

โซเชี่ยลเน็ตเวิร์คที่มีผลต่อนวัตกรรมกระบวนการผ่านการประยุกต์ใช้
เพื่อความร่วมมือยุค 2.0

THE INFLUENCE OF SOCIAL NETWORKS TO PROCESS
INNOVATION THROUGH APPLICATION
OF COLLABORATION 2.0

นฤกร สูดพิพัฒน์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกระบบสารสนเทศ

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

โซเชี่ยลเน็ตเวิร์คที่มีผลต่อนวัตกรรมกระบวนการผ่านการประยุกต์ใช้
เพื่อความร่วมมือยุค 2.0

นฤกร สุดพิพัฒน์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกระบบสารสนเทศ

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี


ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี


หัวข้อวิทยานิพนธ์ โขเซียมเน็ตเวิร์กที่มีผลต่อนวัตกรรมกระบวนการผ่านการประยุกต์ใช้
เพื่อความร่วมมือยุค 2.0
The Influence of Social Networks to Process Innovation through
Application of Collaboration 2.0

ชื่อ - นามสกุล นางสาวนฤกร สุกพิพัฒน์
วิชาเอก ระบบสารสนเทศ
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณัฏฐรงค์ จตุรัส, ปร.ด.
ปีการศึกษา 2560

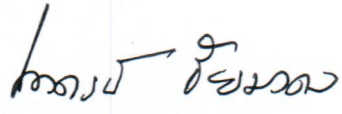
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์วีระ บุญจริง, Ph.D.)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์อัมรินทร์ กันอำ, วท.ม.)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณัฏฐรงค์ จตุรัส, ปร.ด.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติวิทยานิพนธ์ฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท


..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นายกรพี ชัยมงคล, ปร.ด.)

วันที่ 5 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2561

| | |
|-------------------|---|
| หัวข้อวิทยานิพนธ์ | โซเซียมเน็ตเวิร์คที่มีผลต่อนวัตกรรมกระบวนการผ่านการประยุกต์ใช้เพื่อความร่วมมือยุค 2.0 |
| ชื่อ - นามสกุล | นางสาวนฤกร สุกพิพัฒน์ |
| วิชาเอก | ระบบสารสนเทศ |
| อาจารย์ที่ปรึกษา | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ฉัตรรงค์ จตุรัส, ปร.ด. |
| ปีการศึกษา | 2560 |

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของโซเซียมเน็ตเวิร์คกับฟังก์ชันความร่วมมือต่อนวัตกรรมกระบวนการ ผ่านความร่วมมือ 2.0

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับงานด้านบริหารและงานวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 370 คน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25-35 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ระหว่าง 18,001-26,000 บาทต่อเดือน ทำงานเกี่ยวข้องกับงานบริหาร และส่วนใหญ่มีการใช้งานโปรแกรมโซเซียมเน็ตเวิร์คผลการวิจัยพบว่า การใช้โซเซียมเน็ตเวิร์คมีผลต่อการปฏิบัติงาน ส่วนใหญ่ใช้เพื่อสร้างความร่วมมือภายในองค์กร มีการให้ความสำคัญต่อการบันทึกข้อมูล ปรับปรุง นำมาใช้งาน แยกแยะและติดตาม นำข้อคิดเห็นต่าง ๆ มาสนับสนุนความคิด เพื่อสร้างความร่วมมือ ในปัจจุบันช่วยให้การทำงานมีช่องทางใหม่ ๆ มีเทคนิคใหม่ การให้บริการมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพิ่มความรวดเร็วในการทำงาน มีกระบวนการทำงานดีกว่าเดิม มีความทันสมัยในการปฏิบัติงาน และปรับปรุงขั้นตอนในการทำงาน การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง พบว่า การใช้งาน โซเซียมเน็ตเวิร์คมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความร่วมมือ ความร่วมมือในด้านต่าง ๆ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความร่วมมือ 2.0 และความร่วมมือ 2.0 มีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมกระบวนการ

คำสำคัญ : โซเซียมเน็ตเวิร์ค ฟังก์ชันความร่วมมือ นวัตกรรมกระบวนการ

| | |
|-----------------------|---|
| Thesis Title | The Influence of Social Networks to Process Innovation through Application of collaboration 2.0 |
| Name - Surname | Miss Natakorn Sudpipat |
| Major Subject | Information Systems |
| Thesis Advisor | Assistant Professor Natnarong Jaturat, Ph.D. |
| Academic Year | 2017 |

ABSTRACT

This research aimed to study the relationship between social network and collaboration function and process innovation through collaboration 2.0.

370 samples were the people who worked involve in management and academic job at Rajamangala University of Technology Thanyaburi.

The results showed that most respondents were female, age between 25-35 years, bachelor degree, average income 18,001-26,000 baht/month, work involved in management and use social network program. The findings reveled that social network influenced job performance in collaboration within organization, concern about store information, improve, implement, digest and follow. Retrieving comments to create collaboration. Social network in current support them to find new channel to work, new techniques, improve services, improve speed, improve process of work, up-to-date in process and improve work process. The result from structural equation analysis showed that social network positively influenced to collaboration 2.0 and collaboration 2.0 positively influenced to process innovation.

Keywords: social network, collaboration function, process innovation

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงอย่างสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณา และความอนุเคราะห์ของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐรงค์ จตุรัส อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้ทำการศึกษาวิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.วีระ บุญจริง ประธานกรรมการสอบ และกรรมการสอบ รองศาสตราจารย์วสันต์ กัณอ่ำ ที่ได้ให้ความกรุณา ในการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของงานวิจัย รวมทั้งเสียสละเวลาในการเป็นกรรมการสอบในครั้งนี้ และขอขอบพระคุณบุคลากรในสังกัดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีทุกท่าน ที่ได้เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่ได้สนับสนุนให้การศึกษา

ขอขอบพระคุณ และมอบความดีทั้งหมดนี้ให้แก่ คุณพ่อ คุณแม่ พี่น้อง เพื่อนที่แสนดีและ คณะครู-อาจารย์ ที่ให้การสนับสนุนและประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้ เพื่อน ๆ ISY 57/2 ทุกคนที่เป็นกำลังใจ

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่สนใจ หากการวิจัยในครั้งนี้ขาดตกบกพร่อง หรือไม่สมบูรณ์ประการใด ผู้วิจัยขอกราบขออภัยมา ณ โอกาสนี้

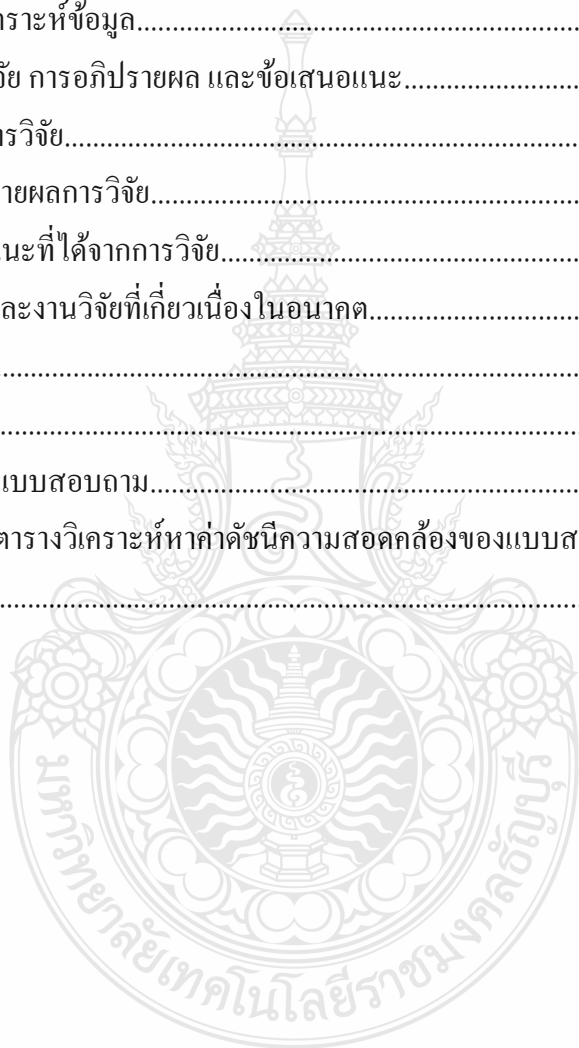
นฤกร สูดพิพัฒน์

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | (3) |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... | (4) |
| กิตติกรรมประกาศ..... | (5) |
| สารบัญ..... | (6) |
| สารบัญตาราง..... | (8) |
| สารบัญภาพ..... | (10) |
| บทที่ 1 บทนำ..... | 11 |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... | 11 |
| 1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย..... | 15 |
| 1.3 สมมติฐานการวิจัย..... | 15 |
| 1.4 ขอบเขตของการวิจัย..... | 15 |
| 1.5 คำจำกัดความในการวิจัย..... | 16 |
| 1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย..... | 17 |
| 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... | 17 |
| บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 18 |
| 2.1 ความหมายและประเภทของสื่อสังคมออนไลน์..... | 19 |
| 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความร่วมมือ 2.0..... | 21 |
| 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมกระบวนการ..... | 26 |
| 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 28 |
| บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย..... | 31 |
| 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง..... | 31 |
| 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... | 33 |
| 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 35 |
| 3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล..... | 36 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|---|------|
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์..... | 38 |
| 4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... | 38 |
| 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... | 38 |
| บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... | 53 |
| 5.1 สรุปผลการวิจัย..... | 53 |
| 5.2 การอภิปรายผลการวิจัย..... | 54 |
| 5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย..... | 57 |
| 5.4 ข้อจำกัดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต..... | 57 |
| บรรณานุกรม..... | 58 |
| ภาคผนวก..... | 62 |
| ภาคผนวก ก แบบสอบถาม..... | 63 |
| ภาคผนวก ข ตารางวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม..... | 70 |
| ประวัติผู้เขียน..... | 73 |



สารบัญตาราง

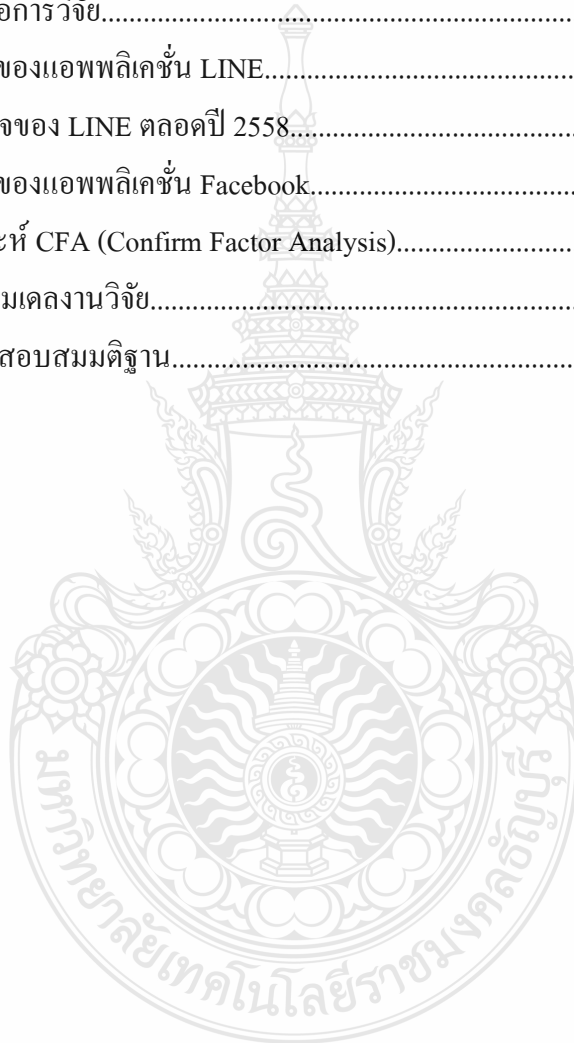
| | หน้า |
|---------------|---|
| ตารางที่ 1.1 | แสดงอันดับเว็บไซต์ที่มีความนิยมมากที่สุดในโลกและในประเทศไทย..... 12 |
| ตารางที่ 2.1 | การแบ่งประเภทของเทคโนโลยีสำหรับความร่วมมือแบ่งตามปัจจัยด้านสถานที่และเวลา..... 25 |
| ตารางที่ 2.2 | เทคโนโลยีการสื่อสารสำหรับความร่วมมือแบ่งตามฟังก์ชันงาน..... 25 |
| ตารางที่ 3.1 | แสดงกลุ่มตัวอย่างจำนวนบุคลากรในหน่วยงานมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี..... 32 |
| ตารางที่ 3.2 | แสดงค่าน้ำหนักคะแนนของระดับความสำคัญตามมาตราส่วนประเมินค่า..... 34 |
| ตารางที่ 3.3 | แสดงคะแนนตามระดับความสำคัญ..... 35 |
| ตารางที่ 3.4 | การตรวจสอบโมเดล..... 37 |
| ตารางที่ 4.1 | จำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ..... 39 |
| ตารางที่ 4.2 | จำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามอายุ..... 39 |
| ตารางที่ 4.3 | จำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา..... 39 |
| ตารางที่ 4.4 | จำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามรายได้ต่อเดือน..... 40 |
| ตารางที่ 4.5 | จำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามตำแหน่งงาน..... 40 |
| ตารางที่ 4.6 | จำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามสถานภาพ..... 40 |
| ตารางที่ 4.7 | จำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามประเภทของโซเชี่ยลที่ใช้งาน..... 41 |
| ตารางที่ 4.8 | แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญต่อการใช้งานโซเชี่ยล..... 41 |
| ตารางที่ 4.9 | แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญต่อการสร้างความร่วมมือยุค 2.0..... 42 |
| ตารางที่ 4.10 | แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญต่อความร่วมมือขององค์กร..... 43 |
| ตารางที่ 4.11 | แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณค่าของนวัตกรรมกระบวนการ..... 44 |
| ตารางที่ 4.12 | ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่น..... 45 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| | หน้า |
|---|------|
| ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ความตรงด้าน Convergent Validity ค่า Factor Loading และ AVE ของตัวแปรด้านการให้ความสำคัญต่อการใช้งาน โซเชียล..... | 47 |
| ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ความตรงด้าน Convergent Validity ค่า Factor Loading และ AVE ของตัวแปรด้านการให้ความสำคัญต่อการสร้างร่วมมือยุค 2.0.... | 47 |
| ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ความตรงด้าน Convergent Validity ค่า Factor Loading และ AVE ของตัวแปรด้านฟังก์ชันความร่วมมือขององค์กร..... | 48 |
| ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ความตรงด้าน Convergent Validity ค่า Factor Loading และ AVE ของตัวแปรด้านระดับคุณค่านวัตกรรมขององค์กร..... | 48 |
| ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ความตรงด้าน Convergent Validity ค่า Factor Loading และ AVE ของตัวแปรด้านการให้ความสำคัญต่อการใช้งาน โซเชียล (ปรับปรุง)..... | 49 |
| ตารางที่ 4.18 การวิเคราะห์ Discriminant Validity..... | 49 |
| ตารางที่ 4.19 ระดับน้ำหนักรีทธิพลระหว่างตัวแปร..... | 50 |
| ตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบสมการ โครงสร้างตามกับข้อมูลเชิงประจักษ์..... | 51 |
| ตารางที่ 4.21 ผลการทดสอบสมมติฐาน..... | 52 |

สารบัญภาพ

| | หน้า |
|--|------|
| ภาพที่ 1.1 สถิติผู้ใช้งาน 5 แอปพลิเคชันเซทยอดฮิตจากทั่วโลกในปี 2015..... | 13 |
| ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย..... | 17 |
| ภาพที่ 2.1 แนวคิดเพื่อการวิจัย..... | 18 |
| ภาพที่ 2.2 ตราสินค้าของแอปพลิเคชัน LINE..... | 19 |
| ภาพที่ 2.3 ความสำเร็จของ LINE ตลอดปี 2558..... | 20 |
| ภาพที่ 2.4 ตราสินค้าของแอปพลิเคชัน Facebook..... | 20 |
| ภาพที่ 4.1 การวิเคราะห์ CFA (Confirm Factor Analysis)..... | 46 |
| ภาพที่ 4.2 การสร้างโมเดลงานวิจัย..... | 50 |
| ภาพที่ 4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน..... | 51 |



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันนี้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในสังคม จนเป็นสิ่งสำคัญในชีวิตประจำวัน ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ทำให้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ในรูปแบบเดิม ๆ มีการเปลี่ยนแปลงไปด้วย ในปัจจุบันเพียงแค่การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตสามารถทำให้การติดต่อสื่อสารบนโลกออนไลน์ไร้ขีดจำกัด ทำให้ผู้ใช้บริการมีความสะดวกสบายมากขึ้น ไม่ต้องใช้เวลานานเหมือนในอดีต เช่น การใช้จดหมายเพื่อสื่อสารระหว่างประเทศ เป็นต้น ผู้ใช้งานสามารถค้นหาเนื้อหา ข้อมูล ความรู้ตามความต้องการของตนเอง หรือเปรียบได้ว่าโลกออนไลน์เสมือนเป็นห้องสมุดขนาดใหญ่ที่ครอบคลุมพื้นที่ทั่วโลกไว้ โดยผ่านทางหน้าจอคอมพิวเตอร์ หรือโทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟนต่าง ๆ นั่นเอง

ในปัจจุบันสังคมไทยได้มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงในเรื่องของการให้ข้อมูลข่าวสารไปอย่างมาก มีการนำสื่อสังคมออนไลน์มาเป็นช่องทางในการสื่อสารในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น สื่อสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมและถูกนำไปใช้งานอย่างแพร่หลาย เพราะสามารถนำไปใช้ในวัตถุประสงค์ต่าง ๆ และยังคงสะดวกในการเข้าถึง ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการขายสินค้าผ่านออนไลน์ การนำเสนอผลงาน การแสดงตัวตน การสร้างชุมชนของกลุ่มคนที่มีความชื่นชอบในสิ่งเดียวกัน หรือแม้แต่การสื่อสารกันภายในองค์กร ส่งผลให้อัตราความเติบโตของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้นทุกปี

