Instrument to Measure the Perception of Adopting an Information Technology Innovation. *Information System Research*, 2(3), 192-222.
- Mortazavi, S. H., & Bahrami, M. (2012). Integrated Approach to Entrepreneurship - Knowledge-Based Economy: A Conceptual Model. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 41, 281-287.
- National Air and Space Museum. (2015). Exhibition Digital Experience. Retrieved from <https://airandspace.si.edu/rfp/exhibitions/files/j1-exhibition-guidelines/3/Exhibition%20Digital%20Experiences.pdf>
- Ocejo, R. E. (2010). What'll it be? Cocktail Bartenders and The Redefinition of Service in Creative Economy. *City Culture and Society*, 1, 179-184.
- OECD. (1996). *The knowledge-based economy*. Paris: OECD.
- OECD. (2002). *Annual Report 2002*. Retrieved from <https://www.oecd.org/about/2080175.pdf>
- Ofori, E. (2019). Using Technology Acceptance Model to Promote Student Adoption and Use of Digital Technologies in the Sunyani Technical University. *Journal of Basic and Applied Research International*, 1(25(3)), 146-157.
- Oldham, G. R., & Cummings, A. (1996). Employee Creativity: Personal and Contextual Factors at Work. *Academy of Management Journal*, 39(607-634).
- Pallant, J. (2010). *SPSS survival manual: A step by step guide to data analysis using SPSS* (4 ed.): Open University Press/McGrawHill, Maidenhead.
- Park, S. R., Choi, D. Y., & Hong, P. (2015). Club convergence and factors of digital divide across countries. *Technological Forecasting & Social Change*, 96, 92-100.
- Patel, A., Nordin, R., & Al-Haiqi, A. (2014). Beyond Ubiquitous Computing: The Malaysian Honeybee Project for Innovative Digital Economy. *Computer Standards & Interfaces*, 36, 844-854.
- Perez-Bustamante, G. (1999). Knowledge Management in Agile Innovative Organizations. *Journal of Knowledge Management*, 3(1), 6-17.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage*: Free Press, New York.

- Pryor, K., Haag, R., & O'Reilly, J. (1969). The Creative Porpoise: Training for Novel Behaviour. *Journal of the Experimental Analysis of Behaviour*, 12(4), 653-661.
- Pyka, A. (2002). Innovation Networks in Economics: From the Incentive-Based to the Knowledge Based Approaches. *European Journal of Innovation Management Decision*, 5(3), 152-163.
- Quinn, P. C. (1985). Suprathreshold contrast perception as a function of spatial frequency. *Perception and Psychophysics*, 38, 408-414.
- Razik, T. (1976). Programming creative behaviour. *British Journal of Education Technology*, 3(7), 5-21.
- Rogers, E. (1995). *Diffusion of Innovation* (4 ed.). NY: The Free Press.
- Rogers, E., & Shoemaker, F. (1978). *Communication of Innovations: A Cross-Cultural Approach*. New York: Free Press.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1976). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Salsabila, Z., Abdurachman, E., & Marpaung, S. H. (2019). Behavior Analysis of the Use of E-Learning Using UTAUT Model Approach (Case Study: Stmik Mikroskil). *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 97(7), 1891-1901.
- Saunders, R., & Gero, J. S. (2001). *The digital Clockwork Muse: a Computational Model of Aesthetic Evolution*. Paper presented at the The AISB'01 Symposium on AI and Creativity in Arts and Science, SSAISB.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behavior (7th Ed.)* (Vol. 7th Edition). Wisconsin: Prentice Hall.
- Schilling, M. A. (2008). *Strategic Management of Technological Innovation* (2 ed.). NY: McGraw Hill Education.
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development. (reproduced, New York: 1961)*. Cambridge: Harvard University Press.
- Scott, J. (1990). A Matter of Record: Documentary Sources. *Social Research*.
- Şerbu, R. S. (2014). An Interdisciplinary Approach to the Significance of Digital Economy for Competitiveness in Romanian Rural Area through E-Agriculture. *Procedia - Economics and Finance*, 16, 13-17.

- Shani (Rami), A. B., Sena, J. A., & Olin, T. (2003). Knowledge Management and New Product Development: a Study of Two Companies. *European Journal of Innovation Management*, 6(3), 137-149.
- Sharon, S., & Saul, M. (1996). *Social Psychology*. Boston: Houghton Mifflin.
- Skyrme, D. (2011). The Knowledge Asset. Retrieved from <https://www.skyrme.com/insights/11kasset.htm>
- Smith, D. (2006). *Exploring Innovation*. Berkshire: McGraw-Hill Education.
- Smits, R. (2002). Innovation Studies in the 21st Century: Questions from A User's Perspective. *Technological Forecasting & Social Change*, 69(2), 861-883.
- Snieska, V., & Normantiene, A. (2012). Development of Creative Economy in Lithuania. *Journal of Environmental Economics and Management*, 17(4), 1423-1429.
- Spencer, J. W. (2003). Firms' knowledge-sharing strategies in the global innovation system: empirical evidence from the flat panel display industry. *Strategic Management Journal*, 24(3), 217-233.
- Storr, A. (1989). *Solitude*: Free Press, NY.
- Sung, T. K. (2015a). Application of information technology in creative economy: manufacturing vs. creative industries. *Technological Forecasting & Social Change*, 96, 111-120.
- Sung, T. K. (2015b). The creative economy in global competition. *Technological Forecasting & Social Change*, 96, 89-91.
- Tan, P. J. B. (2013). Applying the UTAUT to Understand Factors Affecting the Use of English E-Learning Websites in Taiwan. *SAGE Journal*, 1-13.
- Tapscott, D. (1997). *The digital economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. New York: McGraw-Hill.
- TAT Review. (2011). เศรษฐกิจสร้างสรรค์. Retrieved from <http://www.etatjournal.com/mobile/index.php/menu-read-tat/menu-2011/menu-2011-apr-jun/107-22554-creative-economy>.
- Taylor, S., & Todde, P. A. (1995a). Assessing IT Usage: The Role of Prior Experience. *MIS Quarterly*, 19(2), 561-570.
- Taylor, S., & Todde, P. A. (1995b). Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Model. *Information System Research*, 6(2), 144-176.

- Teece, D. J., & Pisano, G. (1994). The Dynamic Capabilities of Firm: an Introduction. *Industrial Corporate Change*, 3(3), 537-560.
- Thompson, R. L., Higgins, C. A., & Howell, J. M. (1991). Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization. *MIS Quarterly*, 15(1), 124-143.
- Thurstone, L. L., ; Chave, E. J.,. (1929). *The measurement of attitude*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Tidd, J., Bessant, J., & Pavitt, K. (2005). *Managing Innovation* (3 ed.). NJ: John Wiley & Sons Inc.
- Torrance, E. P. (1965). *Rewarding creative behavior*: Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Tran, T. D. (2019). *AN UTAUT APPLICATION-IOT ACCEPTANCE IN RETAIL DIGITAL TRANSFORMATION*.
- Trewin, D. (2002). *Measuring a Knowledge-based Economy and Society: Discussion Paper an Australian Framework*: Commonwealth of Australia.
- Triandis, H. C. (1977). *Interpersonal Behavior*. CA: Brooke / Cole, Monterey.
- Tushman, M. L., & Nadler, D. (1986). Organizing for Innovation. *California Management Review*, 28(3), 74-92.
- UNCTAD. (2008). *Creative Economy Report 2008*: United Nations.
- UNWTO (Producer). (2016). UNWTO World Tourism Barameter. Retrieved from http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom16_06_november_excerpt.pdf
- Utterback, J. M. (1971). The Process of Technological Innovation within The Firm. *Academy of Management Journal*, 14(1), 75-88.
- Utterback, J. M. (1994). Radical Innovation and Coporate Regeneration. *Research Technology Management*, 37(4), 10.
- Utterback, J. M. (2004). The Dynamics of Innovation. *Educause Review*, 39(1), 42.
- Utterback, J. M., & Abernathy, W. (1975). A Dynamic Model of Process and Product Innovation. *Omega*, 3(6), 639-656.
- Utterback, J. M., & Suarez, F. F. (1993). Innovation, Competition, and Industry Structure. *Research Policy*, 22(1), 1-21.

- Vallerand, R. J. (1997). *Toward a Hierarchical Model of Intrinsic and Extrinsic Motivation*. Paper presented at the In Advances in Experimental Social Psychology 29ed.
- Venkatesh, V., & Davis, F. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: for longitudinal field studies. *Management Science*, *46*(2), 186-204.
- Venkatesh, V., Morris, M., & Davis, G. B. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, *27*(3), 425-478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information Technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, *36*(1), 157-178.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2016). Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A Synthesis and the Road Ahead.
- Wang, P. A. (2010). *Information security knowledge and behavior: An adapted model of technology acceptance*. Paper presented at the 2nd International Conference on Education Technology and Computer, Shanghai, Shanghai.
- Weng, R. H., & Huang, C. Y. (2015). The Impact of Customer Knowledge Capability and Relational Capability on New Service Development Performance: The Case of Health Service. *Journal of Management & Organization*, *18*(5), 608-624.
doi:<https://doi.org/10.1017/S1833367200000560>
- Woodman, R. W., Sawyer, J. E., & Griffin, R. W. (1993). Toward a Theory of Organizational Creativity. *Academy of Management Review*, *18*(2), 293-321.
- World Bank. (2004). World Development Report 2004. Retrieved from <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/5986/WDR%2004%20-%20English.pdf?sequence=1>
- wu, c. i. (2014). Expanding the Knowledge Capability of Suppliers through Supplier Development Programs. *International Journal of Information Systems and Supply Chain Management*, *7*(2), 67-79.
- Wu, Y., Tao, Y., & Yang, P. (2007). *Using UTAUT to Explore the Behavior of 3G Mobile Communication Users*. Paper presented at the Proceeding of the International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management (IEEM).

Zhao, F. (2001). *Managing Innovation and Quality of Collaborative R&D*. Paper presented at the International & 8th National Research Conference., Melbourne.

Zhou, J., & George, J. M. (2001). When Job Dissatisfaction Leads to Creativity: Encouraging the Expression of Voice. *Academy of Management Journal*, 44(4), 682-696.

กนกวรรณ กาญจนธานี, ณัฐธิดา สุวรรณโน, & อนุ เจริญวงศ์ระยับ. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาความตั้งใจใช้การตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 32(2), 59-87.

กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา. (2559). พิมพ์เขียว *Thailand 4.0* โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน: คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2556). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย *Excel*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เกตุศิริ เจริญวิศาล. (2552). รูปแบบการตลาดที่เหมาะสมของสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย. (ปริญาเอก), มหาวิทยาลัยแม่โจ้,

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2559). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564). กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.

ชาย โพธิ์สิตา. (2552). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ (4 ed.). กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.

ณกฤษ เสวตนนันท์. (2557). เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy). Retrieved from <http://lawyer-thailand.com/เศรษฐกิจเชิงดิจิทัล-digital-economy/>

นิตยา สุภาภรณ์. (2552). การรับรู้ของประชาชนต่อความอยู่ดีมีสุขในชุมชนบางไผ่. วิทยาลัยราชพฤกษ์.

นิตา ชูโต. (2551). การวิจัยเชิงคุณภาพ = *Qualitative research* (4 ed.). กรุงเทพฯ: พรินต์โพร.

บวร เทศารินทร์. (2559). ประเทศไทย 4.0 โมเดลเศรษฐกิจใหม่. Retrieved from <http://www.drborworn.com/articleDetail.asp?id=16223>

บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา. (2554). ธุรกิจไมซ์ (*MICE Business*). นนทบุรี: เฟิร์นข้าหลวง พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

ประเวช ชุ่มเกษรกุลกิจ. (2018). พฤติกรรมสร้างนวัตกรรมในการทำงาน: แนวคิด ปัจจัยเชิงสาเหตุ ความท้าทาย. *Journal of Behavioral Science for Development (วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา)*, 10(1), 25-41.

- ปารีชาติ เยพิทักษ์. (2559). การรับรู้การสนับสนุนขององค์กรและความพอใจในงานที่มีผลต่อความผูกพันขององค์กร. *Veridian E-Journal*, ๙(1).
- พันธ์ุอาจ ชัยรัตน์. (2547). บทนำเบื้องต้นของการจัดการนวัตกรรม : การจัดการนวัตกรรมสำหรับผู้บริหาร. กรุงเทพฯ: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- พีระ เจริญพร. (2554). เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คืออะไร ? Retrieved from <https://mbethammasat.wordpress.com/about/>
- มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. (ม.ป.ป.). Digital Economy (ดิจิทัลอีโคโนมี).
- รักษ์ วรกิจโกคาทร. (2547). การจัดการนวัตกรรมสำหรับผู้บริหาร. กรุงเทพฯ: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- วรพล โสคติยานุรักษ์. (2557). เศรษฐกิจสร้างคุณค่า พัฒนาประเทศไทยอย่างยั่งยืน. Retrieved from http://www.sec.or.th/TH/Documents/Information/Interviews-Articles/bangkok_251257.pdf
- ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. (2552). CREATIVE ECONOMY เศรษฐกิจสร้างสรรค์.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, พักต์ผจง วัฒนสนธิ์, อัจฉรา จันทร์ฉาย, & ประกอบ คุปรัตน์. (2553). นวัตกรรม : ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ. วารสารบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 33(128), 49-65.
- สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย). (2562). Members. Retrieved from <https://www.thaitradeshow.com/th/Members.aspx>
- สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย). (2562). Member Directory. Retrieved from <https://www.tica.or.th/tica-member/member-directory/>
- สังวร ปัญญาติลก, วลัย ขวลิตรารัง, & สุพพตา ปิยะเกศิน. (2546). เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการธนาคารและการเงิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2552). เศรษฐกิจสร้างสรรค์ *THE CREATIVE ECONOMY*: บริษัท พี.ซี. เพรส (บุญชิน) จำกัด.
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2558). เศรษฐกิจดิจิทัล (*Digital Economy*): นโยบายขับเคลื่อนเศรษฐกิจใหม่: กลุ่มงานผลิตเอกสาร สำนักงานประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2554). อุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย MICE Movement in Asia.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2555). *Introduction to MICE Industry* วิชาการจัดประชุมและนิทรรศการ: สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2559). คู่มืออบรมบริษัทบริหารจัดการธุรกิจไมซ์

ภายในประเทศ (Domestic Destination Management Company Standard: Domestic

DMC Standard). In: สำนักพิมพ์สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ 2015

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2559). อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE). In.

สิงหะ ฉวีสุข, & สุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2555). ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ. *KMITL Information Technology Journal*, (Jan.-Jun. 2012).

สุภางค์ จันทวานิช. (2556). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุรเชษฐ์ เชษฐมาศ. (2555). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.

สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2559). แนวคิดเกี่ยวกับประเทศไทย 4.0. Retrieved from

http://planning2.mju.ac.th/government/20111119104835_planning/Doc_25590823143652_358135.pdf

เอกพงศ์ มุสิกะเจริญ. (2559). Thailand 4.0? Retrieved from

http://www.clinictech.most.go.th/online/pages/blog_view.asp?blog_id=916





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม



แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง การพัฒนารูปแบบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงานใน
อุตสาหกรรมไมซ์ไทย

คำชี้แจง :

1. แบบสอบถามชุดนี้เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนารูปแบบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย”
2. แบบสอบถามชุดนี้มีจำนวน 8 ตอน ได้แก่
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ตอนที่ 2 พื้นฐานการใช้เทคโนโลยีในอุตสาหกรรมไมซ์
 - ตอนที่ 3 ความคิดเห็นด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี
 - ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์
 - ตอนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัล
 - ตอนที่ 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี
 - ตอนที่ 7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์
 - ตอนที่ 8 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
3. ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ทางวิชาการ และสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ได้ จึงขอความกรุณาท่านโปรดตอบคำถามให้ตรงกับความเป็นจริง เพื่อจะได้ดำเนินการในขั้นตอนต่อไปได้อย่างสมบูรณ์
4. ข้อมูลที่ท่านให้ไว้ ผู้วิจัยถือเป็นความลับ โดยจะนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่ได้สละเวลาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้อย่างครบถ้วน หากท่านมีข้อสงสัยหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแบบสอบถามชุดนี้ โปรดติดต่อผู้วิจัย นายพูนเพิ่ม เสรีวิชัยสวัสดิ์ เบอร์โทรศัพท์ 08-1927-9696 อีเมลล์ taromania.ps@gmail.com