สังคมออนไลน์ เป็นสังคมที่เกิดขึ้นบนโลกไซเบอร์ ซึ่งมีความกว้างใหญ่ไพศาลไม่สิ้นสุด ซึ่งสังคมที่เกิดขึ้น ก็คือ เครือข่ายหนึ่งของโลก ที่เชื่อมโยงเข้าด้วยกันในรูปแบบเฉพาะเจาะจง เช่น ทางด้านความคิด เงินทอง มิตรภาพ การค้า ซึ่งอธิบายได้ว่า สังคมออนไลน์ ก็คือ แพลตฟอร์มความเกี่ยวข้องที่มาจากความสนใจในรูปแบบต่าง ๆ กัน มารวมเข้าไว้ด้วยกัน เช่น กลุ่มเพื่อนสมัยอนุบาล เพื่อนประถม กลุ่มคนรักกอล์ฟ กลุ่มคนที่สะสมตุ๊กตาโบราณ กลุ่มแฟนคลับของศิลปินเกาหลี เป็นต้น โดยมี เว็บไซต์ที่ได้รับความนิยม และเป็นที่ยู่อักกันดี เป็นตัวกลางเชื่อมต่อความชอบของคนแต่ละกลุ่มเข้าไว้ด้วยกัน โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการเชื่อมต่อสังคมทั่วทั้งโลก หรือที่เรียกว่าสังคมออนไลน์ซึ่งสังคมออนไลน์นี้เองที่ทำให้พบเจอเพื่อนได้ง่ายขึ้น และสังคมออนไลน์ ที่เป็นที่ยู่อักกันดีได้แก่ Facebook, Twitter, Hi5, Multiply, MySpace, Windows Live Spaces เป็นต้น

ในการสื่อสารกันผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งหากเป็นเว็บไซต์ที่เรียกว่าเป็นเว็บ (Social Network) ก็คือเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงผู้คนไว้ด้วยกันนั่นเอง นอกจากนี้ยังมีแอปพลิเคชันที่เป็น

โปรแกรมการสื่อสารในรูปแบบของการแชท (chat) เช่น Line, WhatsApp, WeChat, FB Messenger, KaKao Talk เป็นต้น แอปพลิเคชันเหล่านี้เป็นการสร้างเครือข่ายการสื่อสารได้ทั้งระหว่างบุคคลแบบกลุ่มแบบองค์กร โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายบริการเป็นจำนวนครั้ง สามารถใช้ติดต่อสื่อสารกันได้โดยไม่มีกระบวนการที่ยุ่งยาก ซับซ้อน ทำให้บุคลากรในหน่วยงานหลาย ๆ หน่วยงานหันมาใช้แอปพลิเคชันที่เป็นโปรแกรมการสื่อสารในรูปแบบของการแชท อย่างเช่น ไลน์ (Line) ในการติดต่อสื่อสารอย่างแพร่หลาย การบริหารงานภายในองค์กรต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์กรขนาดเล็ก กลาง หรือใหญ่ ก็ล้วนแต่ต้องเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เข้ามาช่วยสร้างความใจระหว่างคนในองค์กร โดยเฉพาะการดำเนินงานร่วมกัน การประสานงานต่าง ๆ ระหว่างบุคคลนั้นถือเป็นเรื่องสำคัญ การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้การดำเนินงานมีความสะดวก ราบรื่น

ภาพรวมของการใช้อินเทอร์เน็ตนั้น พบว่าเว็บไซต์ที่มีความนิยมนมากที่สุดในโลกและในประเทศไทย 10 อันดับ มีดังนี้

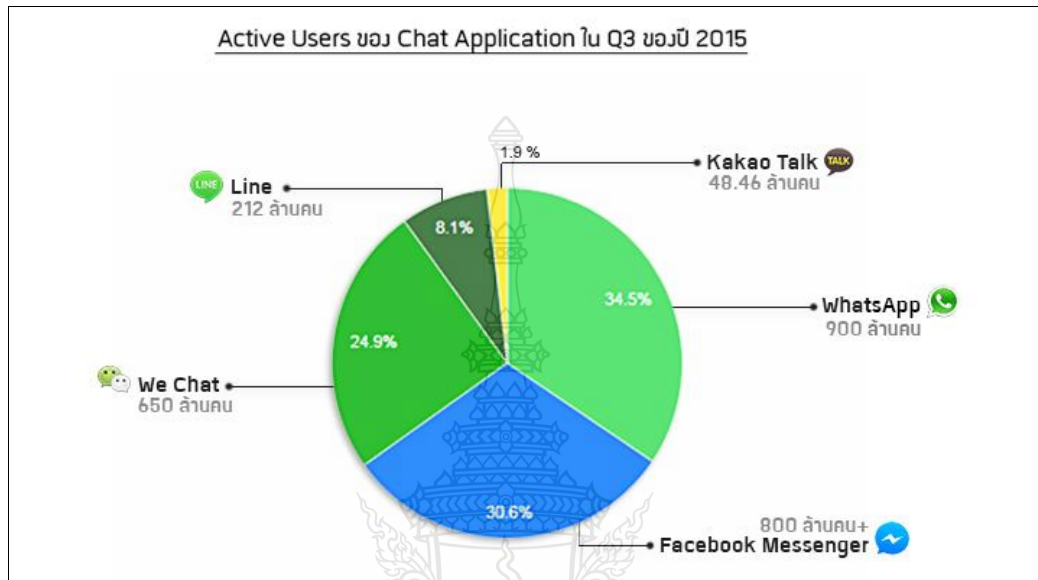
ตารางที่ 1.1 แสดงอันดับเว็บไซต์ที่มีความนิยมนมากที่สุดทั่วโลกและในประเทศไทย

| อันดับ | ทั่วโลก | ประเทศไทย |
|--------|---------------|--------------|
| 1 | Google.com | Google.co.th |
| 2 | Facebook.com | Facebook.com |
| 3 | Youtube.com | Youtube.com |
| 4 | Baidu.com | Google.com |
| 5 | Yahoo.com | Pantip.com |
| 6 | Amazon.com | Ebay.com |
| 7 | Wikipedia.org | Live.com |
| 8 | Qq.com | Yahoo.com |
| 9 | Google.co.in | Msn.com |
| 10 | Twitter.com | Amazon.com |

ที่มา : Top Sites in Global (2559)

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าใน 10 อันดับแรกของการบริการเว็บไซต์ยอดนิยม ส่วนใหญ่เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการสำหรับผู้เล่นเฉพาะกลุ่มที่มีการสนทนาโต้ตอบซึ่งกันและกัน แบ่งปันข้อมูลข่าวสารให้แก่กัน และมีความสนใจในเรื่องเดียวกัน เช่น

Facebook, YouTube ที่สามารถใช้ได้ทุกที่และทุกเวลา เหมาะสมกับสังคมของคนรุ่นใหม่ที่เป็นสังคมของความเร่งรีบอยู่ตลอดเวลา



ภาพที่ 1.1 สถิติผู้ใช้งาน 5 แอปพลิเคชันแชทยอดนิยมจากทั่วโลกในปี 2015

ที่มา : Droidsans.com (2559)

ผลสำรวจจากผู้ที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั้งหมดพบว่า 75% เป็นการใช้งานเกี่ยวกับการส่งข้อความในมือถือ หรือเรียกง่าย ๆ ก็คือแชทนั่นเอง เพราะปัจจุบันวงการมือถือเติบโต มีฟีเจอร์ใหม่ๆ ของแอปพลิเคชันต่าง ๆ ทำให้เป็นที่น่าสนใจและสะดวกมากกว่าการส่ง SMS แบบเดิม ๆ เช่น มีฟีเจอร์การสร้างกลุ่ม ส่งรูปภาพ หรือ แม้แต่แชร์วิดีโอ รวมถึงบางแอปก็มียูทิลิตี้มาจากการให้บริการบนเว็บของตัวเองอยู่ก่อนแล้ว เช่น Skype หรือ Facebook Messenger เป็นต้น



ภาพที่ 1.1 (ต่อ) สถิติผู้ใช้งาน 5 แอปพลิเคชันแชทยอดนิยมจากทั่วโลกในปี 2015

ที่มา : Droidsans.com (2559)

การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ เป็นสิ่งที่ทุกองค์กรต้องการ เพราะแสดงให้เห็นว่า องค์กรมีการบรรลุเป้าหมาย มีบุคลากรมีความสามารถและความพร้อม ให้ความทุ่มเทต่อการทำงานอย่างเต็มที่ ปฏิบัติงานของตนอย่างคล่องแคล่ว ด้วยความมีระเบียบ มีกฎเกณฑ์ ปฏิบัติงานให้เสร็จทันเวลา รวดเร็ว ถูกต้อง มีคุณภาพและมาตรฐาน จึงสรุปได้ว่าบุคคลจะมีประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ต้องเกิดจากความขยันหมั่นเพียรมีความรับผิดชอบและเอาใจใส่ในงานพร้อมด้วยจิตใจที่ซื่อสัตย์ และภักดีต่อองค์กร งานจะประสบความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรที่กำหนดไว้หรือดียิ่งขึ้น

การทำงานเป็นทีม หมายถึง การร่วมกันทำงานของสมาชิกที่มากกว่า 1 คน โดยที่สมาชิกทุกคนนั้นจะต้องมีเป้าหมายเดียวกัน จะทำอะไรแล้วทุกคนต้องยอมรับร่วมกัน มีการวางแผนการทำงานร่วมกัน การทำงานเป็นทีมมีความสำคัญในทุกองค์กร การทำงานเป็นทีมเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการบริหารงาน การทำงานเป็นทีมมีบทบาทสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของงานที่ต้องอาศัยความร่วมมือของกลุ่มสมาชิกเป็นอย่างดี (Conti & Kleiner, 1997)

ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นเป็นสิ่งสำคัญและควรฝึกฝนให้มีขึ้น เพราะหากตัวเราสามารถปรับตัวเองให้ทำงานร่วมกับคนอื่นได้ เราย่อมจะได้รับความร่วมมือ การยอมรับ และความช่วยเหลือต่าง ๆ ในการทำงาน รวมทั้งการได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งภายในหน่วยงานและองค์กรของเราเป็นอย่างดี และการพัฒนาทักษะหรือความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นนั้นเป็นสิ่งที่ไม่ยาก และสามารถสร้างให้เกิดขึ้นได้ ปัจจุบันการทำงานเป็นทีมถูกพูดถึงบ่อยครั้งขึ้น การประสานงานต้องการความร่วมมือ ร่วมใจในการปฏิบัติงานให้เรียบร้อย และสอดคล้องกลมเกลียวกัน ใน

จังหวะเดียวกันเพื่อให้งานบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้การทำงานร่วมกันทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ทั้งในระดับตัวบุคคลและระดับองค์กร(Steiner, 2009) ปัจจุบันหน่วยงานต่าง ๆ มีการนำโซเชี่ยลเน็ตเวิร์คไปใช้ในการปฏิบัติงานขององค์กรมากขึ้น แต่ยังเป็น การนำไปใช้งานแบบเลือกทำแบบคิดเห็นด้วยตนเอง ยังไม่มีการดำเนินการเป็นขั้นตอนที่เหมาะสม

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาว่า สังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี การสื่อสารซึ่งมีความนิยมใช้งาน โซเชี่ยลเน็ตเวิร์ค ควรมีการนำมาใช้ในองค์กรเพื่อสร้างความร่วมมือ อย่างไร เพื่อให้ได้ผลต่อองค์กร นำไปสู่การสร้างองค์ความรู้ การสร้างนวัตกรรมใหม่ การทำงาน ให้มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และเกิดความรู้มีเทคนิคในกระบวนการทำงานใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อ องค์กร

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาอิทธิพลของโซเชี่ยลเน็ตเวิร์ค
- 1.2.2 เพื่อศึกษาความร่วมมือ 2.0
- 1.2.3 เพื่อศึกษานวัตกรรมกระบวนการ
- 1.2.4 เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของ โซเชี่ยลเน็ตเวิร์คต่อความร่วมมือ 2.0
- 1.2.5 เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของโซเชี่ยลเน็ตเวิร์คต่อนวัตกรรมกระบวนการ
- 1.2.6 เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมกับความร่วมมือ 2.0

1.3 สมมติฐานการวิจัย

- 1.3.1 การใช้งานโซเชี่ยลเน็ตเวิร์คมีอิทธิพลทางบวกต่อการสร้างความร่วมมือ 2.0
- 1.3.2 ความร่วมมือมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการสร้างความร่วมมือ 2.0
- 1.3.3 การสร้างความร่วมมือ 2.0 มีอิทธิพลทางบวกต่อการเกิดนวัตกรรม

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จะทำการศึกษาโซเชี่ยลเน็ตเวิร์คที่มีผลต่อนวัตกรรมกระบวนการผ่านการ ประยุกต์ใช้เพื่อความร่วมมือ 2.0 โดยมีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับโซเชี่ยลเน็ตเวิร์คที่มีผลต่อ นวัตกรรมกระบวนการผ่านความร่วมมือ 2.0 โดยศึกษาบุคลากรขององค์กรที่มีการใช้งาน โซเชี่ยล เน็ตเวิร์ค โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจและวิเคราะห์ผล เพื่อศึกษาว่าบุคลากร

เหล่านั้นมีกระบวนการนำโซเชี่ยลเน็ตเวิร์คไปประยุกต์ใช้เป็นการสร้างความร่วมมือ 2.0 แล้วเกิดเป็นการสร้างนวัตกรรมกระบวนการใหม่หรือไม่

1.4.2 ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือหน่วยงานที่มีการประยุกต์ใช้โซเชี่ยลในการทำงาน ซึ่งงานวิจัยนี้เลือกบุคลากรของหน่วยงานราชการ คือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี

1.4.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมแบบสอบถามช่วงเดือนกันยายน พุทธศักราช 2560 ถึง เดือนพฤศจิกายน พุทธศักราช 2560

1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง เว็บไซต์ที่สามารถเชื่อมโยงผู้คนไว้ด้วยกันโดยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และเป็นการสร้างพื้นที่ส่วนตัวเพื่อนำมาพัฒนาการปฏิบัติงาน

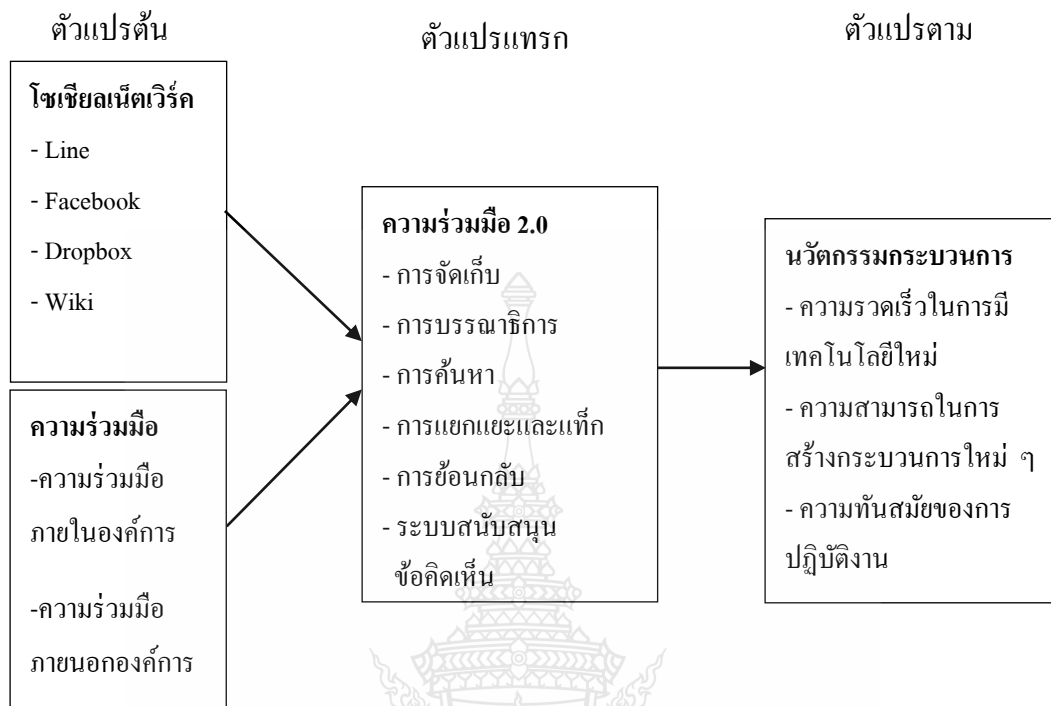
โซเชี่ยลเน็ตเวิร์ค หมายถึง การนำเทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อจำลองให้ผู้ใช้งานสามารถสื่อสาร แลกเปลี่ยน เหมือนกับการสื่อสารในสังคมจริง โดยมีการสร้างเครื่องมือช่วยต่าง ๆ ได้แก่ บล็อก วิกี ฯลฯ การทำงานของโซเชี่ยลเน็ตเวิร์คจัดอยู่ในยุคของเว็บ 2.0

เว็บ 2.0 หมายถึง อินเทอร์เน็ตมีการพัฒนาขึ้นมาในยุคที่สอง กล่าวคือ มีการสื่อสารได้ในสองทิศทาง ผู้ชมสามารถโต้ตอบและเป็นผู้สร้างเนื้อหาพร้อมนำเสนอข้อคิดเห็นในเนื้อหาบนเว็บได้ แต่ยุคที่ผู้ชมเนื้อหาบนเว็บโดยไม่สามารถแก้ไขหรือเพิ่มเติมความคิดเห็นได้นั้น คือ เว็บ 1.0