นายพูนเพิ่ม เสรีวิชัยสวัสดิ์

นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. เพศ : ชาย หญิง
2. อายุ : น้อยกว่า 18 ปี 18-32 ปี 33-47 ปี มากกว่า 47 ปี
3. สถานภาพ : โสด สมรส หม้าย หย่าร้าง
4. ระดับการศึกษา : ต่ำกว่า ม.1 ม.3 ม.6
 ปวช. ปวส. ปริญญาตรี ปริญญาโท สูงกว่าปริญญาโท
5. ประสบการณ์การใช้เทคโนโลยี : ต่ำกว่า 1 ปี 1 - 2 ปี 3 - 4 ปี สูงกว่า 4 ปี
6. ความสนใจในการใช้เทคโนโลยี : สนใจ ไม่สนใจ
7. หน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์ที่สังกัด :
 บริษัทรับจัดงานประชุมมืออาชีพ (Professional Conference Organizer: PCO)
 บริษัทรับจัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (Professional Exhibition Organizer: PEO)
 บริษัทรับจัดการจุดหมายปลายทาง (Destination Management Company: DMC)
 บริษัทรับจัดกิจกรรมพิเศษ (Events Management Company: EMC)
 บริษัทรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel Company)
 สถานที่จัดงานประเภทศูนย์ประชุม และแสดงนิทรรศการและสินค้า (Convention / Exhibition Venue)
 สถานที่จัดงานประเภทโรงแรม (Convention Hotel)
 อื่น ๆ (โปรดระบุ)
8. แผนกและตำแหน่งที่สังกัด : ฝ่ายบุคคล ฝ่ายการตลาด ฝ่ายบัญชีการเงิน
 ฝ่ายออกแบบงาน ฝ่ายบริหาร ฝ่ายอื่น ๆ (โปรดระบุ)
9. รายได้ : น้อยกว่า 15,000 บาท 15,000-30,000 บาท
 30,001-45,000 บาท มากกว่า 45,000 บาท
10. โปรดระบุตัวเลขหน้าหัวข้อเทคโนโลยีที่ท่านใช้งาน **บ่อยที่สุด** 3 อันดับ
..... เทคโนโลยีการลงทะเบียน (Register System)
..... เทคโนโลยีป้ายชื่อของผู้เข้าร่วมงาน (Badge System)
..... เทคโนโลยีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต (Internet Access)
..... เทคโนโลยีการใช้อินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wi-Fi Access)
..... เทคโนโลยีการติดตามสถานะผู้เข้าร่วมงาน (Attendee Tracking System)
..... เทคโนโลยีการจัดการข้อมูลฝ่ายบุคคล (Human Resource Data Management)
..... เทคโนโลยีการจัดการข้อมูลฝ่ายการตลาด (Marketing Data Management)
..... เทคโนโลยีการจัดการข้อมูลฝ่ายบัญชีการเงิน (Accounting and Finance Data Management)
..... เทคโนโลยีการออกแบบ (Graphic Design Technology)
..... เทคโนโลยีอื่น ๆ (โปรดระบุ)

ตอนที่ 2 พื้นฐานการใช้เทคโนโลยีในการทำงาน

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ข้อ	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยมากที่สุด -----> เห็นด้วยน้อยที่สุด				
		5	4	3	2	1
1	ท่านเคยทำงานโดยไม่ใช้เทคโนโลยีใด ๆ					
2	ท่านใช้เทคโนโลยีในการทำงานได้					
3	ท่านเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านใช้เป็นอย่างดี					
4	ท่านยอมรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีที่ใช้ในการทำงานได้					
5	ท่านพร้อมที่จะเรียนรู้เทคโนโลยีที่ถูกสร้าง ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง หรือ พัฒนาขึ้นมาใหม่					

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี (Technology Knowledge)

คำชี้แจง : 1. โปรดตอบคำถามตามประสบการณ์ที่คุณเคยมีในเทคโนโลยีลำดับที่ 1 มากที่สุด

2. โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยพิจารณาดังนี้

5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ข้อ	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยมากที่สุด -----> เห็นด้วยน้อยที่สุด				
		5	4	3	2	1
ด้านความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี						
ความรู้คือสินทรัพย์ (Knowledge as Asset)						
6	ท่านมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ใช้ในการทำงานมาก่อนเริ่มต้นทำงาน					
7	ท่านมักจะแสวงหาความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีในการทำงานอยู่เสมอ					
8	ท่านให้ความสำคัญกับความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีเพราะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน					
9	ในองค์กรของท่านมีเครื่องมือให้ศึกษาค้นคว้าหาความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีในการทำงานอย่างเพียงพอ					
10	ในองค์กรของท่านมีแหล่งข้อมูลให้ศึกษาค้นคว้าหาความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีในการทำงาน					
ความรู้คือความสัมพันธ์ (Knowledge as Relation)						

ข้อ	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยมากที่สุด -----> เห็นด้วยน้อยที่สุด				
		5	4	3	2	1
11	ท่านมีการแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีกับเพื่อนร่วมงานหรือบุคคลอื่นทั้งในเวลางานและนอกเวลางาน					
12	ท่านสามารถถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีในการทำงานให้กับเพื่อนร่วมงานของท่านได้					
13	ท่านเข้ารับการฝึกอบรมการใช้เทคโนโลยีในการทำงานจากทั้งภายในและภายนอกองค์กร					
14	ท่านค้นคว้าหาความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกอยู่เสมอ					
15	ท่านได้รับการสนับสนุนให้ใช้ความรู้จากเทคโนโลยีในการทำงานจากผู้บริหารองค์กร					
ความรู้คือความสามารถ (Knowledge as Capability)						
16	ท่านสามารถนำความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีไปใช้ในการทำงานได้โดยตรง					
17	ท่านสามารถนำความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีไปประยุกต์ใช้ในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
18	ท่านสามารถแก้ปัญหาในการทำงานได้จากการใช้ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี					
19	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีทำให้ท่านมีความสามารถในการทำงานมากขึ้น					

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยพิจารณาดังนี้

5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ข้อ	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยมากที่สุด -----> เห็นด้วยน้อยที่สุด				
		5	4	3	2	1
ด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)						
ความแปลกใหม่ (Novelty)						
20	ท่านสร้างความคิดใหม่ที่ช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น					
21	ท่านปรับเปลี่ยนแนวความคิดเดิมที่เคยใช้ในการทำงานมาก่อนให้สามารถใช้กับการทำงานอื่นได้					
22	ท่านสามารถคิดวิธีการใหม่ ๆ ในการแก้ปัญหาคำถามการทำงานได้					

ข้อ	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยมากที่สุด -----> เห็นด้วยน้อยที่สุด				
		5	4	3	2	1
23	ท่านปรับเปลี่ยนแนวทางแก้ปัญหาเดิมที่เคยเกิดขึ้นมาประยุกต์ใช้แก้ปัญหาใหม่ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันได้					
24	วิธีการแก้ปัญหาที่นำมาใช้สามารถแก้ปัญหาในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
ความมีประโยชน์ (Potential Usefulness)						
25	ท่านสามารถสร้างแนวทางการทำงานใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานได้					
26	ท่านสามารถปรับเปลี่ยนแนวทางการทำงานแบบเดิมให้เป็นแนวทางใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานได้					
27	แนวทางการทำงานใหม่ที่ท่านสร้างขึ้นสามารถนำไปใช้งานได้จริงอย่างมีประสิทธิภาพ					
28	แนวทางการทำงานใหม่ที่ท่านสร้างขึ้นสามารถแก้ปัญหาในการทำงานได้					
29	แนวทางการทำงานใหม่ที่ท่านพัฒนาขึ้นสอดคล้องกับนโยบายการทำงานขององค์กร					
30	แนวทางการทำงานใหม่ที่ท่านพัฒนาขึ้นช่วยให้องค์กรเติบโตและบรรลุเป้าหมายการทำงาน					

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นด้านเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology)

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยพิจารณาดังนี้

5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ข้อ	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยมากที่สุด -----> เห็นด้วยน้อยที่สุด				
		5	4	3	2	1
ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology)						
แหล่งข้อมูล (Information Kiosks)						
31	ท่านสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานได้จากแหล่งข้อมูลทั้งภายในและภายนอกองค์กร					
32	ท่านสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงานได้จากแหล่งข้อมูลแบบออนไลน์					
33	ท่านสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงานได้จากแหล่งข้อมูลแบบออฟไลน์					

ข้อ	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยมากที่สุด -----> เห็นด้วยน้อยที่สุด				
		5	4	3	2	1
34	แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีในการทำงานมีให้เลือกใช้ หลากหลาย					
การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive)						
35	เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานมีรูปแบบที่ทำความเข้าใจได้ง่าย					
36	เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานสามารถใช้งานได้ง่าย					
37	ท่านสามารถเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงานได้ อย่างรวดเร็ว					
38	เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานตอบสนองการทำงานกับผู้ใช้ได้ เป็นอย่างดี					
การมองเห็น (Visual / Immersive Display)						
39	เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานมีหน้าจอการทำงานที่ทำความเข้าใจ และใช้งานได้ง่าย					
40	เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานสามารถพูดคุยโต้ตอบกับผู้ใช้ได้					
41	เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานสามารถรับคำสั่งด้วยเสียงได้					
42	เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานมีรูปแบบให้เลือกใช้ หลากหลาย					
การเชื่อมต่อออนไลน์ (Connecting to Online / Mobile)						
43	เทคโนโลยีดิจิทัลสามารถทำงานบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบน เครื่องคอมพิวเตอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
44	เทคโนโลยีดิจิทัลสามารถทำงานบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบน อุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
45	เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยแก้ปัญหาการทำงานผ่านระบบเครือข่าย อินเทอร์เน็ตบนเครื่องคอมพิวเตอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
46	เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยแก้ปัญหาการทำงานผ่านระบบเครือข่าย อินเทอร์เน็ตบนอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
การมีส่วนร่วมทางสังคม (Social Engagement)						
47	หัวหน้างานสามารถเข้าถึงการทำงานของบุคลากรในองค์กรผ่าน เทคโนโลยีดิจิทัลได้					
48	เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้เกิดการแบ่งปันข้อมูลในการทำงานต่าง ๆ ร่วมกันของสมาชิกในองค์กร					
49	เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้เกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีม					

ข้อ	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยมากที่สุด -----> เห็นด้วยน้อยที่สุด				
		5	4	3	2	1
50	เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้เกิดการแชร์ข้อมูลการทำงานให้บุคคลภายนอกรับรู้ได้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์					
ป้าย / สัญลักษณ์ (Label / Signage)						
51	คู่มือการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้การทำงานของท่านง่ายขึ้น					
52	คำแนะนำต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้การทำงานของท่านราบรื่น ไม่ติดขัด					
53	ป้ายแสดงข้อมูลเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทำให้ท่านนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
54	สัญลักษณ์ที่เป็นสากลทำให้ท่านเข้าใจการทำงานของเทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น					

ตอนที่ 6 ความคิดเห็นด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี (Acceptance and Use of Technology)

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยพิจารณาดังนี้

5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ข้อ	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยมากที่สุด -----> เห็นด้วยน้อยที่สุด				
		5	4	3	2	1
ด้านการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี (Acceptance and Use of Technology)						
ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)						
55	ท่านคาดหวังว่าความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ติดตัวท่านมาจะช่วยให้การใช้เทคโนโลยีนั้นทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
56	ท่านคาดหวังว่าความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านได้รับจากการสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นจะช่วยให้การใช้เทคโนโลยีนั้นทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
57	ท่านคาดหวังว่าความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านประยุกต์ใช้ในการทำงานจะช่วยให้การใช้เทคโนโลยีนั้นทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
58	ท่านคาดหวังว่าความคิดสร้างสรรค์ในการใช้เทคโนโลยีที่มีความแปลกใหม่จะช่วยให้เกิดใช้เทคโนโลยีในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
59	ท่านคาดหวังว่าความคิดสร้างสรรค์ในการใช้เทคโนโลยีที่มีประโยชน์จะช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ					

ข้อ	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยมากที่สุด -----> เห็นด้วยน้อยที่สุด				
		5	4	3	2	1
60	ท่านคาดหวังว่าแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลจะช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
61	ท่านคาดหวังว่าความเข้าใจและใช้งานง่ายของเทคโนโลยีดิจิทัลจะช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
62	ท่านคาดหวังว่าเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีรูปแบบการทำงานที่หลากหลายตอบสนองต่อการทำงานของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดีจะช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
63	ท่านคาดหวังว่าเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการเชื่อมต่อออนไลน์จะส่งเสริมให้เกิดการใช้เทคโนโลยีในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
64	ท่านคาดหวังว่าเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทำให้บุคคลหลายกลุ่มสามารถแสดงความคิดเห็นร่วมกันได้จะช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
65	ท่านคาดหวังว่าเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีคู่มือ / สัญลักษณ์เพื่อให้คำแนะนำการใช้งานที่ชัดเจนจะช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
ความคาดหวังในความสะดวก (Effort Expectancy)						
66	ท่านคาดหวังว่าความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ติดตัวท่านมาจะช่วยให้การทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน					
67	ท่านคาดหวังว่าความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านได้รับจากการสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นจะช่วยให้การทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน					
68	ท่านคาดหวังว่าความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านประยุกต์ใช้ในการทำงานจะช่วยให้การทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน					
69	ท่านคาดหวังว่าความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่จะช่วยให้การทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน					
70	ท่านคาดหวังว่าความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อการทำงานจะช่วยให้การทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน					
71	ท่านคาดหวังว่าแหล่งข้อมูลทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลจะช่วยให้การทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน					

ข้อ	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยมากที่สุด -----> เห็นด้วยน้อยที่สุด				
		5	4	3	2	1
72	ท่านคาดหวังว่าความเข้าใจและใช้งานง่ายของเทคโนโลยีดิจิทัลจะช่วยให้การทำงานผ่านเทคโนโลยีง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน					
73	ท่านคาดหวังว่าเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีรูปแบบการทำงานที่หลากหลายตอบสนองต่อการทำงานของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดีจะช่วยให้งานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน					
74	ท่านคาดหวังว่าเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการเชื่อมต่อออนไลน์จะช่วยให้การทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน					
75	ท่านคาดหวังว่าเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทำให้บุคคลหลายกลุ่มสามารถแสดงความคิดเห็นร่วมกันได้จะช่วยให้การทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน					
76	ท่านคาดหวังว่าเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีคู่มือ / สัญลักษณ์ให้คำแนะนำการใช้งานที่ชัดเจนจะช่วยให้การทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน					
อิทธิพลทางสังคม (Social Influence)						
77	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ติดตัวท่านมาทำให้ท่านเป็นที่ยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน					
78	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านได้รับการสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นทำให้ท่านเป็นที่ยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน					
79	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านประยุกต์ใช้ในการทำงานทำให้ท่านเป็นที่ยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน					
80	หากท่านมีความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่ทำให้ท่านเป็นที่ยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน					
81	หากท่านมีความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อการทำงานทำให้ท่านเป็นที่ยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน					
82	ท่านแสวงหาความรู้จากแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลที่เป็นที่ยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน					
83	ความเข้าใจและใช้งานง่ายของเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้เทคโนโลยีนั้นเป็นที่ยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน					
84	เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีรูปแบบการทำงานที่หลากหลายตอบสนองต่อการทำงานของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดีเป็นที่ยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน					

ข้อ	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยมากที่สุด -----> เห็นด้วยน้อยที่สุด				
		5	4	3	2	1
85	เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการเชื่อมต่อออนไลน์เป็นที่ยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน					
86	เทคโนโลยีดิจิทัลที่ทำให้บุคคลหลายกลุ่มสามารถแสดงความคิดเห็นร่วมกันทำให้เกิดการยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน					
87	เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีคู่มือ / สัญลักษณ์ให้คำแนะนำการใช้งานที่ชัดเจนทำให้เกิดการยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน					
สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Conditions)						
88	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ติดตัวท่านมาทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น					
89	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านได้รับการสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น					
90	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านประยุกต์ใช้ในการทำงานทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น					
91	ความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่ทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น					
92	ความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อการทำงานทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น					
93	แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการเข้าถึงแหล่งข้อมูลนั้น					
94	ความเข้าใจและใช้งานง่ายของเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น					
95	เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีรูปแบบการทำงานที่หลากหลายตอบสนองต่อการทำงานของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดีทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น					
96	เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการเชื่อมต่อออนไลน์ทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น					
97	เทคโนโลยีดิจิทัลที่ทำให้บุคคลหลายกลุ่มแสดงความคิดเห็นร่วมกันทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น					

ข้อ	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยมากที่สุด -----> เห็นด้วยน้อยที่สุด				
		5	4	3	2	1
98	เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีคู่มือ / สัญลักษณ์ให้คำแนะนำการใช้งานที่ชัดเจนทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น					
ความตั้งใจในการใช้งาน (Behavioral Intention)						
99	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ติดตัวท่านมาทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต					
100	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านได้รับจากการสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต					
101	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านประยุกต์ใช้ในการทำงานทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต					
102	ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่มีความแปลกใหม่ทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต					
103	ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่มีประโยชน์ต่อการทำงานทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต					
104	แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต					
105	ความเข้าใจและใช้งานง่ายของเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต					
106	เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีรูปแบบการทำงานที่หลากหลายตอบสนองต่อการทำงานของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดีทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต					
107	เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการเชื่อมต่อออนไลน์ทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต					
108	เทคโนโลยีดิจิทัลที่ทำให้บุคคลหลายกลุ่มสามารถแสดงความคิดเห็นร่วมกันทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต					
109	เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีคู่มือ / สัญลักษณ์ให้คำแนะนำการใช้งานที่ชัดเจนทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต					
พฤติกรรมการใช้ (Use Behavior)						
110	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ติดตัวท่านมาทำให้ท่านใช้เทคโนโลยีนั้น					

ข้อ	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยมากที่สุด -----> เห็นด้วยน้อยที่สุด				
		5	4	3	2	1
111	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านได้รับการสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น					
112	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านประยุกต์ใช้ในการทำงานทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น					
113	ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่มีความแปลกใหม่ทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น					
114	ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่มีประโยชน์ต่อการทำงานทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น					
115	แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น					
116	ความเข้าใจและใช้งานง่ายของเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น					
117	เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีรูปแบบการทำงานที่หลากหลายตอบสนองต่อการทำงานของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดีทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น					
118	เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการเชื่อมต่อออนไลน์ทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น					
119	เทคโนโลยีดิจิทัลที่ทำให้บุคคลหลายกลุ่มสามารถแสดงความคิดเห็นร่วมกันทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น					
120	เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีคู่มือ / สัญลักษณ์ให้คำแนะนำการใช้งานที่ชัดเจนทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น					

ตอนที่ 7 ความคิดเห็นด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Behavior)

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยพิจารณาดังนี้

5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ข้อ	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยมากที่สุด -----> เห็นด้วยน้อยที่สุด				
		5	4	3	2	1
ด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Behavior)						
พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว (Adaptive Creative Behavior)						
121	ความคาดหวังในประสิทธิภาพของเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการทำงานทำให้ท่านเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีโดยปฏิบัติตามแนวทางที่ทำสืบทอดกันมา					