ความร่วมมือ 2.0 คือ การนำโซเชี่ยลเน็ตเวิร์คหรือเว็บ 2.0 มาสู่การให้บริการเพื่อการบริหารการสื่อสารระหว่างทีมงาน ซึ่งมีกระบวนการมีตั้งแต่การจัดเก็บ การบรรณาธิการ การแลกเปลี่ยน การค้นหา การแท็ก การย้อนกลับ และเป็นระบบสนับสนุนข้อคิดเห็น

นวัตกรรมกระบวนการ คือ การนำสิ่งใหม่ ๆ มาใช้เพื่อทำให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากกว่าเดิมและประสิทธิผลดียิ่งขึ้น

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ทำให้ทราบว่าปัจจุบันมีการให้ความสำคัญต่อการให้ความสำคัญกับการใช้งานโซเชี่ยลเน็ตเวิร์ค และใช้งานเพื่อความร่วมมือ 2.0 อยู่ในระดับใด

1.7.2 ทำให้ทราบความสัมพันธ์ของการใช้งานโซเชี่ยลเน็ตเวิร์คกับนวัตกรรมกระบวนการ

1.7.3 ทำให้ทราบว่าโซเชี่ยลเน็ตเวิร์คชนิดใดที่มีการใช้งานแล้ว เกิดประโยชน์ต่อความร่วมมือและเกิดนวัตกรรมกระบวนการ ทำให้หน่วยงานต่าง ๆ สามารถตัดสินใจเลือกใช้โซเชี่ยลเน็ตเวิร์คเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างถูกต้อง

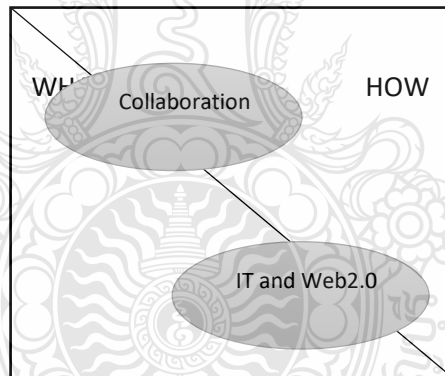
1.7.4 สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลส่งเสริมและปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานของบุคลากรเพื่อตระหนักและให้ความสำคัญต่อการนำโซเชี่ยลเน็ตเวิร์คไปใช้เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อองค์กร

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เนื้อหาในบทนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะทบทวนวรรณกรรมที่ครอบคลุมเพื่อแสดงให้เห็นถึงส่วนขยายจากงานวิจัยที่มีการเผยแพร่ที่ผ่านมา เพื่อศึกษาตัวแปรต่าง ๆ ที่สามารถทำให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ได้แก่ อิทธิพลของการใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสาร ความร่วมมือยุค 2.0 ที่มีต่อนวัตกรรมกระบวนการ

งานวิจัยนี้อยู่ในพื้นฐานของการหาคำตอบให้แก่องค์กร เพื่อให้ทราบว่าควรใช้กลยุทธ์อย่างไรจึงจะทำให้องค์กรสามารถตอบสนอง และประสบความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ซึ่งเน้นที่การศึกษาว่าต้องปฏิบัติงานอะไร “What” และอย่างไร “How” ซึ่งจะเป็นหัวใจสำคัญที่จะสามารถให้คำตอบแก่องค์กรเพื่อนำมาบูรณาการร่วมกัน การศึกษาบริบทของทั้งคู่สามารถแสดงผลลัพธ์ให้เห็นว่าองค์กรต้องปฏิบัติสิ่งใดบ้าง สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีการกระทำอะไรระหว่างกัน และแสดงให้เห็นลำดับขั้นตอน สิ่งใดเกิดก่อนและส่งผลต่อเนื่องให้องค์กรทราบเพื่อนำไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 2.1 แนวคิดเพื่อการวิจัย

ในการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเรื่อง “โซเชี่ยลเน็ตเวิร์คที่มีผลต่อนวัตกรรมกระบวนการผ่านการประยุกต์ใช้เพื่อความร่วมมือยุค 2.0” ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ดังนี้

2.1 ความหมายและประเภทของสื่อสังคมออนไลน์

2.1.1 Line

2.1.2 Facebook

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความร่วมมือ 2.0

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมกระบวนการ

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความหมายและประเภทของสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารใช้เป็นช่องทางหรือใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร เพื่อใช้สื่อสารระหว่างกัน ในเครือข่ายทางสังคมผ่านทางเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใดๆ ที่มีการเชื่อมต่อกันทางอินเทอร์เน็ต โดยเน้นให้ผู้ใช้ที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ ในการผลิตเนื้อหาขึ้นเองในรูปแบบของข้อมูล ภาพ และเสียง

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่นำมาประยุกต์ใช้เพื่อความร่วมมือยุค 2.0

2.1.1 Line



ภาพที่ 2.2 ตราสินค้าของแอปพลิเคชัน LINE

LINE คือแอปพลิเคชันที่สามารถแชท สร้างกลุ่มสนทนา ส่งสติ๊กเกอร์ ส่งรูป หรือจะโทรคุยแบบเสียงหรือแบบวิดีโอเห็นหน้าก็ได้ โดยข้อมูลทั้งหมดไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย หากโทรศัพท์มือถือที่เราใช้งานอยู่มีบริการแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตอยู่แล้ว ซึ่งในปัจจุบันสามารถใช้งานได้บนคอมพิวเตอร์ PC และ Mac ได้แล้ว จึงทำให้ LINE เป็นที่นิยมและมีผู้ใช้งานเป็นจำนวนมากอยู่ในขณะนี้

จากข้อมูล iT24Hrs ได้เปิดเผยสถิติผู้ใช้งาน LINE ปี 2558 ที่ผ่านมา ณ วันที่ 15 มกราคม 2559 ว่า มีผู้ใช้งาน LINE ในประเทศไทยมากกว่า 33 ล้านคน คิดเป็น 83% โดยใช้อินเทอร์เน็ตผ่านทางโทรศัพท์มือถือทั่วประเทศไทย และคนไทยใช้ LINE มากที่สุดเป็นอันดับสองของโลก รองมาจากประเทศญี่ปุ่น



ความสำเร็จของ LINE ตลอดปี



ภาพที่ 2.3 ความสำเร็จของ LINE ตลอดปี 2558

ที่มา : Blognone (2560)

2.1.2 Facebook



ภาพที่ 2.4 ตราสินค้าของแอปพลิเคชัน Facebook

เฟสบุ๊ก (Facebook) เป็นบริการบนอินเทอร์เน็ตอีกประเภทหนึ่ง ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานสามารถติดต่อสื่อสารและร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ กับผู้ใช้งาน facebook รายอื่น ๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นการโพสต์รูปภาพ โพสต์คลิปวิดีโอ สนทนาพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ หรือแชทคุยกันแบบสด ๆ เล่นเกมส์ประเภทที่ชอบเหมือนกัน และยังสามารถทำกิจกรรมอื่น ๆ ผ่านแอปพลิเคชันเสริม (Applications) ซึ่งแอปพลิเคชันดังกล่าวได้ถูกพัฒนาเข้ามาเพิ่มเติมอยู่เรื่อย ๆ เฟสบุ๊ก (Facebook) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ อีกแบบหนึ่งที่ได้รับค่านิยมเป็นอย่างมาก

จาก Thailand Zocail Award 2015 โดย Zocial inc. ได้ทำการสำรวจและรวบรวมพฤติกรรมคนไทยที่ใช้งาน Facebook โดยมีข้อมูลที่น่าสนใจ ดังนี้

1. ประเทศไทยเป็นอันดับที่ 9 จาก 25 อันดับที่ใช้งาน Facebook ทั่วโลก คิดเป็น 50.58%
2. Facebook Population ในประเทศไทย ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สรุปได้ดังนี้
 - ปี 2555 มี 14.5 ล้านคน เปรียบเทียบ ปี 2556 มีผู้ใช้งาน 18 ล้านคน เพิ่มขึ้น 24%
 - ปี 2556 มี 18 ล้านคน เปรียบเทียบ ปี 2557 มีผู้ใช้งาน 26 ล้านคน เพิ่มขึ้น 44.50%
 - ปี 2557 มี 26 ล้านคน เปรียบเทียบ ปี 2558 มีผู้ใช้งาน 35 ล้านคน เพิ่มขึ้น 34.60%

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความร่วมมือ 2.0

2.2.1 ความร่วมมือ 2.0 (Collaboration 2.0)

เนื่องจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี การใช้งานและความแพร่หลายของการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ๆ ในชีวิตประจำวันและการนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน มีผล ทำให้องค์กรมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการปฏิบัติงาน การทำกิจกรรมต่าง ๆ ไปสู่สภาพแวดล้อมใหม่ นอกจากนี้ยังมีโอกาสที่ต้องปฏิบัติงานร่วมกันกับองค์กรอื่น ๆ ในระดับภูมิภาคอื่น ๆ ของโลกด้วยความสามารถของการสื่อสารในปัจจุบันมีจุดเริ่มต้นของการพัฒนามาจากการเกิดขึ้นของเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งสร้างขึ้นมานำมาใช้ช่วยประมวลผลแทนมนุษย์ คอมพิวเตอร์สามารถทำงานได้รวดเร็วกว่าและมีความแม่นยำ มีประสิทธิภาพสูง เมื่อเกิดความนิยมโดยมีการจัดหามาใช้งานแพร่หลาย จึงมีแนวคิดเชื่อมโยงคอมพิวเตอร์เหล่านี้เข้าหากัน เพื่อสื่อสารแบ่งปันทรัพยากรระหว่างกันแต่ยังคงจำกัดอยู่เฉพาะในองค์กรเท่านั้น ต่อมาเมื่อระบบการสื่อสารอินเทอร์เน็ตเริ่มได้รับความนิยมใช้งาน จึงได้สื่อสารเครือข่ายสู่การบริการสาธารณะ โดยผ่านอินเทอร์เน็ต อย่างไรก็ตามการเชื่อมต่อสู่อินเทอร์เน็ตในระยะแรกยังเป็นเพียงการสื่อสารจากผู้จัดทำเนื้อหาสู่ผู้อ่านเท่านั้น แต่จุดเปลี่ยนสำคัญที่เกิดการสร้างเนื้อหาสู่อินเทอร์เน็ตจำนวนมากคือ อินเทอร์เน็ตที่ยอมให้ผู้อ่านหรือผู้รับข้อมูลสามารถมีบทบาทในการร่วมกันสร้างสรรค์เนื้อหา ร่วมแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ จึงเกิดเป็นยุคที่เราเรียกว่า เว็บ 2.0 (Web 2.0)

2.2.2 ความหมายของ Collaboration 2.0

Vicki Halsey กล่าวว่า Collaboration 2.0 คืออาวุธลับที่จะนำความสำเร็จจากการปฏิบัติงานร่วมกันของคน โดยมีรูปแบบของการเรียนรู้ การสื่อสาร และเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะเปลี่ยนองค์กรของคุณสู่การสร้างนวัตกรรม (Coleman & Levine, 2008)

Verna Allee กล่าวว่า Collaboration 2.0 คือความมั่งคั่งของเทคโนโลยีที่มีให้แก่การทำงานเป็นทีม ซึ่งมีความสำคัญมากสำหรับผู้ดำเนินการกำหนดกลยุทธ์ จะเปลี่ยนแปลงธุรกิจเดิม ๆ ที่คุ้นเคยไปสู่ทางธุรกิจใหม่ที่ทีมงานทำงานร่วมกันแบบเสมือน สามารถทำงานได้ตลอด 24 ชั่วโมง 7 วัน สาระสนเทศเชื่อมโยง และเกิดการสร้างสรรค์ในกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง (Coleman & Levine, 2008)

การปฏิบัติงาน Collaboration 2.0 ต้องใช้เครื่องมือสนับสนุนจาก Social Network Tool ได้แก่ Wiki Blog Forums, RSS Feed, Polls, Chat ซึ่งในปัจจุบันมีการยอมรับ องค์การถือว่า Social Network คือ Social Capital เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าของกิจการ (Turban & King, 2011) ประโยชน์ที่องค์การได้รับจากการใช้งาน Collaboration 2.0 ได้แก่ การนำมาใช้เพื่อสื่อสารโต้ตอบระหว่างกันทั้งภายในองค์การและภายนอกองค์การ การสื่อสารที่เกิดขึ้นเมื่อมีการจัดเก็บไว้ในรูปแบบสารสนเทศจึงทำให้ข้อมูลเป็นปัจจุบัน ขอมให้ผู้มีส่วนร่วมสามารถเปลี่ยนแปลง แสดงความคิดเห็นจนเป็นที่ยอมรับสามารถนำมาใช้เป็นตลาดของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการความรู้ของกิจการ ซึ่งสามารถทำการสื่อสารได้รวดเร็ว งานต่าง ๆ ที่แตกต่างหรือรูปแบบต่าง ๆ สามารถทำงานร่วมกันได้ อาจทำให้เกิดเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ (New Business Model)

ปัจจุบันธุรกิจหรือองค์การต่าง ๆ มีการเปลี่ยนแปลงการปฏิบัติงานโดยนำ Collaboration 2.0 เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการทำงาน โดยมุ่งหวังทำให้การสื่อสารทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง สามารถสนับสนุนงานเร่งด่วน งานที่มีรูปแบบซับซ้อน การนำ Collaboration 2.0 ไปใช้อาจเกิดประโยชน์ในระดับ การปฏิบัติงานภายใน (Internal Operation), การเพิ่มคุณค่า (Value Added), โซ่คุณค่า (Value Chain) หรือประโยชน์ระดับการสื่อสารกับองค์การอื่น ๆ ในโซ่อุปทาน (Supply Chain)

ในองค์การที่มีการใช้งาน Collaboration 2.0 ต้องการมีระบบสารสนเทศเก็บข้อมูล และอยู่ในสภาพองค์การเรียนรู้ ทำให้องค์การสามารถสร้างระบบอัจฉริยะ กล่าวคือ ข้อมูลสามารถนำเสนอแนวทางการตัดสินใจ สามารถเรียกใช้ได้โดยสะดวกหากมีปัญหาที่องค์การต้องตัดสินใจ

ตัวอย่างของการใช้งาน Collaboration 2.0 เช่น งานวิจัยที่ผ่านมาของ Harris Wu และ Lan Cao (2009) ได้ศึกษาการใช้ Collaboration 2.0 ในการดำเนินการระบบ ERP ได้สรุปไว้ว่าการดำเนินงาน Collaboration 2.0 องค์การมีการใช้การสื่อสารระหว่างส่วนงานเป็นขั้นตอน ตั้งแต่ การจัดเก็บ (Storage), บรรณาธิการและการประกอบ (Editing and Assembling), การค้นหาและสำรวจ (Search and Exploration), การแยกแยะและการแท็ก (Classification and Tagging), การย้อนกลับจากผู้ใช้ (User Feedback) และข้อเสนอแนะระบบ (System Recommendation) อีกตัวอย่างของการนำ Collaboration 2.0 ไปใช้ในเว็บ Delicious.com โดยขอมให้ผู้ใช้งานแทรกแท็กลงไปในเว็บไซต์ต่าง ๆ ได้อย่างอิสระโดยมีการ

สร้าง Keyword เพื่อนำมาสื่อสารแบ่งปันเป็นประโยชน์ทั้งในระดับบุคคลและระดับองค์กร ทำให้ทราบว่าในไฟล์ต่าง ๆ มีผู้ใช้ได้แก่ใครไว้บ้าง ความเชื่อมโยงหรือสังคมของโซเชียลออนไลน์ เรียกว่า Folksonomy (Xu, Bao, Fei, Su, & Yu, 2008) โดยเรียกการนำไปประยุกต์ใช้งานว่า การทำ Social Bookmarking (Gordon-Murnane, 2006; Heymann, Koutrika, & Garcia-Molina, 2008)

เมื่อระบบการสื่อสารไร้สายมีค่าใช้จ่ายในการใช้งานลดลง การใช้งานเพื่อเชื่อมต่อสู่อินเทอร์เน็ตด้วยเทคโนโลยี 3G เริ่มแพร่หลายมากขึ้น การร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ Collaboration 2.0 เริ่มมีการเพิ่มช่องทางนำเข้าผ่านอุปกรณ์สื่อสารไร้สายมากขึ้น ผู้ใช้สามารถเข้าใช้งานได้จากทุกสถานที่ทุกเวลา (Ubiquitous) และทำให้เขาเหล่านั้นอยู่ในสภาพที่ติดตามข้อมูลปัจจุบันได้ทันที นอกจากนี้คุณสมบัติของอุปกรณ์สื่อสารไร้สายบางชนิดมีความสามารถในการแจ้งตำแหน่งสถานที่ใช้งานผ่านระบบ GPS ทำให้มีการนำสถานที่มาเป็นส่วนหนึ่งของระบบ Tag และระบบกลับร่องตามพื้นที่ (Location Based) เพิ่มเติมด้วย กอปรกับมีการพัฒนาแอปพลิเคชันที่รองรับออกมาจำนวนมาก ส่งผลให้มีการใช้งานผ่านไร้สายจำนวนมาก

2.2.4 ความร่วมมืออย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ (Formal and Informal Collaboration)

ความร่วมมืออย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการเป็นการปฏิบัติงานของบุคคลแบบที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามงานวิจัยของ Rutsch (2015) แสดงให้เห็นว่าความร่วมมือทั้งสองประการมีความจำเป็นต่อองค์กร