ข้อ	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยมากที่สุด -----> เห็นด้วยน้อยที่สุด				
		5	4	3	2	1
122	ความคาดหวังในเทคโนโลยีที่ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อนทำให้ท่านเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีโดยใส่ใจกับรายละเอียดทุกขั้นตอน					
123	ผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงานมีส่วนร่วมทำให้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่เป็นไปตามมาตรฐานเดิมที่ได้วางไว้					
124	สิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้การใช้งานเทคโนโลยีง่ายขึ้นทำให้ท่านเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีโดยเรียนรู้จากการทำงานของคนอื่น					
125	การวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีทำให้ท่านเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยปฏิบัติตามแนวทางทุกขั้นตอน					
126	การใช้งานเทคโนโลยีทำให้ท่านเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการยอมรับสิ่งใหม่เข้ามาใช้ในการทำงาน					
พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม (Innovative Creative Behavior)						
127	ความคาดหวังในประสิทธิภาพของเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการทำงานทำให้ท่านสร้างวิธีการใหม่ที่ไม่เหมือนใครในการใช้เทคโนโลยีในการทำงานเพื่อให้ได้ผลลัพธ์เหมือนเดิมหรือดีกว่าเดิม					
128	ความคาดหวังในเทคโนโลยีที่ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อนทำให้ท่านปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีโดยเพิ่มหรือลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นได้					
129	ผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงานมีส่วนร่วมช่วยให้ท่านไม่ยึดติดกับกรอบการทำงานแบบเดิม					
130	สิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้การใช้งานเทคโนโลยีง่ายขึ้นทำให้ท่านให้ความสำคัญกับความท้าทายในการทำงาน ยอมรับผลดีและผลเสียที่เกิดขึ้นจากการทำงานได้					
131	การวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีทำให้ท่านสร้างวิธีการใหม่ที่ไม่เหมือนใครในการใช้เทคโนโลยีในการทำงาน					
132	การใช้งานเทคโนโลยีทำให้ท่านให้ความสำคัญกับความท้าทายในการทำงาน ยอมรับผลดีและผลเสียที่เกิดขึ้นจากการทำงานได้					

ตอนที่ 8 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม





ภาคผนวก ข
แบบสัมภาษณ์กิ่งโครงสร้าง



แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ)

เรื่อง การพัฒนารูปแบบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของพนักงาน
ในอุตสาหกรรมไมซีไทย

คำชี้แจง :

1. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างชุดนี้เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนา
รูปแบบของการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยีของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซีไทย”
2. แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ มีจำนวน 3 ตอน ได้แก่
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์
 - ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี
ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยีดิจิทัล การยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี และ
พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์
 - ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

- 1.1 ชื่อ - นามสกุลของผู้ให้สัมภาษณ์

.....

.....

- 1.2 ตำแหน่งของผู้ให้สัมภาษณ์

.....

.....

- 1.3 หน่วยงานของผู้ให้สัมภาษณ์

.....

.....



ภาคผนวก ค

หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

ที่ ศธ 6806/455



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
22 ถนนบรมราชชนนี ดลิ่งชั้น
กรุงเทพฯ 10170

๒๕ กุมภาพันธ์ 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.ราณี อธิชัยกุล

ด้วย นายพูนเพิ่ม เสรีวิชัยสวัสดิ์ นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้สร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนา รูปแบบการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย” และจำเป็นต้องมี ผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจเครื่องมือวิจัย

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจ เครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษา เพื่อนักศึกษาจะได้นำข้อเสนอแนะที่ได้ไปปรับปรุงคุณภาพเครื่องมือการวิจัยให้มี ความเหมาะสมต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิต นีรัตัย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยฝ่ายบริหาร

รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ดลิ่งชั้น

โทรศัพท์ 0-2849-7502

โทรสาร 0-2849-7503



ที่ ศธ 6806/4๙๖

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
22 ถนนบรมราชชนนี ดลิ่งชั้น
กรุงเทพฯ 10170

๒๕ กุมภาพันธ์ 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณอรชร ว่องพรรณงาม

ด้วย นายพูนเพิ่ม เสรีวิชัยสวัสดิ์ นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้สร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนา รูปแบบการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย” และจำเป็นต้องมี ผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจเครื่องมือวิจัย

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจ เครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษา เพื่อนักศึกษาจะได้นำข้อเสนอแนะที่ได้ไปปรับปรุงคุณภาพเครื่องมือการวิจัยให้มีความเหมาะสมต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิต นีรติศัย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยฝ่ายบริหาร

รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ดลิ่งชั้น

โทรศัพท์ 0-2849-7502

โทรสาร 0-2849-7503



ที่ อว 6806 (พบ) /509

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

15 กรกฎาคม 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.พิงใจ พิษอนุตรรัตน์

ด้วย นายพูนเพิ่ม เสรีวิชัยสวัสดิ์ รหัสประจำตัว 57604919 นักศึกษาระดับปริญญาคุณวุฒิบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนารูปแบบ ของระดับการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในบริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ในประเทศไทย"

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร มีความประสงค์ ขอเรียนเชิญท่านในฐานะ ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อริกมาส มากจู้ย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032-594-107



ตารางที่ 65 แบบตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือของผู้เชี่ยวชาญ

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่าเฉลี่ย	ข้อเสนอแนะ	ผลลัพธ์
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี (Technology Knowledge)							
ความรู้คือสินทรัพย์ (Knowledge as Asset)							
1	ท่านมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ใช้ในการทำงานมาก่อนเริ่มต้นทำงาน	1	1	1	1.00		เหมาะสม
2	ท่านมักจะแสวงหาความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีในการทำงานอยู่เสมอ	1	1	1	1.00		เหมาะสม
3	ท่านให้ความสำคัญกับความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีเพราะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน	1	1	1	1.00		เหมาะสม
4	ในองค์กรของท่านมีเครื่องมือให้ศึกษาค้นคว้าหาความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีในการทำงานอย่างเพียงพอ	0	1	1	0.67		เหมาะสม
5	ในองค์กรของท่านมีแหล่งข้อมูลให้ศึกษาค้นคว้าหาความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีในการทำงาน	1	1	1	1.00		เหมาะสม
ความรู้คือความสัมพันธ์ (Knowledge as Relation)							
6	ท่านมีการแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีกับเพื่อนร่วมงานหรือบุคคลอื่นทั้งในเวลางานและนอกเวลางาน	1	1	1	1.00		เหมาะสม
7	ท่านสามารถถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีในการทำงานให้กับเพื่อนร่วมงานของท่านได้	1	1	1	1.00		เหมาะสม

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่าเฉลี่ย	ข้อเสนอแนะ	ผลลัพธ์
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
8	ท่านเข้ารับการฝึกอบรมการใช้เทคโนโลยีในการทำงานจากทั้งภายในและภายนอกองค์กร	1	1	1	1.00		เหมาะสม
9	ท่านค้นคว้าหาความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกอยู่เสมอ	1	1	1	1.00		เหมาะสม
10	ท่านได้รับการสนับสนุนให้ใช้ความรู้จากเทคโนโลยีในการทำงานจากผู้บริหารองค์กร	1	1	1	1.00		
ความรู้คือความสามารถ (Knowledge as Capability)							
11	ท่านสามารถนำความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีไปใช้ในการทำงานได้โดยตรง	1	1	1	1.00		เหมาะสม
12	ท่านสามารถนำความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีไปประยุกต์ใช้ในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1	1	1	1.00		เหมาะสม
13	ท่านสามารถแก้ปัญหาในการทำงานได้จากการใช้ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี	1	1	1	1.00		เหมาะสม
14	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีทำให้ท่านมีความสามารถในการทำงานมากขึ้น	1	1	1	1.00		เหมาะสม
ด้านความคิดสร้างสรรค์ (Employee Creativity)							
ความแปลกใหม่ (Novelty)							
15	ท่านสร้างความคิดที่ไม่ซ้ำกับผู้อื่นที่ช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น	0	1	1	0.67	คนที่ 1 ที่ไม่ซ้ำกับ ผู้อื่น -> ใหม่	เหมาะสม
16	ท่านปรับเปลี่ยนแนวความคิดเดิมที่เคยใช้ในการทำงานมาก่อนให้สามารถใช้กับการทำงานอื่นได้	1	1	1	1.00		เหมาะสม