ความร่วมมืออย่างเป็นทางการ คือ การทำงานร่วมกันโดยมีภาระหน้าที่และความรับผิดชอบต่อองค์กร กล่าวคือ ต้องปฏิบัติงานเนื่องจากเป็นสมาชิกขององค์กรมีความประสงค์จะทำงานร่วมกันโดยมีจุดมุ่งหมายคือความสำเร็จขององค์กร เช่น การจัดตั้งทีมงานเพื่อรับผิดชอบภาระงานด้านใดด้านหนึ่ง อาจเป็นการกำหนดจากในแผนกเดียว หรือร่วมมือกันระหว่างแผนกก็ได้

ส่วนความร่วมมืออย่างไม่เป็นทางการคือ การทำงานร่วมกันเพื่อจุดมุ่งหมายในประเด็นใดประเด็นหนึ่งในชั่วขณะ เช่น การปรึกษาหารือระหว่างพนักงานจากแผนกต่าง ๆ ถึงการแก้ไขปัญหาของเสียในกระบวนการผลิต

2.2.3 ความร่วมมือแบบเสมือนและแบบเดิม (Virtual and Conventional Collaboration)

ในอดีตก่อนที่เทคโนโลยีสารสนเทศจะพัฒนาและได้รับความนิยม องค์กรต่าง ๆ มีการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างกันโดยการพบหน้า การสื่อสารด้วยภาษาและท่าทางต่าง ๆ โดยการพบกันอาจต้องมีการกำหนดพื้นที่ กำหนดให้มีการประชุม ณ สถานที่ใดที่หนึ่ง พร้อมทั้งจัดสภาพแวดล้อมและโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็น

แต่ในปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยกิจการเพื่อการปฏิบัติงานและการติดต่อสื่อสาร ทั้งการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรและระหว่างองค์กรกับหน่วยงานภายนอก สามารถทำได้โดยใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศและเครื่องมือที่มีการสร้างขึ้นมามากมาย มีงานวิจัยต่าง ๆ ศึกษาว่าเครื่องมือเหล่านี้มีผลต่อการสร้างประสิทธิภาพในการทำงานเป็นทีมเพื่อตอบสนองความร่วมมือ เช่น การจัดประชุมทางไกลเพื่อการทำงานร่วมกันของฝ่ายวิจัยและพัฒนา (Bonet Fernandez & Jawadi, 2015)

อย่างไรก็ตาม การประเมินความสำเร็จของการนำ Collaboration 2.0 ไปใช้งานนั้น ต้องมีการประเมินในมิติทั้งในด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผล กล่าวคือ ต้องช่วยให้งานด้านบริหารต่าง ๆ ทำได้รวดเร็ว แต่ขณะเดียวกันต้องทำให้องค์กรมีผลกำไร ไม่ขาดทุนด้วย

2.2.4 ผลกระทบจากความร่วมมือ 2.0

องค์กรที่มีการใช้งานความร่วมมือ 2.0 อาจมีการประยุกต์ใช้งานในบริบทที่แตกต่างกัน เช่น

2.2.4.1 การใช้งานเพื่อสื่อสารระหว่างผู้ใช้ ได้แก่ การนำมาใช้เพื่อสื่อสาร สนทนา หรือการแบ่งปันไฟล์ต่าง ๆ ระหว่างสองบุคคลเท่านั้น ผลที่ได้คือการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน รวมถึงการเพิ่มผลผลิตด้วย

2.2.4.2 การใช้งานเพื่อทำงานเสมือน เป็นการปฏิบัติในยุคใหม่ที่บุคคลไม่ต้องมาพบกัน ในสถานที่จริง เช่น การทำธุรกรรมการซื้อขายในโลกออนไลน์ ผู้ซื้อผู้ขายไม่ต้องพบหน้ากัน ช่วยทำให้เกิดเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ ที่มีค่าใช้จ่ายน้อย ไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่

2.2.4.3 การพัฒนาองค์กรสู่องค์กรการเรียนรู้ เมื่อใช้งานความร่วมมือ 2.0 เพื่อตอบสนองการทำงานนั้น ข้อมูลต่าง ๆ มีการจัดเก็บไว้ในระบบสารสนเทศโดยคอมพิวเตอร์ ทำให้องค์กรสามารถใช้ข้อมูลเหล่านี้มาสนับสนุนการทำงานในหลาย ๆ ด้าน เช่น การสนับสนุนการตัดสินใจ การศึกษาความสัมพันธ์ของข้อมูลเพื่อค้นหาปัญหาและแนวทางการแก้ไข ค้นหาโอกาสขององค์กร เป็นต้น

2.2.5 เทคโนโลยีที่ใช้สำหรับสร้างความร่วมมือ

ปัจจุบันเราสามารถกล่าวได้ว่า เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นสิ่งที่จำเป็นมากสำหรับการสร้างความร่วมมือ ซึ่งการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถทำให้เกิดการประยุกต์ใช้ในสิ่งแปลกใหม่ หรือเกิดการสร้างนวัตกรรม การนำไปใช้งาน สามารถช่วยให้ปฏิบัติงานร่วมกัน และสร้างสรรค์โอกาสต่าง ๆ ให้แก่องค์กร ขอมให้พนักงานสามารถแบ่งปันข้อมูล แลกเปลี่ยนความรู้ (Powell, Piccoli, & Ives, 2004) ซึ่งมีงานวิจัยพบว่า มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของกิจการ (Shin, 2007) โดยเทคโนโลยีสำหรับสร้างความร่วมมือเป็นส่วนหนึ่งของเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งใช้สำหรับการ

ให้บุคคลต่าง ๆ มาปฏิบัติงานร่วมกันให้แก่องค์กร โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อความสำเร็จ นอกจากนี้ยังช่วยให้องค์กรลดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ลงได้ด้วย

การใช้งานเทคโนโลยีสำหรับความร่วมมือขึ้นอยู่กับลักษณะของปัจจัยด้านสถานที่และเวลา กล่าวคืออาจมีการใช้เพื่อสื่อสารแบบ Synchronous และแบบ Asynchronous (Ngoma, 2013) แสดงดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 การแบ่งประเภทของเทคโนโลยีสำหรับความร่วมมือแบ่งตามปัจจัยด้านสถานที่และเวลา

| | เวลาเดียวกัน | เวลาแตกต่างกัน |
|-------------------|---|--------------------------------------|
| สถานที่เดียวกัน | การพบหน้า ห้องประชุม อภิปรายกลุ่ม | ป้ายแสดงข้อความ วิกิ เว็บบล็อก |
| สถานที่แตกต่างกัน | ประชุมทางไกล ข้อความด่วน ความร่วมมือออนไลน์ | อีเมลล์ เว็บกระดาน |

หากจัดแบ่งเทคโนโลยีสำหรับความร่วมมือตามฟังก์ชันงาน (Ngoma, 2013) สามารถแบ่งออกได้ดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 เทคโนโลยีการสื่อสารสำหรับความร่วมมือแบ่งตามฟังก์ชันงาน

| ฟังก์ชันงาน | ตัวอย่างเทคโนโลยีความร่วมมือ |
|-----------------------|--------------------------------------|
| การสื่อสาร | อีเมลล์ แชท การประชุมด้วยภาพและเสียง |
| การแบ่งปันข้อมูล | ระบบจัดการเอกสาร เว็บบอร์ด |
| การสนับสนุนปฏิบัติงาน | ระบบกระจายงาน ระบบประชุม |
| การประสานงาน | ระบบจัดตารางงาน |
| การบูรณาการ | ระบบสนับสนุนการบูรณาการ |

2.2.6 เทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือ

ในปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ มาสนับสนุนการสื่อสาร ในงานวิจัยนี้ได้ทบทวนเครื่องมือที่เกี่ยวข้องและสามารถนำมาสนับสนุนการสื่อสารได้แก่ Wiki และ Facebook

Wiki

Cunningham (2002) คือผู้ที่สร้าง wiki ซึ่งมีชื่อเรียกในช่วงแรกว่า WikiWikiWeb โดยมีหลักการให้เป็นเว็บแบบเปิด ผู้อ่านสามารถแก้ไขข้อความในเว็บได้ เพิ่มเนื้อหา เพิ่มหน้า เพิ่ม URL โดยมีการจัดเก็บเป็นประวัติเพื่อสามารถย้อนกลับไปโครงสร้างก่อนหน้าการแก้ไขแต่ละครั้งหากเกิดกรณีพิพาทหากไม่เห็นด้วยกับการแก้ไขของแต่ละท่าน นอกจากนี้ยังสามารถปรับเปลี่ยนโครงสร้างการแสดงผล

เนื่องจากคุณสมบัติของวิกิที่ขอมให้มีการแก้ไขได้ ธุรกิจต่าง ๆ จึงมีการนำวิกิมาเป็นส่วนสนับสนุนการทำธุรกิจ เช่น นำมาใช้เพื่อการสื่อสาร โดยให้สมาชิกในกลุ่มได้แบ่งปันความคิดเห็น แผนงาน ปฏิทิน และเอกสารเผยแพร่ต่าง ๆ ผ่านวิกิ (Metz, 2006) ตัวอย่างธุรกิจที่มีการนำวิกิมาใช้ได้แก่ United Business Media Limited (UBM) ได้นำ Wiki มาใช้งานเพื่อสื่อสารภายในองค์กร สนับสนุนทำงานร่วมกัน และได้ผลกระทบต่อแวดวงธุรกิจอย่างมากโดยมีการสร้างวิกิขึ้นมาในหน่วยงานมากกว่า โดยในขณะนั้นมีจำนวนผู้ใช้งานวิกิของ UBM กว่า 5,000 คน จาก 35 ประเทศ และมีจำนวนหน้าเพจที่สร้างมากถึง 25,000 หน้า (UK, 2009) บริษัท DCS ซึ่งเป็นธุรกิจสิ่งพิมพ์ที่อยู่ในเมือง Iowa ได้นำวิกิมาใช้เพื่อสื่อสารกับลูกค้าโดยสามารถส่งข้อสงสัยต่าง ๆ ผ่านวิกิ และบริษัทตอบให้กับลูกค้าตามแต่ต้องการอีกที (Gardysz, 2006) บริษัท Alacra ได้รวมข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท และสารสนเทศต่าง ๆ สู่อานข้อมูลเพื่อผลักดันสู่แผนการตลาด โดยเลือกที่จะใช้การนำเสนอผ่านรูปแบบการแสดงผลผ่านวิกิ ("Alacra Launches the Alacra Wiki; New Website is a Central, Collaborative Resource About Business Information," 2005)

Facebook

Facebook คือการประยุกต์ซอฟต์แวร์ด้านโซเชี่ยลเน็ตเวิร์ก โดยสร้างเครื่องมือสนับสนุนการสื่อสารแบบ Synchronous Interaction คือ สามารถสื่อสารกับแบบ real time และ Asynchronous Interaction ได้แก่การส่งข้อความและเปิดอ่านได้ในภายหลัง โดย Facebook เป็นหนึ่งในห้าของ Application บนอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ที่มีผู้ใช้งานมากที่สุด (Newstex Global Business, 2017) ปัจจุบันมีการนำ Facebook มาเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องมือในการสื่อสารกับลูกค้า และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร สามารถส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมของกิจการ ได้แก่ การสร้างพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสรรหาข้อมูล (Mihalcea & Savulescu, 2013)

2.2.7 เทคโนโลยีสร้างความร่วมมือด้านการแบ่งปันข้อมูล

Cloud Storage คือ การให้บริการทรัพยากรสำหรับจัดเก็บข้อมูลบนเซิร์ฟเวอร์แบบระยะไกล โดยมีต้นทุนที่ใช้ต่ำ มีความเชื่อมั่นสูง และมีความปลอดภัย (Yang, Shih, Huang, Jiang, &

Chu, 2016) ปัจจุบันการเก็บข้อมูลผ่านคลาวด์ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว มีการนำมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างความร่วมมือ ใช้เป็นหน่วยเก็บข้อมูลที่สามารถแบ่งปันให้กับทีมงาน การแบ่งปันผ่านคลาวด์ช่วยทำให้ระบบปฏิบัติการที่แตกต่างกันสามารถเข้าถึงข้อมูลร่วมกัน ได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ยังมีการใช้เพื่อเป็นเครื่องมือในการจัดการความรู้ด้วย (Gunadham, 2015)

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมกระบวนการ

2.3.1 การเกิดนวัตกรรมใหม่

พอร์เตอร์ (2001) ได้ให้ความหมายของ นวัตกรรม ไว้ว่า คือสิ่งสำคัญที่ทำให้องค์กรมีศักยภาพในการแข่งขัน โดยมีการนำเทคโนโลยีใหม่มาทำงานกับการปฏิบัติงานใหม่ ๆ จนเกิดเป็นประโยชน์

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2553) ให้ความหมายของนวัตกรรม คือ สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม และรวมถึงสิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะและประสบการณ์ทางเทคโนโลยีมาพัฒนาการผลิตกระบวนการผลิต

ไชยยศ เรื่องสุวรรณ (2526) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมไว้ว่า หมายถึง วิธีปฏิบัติใหม่ที่แปลงไปจากเดิม โดยอาจได้จากการคิดค้นพบวิธีใหม่ ๆ ขึ้นมา หรือมีการปรับปรุงของเก่าให้เหมาะสมและสิ่งทั้งหลายเหล่านี้ได้รับการทดลอง พัฒนา จนเป็นที่เชื่อถือได้แล้วว่าได้ผลดี ในทางปฏิบัติทำให้ระบบก้าวไปสู่จุดหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จรรยา วงศ์สายัณห์ (2520) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมไว้ว่า ความพยายามใด ๆ จะเป็นผลสำเร็จหรือไม่ มากน้อยเพียงใดก็ตามที่เป็นไป เพื่อจะนำสิ่งใหม่ ๆ เข้ามาเปลี่ยนแปลงวิธีการที่ทำอย่างเดิมแล้วกับอีกระดับหนึ่ง ซึ่งวงการวิทยาศาสตร์แห่งพฤติกรรมได้พยายามที่จะมีการดิ่งที่มา ลักษณะ กรรมวิธี ผลกระทบที่มีอยู่ต่อกลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง

บุญเกื้อ ควรรหาเวช (2543) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมว่า หมายถึง การนำสิ่งใหม่ ๆ เข้ามาเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมวิธีการที่ทำอยู่อย่างเดิม เพื่อให้ได้ผลดียิ่งขึ้น

กิดานันท์ มลิทอง (2543) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมว่า หมายถึง การปฏิบัติหรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยมีการใช้มาก่อน หรือเป็นพัฒนาดัดแปลงจากของเดิมที่มีอยู่แล้วให้ทันสมัยและใช้ได้ดียิ่งขึ้น

โดยสรุปแล้ว นวัตกรรมคือการนำสิ่งใหม่ ๆ มาใช้เพื่อทำให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากกว่าเดิม

2.3.2 ประเภทของนวัตกรรม

นวัตกรรมสามารถแบ่งออกตามคุณลักษณะได้ ดังนี้

2.3.2.1 แบ่งตามการสร้างนวัตกรรม ได้แก่ นวัตกรรมส่วนเพิ่ม (Incremental Innovation) และ นวัตกรรมเพื่งค้นพบ (Radical Innovation)

1) นวัตกรรมส่วนเพิ่ม คือ การนำสิ่งใหม่มาปฏิบัติ เพื่อให้การทำงานแบบเดิมมีการพัฒนาเป็นรูปแบบใหม่ โดยรูปแบบใหม่ดังกล่าวทำให้เกิดประโยชน์ สามารถปรับปรุงทำให้การทำงานได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2) นวัตกรรมเพื่งค้นพบ คือ การวิจัยเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ โดยนำความรู้ใหม่ ๆ นั้นมากระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน เช่น การสร้างสินค้าใหม่ Tablet ของ Apple ทำให้เกิดเป็นนวัตกรรมของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์เป็นต้น

2.3.2.2 แบ่งตามการใช้งาน

1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) คือ การปรับปรุงสินค้าเดิมให้มีคุณสมบัติที่ดีขึ้น เช่น การทำให้โทรศัพท์ที่เดิมใช้เพียงเครื่องมือสื่อสารกลายเป็นกล้องถ่ายรูปที่มีประสิทธิภาพและฟังก์ชันการทำงานเทียบเท่ากับกล้องดิจิทัล

2) นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) คือการเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตให้มีรูปแบบที่แตกต่างไปจากเดิม ซึ่งจะทำให้การผลิตเกิดความผิดพลาดน้อย การผลิตได้จำนวนมากกว่าแบบเดิม เป็นต้น

2.3.2.3 แบ่งตามผลกระทบที่เกิด

1) นวัตกรรมแตกแยก (Disruptive Innovation) คือ นวัตกรรมที่สร้างความแตกต่างจากสิ่งเดิม ๆ เช่น สมาร์ทโฟนที่ใส่ซิมได้ 3 เบอร์ เป็นต้น

2) นวัตกรรมสนับสนุน คือ การสร้างแนวทางวิธีใหม่ ๆ ที่มาช่วยแก้ไขปัญห โดยอาจมีการเปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไป ในทางของการพัฒนาที่ดียิ่งขึ้น

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จักรกริช ปิยะ (2557) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) เพื่อการบริหารงานก่อสร้าง กรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วนจำกัด เทคโนโลยี (2001) อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา” ผลการศึกษาพบว่า ในด้านการรับ-ส่งข้อมูล และการจัดการข้อมูล ด้านการสื่อสารระหว่างทีมงาน แบบโต้-ตอบ ด้านการสื่อสารแบบทางเดียว (การสั่งงาน การรายงานความคืบหน้า การแจ้งข่าวสาร) และด้านการสืบค้นความรู้นอกองค์กร ใช้ระยะเวลาในการสื่อสารรวดเร็วขึ้นมาก

เป็นผลให้ต้นทุนลดลงและมีกำไรเพิ่มขึ้น การแก้ไขงานผิดพลาดน้อยลง ส่งมอบงานทันเวลา และมีประสิทธิภาพมากขึ้น พนักงานมีความพึงพอใจต่อการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด

จิราภรณ์ ศรีนาค (2556) ศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์ประเภท รูปแบบ เนื้อหาและการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย” ผลการศึกษาพบว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉพาะ Facebook เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ผู้ใช้รู้จักและนิยมใช้มากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ใช่ชื่อจริงหรือรูปภาพของตนเองในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และภาษาที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นภาษาพูด สำหรับวัตถุประสงค์ที่กลุ่มตัวอย่างทำเป็นประจำคือ พุดคุยสนทนา เพื่อความบันเทิง และเพื่อรับรู้เหตุการณ์ต่าง ๆ ตามลำดับ

ปิยะภา วรรณสมพร (2556) ศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการใช้เฟสบุ๊กของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่” ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากเฟสบุ๊ก เพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย เพื่อความบันเทิงสนุกสนานและความแปลกใหม่ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมกับกลุ่มเพื่อน เพื่อแสดงความคิดเห็นในประเด็นที่ตนสนใจ เพื่อสนทนากับเพื่อนและคนอื่น ๆ เพื่อโพสต์รูปและเรื่องราวของตนเอง ปัญหาและอุปสรรคที่กลุ่มตัวอย่างพบ คือ การควบคุมดูแลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่รัดกุม มีการละเมิดสิทธิเสรีภาพเพิ่มมากขึ้น ค่าใช้จ่ายในเรื่องของอุปกรณ์และค่าอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น เว็บไซต์ที่ไม่เหมาะสม ภาษาและวิธีการนำเสนอที่ไม่เหมาะสม ความสำคัญตามลำดับ

ภาณุวัฒน์ กองราช (2554) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย : กรณีศึกษา Facebook” ผลการศึกษาพบว่า ในด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง กลุ่มตัวอย่างรับรู้ว่ามีข้อมูลที่เปิดเผยใน Facebook จะไม่ปลอดภัย และมีการระมัดระวังเมื่อมีคนเข้ามาขอเป็นเพื่อนโดยผ่านทาง Facebook

ภัทรา เรื่องสวัสดิ์ (2553) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า สังคมออนไลน์ Facebook เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้งานมากที่สุด โดยใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์จากที่บ้าน/หอพักมากที่สุด และส่วนใหญ่ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อเปิดเข้าเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ สำหรับกิจกรรมที่ทำเป็นประจำได้แก่ สนทนากับเพื่อน อัพเดทสถานะ และหาข้อมูล/แลกเปลี่ยนข้อมูล ตามลำดับ

สรุป

จากการทบทวนวรรณกรรมทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะเห็นได้ว่า การใช้งาน โซเชียลเน็ตเวิร์กมีการใช้งานอย่างกว้างขวาง โซเชียลเน็ตเวิร์กมีบทบาทสำคัญในการนำมาใช้ในการดำเนิน

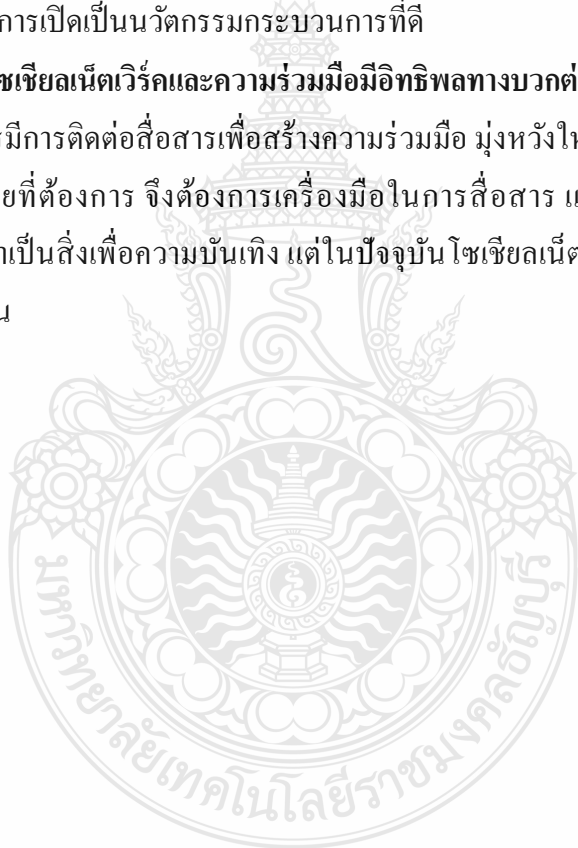
ชีวิตและการสนับสนุนการปฏิบัติงาน องค์กรสามารถใช้โซเซียลเน็ตเวิร์คเป็นเครื่องมือจะช่วยให้การปฏิบัติงานสามารถทำงานได้อย่างรวดเร็วทันสมัย เกิดเป็นการสร้างสรรค์กระบวนการปฏิบัติงานในรูปแบบใหม่

การใช้งานโซเซียลเน็ตเวิร์คมีอิทธิพลทางบวกต่อการเกิดนวัตกรรมกระบวนการ

การนำโซเซียลมาใช้เพื่อให้ส่งผลต่อนวัตกรรมกระบวนการนั้น องค์กรที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีการใช้งานโซเซียลให้เป็นเครื่องมือสำหรับการสร้างความร่วมมือ กล่าวคือ ต้องมีการนำสิ่งที่มีการพูดคุยในโซเซียลเน็ตเวิร์คมาจัดเก็บ โดยต้องมีการคัดสรรเป็นข้อมูลที่มีความถูกต้อง และสามารถสนับสนุนการค้นคว้าเพื่อความสะดวกในการนำมาใช้งานประกอบการตัดสินใจต่าง ๆ หากมีการดำเนินการเป็นความร่วมมือดังกล่าวแล้วย่อมที่จะทำให้การใช้งานโซเซียลเน็ตเวิร์คสามารถนำไปสู่ความสำเร็จในการเปิดเป็นนวัตกรรมกระบวนการที่ดี

การใช้งานโซเซียลเน็ตเวิร์คและความร่วมมือมีอิทธิพลทางบวกต่อการสร้างความร่วมมือ 2.0

เมื่อองค์กรมีการติดต่อสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือ มุ่งหวังให้ความร่วมมือนั้นมีคุณภาพ จึงจะส่งผลสู่เป้าหมายที่ต้องการ จึงต้องการเครื่องมือในการสื่อสาร แต่ก่อนการใช้งานโซเซียลเน็ตเวิร์คอาจถูกมองว่าเป็นสิ่งเพื่อความบันเทิง แต่ในปัจจุบันโซเซียลเน็ตเวิร์คมีการใช้งานเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงาน



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “โซเชี่ยลเน็ตเวิร์คที่มีผลต่อนวัตกรรมกระบวนการผ่านการประยุกต์ใช้เพื่อความร่วมมือยุค 2.0” โดยศึกษาเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ การให้ความสำคัญต่อการใช้งานโซเชี่ยล การให้ความสำคัญต่อการสร้างความร่วมมือยุค 2.0 และระดับนวัตกรรมกระบวนการ โดยผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จะทำให้ทราบว่าปัจจุบันมีการให้ความสำคัญต่อการใช้งานโซเชี่ยลเน็ตเวิร์ค และใช้งานเพื่อความร่วมมือ 2.0 อยู่ในระดับใด ทำให้ทราบความสัมพันธ์ของการใช้งานโซเชี่ยลเน็ตเวิร์คกับนวัตกรรมกระบวนการ ทำให้ทราบว่าโซเชี่ยลเน็ตเวิร์คชนิดใดที่มีการใช้งานแล้ว เกิดประโยชน์ต่อความร่วมมือและเกิดนวัตกรรมกระบวนการ ทำให้หน่วยงานต่าง ๆ สามารถตัดสินใจเลือกใช้โซเชี่ยลเน็ตเวิร์คเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างถูกต้อง และสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลส่งเสริมและปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานของบุคลากร เพื่อตระหนักและให้ความสำคัญต่อการนำโซเชี่ยลเน็ตเวิร์คไปใช้เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อองค์กร การวิจัยมีกระบวนการวิจัยตามลำดับต่อไปนี้ ซึ่งประกอบด้วยวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 2,105 คน

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คำนวณได้จากสูตรของ Taro Yamane การหาขนาดตัวอย่างกรณีทราบขนาดประชากร โดยกำหนดให้มีความคลาดเคลื่อนของการสุ่มกลุ่มตัวอย่างในความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์โดยคำนวณจากสูตร

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

โดยที่

- n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
N = จำนวนของประชากรในการศึกษา จำนวน 2,106 คน
e = ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น เท่ากับ 0.05

$$n = \frac{2,105}{1 + 2,105(0.05)^2}$$
$$= 336.15 \text{ หรือ } \approx 336 \text{ ตัวอย่าง}$$

ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ควรจะใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะเท่ากับ 336 ตัวอย่าง และทำการเก็บแบบสอบถามเพิ่มเติมไว้เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามเป็นจำนวน 64 ตัวอย่าง ระดับความคลาดเคลื่อนที่สามารถยอมรับได้คือ ร้อยละ 5 กลุ่มตัวอย่างจึงรวมเป็น 400 ตัวอย่าง

3.1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนตามจำนวนหน่วยงาน ดังแสดงในตารางที่ 3.1 และในแต่ละกลุ่มใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

ตารางที่ 3.1 แสดงกลุ่มตัวอย่างจำนวนบุคลากรในหน่วยงาน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

| | จำนวนประชากร | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง |
|--------------------------|--------------|--------------------|
| กองกลาง | 238 | 45 |
| กองคลัง | 52 | 10 |
| กองนโยบายและแผน | 21 | 4 |
| กองบริหารงานบุคคล | 36 | 7 |
| กองพัฒนานักศึกษา | 46 | 9 |
| คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม | 186 | 35 |
| คณะเทคโนโลยีการเกษตร | 175 | 33 |
| คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ | 99 | 19 |
| คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน | 78 | 15 |
| คณะบริหารธุรกิจ | 156 | 30 |

ตารางที่ 3.1 แสดงกลุ่มตัวอย่างจำนวนบุคลากรในหน่วยงาน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (ต่อ)

| | จำนวนประชากร | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง |
|-------------------------------------|--------------|--------------------|
| คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี | 176 | 33 |
| คณะวิศวกรรมศาสตร์ | 347 | 66 |
| คณะศิลปกรรมศาสตร์ | 177 | 34 |
| คณะศิลปศาสตร์ | 141 | 27 |
| สถาบันวิจัยและพัฒนา | 19 | 4 |
| สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ | 78 | 15 |
| สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน | 74 | 14 |
| หน่วยตรวจสอบภายใน | 6 | 1 |
| รวม | 2,105 | 400 |

ที่มา : ฐานข้อมูล กองบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (2559)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ การสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) ขึ้นมา 1 ชุด ซึ่งแบบสอบถามถูกสร้างจากการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ซึ่งมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือดังนี้

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามลักษณะประชากรศาสตร์ เป็นการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ สถานะสมรส และประเภทของโซเซียลที่ใช้งาน ลักษณะเป็นการเลือกตอบ (Check-list) เป็นคำถามปลายปิดจำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 การให้ความสำคัญต่อการใช้งาน โซเซียล โดยโครงสร้างของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ ประกอบด้วย การใช้งาน โซเซียลเน็ตเวิร์คต่าง ๆ รวมจำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 3 การให้ความสำคัญต่อการสร้างความร่วมมือยุค 2.0 โดยโครงสร้างของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ รวมจำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 4 พังค์ชั้นความร่วมมือขององค์การ โครงสร้างแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ ประกอบด้วย การประสานภายในองค์การ และการประสานภายนอกองค์การ รวมจำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 5 ระดับคุณค่านวัตกรรมขององค์การ โดยโครงสร้างของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ รวมจำนวน 8 ข้อ

ตารางที่ 3.2 แสดงค่าน้ำหนักคะแนนของระดับความสำคัญตามมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale)

| ระดับความสำคัญ | ค่าน้ำหนักของตัวเลือก |
|----------------|-----------------------|
| มากที่สุด | 5 |
| มาก | 4 |
| ปานกลาง | 3 |
| น้อย | 2 |
| น้อยที่สุด | 1 |

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย

3.4.1 หากความเที่ยงตรง นำแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นเอง ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจความเหมาะสม รูปแบบของคำถาม ภาษาที่ใช้ และความสอดคล้องกับเรื่องที่ต้องศึกษา แล้วนำมาแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

3.4.2 หากค่าความเชื่อมั่น โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับบุคลากรในหน่วยงานของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 30 คน นำแบบสอบถามมาตรวจให้คะแนน แล้วจึงนำมาหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีค่าอัลฟาของครอนบัค (Cronbachs' alpha coefficient) เป็นค่าที่ใช้วัดความเชื่อถือได้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2555, น. 34) โดยใช้สูตร

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

เมื่อ α คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของตัวอย่างแบบสอบถาม

n คือ จำนวนคำถามของแบบสอบถาม

s_i^2 คือ ค่าความแปรปรวนแบบรายข้อ

s_t^2 คือ ค่าความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับ

ซึ่งแบบสอบถามนี้ ต้องได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.95

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามในหัวข้อเรื่อง โชนิเชลเนตเวิร์คที่มีผลต่อนวัตกรรมกระบวนการ ผ่านการประยุกต์ใช้เพื่อความร่วมมือยุค 2.0 โดยแหล่งข้อมูลที่จะทำการเก็บรวบรวมได้เก็บข้อมูลจาก 2 แหล่งดังนี้

3.5.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ คือ ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจากบุคลากรในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 400 ชุด

3.5.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ คือ ได้จากการศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เอกสารจากงานวิจัย แนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจากตำรา เอกสาร และหนังสือต่าง ๆ มาเป็นข้อมูลประกอบการวิจัย

การแปลผล (Interpretation)

ใช้เกณฑ์ตามค่าที่ได้จากสูตรคำนวณการหาอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541, น. 129)

$$\begin{aligned} \text{สูตรหาความกว้างอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ผลรวมคะแนนผู้เชี่ยวชาญ}}{\text{จำนวนผู้เชี่ยวชาญ}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้น การวิเคราะห์ความสำคัญจะมีลำดับชั้นของคะแนนเฉลี่ย ตารางที่ ดังนี้

ตารางที่ 3.3 แสดงคะแนนตามระดับความสำคัญ

| คะแนนเฉลี่ย | ความถี่/ความสำคัญ/ประสิทธิภาพ |
|-------------------------|-------------------------------|
| คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 | ระดับมากที่สุด |
| คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 | ระดับมาก |
| คะแนนเฉลี่ย 2.60 - 3.40 | ระดับปานกลาง |
| คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 | ระดับน้อย |
| คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 | ระดับน้อยที่สุด |

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics)

3.4.1 แบบสอบถามส่วนที่ 1 ตัวแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) เป็นการเก็บข้อมูล ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จึงใช้การประมวลผลแบบวิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วนำเสนอผลออกมาเป็นแบบร้อยละ (Percentage)

$$P = \frac{f}{n}(100)$$

| | | |
|-------|-------|------------------------------|
| เมื่อ | P แทน | ร้อยละหรือเปอร์เซ็นต์ |
| | f แทน | ความถี่ของข้อมูลในแต่ละกลุ่ม |
| | n แทน | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง |

3.4.2 แบบสอบถามส่วนที่ 2 ส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) วิเคราะห์ผลโดยใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean: \bar{X}) และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) โดยใช้สูตรดังนี้

สูตรหาค่าเฉลี่ย

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

| | | |
|-----------|-----|----------------------------|
| \bar{X} | แทน | คะแนนเฉลี่ย |
| $\sum X$ | แทน | ผลรวมคะแนนของข้อมูลทั้งหมด |
| N | แทน | จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง |

สูตรหาค่าเบี่ยงเบน

$$S = i \sqrt{\frac{n \sum fd^2 - (\sum fd)^2}{n(n-1)}}$$

| | | |
|---|-----|---|
| S | แทน | ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน |
| n | แทน | จำนวนข้อมูลทั้งหมดหรือจำนวนกลุ่มตัวอย่าง |
| i | แทน | อันตรภาคชั้น (ช่วงห่างของข้อมูลในแต่ละชั้น) |
| f | แทน | ความถี่ในแต่ละอันตรภาคชั้น |
| d | แทน | (ค่ากึ่งกลางอันตรภาคชั้น - ค่าเฉลี่ยสมมติ) / อันตรภาคชั้น |

3.4.3 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้การวิเคราะห์โมเดลโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ดังต่อไปนี้

1) วิเคราะห์โมเดลโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เป็นวิธีการทางสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยอาจวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สังเกตได้ (Observed Variables) กับตัวแปรแฝง (Latent Variables or Unobserved Variables) หรือวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงตั้งแต่สองตัวขึ้นไป

2) Reliability Testing แบบสอบถามได้ถูกส่งไปยังผู้กลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำผลการตอบมาวิเคราะห์เพื่อทดสอบ Reliabilities คะแนนที่ได้จากการทดสอบจะเลือกเฉพาะคำถามที่มี score มากกว่า 0.7 เท่านั้น ส่วนคำถามใดที่มีค่าต่ำกว่า 0.7 จะถูกยกเลิกออกจากแบบสอบถาม

3) Validity Testing เป็นการทดสอบในขณะที่วิเคราะห์ Structure Equation Model เพื่อตรวจสอบว่าตัวแปรมีความเป็นตัวแทนของตัวแปรแฝงที่ถูกต้องหรือไม่ โดยใช้การวิเคราะห์ Convergent Validity Testing และ Discriminate Validity

4) Convergent Validity Testing การทดสอบอีกประการที่ต้องดำเนินการในขณะที่วิเคราะห์ Structure Equation Model คือการทดสอบ Convergent Validity Testing