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่าเฉลี่ย	ข้อเสนอแนะ	ผลลัพธ์
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
17	ท่านสามารถหาวิธีการใหม่ ๆ ในการแก้ปัญหาการทำงานได้	0	1	1	0.67	คนที่ 1 หา -> คิด	เหมาะสม
18	ท่านปรับเปลี่ยนแนวทางแก้ปัญหาเดิมที่เคยเกิดขึ้นมาประยุกต์ใช้แก้ปัญหาใหม่ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันได้	1	1	1	1.00		เหมาะสม
19	วิธีการแก้ปัญหาที่นำมาใช้สามารถแก้ปัญหาในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1	1	1	1.00		เหมาะสม
ความมีประโยชน์ (Potential Usefulness)							
20	ท่านสามารถสร้างแนวทางการทำงานใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานได้	1	1	1	1.00		เหมาะสม
21	ท่านสามารถปรับเปลี่ยนแนวทางการทำงานแบบเดิมให้เป็นแนวทางใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานได้	1	1	1	1.00		เหมาะสม
22	แนวทางการทำงานใหม่ที่ท่านสร้างขึ้นสามารถนำไปใช้งานได้จริงอย่างมีประสิทธิภาพ	1	1	1	1.00		เหมาะสม
23	แนวทางการทำงานใหม่ที่ท่านสร้างขึ้นสามารถแก้ปัญหาในการทำงานได้	1	1	1	1.00		เหมาะสม
24	แนวทางการทำงานใหม่ที่เกิดขึ้นสอดคล้องกับนโยบายการทำงานขององค์กร	1	1	1	1.00		เหมาะสม
25	แนวทางการทำงานใหม่ที่เกิดขึ้นช่วยให้องค์กรเติบโตและบรรลุเป้าหมายการทำงาน	1	1	1	1.00		เหมาะสม
เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology)							
แหล่งข้อมูล (Information Kiosks)							

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่าเฉลี่ย	ข้อเสนอแนะ	ผลลัพธ์
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
26	ท่านสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานได้จากแหล่งข้อมูลทั้งภายในและภายนอกองค์การ	1	1	1	1.00		เหมาะสม
27	ท่านสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงานได้จากแหล่งข้อมูลแบบออนไลน์	1	1	1	1.00		เหมาะสม
28	ท่านสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงานได้จากแหล่งข้อมูลแบบออฟไลน์	1	1	1	1.00		เหมาะสม
29	แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีในการทำงานมีให้เลือกใช้หลากหลาย	1	1	1	1.00		เหมาะสม
การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive)							
30	เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานมีรูปแบบที่ทำความเข้าใจได้ง่าย	1	1	1	1.00		เหมาะสม
31	เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานสามารถใช้งานได้ง่าย	0	1	1	0.67	คนที่ 1 โต้ตอบ	เหมาะสม
32	ท่านสามารถเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงานได้อย่างรวดเร็ว	0	1	1	0.67	คนที่ 1 โต้ตอบ	เหมาะสม
33	เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานตอบสนองการทำงานกับผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี	1	1	1	1.00		เหมาะสม
การมองเห็น (Visual / Immersive Display)							
34	เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานมีหน้าจการทำงานที่ทำความเข้าใจและใช้งานได้ง่าย	1	1	1	1.00		เหมาะสม

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่าเฉลี่ย	ข้อเสนอแนะ	ผลลัพธ์
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
35	เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานสามารถพูดคุยโต้ตอบกับผู้ใช้ได้	1	1	1	1.00		เหมาะสม
36	เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานสามารถรับคำสั่งด้วยเสียงได้	1	1	1	1.00		เหมาะสม
37	เทคโนโลยีดิจิทัลที่ใช้ในการทำงานมีรูปแบบให้เลือกใช้อย่างหลากหลาย	1	1	1	1.00		เหมาะสม
การเชื่อมต่อออนไลน์ (Connecting to Online / Mobile)							
38	เทคโนโลยีดิจิทัลสามารถทำงานบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบนเครื่องคอมพิวเตอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1	1	1	1.00		เหมาะสม
39	เทคโนโลยีดิจิทัลสามารถทำงานบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบนอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1	1	1	1.00		เหมาะสม
40	เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยแก้ปัญหาการทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบนเครื่องคอมพิวเตอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1	1	1	1.00		เหมาะสม
41	เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยแก้ปัญหาการทำงานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบนอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ได้ อย่างมีประสิทธิภาพ	1	1	1	1.00		เหมาะสม
การมีส่วนร่วมทางสังคม (Social Engagement)							

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่าเฉลี่ย	ข้อเสนอแนะ	ผลลัพธ์
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
42	หัวหน้างานสามารถเข้าถึงการทำงานของบุคลากรในองค์กรผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลได้	1	1	1	1.00		เหมาะสม
43	เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้เกิดการแบ่งปันข้อมูลในการทำงานต่าง ๆ ร่วมกันของสมาชิกในองค์กร	1	1	1	1.00		เหมาะสม
44	เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้เกิดการทํางานร่วมกันเป็นทีม	1	1	1	1.00		เหมาะสม
45	เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้เกิดการแชร์ข้อมูลการทำงานให้บุคคลภายนอกรับรู้ได้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์	1	1	1	1.00		เหมาะสม
ป้าย / สัญลักษณ์ (Label / Signage)							
46	คู่มือการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้การทำงานของท่านง่ายขึ้น	1	1	1	1.00		เหมาะสม
47	คำแนะนำต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้การทำงานของท่านราบรื่น ไม่ติดขัด	1	1	1	1.00		เหมาะสม
48	ป้ายแสดงข้อมูลเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทำให้ท่านนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1	1	1	1.00		เหมาะสม
49	สัญลักษณ์ที่เป็นสากลทำให้ท่านเข้าใจการทำงานและเทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น	1	1	1	1.00		เหมาะสม
การยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Acceptance and Use of Technology)							
ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)							
50	ท่านคาดหวังว่าความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ติดตัวท่านมาจะ	1	1	1	1.00		เหมาะสม

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่าเฉลี่ย	ข้อเสนอแนะ	ผลลัพธ์
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
	ช่วยให้การใช้เทคโนโลยีนั้นทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ						
51	ท่านคาดหวังว่าความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านได้รับการสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น จะช่วยให้การใช้เทคโนโลยีนั้นทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1	1	1	1.00		เหมาะสม
52	ท่านคาดหวังว่าความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านประยุกต์ใช้ในการทำงานจะช่วยให้การใช้เทคโนโลยีนั้นทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1	1	1	1.00		เหมาะสม
53	ท่านคาดหวังว่าความคิดสร้างสรรค์ในการใช้เทคโนโลยีที่มีความแปลกใหม่จะช่วยให้เกิดใช้เทคโนโลยีในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	0	1	1	0.67		เหมาะสม
54	ท่านคาดหวังว่าความคิดสร้างสรรค์ในการใช้เทคโนโลยีที่มีประโยชน์จะช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	0	1	1	0.67		เหมาะสม
55	ท่านคาดหวังว่าแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลจะช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1	1	1	1.00		เหมาะสม
56	ท่านคาดหวังว่าความเข้าใจและใช้งานง่ายของเทคโนโลยีดิจิทัลจะช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1	1	1	1.00		เหมาะสม

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่าเฉลี่ย	ข้อเสนอแนะ	ผลลัพธ์
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
57	ท่านคาดหวังว่าเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีรูปแบบการทำงานที่หลากหลายตอบสนองต่อการทำงานของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี จะช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1	1	1	1.00		เหมาะสม
58	ท่านคาดหวังว่าเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการเชื่อมต่อออนไลน์จะช่วยส่งเสริมให้เกิดการใช้เทคโนโลยีในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1	1	1	1.00		เหมาะสม
59	ท่านคาดหวังว่าเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทำให้บุคคลหลายกลุ่มสามารถแสดงความคิดเห็นร่วมกันได้จะช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1	1	1	1.00		เหมาะสม
60	ท่านคาดหวังว่าเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีคู่มือ / สัญลักษณ์ เพื่อให้คำแนะนำการใช้งานที่ชัดเจนจะช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1	1	1	1.00		เหมาะสม
ความคาดหวังในความสะดวก (Effort Expectancy)							
61	ท่านคาดหวังว่าความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ติดตัวท่านมาจะช่วยให้การทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน	1	1	1	1.00		เหมาะสม
62	ท่านคาดหวังว่าความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านได้รับจากการสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น	1	1	1	1.00		เหมาะสม

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่าเฉลี่ย	ข้อเสนอแนะ	ผลลัพธ์
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
	จะช่วยให้การทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน						
63	ท่านคาดหวังว่าความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านประยุกต์ใช้ในการทำงานจะช่วยให้การทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน	1	1	1	1.00		เหมาะสม
64	ท่านคาดหวังว่าความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่จะช่วยให้การทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน	0	1	1	0.67		เหมาะสม
65	ท่านคาดหวังว่าความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อการทำงานจะช่วยให้การทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน	0	1	1	0.67		เหมาะสม
66	ท่านคาดหวังว่าแหล่งข้อมูลทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลจะช่วยให้การทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน	1	1	1	1.00		เหมาะสม
67	ท่านคาดหวังว่าความเข้าใจและใช้งานง่ายของเทคโนโลยีดิจิทัลจะช่วยให้การทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน	1	1	1	1.00		เหมาะสม
68	ท่านคาดหวังว่าเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีรูปแบบการทำงานที่หลากหลายตอบสนองต่อการทำงานของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดีจะช่วยให้การทำงานผ่าน	1	1	1	1.00		เหมาะสม