5) Discriminate Validity เป็นการทดสอบว่าตัวแปรมีการแยกกันอย่างถูกต้องหรือไม่ การทดสอบนี้ใช้การวิเคราะห์ Correlation Analysis ผลที่ได้จะเป็นการยืนยันว่าหากตัวแปรที่อยู่เป็นสมาชิกของตัวแปรแฝงเดียวกันควรจะมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน แทนที่จะมีความสัมพันธ์กับกลุ่มอื่น ๆ

ตารางที่ 3.4 การตรวจสอบโมเดล พิจารณาจากค่าต่อไปนี้

| Goodness of Fit Measure | ค่าแนะนำ |
|---------------------------------------|-------------|
| Chi-square/degree of freedom | ≤ 3.00 |
| Goodness-of-fit index (GFI) | ≥ 0.90 |
| Adjusted goodness-of-fit index (AGFI) | ≥ 0.80 |
| Normalized fit index (NFI) | ≥ 0.90 |
| Comparative fit index (CFI) | ≥ 0.90 |
| Root mean square residual (RMSR) | ≤ 0.10 |

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

การวิจัยเรื่อง โซเชียลเน็ตเวิร์คที่มีผลต่อนวัตกรรมกระบวนการผ่านการประยุกต์ใช้เพื่อความร่วมมือยุค 2.0 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของโซเชียลเน็ตเวิร์ค นวัตกรรมกระบวนการ และความร่วมมือ 2.0 และวิเคราะห์อิทธิพลของโซเชียลต่อความร่วมมือ 2.0 และนวัตกรรมกระบวนการ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ประเภทตำแหน่งของบุคลากร หน่วยงาน และสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ โดยเก็บข้อมูลจากบุคลากรในสังกัดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 370 คน โดยแสดงผลการวิเคราะห์ตามลำดับดังนี้

4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

โดยผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามหัวข้อต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความสำคัญต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความสำคัญต่อการสร้างความร่วมมือยุค 2.0
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความร่วมมือภายในและภายนอกองค์กร
5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณค่าของนวัตกรรมกระบวนการ
6. การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง
7. การสร้างโมเดลงานวิจัย
8. ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วน of ประชากรศาสตร์แบ่งออกเป็นการวิเคราะห์โดยแบ่งตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตำแหน่ง สถานะภาพ ประเภทโซเชียลที่ใช้งาน แสดงดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ

| เพศ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------|------------|------------|
| ชาย | 15 | 42.7 |
| หญิง | 212 | 57.3 |
| รวม | 370 | 100 |

จากตารางที่ 4.1 ด้านเพศพบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 และเป็นเพศชาย จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7

ตารางที่ 4.2 จำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามอายุ

| เพศ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------------------|------------|------------|
| ต่ำกว่า 25 ปี | 38 | 10.3 |
| 25 ปี - 35 ปี | 137 | 37.1 |
| 36 ปี - 40 ปี | 128 | 34.6 |
| มากกว่า 40 ปีขึ้นไป | 67 | 18 |
| รวม | 370 | 100 |

จากตารางที่ 4.2 ด้านอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 25-35 ปี จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 37.1 รองลงมาคือ ช่วงอายุระหว่าง 36-40 ปี จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 34.6

ตารางที่ 4.3 จำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------------|------------|------------|
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 49 | 13.1 |
| ปริญญาตรี | 221 | 59.8 |
| ปริญญาโท | 70 | 19.0 |
| ปริญญาเอก | 29 | 7.8 |
| ไม่ตอบ | 1 | 0.3 |
| รวม | 370 | 100 |

จากตารางที่ 4.3 ด้านระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 59.8 รองลงมาคืออยู่ในระดับปริญญาโท จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0

ตารางที่ 4.4 จำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| รายได้ต่อเดือน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------------------|------------|------------|
| ต่ำกว่า 10,000 บาท | 43 | 11.7 |
| 10,001 - 18,000 บาท | 116 | 31.3 |
| 18,001 - 26,000 บาท | 125 | 33.8 |
| 26,001 - 34,000 บาท | 55 | 14.8 |
| มากกว่า 34,000 บาท | 30 | 8.1 |
| ไม่ตอบ | 1 | 0.3 |
| รวม | 370 | 100 |

จากตารางที่ 4.4 ด้านรายได้ต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ รายได้อยู่ในช่วง 18,001-26,000 บาท จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมาคือ รายได้อยู่ในช่วง 10,001-18,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3

ตารางที่ 4.5 จำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามตำแหน่งงาน

| ตำแหน่งงาน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------------------|------------|------------|
| สายสนับสนุน (งานด้านบริหาร) | 270 | 73 |
| สายวิชาการ (งานด้านวิชาการ) | 100 | 27 |
| รวม | 370 | 100 |

จากตารางที่ 4.5 ด้านตำแหน่งงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในตำแหน่งสายสนับสนุน จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 73 และตำแหน่งสายวิชาการ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 27

ตารางที่ 4.6 จำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามสถานภาพ

| สถานภาพ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------|------------|------------|
| โสด | 186 | 50.2 |
| สมรส | 183 | 49.5 |
| หย่าร้าง | - | - |
| ไม่ตอบ | 1 | 0.3 |
| รวม | 370 | 100 |

จากตารางที่ 4.7 ด้านสถานภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในสถานภาพโสด จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 50.4 และอยู่ในสถานภาพสมรส จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 49.6

ตารางที่ 4.7 จำนวนและค่าร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามประเภทของโซเชียลที่ใช้งาน

| ประเภทของโซเชียลที่ใช้งาน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------------------------------------|------------|------------|
| Line | 259 | 70.2 |
| Facebook | 83 | 22.4 |
| Dropbox | 7 | 1.8 |
| Wiki | - | - |
| อื่นๆ เช่น Google, YouTube, Instagram | 20 | 5.3 |
| ไม่ตอบ | 1 | 0.3 |
| รวม | 370 | 100 |

จากตารางที่ 4.7 ด้านประเภทของโซเชียลที่ใช้งาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้งานโซเชียลมากที่สุดคือ Line จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 70.2 รองลงมาคือ Facebook จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความสำคัญต่อการใช้อีเมลออนไลน์

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญต่อการใช้งานโซเชียล

| การให้ความสำคัญต่อการใช้อีเมลออนไลน์ | รวมทั้งหมด | | ระดับความสำคัญ |
|---|-------------|------------|----------------|
| | \bar{X} | SD | |
| โปรแกรม Line มีความจำเป็นต่อการปฏิบัติงานของท่าน | 4.08 | .81 | มาก |
| โปรแกรม Facebook มีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานของท่าน | 3.85 | .92 | มาก |
| โปรแกรม Wiki มีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานของท่าน | 2.27 | 1.51 | ปานกลาง |
| โปรแกรม แชนท มีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานของท่าน | 3.64 | .98 | มาก |
| โปรแกรม Dropbox/OneDrive/GoogleDrive (อันใดอันหนึ่ง) มีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานของท่าน | 3.57 | 1.00 | มาก |
| การใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์คมีความเกี่ยวข้องในปฏิบัติหน้าที่ของท่าน | 3.71 | .87 | มาก |
| ส่วนใหญ่บุคคลอื่น ๆ ที่ท่านต้องปฏิบัติงานด้วยใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์ค | 3.74 | .85 | มาก |
| รวมด้านการให้ความสำคัญต่อการใช้อีเมลออนไลน์ | 3.55 | .99 | มาก |

จากตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญต่อการใช้งานโซเชียล ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ มีความคิดเห็นโดยภาพรวม มีความสำคัญในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55, SD = 0.99$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ โปรแกรม Line มีความจำเป็นต่อการปฏิบัติงานของท่าน ($\bar{X} = 4.08, SD = 0.81$) รองลงมา คือโปรแกรม Facebook มีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานของท่าน ($\bar{X} = 3.85, SD = 0.92$)

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความสำคัญต่อการสร้างความร่วมมือยุค 2.0

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญต่อการสร้างความร่วมมือยุค 2.0

| การให้ความสำคัญต่อการสร้างความร่วมมือยุค 2.0 | รวมทั้งหมด | | ระดับ |
|---|-------------|------------|------------|
| | \bar{X} | SD | ความสำคัญ |
| ให้ความสำคัญต่อการบันทึกข้อมูล ขณะที่มีการสร้างความร่วมมือ | 3.74 | .75 | มาก |
| ให้ความสำคัญต่อการปรับปรุงรายละเอียดความร่วมมือให้มีความถูกต้องอยู่เสมอ | 3.61 | .79 | มาก |
| ให้ความสำคัญต่อการนำข้อมูลที่บันทึกจากความร่วมมือมาใช้งาน | 3.68 | .78 | ปานกลาง |
| ให้ความสำคัญต่อการแยกแยะและสร้างแท็กติดตามข้อมูลจากความร่วมมือ | 3.57 | .85 | มาก |
| ให้ความสำคัญต่อการนำข้อคิดเห็นต่างๆ จากความร่วมมือมาพิจารณา | 3.66 | .81 | มาก |
| ให้ความสำคัญต่อการนำข้อมูลจากความร่วมมือมาใช้สนับสนุนความคิดเห็น | 3.69 | .81 | มาก |
| รวมด้านการให้ความสำคัญต่อการสร้างความร่วมมือยุค 2.0 | 3.50 | .82 | มาก |

จากตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญต่อการสร้างความร่วมมือยุค 2.0 ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ มีความคิดเห็นโดยภาพรวม มีความสำคัญในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50, SD = 0.82$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ การให้ความสำคัญต่อการบันทึกข้อมูลขณะที่มีการสร้างความร่วมมือ ($\bar{X} = 3.74, SD = 0.75$) รองลงมาคือ การให้ความสำคัญต่อการนำข้อมูลที่บันทึกจากความร่วมมือมาใช้งาน ($\bar{X} = 3.69, SD = 0.81$)

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความร่วมมือภายในและภายนอกองค์การ

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญต่อความร่วมมือขององค์การ

| ความร่วมมือภายในและภายนอกองค์การ | รวมทั้งหมด | | ระดับ ความสำคัญ |
|---|-------------|------------|--------------------|
| | \bar{X} | SD | |
| ให้ความสำคัญต่อการติดต่อสื่อสารกับบุคคลภายในองค์การ | 3.84 | .77 | มาก |
| ท่านให้ความสำคัญต่อการแบ่งปันข้อมูลกับบุคคลภายในองค์การ | 3.76 | .77 | มาก |
| ให้ความสำคัญต่อการเกื้อกูลช่วยเหลือกับบุคคลอื่นในองค์การ | 3.78 | .78 | มาก |
| ให้ความสำคัญต่อการประสานงานกับบุคคลอื่นในองค์การ | 3.79 | .79 | มาก |
| ให้ความสำคัญต่อการบูรณาการการทำงานทุก ๆ ด้านกับบุคคลอื่นในองค์การ | 3.75 | .79 | มาก |
| ให้ความสำคัญต่อการติดต่อสื่อสารกับบุคคลภายนอกองค์การ | 3.62 | .83 | มาก |
| ให้ความสำคัญต่อการแบ่งปันข้อมูลกับบุคคลภายนอกองค์การ | 3.56 | .84 | มาก |
| ให้ความสำคัญต่อการเกื้อกูลช่วยเหลือกับบุคคลอื่นนอกองค์การ | 3.53 | .86 | มาก |
| ให้ความสำคัญต่อการประสานงานกับบุคคลอื่นนอกองค์การ | 3.54 | .86 | มาก |
| ให้ความสำคัญต่อการบูรณาการการทำงานทุก ๆ ด้านกับบุคคลอื่นภายนอกองค์การ | 3.49 | .86 | มาก |
| รวมด้านความร่วมมือภายในและภายนอกองค์การ | 3.66 | .81 | มาก |

จากตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญต่อความร่วมมือขององค์การ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ มีความคิดเห็นโดยภาพรวม มีความสำคัญในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$, $SD = 0.81$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ การให้ความสำคัญต่อการติดต่อสื่อสารกับบุคคลภายในองค์การ ($\bar{X} = 3.84$, $SD = 0.77$) รองลงมาคือ การให้ความสำคัญต่อการประสานงานกับบุคคลอื่นในองค์การ ($\bar{X} = 3.79$, $SD = 0.79$)

5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณค่าของนวัตกรรมกระบวนการ

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณค่าของนวัตกรรมกระบวนการ

| ระดับคุณค่าของนวัตกรรมกระบวนการ | รวมทั้งหมด | | ระดับ ความสำคัญ |
|---|-------------|------------|--------------------|
| | \bar{X} | SD | |
| ผลลัพธ์ที่ได้จากการทำงานมีช่องทางใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น | 3.73 | .78 | มาก |
| ผลลัพธ์ที่ได้จากการทำงานมีเทคนิคใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น | 3.65 | .83 | มาก |
| การให้บริการแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น | 3.72 | .80 | มาก |
| มีผู้มาติดต่องานกับท่านได้มากขึ้น | 3.61 | .81 | มาก |
| มีเทคโนโลยีเข้ามาเพิ่มรวดเร็วในการทำงาน | 3.70 | .85 | มาก |
| มีกระบวนการทำงานรูปแบบใหม่ ๆ ทำให้ทำงานได้ดีกว่าเดิม | 3.69 | .77 | มาก |
| ปัจจุบันท่านได้รับการยอมรับว่ามีความทันสมัยในการปฏิบัติงาน | 3.73 | .80 | มาก |
| ปัจจุบันขั้นตอนในการทำงานของท่านมีการปรับปรุงอยู่เสมอ | 3.51 | .97 | มาก |
| รวมคุณค่าของนวัตกรรมกระบวนการ | 3.66 | .82 | มาก |

จากตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณค่าของนวัตกรรมกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ มีความคิดเห็นโดยภาพรวม มีความสำคัญในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66, SD = 0.82$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ผลลัพธ์ที่ได้จากการทำงานมีช่องทางใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น และ ปัจจุบันท่านได้รับการยอมรับว่ามีความทันสมัยในการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 3.73, SD = 0.78$ และ 0.80) รองลงมาคือ การให้บริการแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ($\bar{X} = 3.72, SD = 0.80$)

6. การวิเคราะห์สัมมนาโครงสร้าง

การวิเคราะห์ผลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมุติฐานที่ตั้งไว้ใช้ในการวิเคราะห์ โดยวิธีสัมมนาโครงสร้าง เป็นการวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างตัวแปรซึ่งอยู่ในโครงสร้างของตัวแปรแฝงที่ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้เป็นสมาชิก ขั้นตอนที่สำคัญของการวิเคราะห์จึงต้องพิสูจน์ให้เห็นว่าตัวแปรสังเกตได้เหล่านี้เป็นสมาชิกที่ดีของตัวแปรแฝงหรือไม่ จึงมีขั้นตอนที่สำคัญได้แก่ การทดสอบความเชื่อมั่น การทดสอบความตรง ซึ่งแบ่งเป็นสองส่วนได้แก่ การทดสอบ Convergent validity และการทดสอบ Discriminant Validity โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

เมื่อได้รับแบบสอบถามที่ผ่านการตอบมาทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามอีกครั้ง โดยใช้การวิเคราะห์โดยวิธี Cronbach's alpha testing ซึ่งพบว่ามีความเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ที่ 0.7 และรายตัวแปร แสดงในตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่น

| ตัวแปร | Cronbach's Alpha |
|--|------------------|
| การให้ความสำคัญต่อการใช้งานโซเซียล | 0.844 |
| การให้ความสำคัญต่อการสร้างความร่วมมือยุค 2.0 | 0.884 |
| ฟังก์ชันความร่วมมือขององค์กร | |
| ฟังก์ชันความร่วมมือกับภายในองค์กร | 0.919 |
| ฟังก์ชันความร่วมมือกับภายนอกองค์กร | 0.928 |
| ระดับคุณค่านวัตกรรมขององค์กร | 0.914 |

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่น แสดงให้เห็นว่าข้อมูลด้านการให้ความสำคัญต่อการใช้งาน โซเซียล การให้ความสำคัญต่อการสร้างความร่วมมือ 2.0 ฟังก์ชันด้านความร่วมมือภายในองค์กรและภายนอกองค์กร และระดับคุณค่านวัตกรรมขององค์กร มีค่า Cronbach's alpha ที่ 0.844, 0.884, 0.919, 0.928 และ 0.914 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 จึงสามารถสรุปได้ว่าผลที่ตอบกลับมาในตัวแปรแต่ละตัวมีระดับความเชื่อมั่น

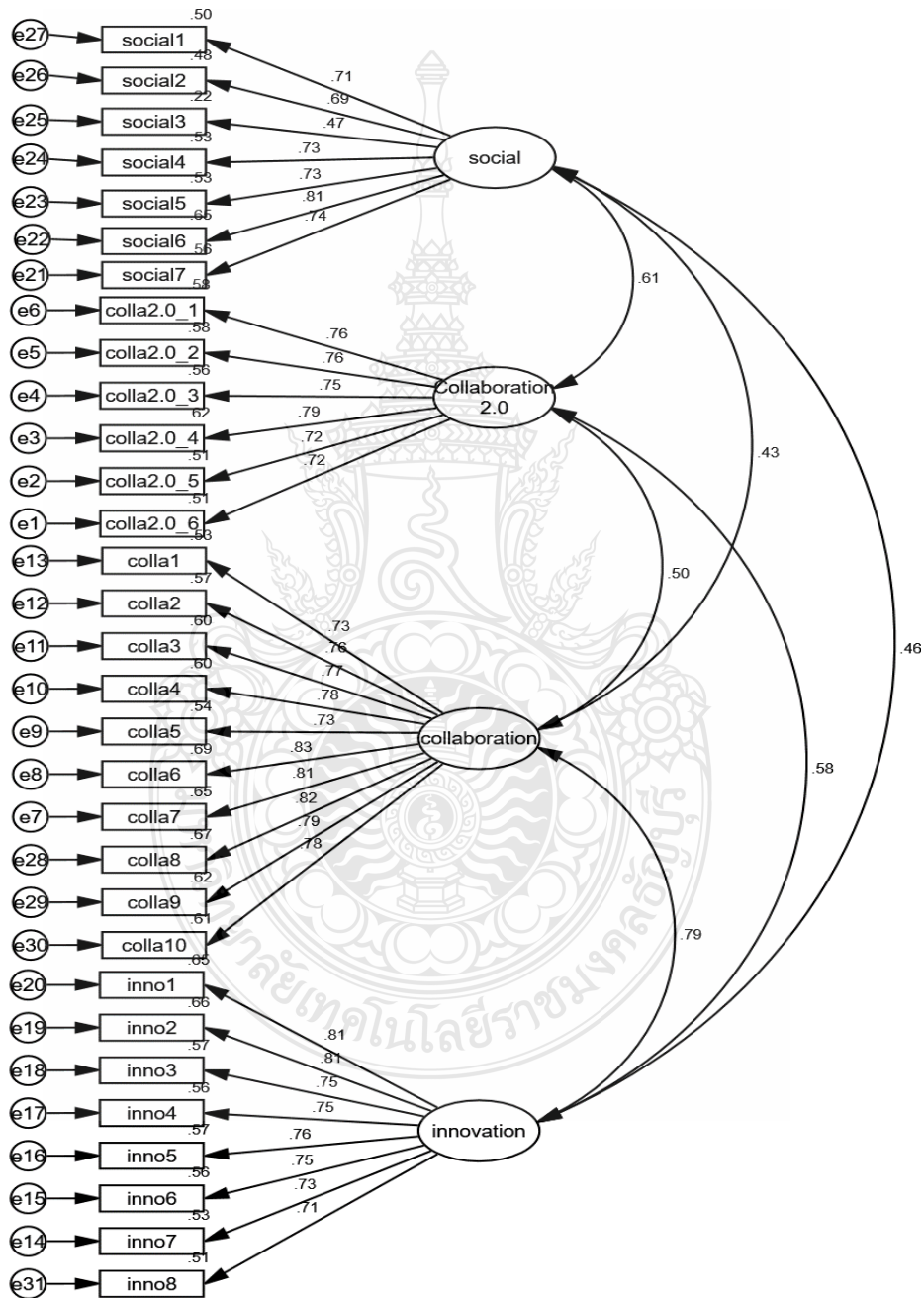
2) จำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ (Lower Bounds on Sample Size)

ในการวิเคราะห์สมการ โครงสร้างมีข้อกำหนดพื้นฐานด้านจำนวนกลุ่มตัวอย่างต้องมีจำนวนเพียงพอต่อการนำมาวิเคราะห์ผลทางสถิติ ซึ่งการวิจัยนี้ใช้เกณฑ์ 10 เท่าของตัวแปรที่ใช้วัดในโมเดล ซึ่งจำนวนคำถามในงานวิจัยมีจำนวนทั้งสิ้น 31 ตัวแปร สรุปได้ว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องใช้ได้แก่ 31×10 เท่ากับ 310 ฉบับ

3) การวิเคราะห์ความตรง

เพื่อให้แน่ใจว่าตัวแปรสังเกตได้เป็นตัวแทนที่ถูกต้องของตัวแปรแฝง จึงทำการวิเคราะห์ความตรงสองด้าน ได้แก่ การวิเคราะห์ความตรงด้าน Convergent Validity และ การวิเคราะห์ความตรงด้าน Discriminant Validity

1. การวิเคราะห์ความตรงด้าน Convergent Validity เพื่อแสดงความถูกต้องของตัวแปรสังเกตได้เป็นสมาชิกที่ถูกต้องของตัวแปรแฝง งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ Confirm Factor Analysis เพื่อประเมินค่า Factor Loading ของตัวประกอบ ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.6 และพิจารณาค่า AVE (Average Variance Extracted) ของการรวมกลุ่มเป็นตัวแปรแฝงซึ่งต้องมีค่ามากกว่า 0.5 โดยโมเดลในการวิเคราะห์แสดงดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 การวิเคราะห์ CFA (Confirm Factor Analysis)

ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ความตรงด้าน Convergent Validity ค่า Factor Loading และ AVE ของตัวแปรด้านการให้ความสำคัญต่อการใช้งานโซเชียล มีดังต่อไปนี้

| Variable | Factor Loading | AVE |
|----------|----------------|-------|
| Social | | 0.518 |
| Social 1 | 0.71 | |
| Social 2 | 0.69 | |
| Social 3 | 0.47 | |
| Social 4 | 0.73 | |
| Social 5 | 0.73 | |
| Social 6 | 0.81 | |
| Social 7 | 0.84 | |

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ความตรงด้าน Convergent Validity ค่า Factor Loading และ AVE ของตัวแปรด้านการให้ความสำคัญต่อการสร้างความร่วมมือยุค 2.0 มีดังต่อไปนี้

| Variable | Factor Loading | AVE |
|------------------|----------------|-------|
| Collaboration2.0 | | 0.563 |
| Colla2.0_1 | 0.76 | |
| Colla2.0_2 | 0.76 | |
| Colla2.0_3 | 0.75 | |
| Colla2.0_4 | 0.79 | |
| Colla2.0_5 | 0.72 | |
| Colla2.0_6 | 0.72 | |

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ความตรงด้าน Convergent Validity ค่า Factor Loading และ AVE ของตัวแปรด้านฟังก์ชันความร่วมมือขององค์กรมีดังต่อไปนี้

| Variable | Factor Loading | AVE |
|---------------|----------------|-------|
| Collaboration | | 0.609 |
| Colla1 | 0.73 | |
| Colla2 | 0.76 | |
| Colla3 | 0.77 | |
| Colla4 | 0.78 | |
| Colla5 | 0.73 | |
| Colla6 | 0.83 | |
| Colla7 | 0.81 | |
| Colla8 | 0.82 | |
| Colla9 | 0.79 | |
| Colla10 | 0.78 | |

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ความตรงด้าน Convergent Validity ค่า Factor Loading และ AVE ของตัวแปรด้านระดับคุณค่านวัตกรรมขององค์กรมีดังต่อไปนี้

| Variable | Factor Loading | AVE |
|-------------------------|----------------|-------|
| Organization Innovation | | 0.577 |
| Inno1 | 0.81 | |
| Inno2 | 0.81 | |
| Inno3 | 0.75 | |
| Inno4 | 0.75 | |
| Inno5 | 0.76 | |
| Inno6 | 0.75 | |
| Inno7 | 0.73 | |
| Inno8 | 0.71 | |

จากตารางที่ 4.13 พบว่าตัวแปร Social 3 มีระดับ Factor Loading ต่ำกว่า 0.5 จึงตัดออกจาก การวิเคราะห์และวิเคราะห์อีกครั้งดังภาพที่ 4.2 ส่วนตารางที่ 4.14-4.16 ผ่านการตรวจสอบ Convergent Validity

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ความตรงด้าน Convergent Validity ค่า Factor Loading และ AVE ของตัวแปรด้านการให้ความสำคัญต่อการใช้งานโซเชียล (ปรับปรุง) มีดังต่อไปนี้

| Variable | Factor Loading | AVE |
|----------|----------------|-------|
| Social | | 0.568 |
| Social 1 | 0.71 | |
| Social 2 | 0.69 | |
| Social 4 | 0.73 | |
| Social 5 | 0.73 | |
| Social 6 | 0.81 | |
| Social 7 | 0.84 | |

2. การวิเคราะห์ความตรงด้าน Discriminant Validity

การวิเคราะห์ความตรงด้าน Discriminant Validity เป็นการทดสอบว่าตัวแปรสังเกตได้ที่เป็นสมาชิกของตัวแปรแฝงมีการแยกกันอยู่ในแต่ละกลุ่มอย่างถูกต้อง การวิเคราะห์ผลในขั้นนี้ใช้การวิเคราะห์โดยพิจารณาจากค่ารากที่สองของ AVE ของแต่ละตัวแปรแฝงควรมีค่ามากกว่าค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง และระดับของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงควรมีน้อยกว่า 0.85 ซึ่งผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 4.18

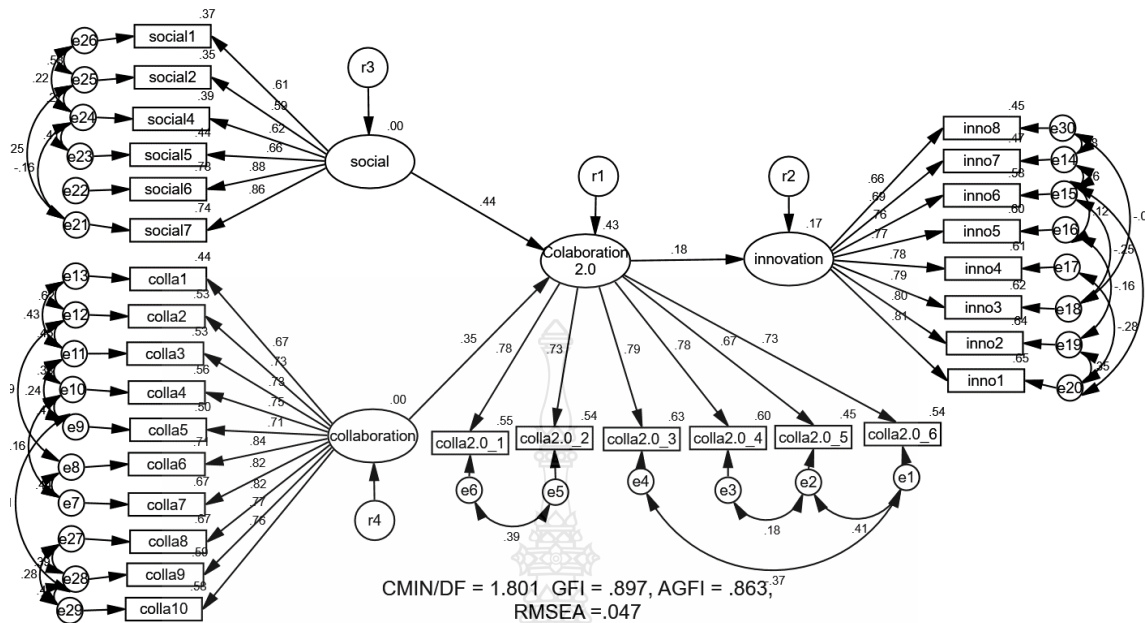
ตารางที่ 4.18 การวิเคราะห์ Discriminant Validity

| | Social | Web2.0 | Collaboration | Innovation |
|---------------|--------|--------|---------------|------------|
| Social | 0.75 | | | |
| Web2.0 | 0.61 | 0.75 | | |
| Collaboration | 0.43 | 0.50 | 0.78 | |
| Innovation | 0.46 | 0.58 | 0.79 | 0.75 |

ค่ารากที่สองของ AVE แสดงในมุมทแยง

7. การสร้างโมเดลงานวิจัย

เมื่อผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของตัวแปรแล้ว ในขั้นนี้จะทำการสร้างโมเดลตามกรอบการวิจัยและทดสอบสมการ โครงสร้างตามสมมติฐานสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model Fit) โมเดลการวิจัยมีดังนี้



ภาพที่ 4.2 การสร้างโมเดลงานวิจัย

ตารางที่ 4.19 ระดับน้ำหนักอิทธิพลระหว่างตัวแปร

| | | Estimate | S.E. | C.R. | p-value |
|--|---|----------|-------|-------|---------|
| การให้ความสำคัญต่อการ ใช้งานโซเชียล | ---> การให้ความสำคัญต่อการ สร้างความร่วมมือยุค 2.0 | 0.437 | 0.047 | 7.521 | *** |
| ฟังก์ชันความร่วมมือของ องค์กร | ---> การให้ความสำคัญต่อการ สร้างความร่วมมือยุค 2.0 | 0.346 | 0.048 | 6.186 | *** |
| การให้ความสำคัญต่อการ สร้างความร่วมมือยุค 2.0 | ---> ระดับคุณค่านวัตกรรม ขององค์กร | 0.182 | 0.051 | 3.284 | ** |

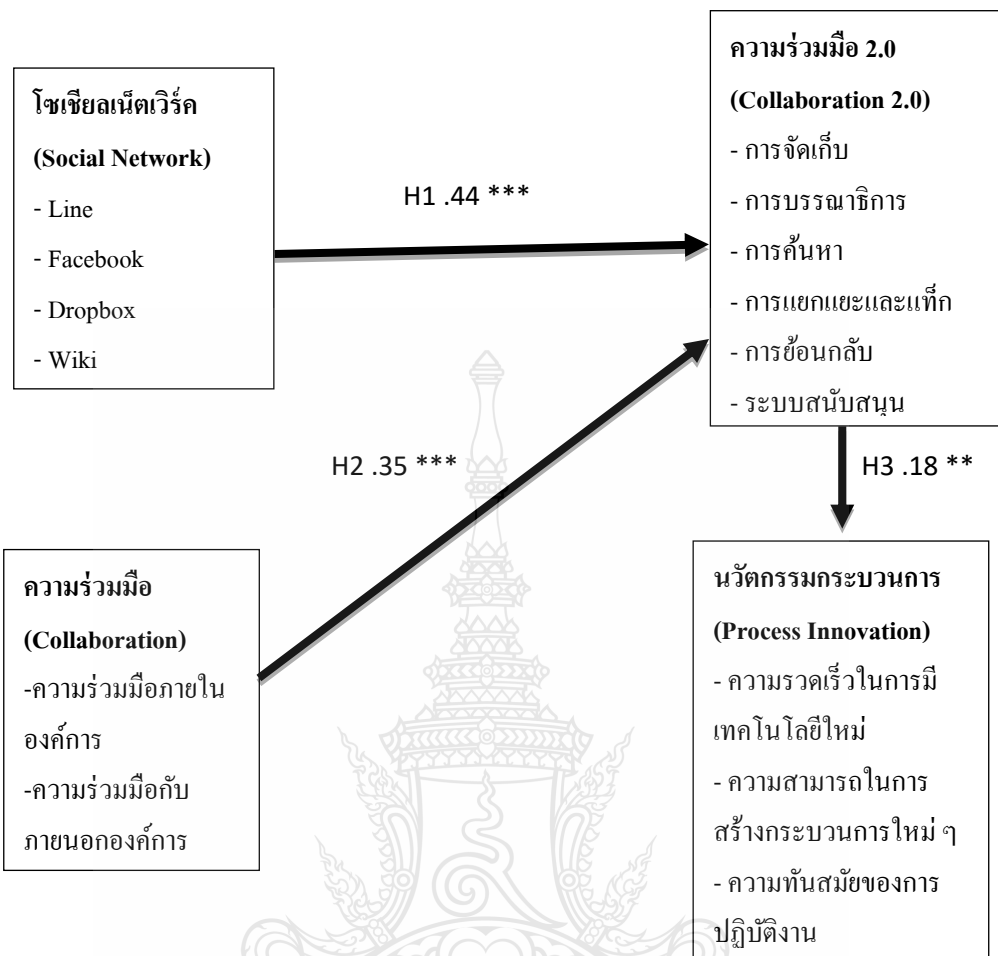
จากภาพที่ 4.2 และตารางที่ 4.19 หลังจากนำตัวแปรมาวิเคราะห์ในรูปแบบสมการโครงสร้าง พบว่า การให้ความสำคัญต่อการใช้งานโซเชียลและฟังก์ชันความร่วมมือขององค์กร มีระดับอิทธิพลต่อการให้ความสำคัญต่อการสร้างร่วมมือยุค 2.0 ในระดับอิทธิพล 0.437 และ 0.346 อย่างมีนัยสำคัญ ตามลำดับ และการให้ความสำคัญต่อการสร้างร่วมมือยุค 2.0 มีอิทธิพลต่อระดับคุณค่านวัตกรรมขององค์กรในระดับอิทธิพล 0.182 อย่างมีนัยสำคัญ

ในการยอมรับโมเดลสมการโครงสร้างต้องผ่านเกณฑ์การยอมรับความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ งานวิจัยใช้เกณฑ์การตรวจสอบดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบสมการ โครงสร้างตามกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model Fit)

| Model fit criteria | Value | Acceptable level value |
|--|---------|------------------------|
| Chi-Square | 632.313 | - |
| Degree of freedom (DF) | 351 | - |
| Chi-Square / Degree of freedom (CMIN/DF) | 1.801 | Less than 3 |
| p-value | .000 | $P > 0.05$ |
| GFI | .897 | ≥ 0.90 |
| AGFI | .863 | ≥ 0.80 |
| CFI | .964 | > 0.90 |
| RMSEA | .047 | < 0.05 |
| Hoelter | 243 | > 75 |

จากตารางที่ 4.20 แสดงผลการวิเคราะห์สมการ โครงสร้างตามสมมติฐานสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยพิจารณาจากค่า Chi-Square เท่ากับ 632.313 (ควรจะเป็น Non significance) ค่าองศาอิสระ (DF) เท่ากับ 351, ค่า CMIN/DF เท่ากับ 1.801 (ไม่ควรเกิน), ค่า AGFI เท่ากับ 0.863 (ควรมากกว่า 0.90) และค่า RMSEA เท่ากับ 0.047 (ควรมีค่าน้อยกว่า 0.05) อย่างไรก็ตามมีค่าที่ต่ำกว่าเกณฑ์ได้แก่ ค่า P-value เท่ากับ 0.000 (ไม่ควรมีนัยสำคัญ) และ GFI เท่ากับ 0.897 (ควรมีค่ามากกว่า 0.9)