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่าเฉลี่ย	ข้อเสนอแนะ	ผลลัพธ์
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
	เทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และ ไม่ยุ่งยากซับซ้อน						
69	ท่านคาดหวังว่าเทคโนโลยี ดิจิทัลที่มีการเชื่อมต่อ ออนไลน์จะช่วยให้การทำงาน ผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน	1	1	1	1.00		เหมาะสม
70	ท่านคาดหวังว่าเทคโนโลยี ดิจิทัลที่ทำให้บุคคลหลาย กลุ่มสามารถแสดงความคิด เห็นร่วมกันได้จะช่วยให้การ ทำงานผ่านเทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และไม่ยุ่งยากซับซ้อน	1	1	1	1.00		เหมาะสม
71	ท่านคาดหวังว่าเทคโนโลยี ดิจิทัลที่มีคู่มือ / สัญลักษณ์ให้ คำแนะนำการใช้งานที่ชัดเจน จะช่วยให้การทำงานผ่าน เทคโนโลยีนั้นง่าย ชัดเจน และ ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	1	1	1	1.00		เหมาะสม
อิทธิพลทางสังคม (Social Influence)							
72	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ติด ตัวท่านมาทำให้ท่านเป็น ยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้า งาน และเพื่อนร่วมงาน	1	1	1	1.00		เหมาะสม
73	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ ท่านได้รับจากการสร้าง ปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นทำให้ ท่านเป็นที่ยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน	1	1	1	1.00		เหมาะสม
74	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ ท่านประยุกต์ใช้ในการทำงาน ทำให้ท่านเป็นที่ยอมรับของ	1	1	1	1.00		เหมาะสม

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่าเฉลี่ย	ข้อเสนอแนะ	ผลลัพธ์
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
	ผู้บริหาร หัวหน้างาน และ เพื่อนร่วมงาน						
75	หากท่านมีความคิดสร้างสรรค์ ที่มีความแปลกใหม่ทำให้ท่าน เป็นที่ยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน	0	1	1	0.67		เหมาะสม
76	หากท่านมีความคิดสร้างสรรค์ ที่มีประโยชน์ต่อการทำงานทำ ให้ท่านเป็นที่ยอมรับของ ผู้บริหาร หัวหน้างาน และ เพื่อนร่วมงาน	0	1	1	0.67		เหมาะสม
77	ท่านแสวงหาความรู้จาก แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยี ดิจิทัลที่เป็นที่ยอมรับของ ผู้บริหาร หัวหน้างาน และ เพื่อนร่วมงาน	1	1	1	1.00		เหมาะสม
78	ความเข้าใจและใช้งานง่ายของ เทคโนโลยีดิจิทัลทำให้ เทคโนโลยีนั้นเป็นที่ยอมรับของ ผู้บริหาร หัวหน้างาน และ เพื่อนร่วมงาน	1	1	1	1.00		เหมาะสม
79	เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีรูปแบบ การทำงานที่หลากหลาย ตอบสนองต่อการทำงานของ ใช้ได้เป็นอย่างดีเป็นที่ยอมรับ ของผู้บริหาร หัวหน้างาน และ เพื่อนร่วมงาน	1	1	1	1.00		เหมาะสม
80	เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการ เชื่อมต่อออนไลน์เป็นที่ยอมรับ ของผู้บริหาร หัวหน้างาน และ เพื่อนร่วมงาน	1	1	1	1.00		เหมาะสม
81	เทคโนโลยีดิจิทัลที่ทำให้ บุคคลหลายกลุ่มสามารถแสดง	1	1	1	1.00		เหมาะสม

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่าเฉลี่ย	ข้อเสนอแนะ	ผลลัพธ์
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
	ความคิดเห็นร่วมกันทำให้เกิดการยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน						
82	เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีคู่มือ / สัญลักษณ์ให้คำแนะนำการใช้งานที่ชัดเจนทำให้เกิดการยอมรับของผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน	1	1	1	1.00		เหมาะสม
สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Conditions)							
83	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ติดตั้งตัวท่านมาทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น	1	1	1	1.00		เหมาะสม
84	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านได้รับจากการสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น	1	1	1	1.00		เหมาะสม
85	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านประยุกต์ใช้ในการทำงานทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น	1	1	1	1.00		เหมาะสม
86	ความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่ทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น	0	1	1	0.67		เหมาะสม
87	ความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อการทำงานทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น	0	1	1	0.67		เหมาะสม
88	แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้ท่านแสวงหาสิ่ง	1	1	1	1.00		เหมาะสม

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่าเฉลี่ย	ข้อเสนอแนะ	ผลลัพธ์
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
	สนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการเข้าถึงแหล่งข้อมูลนั้น						
89	ความเข้าใจและใช้งานง่ายของเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น	1	1	1	1.00		เหมาะสม
90	เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีรูปแบบการทำงานที่หลากหลายตอบสนองต่อการทำงานของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดีทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น	1	1	1	1.00		เหมาะสม
91	เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการเชื่อมต่อออนไลน์ทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น	1	1	1	1.00		เหมาะสม
92	เทคโนโลยีดิจิทัลที่ทำให้บุคคลหลายกลุ่มสามารถแสดงความคิดเห็นร่วมกันทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น	1	1	1	1.00		เหมาะสม
93	เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีคู่มือ / สัญลักษณ์ให้คำแนะนำการใช้งานที่ชัดเจนทำให้ท่านแสวงหาสิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้เกิดการใช้เทคโนโลยีนั้น	1	1	1	1.00		เหมาะสม
ความตั้งใจในการใช้งาน (Behavioral Intention)							
94	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ติดตัวท่านมาทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต	1	1	1	1.00		เหมาะสม
95	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านได้รับจากการสร้าง	1	1	1	1.00		เหมาะสม

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่าเฉลี่ย	ข้อเสนอแนะ	ผลลัพธ์
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
	ปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นทำให้ ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งาน เทคโนโลยีนั้นในอนาคต						
96	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ ท่านประยุกต์ใช้ในการทำงาน ทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้ งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต	1	1	1	1.00		เหมาะสม
97	ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับ เทคโนโลยีที่มีความแปลกใหม่ ทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้ งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต	0	1	1	0.67		เหมาะสม
98	ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับ เทคโนโลยีที่มีประโยชน์ต่อการ ทำงานทำให้ท่านวางแผนและ ตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นใน อนาคต	0	1	1	0.67		เหมาะสม
99	แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยี ดิจิทัลทำให้ท่านวางแผนและ ตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นใน อนาคต	1	1	1	1.00		เหมาะสม
100	ความเข้าใจและใช้งานง่ายของ เทคโนโลยีดิจิทัลทำให้ท่าน วางแผนและตั้งใจใช้งาน เทคโนโลยีนั้นในอนาคต	1	1	1	1.00		เหมาะสม
101	เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีรูปแบบ การทำงานที่หลากหลาย ตอบสนองต่อการทำงานของผู้ ใช้ได้เป็นอย่างดีทำให้ท่าน วางแผนและตั้งใจใช้งาน เทคโนโลยีนั้นในอนาคต	1	1	1	1.00		เหมาะสม
102	เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการ เชื่อมต่อออนไลน์ทำให้ท่าน	1	1	1	1.00		เหมาะสม

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่าเฉลี่ย	ข้อเสนอแนะ	ผลลัพธ์
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
	วางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต						
103	เทคโนโลยีดิจิทัลที่ทำให้บุคคลหลายกลุ่มสามารถแสดงความคิดเห็นร่วมกันทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต	1	1	1	1.00		เหมาะสม
104	เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีคู่มือ / สัญลักษณ์ให้คำแนะนำการใช้งานที่ชัดเจนทำให้ท่านวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นในอนาคต	1	1	1	1.00		เหมาะสม
พฤติกรรมการใช้ (Use Behavior)							
105	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ติดตัวท่านมาทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น	1	1	1	1.00		เหมาะสม
106	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านได้รับจากการสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น	1	1	1	1.00		เหมาะสม
107	ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ท่านประยุกต์ใช้ในการทำงานทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น	1	1	1	1.00		เหมาะสม
108	ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่มีความแปลกใหม่ทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น	1	1	1	1.00		เหมาะสม
109	ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่มีประโยชน์ต่อการทำงานทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น	1	1	1	1.00		เหมาะสม
110	แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น	1	1	1	1.00		เหมาะสม

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่าเฉลี่ย	ข้อเสนอแนะ	ผลลัพธ์
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
111	ความเข้าใจและใช้งานง่ายของเทคโนโลยีดิจิทัลที่ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น	1	1	1	1.00		เหมาะสม
112	เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีรูปแบบการทำงานที่หลากหลายตอบสนองต่อการทำงานของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดีที่ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น	1	1	1	1.00		เหมาะสม
113	เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการเชื่อมต่อออนไลน์ที่ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น	1	1	1	1.00		เหมาะสม
114	เทคโนโลยีดิจิทัลที่ทำให้บุคคลหลายกลุ่มสามารถแสดงความคิดเห็นร่วมกันที่ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น	1	1	1	1.00		เหมาะสม
115	เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีคู่มือ / สัญลักษณ์ให้คำแนะนำการใช้งานที่ชัดเจนที่ท่านใช้งานเทคโนโลยีนั้น	1	1	1	1.00		เหมาะสม
ด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Behavior)							
พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว (Adaptive Creative Behavior)							
116	ความคาดหวังในประสิทธิภาพของเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการทำงานทำให้ท่านเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีโดยปฏิบัติตามแนวทางที่ทำสืบต่อกันมา	1	1	1	1.00		เหมาะสม
117	ความคาดหวังในเทคโนโลยีที่ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อนทำให้ท่านเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีโดยใส่ใจกับรายละเอียดทุกขั้นตอน	1	1	1	1.00		เหมาะสม

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่าเฉลี่ย	ข้อเสนอแนะ	ผลลัพธ์
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
118	ผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงานมีส่วนร่วมทำให้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่เป็นไปตามมาตรฐานเดิมที่ได้วางไว้	1	1	1	1.00		เหมาะสม
119	สิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้การใช้งานเทคโนโลยีง่ายขึ้นทำให้ท่านเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีโดยเรียนรู้จากการทำงานของบุคคลอื่น	1	1	1	1.00		เหมาะสม
120	การวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีทำให้ท่านเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยปฏิบัติตามแนวทางทุกขั้นตอน	1	1	1	1.00		เหมาะสม
121	การใช้งานเทคโนโลยีทำให้ท่านเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการยอมรับสิ่งใหม่เข้ามาใช้ในการทำงาน	1	1	1	1.00		เหมาะสม
พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม (Innovative Creative Behavior)							
122	ความคาดหวังในประสิทธิภาพของเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการทำงานทำให้ท่านสร้างวิธีการใหม่ที่ไม่เหมือนใครในการใช้เทคโนโลยีในการทำงานเพื่อให้ได้ผลลัพธ์เหมือนเดิมหรือดีกว่าเดิม	1	1	1	1.00		เหมาะสม
123	ความคาดหวังในเทคโนโลยีที่ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อนทำให้ท่านปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีโดยเพิ่มหรือลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นได้	1	1	1	1.00		เหมาะสม
124	ผู้บริหาร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงานมีส่วนร่วมช่วยให้	1	1	1	1.00		เหมาะสม

ข้อ	รายการ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ค่าเฉลี่ย	ข้อเสนอแนะ	ผลลัพธ์
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
	ท่านไม่ยึดติดกับกรอบการทำงานแบบเดิม						
125	สิ่งสนับสนุนที่ช่วยให้การใช้งานเทคโนโลยีง่ายขึ้นทำให้ท่านให้ความสำคัญกับความท้าทายในการทำงาน ยอมรับผลดีและผลเสียที่เกิดขึ้นจากการทำงานได้	1	1	1	1.00		เหมาะสม
126	การวางแผนและตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีทำให้ท่านสร้างวิธีการใหม่ที่ไม่เหมือนใครในการใช้เทคโนโลยีในการทำงาน	1	1	1	1.00		เหมาะสม
127	การใช้งานเทคโนโลยีทำให้ท่านให้ความสำคัญกับความท้าทายในการทำงาน ยอมรับผลดีและผลเสียที่เกิดขึ้นจากการทำงานได้	1	1	1	1.00		เหมาะสม

หมายเหตุ 1. ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ (1 = เหมาะสม / 0 = ไม่แน่ใจ / -1 = ไม่เหมาะสม)
2. ค่าที่เหมาะสมต้องมากกว่า 0.67 - 1.00

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

คนที่ 1 ตอนที่ 1 แผนกและตำแหน่งที่สังกัด ให้เพิ่มฝ่ายบริหาร / คำถามมากเกินไป ควรลดข้อคำถาม ถามจนงง

คนที่ 2 ข้อคำถามชัดเจนดีแล้วค่ะ ไม่มีปรับแก้

คนที่ 3 ตอนที่ 1 กลุ่มอายุตาม Gen OK / ประสบการณ์การใช้เทคโนโลยี ปรับเป็น น้อยกว่า 1 ปี 1-2 ปี

3-4 ปี มากกว่า 4 ปี / หน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์ที่สังกัด ควรเพิ่ม อื่น ๆ ด้วย /

ควรเพิ่มหัวข้อสถานภาพ ความสมัครใจในการใช้เทคโนโลยี และรายได้ /

ควรมีให้เลือกเทคโนโลยีที่ใช้ในอุตสาหกรรมที่นึกถึงสัก 3 อันดับ /

ควรเพิ่มการเก็บข้อมูลพื้นฐานในการใช้เทคโนโลยีหลังตอนที่ 1 เพื่อให้รู้พื้นฐานการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ก่อนถามเกี่ยวกับการยอมรับเพื่อการใช้เทคโนโลยี /

ตอนที่ 2 ข้อคำถามชัดเจนดีแล้ว ไม่มีแก้ไข



ที่ อว 8606 (๗๙๖)/1290



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

2 มีนาคม 2563

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ประธานกรรมการ/กรรมการผู้จัดการ

ด้วย นายพูนเพิ่ม เสรีวิชัยสวัสดิ์ รหัสประจำตัว 57604919 นักศึกษาระดับปริญญาโทที่บัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนารูปแบบของระดับ
การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของพนักงาน ในบริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ในประเทศไทย " มีความประสงค์จะขอ
เก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานที่ทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน แจ้งผู้ที่เกี่ยวข้องทราบ
เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่ศึกษาค้นคว้าด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร. อธิกมาส มากสู้อย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790

ที่ อว 8606 (น.ส.) / 1286



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

2 มีนาคม 2563

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้บริหารหน่วยงาน

ด้วย นายพูนเพิ่ม เสรีวิชัยสวัสดิ์ รหัสประจำตัว 57604919 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนารูปแบบของระดับ การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในบริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ในประเทศไทย " มีความประสงค์จะขอ เก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานที่ทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน แจ้งผู้ที่เกี่ยวข้องทราบ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่ศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อริกมาส มากจ้อย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790

ที่ อว 8606 (นศ.) | 1285



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

2 มีนาคม 2563

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้อำนวยการ/ผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคล

ด้วย นายพูนเพิ่ม เสรีวิชยสวัสดิ์ รหัสประจำตัว 57604919 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนารูปแบบของระดับ การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในบริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ในประเทศไทย " มีความประสงค์จะขอ เก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานที่ทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน แจ้งผู้ที่เกี่ยวข้องทราบ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่ักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อริกมาส มากจู)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790

ที่ อว 8606 (นส) 1284



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

2 มีนาคม 2563

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้อำนวยการ/ ผู้จัดการฝ่ายขายและการตลาด

ด้วย นายพูนเพิ่ม เสรีวิชยสวัสดิ์ รหัสประจำตัว 57604919 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนารูปแบบของระดับ การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในบริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ในประเทศไทย " มีความประสงค์จะขอ เก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานที่ทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน แจ้งผู้ที่เกี่ยวข้องทราบ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่ นักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร. อธิกมาศ มากจู้)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790

ที่ อว 8606 (๗๕) / 1289



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

2 มีนาคม 2563

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงิน

ด้วย นายพูนเพิ่ม เสรีวิชัยสวัสดิ์ รหัสประจำตัว 57604919 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนารูปแบบของระดับ การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของพนักงาน ในบริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ในประเทศไทย " มีความประสงค์จะขอ เก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานที่ทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน แจ้งผู้ที่เกี่ยวข้องทราบ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่ศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร. อธิกมาส มากสุข)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790

ที่ อว 8606 (สจ.) / 1288



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

2 มีนาคม 2563

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ผู้อำนวยการ/ผู้จัดการฝ่ายออกแบบ

ด้วย นายพูนเพิ่ม เสรีวิชยสวัสดิ์ รหัสประจำตัว 57604919 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " การพัฒนารูปแบบของระดับ การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของพนักงาน ในบริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ในประเทศไทย " มีความประสงค์จะขอ เก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานที่ทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน แจ้งผู้ที่เกี่ยวข้องทราบ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร. อธิกมาส มากจู้)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



ภาคผนวก ฉ
หนังสือขอสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล

ที่ อว 8606 (จร) / 1015



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

2 มีนาคม 2563

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน

ด้วย นายพูนเพิ่ม เสรีวิชัยสวัสดิ์ รหัสประจำตัว 57604919 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนารูปแบบของระดับ การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของพนักงานในบริษัทรับจัดการธุรกิจไมซ์ในประเทศไทย" มีความประสงค์จะขอ สัมภาษณ์ท่าน เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อริกมาส มากจู้)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	พูนเพิ่ม เสรีวิชัยสวัสดิ์
วัน เดือน ปี เกิด	6 มีนาคม 2520
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2540 สำเร็จการศึกษา วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พ.ศ. 2545 สำเร็จการศึกษา วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ที่อยู่ปัจจุบัน	44/426 ถนนรามอินทรา แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220
ผลงานตีพิมพ์	พ.ศ. 2562 การยอมรับและการใช้เทคโนโลยี : บทบาทสำคัญต่อ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