ภาพที่ 4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

8. ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.21 ผลการทดสอบสมมติฐาน

| สมมติฐาน | ผลการทดสอบ |
|--|------------|
| H1: การให้ความสำคัญต่อการใช้งาน โซเชี่ยลมีเดียมีอิทธิพลต่อการให้ความสำคัญต่อการสร้างความร่วมมือยุค 2.0 | ยอมรับ |
| H2: ฟังก์ชันความร่วมมือขององค์กรมีอิทธิพลต่อการให้ความสำคัญต่อการสร้างความร่วมมือยุค 2.0 | ยอมรับ |
| H3 การให้ความสำคัญต่อการสร้างความร่วมมือยุค 2.0 มีอิทธิพลต่อระดับคุณค่านวัตกรรมขององค์กร | ยอมรับ |

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาโซเซียลเน็ตเวิร์คที่มีผลต่อนวัตกรรมกระบวนการผ่านการประยุกต์ใช้เพื่อความร่วมมือยุค 2.0 โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับของโซเซียลเน็ตเวิร์ค
2. เพื่อศึกษาการใช้เทคโนโลยีเพื่อความร่วมมือ
3. เพื่อศึกษาความร่วมมือ 2.0
4. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของโซเซียลเน็ตเวิร์คต่อความร่วมมือ 2.0
5. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของโซเซียลเน็ตเวิร์คต่อนวัตกรรมกระบวนการ
6. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมกับความร่วมมือ 2.0

ประชากรที่ใช้ในการเก็บแบบสอบถามครั้งนี้ คือ บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับงานด้านบริหารและงานวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 370 คน จากการแจกแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน คิดเป็นร้อยละ 92.5

ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้มีทั้งหมด 4 ตัวแปร โดยแบ่งเป็นตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร คือ การใช้งานโซเซียลมีเดียและความร่วมมือ ตัวแปรแทรก คือ ความร่วมมือยุค 2.0 และตัวแปรตาม คือ นวัตกรรมกระบวนการ โดยมีผลสรุปการวิจัยทั้งหมด 7 ส่วนดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง อายุระหว่าง 25-35 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ระหว่าง 18,001-26,000 บาทต่อเดือน ทำงานเกี่ยวข้องกับงานบริหาร และส่วนใหญ่มีการใช้งาน โปรแกรมโซเซียลเน็ตเวิร์ค ยกเว้นโปรแกรม Wiki

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความสำคัญต่อการใช้อีสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า การใช้โซเซียลเน็ตเวิร์คมีผลต่อการปฏิบัติงาน

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความร่วมมือภายในและภายนอกองค์การ พบว่าส่วนใหญ่ใช้เพื่อสร้างความร่วมมือภายในองค์การ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความร่วมมือ 2.0 พบว่ามีการให้ความสำคัญต่อการบันทึกข้อมูล ปรับปรุง นำมาใช้งาน แยกแยะและติดตาม นำข้อคิดเห็นต่าง ๆ มาสนับสนุนความคิด เพื่อสร้างความร่วมมือ

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณค่าของนวัตกรรมกระบวนการ พบว่าการใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์กในปัจจุบันช่วยให้การทำงานมีช่องทางใหม่ ๆ มีเทคนิคใหม่ การให้บริการมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพิ่มความรวดเร็วในการทำงาน มีกระบวนการทำงานดีกว่าเดิม มีความทันสมัยในการปฏิบัติงาน และปรับปรุงขั้นตอนในการทำงาน

ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และโมเดลมีการเข้ารูปสนิทกับข้อมูล

ส่วนที่ 7 สรุปผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน 1 : การใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์กมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความร่วมมือ 2.0 พบว่าการใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์กมีอิทธิพลต่อความร่วมมือ 2.0 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางบวกเท่ากับ 0.44 อย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐาน 2 : ความร่วมมือในด้านต่าง ๆ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความร่วมมือ 2.0 พบว่าความร่วมมือในด้านต่าง ๆ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความร่วมมือ 2.0 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางบวกเท่ากับ 0.35 อย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐาน 3 : ความร่วมมือ 2.0 มีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณค่าขององค์กร พบว่า ความร่วมมือ 2.0 มีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมกระบวนการขององค์กร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางบวกเท่ากับ 0.18 อย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ยังพบว่า ความร่วมมือ 2.0 เป็นตัวสอดแทรกทำให้เกิดความสำเร็จในการใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์กและความร่วมมือภายในภายนอกองค์กร พบว่า ความร่วมมือ 2.0 เป็นตัวสอดแทรกทำให้เกิดความสำเร็จในสัดส่วนที่ไม่มาก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลอยู่ที่ 0.08 และ 0.06 ตามลำดับ

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องโซเชียลเน็ตเวิร์กที่มีผลต่อนวัตกรรมกระบวนการผ่านการประยุกต์ใช้เพื่อความร่วมมือยุค 2.0 แยกการอภิปรายตามลำดับหัวข้อคำถามงานวิจัย ดังนี้ 1) การสร้างความร่วมมือขององค์กรในปัจจุบันนั้น หากกิจการมีการใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์กเข้ามาประกอบการทำงานมีผลต่อความสำเร็จในการทำงานหรือไม่ และ 2) เทคนิคต่าง ๆ ในยุคของเว็บ 2.0 ที่มีการนำมาประยุกต์เพื่อสร้างความร่วมมือ 2.0 มีส่วนช่วยในการสร้างความสำเร็จหรือไม่

ความนิยมใช้โซเชียลเน็ตเวิร์กเพื่อการปฏิบัติงาน อภิปรายได้ว่า ปัจจุบันกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามีการนำโทรศัพท์ส่วนตัวมาใช้ประกอบเพื่อการสื่อสารภายในหน่วยงานจำนวนมาก เนื่องจากโปรแกรมไลน์มีรูปแบบของการทำงานไม่ซับซ้อน สามารถสื่อสารได้จากอุปกรณ์สื่อสารไร้สายเคลื่อนที่ นอกจากฟังก์ชันการสื่อสารพื้นฐานได้แก่ การส่งข้อความด่วนส่งรูปภาพและไฟล์ต่าง ๆ แล้ว ไลน์ยังรองรับการเข้าใช้งานเพื่อสื่อสารพร้อมกันได้หลายคนในเวลาเดียว และมีสติ๊กเกอร์ที่ใช้สื่อสารแสดงอารมณ์ของผู้ส่งและแสดงความรู้สึกตามเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ และสามารถใช้ Voice Call หรือ Video Call เพื่อโทรหากันแทนการใช้โทรศัพท์ได้ด้วย นอกจากนี้ รูปแบบการเพิ่มเพื่อนของไลน์ทำได้ง่ายเนื่องจากส่วนใหญ่ผู้ใช้งานใช้การผูกหมายเลขโทรศัพท์ไว้กับรหัสสมาชิก เราสามารถค้นหาเพื่อเพิ่มเพื่อนโดยใช้หมายเลขโทรศัพท์ ผลการวิจัยนี้พบว่าส่วนใหญ่ใช้โปรแกรมไลน์เพื่อการสื่อสารโซเชียลเน็ตเวิร์กมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษณี เสือใหญ่¹ พงษ์นิ เชยจรรยา กาญจนา แก้วเทพ (2555) ที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันไลน์และการนำไปใช้ประโยชน์ ซึ่งแสดงผลการวิจัยไว้ว่า มีการนำมาใช้ประโยชน์ด้านการติดต่อสื่อสารเนื่องจากประหยัดเวลา สามารถติดตามข้อมูลข่าวสารเรื่องงานได้

ความนิยมใช้งานเฟซบุ๊กเพื่อปฏิบัติงานนั้น อภิปรายได้ว่าปัจจุบันหน่วยงานที่ศึกษามีการสร้างแฟนเพจของ เฟซบุ๊ก เพื่อสำหรับติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับผู้รับบริการภายใน และต้องใช้ เฟซบุ๊ก ติดต่อกับหน่วยงานภายนอกด้วย นอกจากนี้มีการประยุกต์ เฟซบุ๊ก เพื่อการประชาสัมพันธ์ การแจ้งข้อมูลข่าวสารให้แก่บุคคลที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถสรุปได้ว่ามีส่วนช่วยให้การปฏิบัติงานขององค์กร อย่างเป็นไปอย่างราบรื่นเนื่องจากความหลากหลายของการทำงานที่เอื้อสำหรับความบันเทิง หน่วยงานอาจมองว่าการทำงาน เฟซบุ๊ก เพื่อความบันเทิงมากกว่าปฏิบัติงาน

กลุ่มตัวอย่างมีการนำโซเชียลเน็ตเวิร์กมาใช้เพื่อรองรับการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือช่วยเหลือเกื้อกูลกันภายในหน่วยงานมากกว่าภายนอก เนื่องจากโซเชียลเน็ตเวิร์กยังมีความเป็นส่วนตัวและผู้ใช้งานส่วนใหญ่ใช้ส่วนตัวสำหรับการใช้งาน มีการไว้วางใจกับภายในหน่วยงานมากกว่า หรืออาจเป็นเพราะปริมาณการทำงานภายในหน่วยงานมีจำนวนมากกว่าการติดต่อกับภายนอก

5.2.1 การสร้างความร่วมมือขององค์กรในปัจจุบันนั้น กิจกรรมมีการใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์กเข้ามาประกอบการทำงานมีผลต่อความสำเร็จในการทำงานหรือไม่

จากผลการวิจัยมีการศึกษาการใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์กที่ได้รับความนิยมได้แก่ ไลน์ เฟซบุ๊ก วิกี ดริอปบุ๊ก แชนท์ ซึ่งพบว่า โปรแกรมต่าง ๆ เหล่านี้มีการใช้งานแพร่หลาย ยกเว้น โปรแกรม wiki โดยพบว่าการใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์กมีผลต่อคุณค่าในการปฏิบัติงาน โดยมีการนำมาใช้และเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้เพื่อประกอบการทำงาน โดยสาเหตุที่มีการใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์กในการทำงาน

มากขึ้นเพราะ เนื่องจากอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ที่มีการใช้งานแพร่หลายและค่าใช้จ่ายในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่เหล่านี้มีค่าใช้จ่ายที่ถูกลงมาก ผู้ปฏิบัติงานมีการนำอุปกรณ์สื่อสารส่วนตัวมาใช้เพื่อการทำงานของตน และนำมาใช้เพื่อติดต่อสื่อสารและสร้างความร่วมมือในการทำงานทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร โปรแกรมด้านโซเชียลเน็ตเวิร์กที่ได้รับความนิยม โดยผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าควรมีการดำเนินการกับข้อมูลของการสร้างความร่วมมือดังนี้ ต้องสามารถบันทึกข้อมูล มีความถูกต้อง มีการนำมาใช้ปฏิบัติงาน สามารถเข้าถึงเพื่อสามารถแยกแยะและนำมาสนับสนุนการตัดสินใจในการทำงานด้วย จึงจะส่งผลกระทบต่อคุณค่าในการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพได้แก่ สร้างความรวดเร็ว ทันสมัย มีช่องทางสื่อสารใหม่เพิ่มขึ้น และให้บริการแก่ผู้เกี่ยวข้องได้ดีมากกว่าเดิม

อย่างไรก็ตาม สาเหตุที่โปรแกรมวิกิ ไม่มีผลต่อคุณค่าความร่วมมืออาจมีเหตุผลมาจากไม่ได้รับความนิยมติดตั้งใช้งาน หรืออาจมีสาเหตุจากผู้ตอบมีความสับสนระหว่าง โปรแกรมวิกิกับเว็บไซต์

5.2.2 เทคนิคต่าง ๆ ในยุคของเว็บ 2.0 ที่มีการนำมาประยุกต์เพื่อสร้างความร่วมมือ 2.0 มีส่วนช่วยในการสร้างความสำเร็จหรือไม่

การวิจัยมีการศึกษาการใช้งานความร่วมมือ 2.0 โดยใช้ตัวแปรศึกษาของ Wu และ Cao (2009) ที่กล่าวว่า องค์กรมีการใช้การสื่อสารระหว่างส่วนงานเป็นขั้นตอน ตั้งแต่ การจัดเก็บบรรณาธิการและการประกอบ การค้นหาและสำรวจ การจัดประเภทและการแท็ก การย้อนกลับจากผู้ใช้ ซึ่งผลจากการวิจัยพบว่าเป็นขั้นตอนที่มีส่วนช่วยให้เกิดคุณค่าความสำเร็จในการทำงาน

การใช้เครื่องมือโซเชียลเน็ตเวิร์กในปัจจุบันมีคุณสมบัติรองรับการใช้งานเพื่อสร้างความร่วมมือในยุค 2.0 ตัวอย่างเช่น โปรแกรมไลน์มีการบันทึกบทสนทนาทำให้ผู้ใช้สามารถย้อนหลังได้ มีการแท็กและส่งต่อ จัดแบ่งประเภทได้ อย่างไรก็ตามไม่สามารถแก้ไขและไม่มีเครื่องมือช่วยการค้นหา ส่วนโปรแกรมเฟสบุ๊ค สามารถดำเนินการจัดเก็บ แก้ไข ส่งต่อ แบ่งหมวดหมู่ ได้ครบทุกขั้นตอนตามที่ Wu และ Cao

จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์กสามารถนำมาใช้ประกอบการปฏิบัติงานเพื่อสร้างความร่วมมือได้ทั้งภายในกิจการและภายนอกกิจการ โดยการใช้งานผ่านเครื่องมือความร่วมมือ 2.0 สามารถส่งผลกระทบต่อคุณค่าความสำเร็จในการปฏิบัติงาน เพราะความร่วมมือ 2.0 สามารถรองรับการจัดเก็บ การเข้าถึง การส่งต่อ และนำมาใช้เพื่อประกอบการปฏิบัติงานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ มีทั้งยอมรับและไม่ยอมรับการใช้งานโซเชียลในหน่วยงาน เนื่องจากกังวลถึงปัญหาต่าง ๆ เช่น อารบกวณเวลาในการทำงาน ไม่แน่ใจถึงคุณค่าที่จะได้รับจากการใช้งาน งานวิจัยนี้สามารถชี้ชัดได้ว่า การได้ประโยชน์จากการใช้งานโซเชียลต้องมีการใช้งานให้เหมาะสม โซเชียลเน็ตเวิร์คในปัจจุบันที่ได้รับความนิยมได้แก่ 'ไลน์' และ 'เฟซบุ๊ก' สามารถนำมาใช้งานเพื่อการปฏิบัติงานด้านความร่วมมือ หากกิจการมุ่งหวังคุณค่าทำให้เกิดนวัตกรรมในการทำงาน องค์กรต้องมีการใช้งานโซเชียลให้มีคุณสมบัติตามข้อแนะนำดังนี้ คือ รองรับการใช้งานที่สามารถบรรณาธิการหรือแก้ไขข้อความต่าง ๆ ได้ สามารถแท็กและส่งต่อทำให้รองรับการสื่อสารในกลุ่มกว้างขวางทำได้โดยง่าย นอกจากนี้ต้องมีเครื่องมือในการค้นหาเพื่อนำมาสรุปเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจขององค์กร

5.4 ข้อจำกัดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

5.4.1 การวิจัยนี้ได้ทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาและมีรายงานผลวิจัยว่าวิกิมีผลต่อการใช้งานเพื่อความร่วมมือ แต่ผลจากการวิจัยไม่พบอิทธิพล อาจเนื่องมาจากความไม่ชัดเจนและความเข้าใจของผู้ตอบระหว่างวิกิกับวิกิพีเดีย งานวิจัยในอนาคตอาจใช้งานการวิจัยโดยชี้แจงความชัดเจน หรืออาจใช้การสัมภาษณ์ร่วมด้วย

5.4.2 งานวิจัยนี้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นบุคลากรในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อาจมีข้อจำกัดในภาระหน้าที่ของหน่วยงานที่ใช้งานเพื่อการสื่อสารสร้างความร่วมมือกับผู้อื่น ซึ่งในกรณีธุรกิจอาจมีประเด็นที่แตกต่างจากหน่วยงานราชการ

บรรณานุกรม

- กิดานันท์ มลิทอง. (2540). เทคโนโลยีการศึกษาและนวัตกรรม (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ห.จ.ก. อรุณการพิมพ์.
- จิราภรณ์ ศรีนาค. (2556). ศึกษาการวิเคราะห์ประเภท รูปแบบ เนื้อหา และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- จรรณ วังศ์สายัณห์. (2520). เทคโนโลยีการศึกษาและนวัตกรรม. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไชยยศ เรืองสุวรรณ. (2526). การบริหารสื่อและเทคโนโลยีทางการศึกษา. กรุงเทพฯ: วัฒนาพานิช.
- บุญเกื้อ ควรรณาวะ. (2542). นวัตกรรมการศึกษา. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิยะภา วรรณสมพร. (2556). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการใช้เฟสบุ๊กของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่. (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ภานุวัฒน์ กองราช. (2554). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย : กรณีศึกษา Facebook. (ปริญญาโทบริหารศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ภัทรา เรืองสวัสดิ์. (2553). รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคณวิทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาโทบริหารศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2552). ประวัติสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. สืบค้นจาก <http://www.most.go.th/main/index.php/org/1511-nia.html>
- Alacra Launches the Alacra Wiki; New Website is a Central, Collaborative Resource About Business Information. (2005, 2005 Sep . (21*Business Wire*, p. 1 Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/445365481?accountid=32078>
- Allee, V., Schwabe, O., & Babb, M. K. (2015). **Value Networks and the true nature of collaboration**. Meghan-Kiffer Press.
- Bommana, B. K. (2016). **Towards Reliable User Collaboration over Cloud-based File Synchronization System: Dropbox as a Case Study**. (10164512MS), University of Minnesota, Ann Arbor. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1845003525?accountid=32078> ProQuest

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Bonet Fernandez, D. B. & Jawadi, N. (2015). Virtual R&D Project Teams: From E-Leadership To Performance. **Journal of Applied Business Research**, 5(31), 16935.
- Buckholtz, D. R. (2013). **Classifying virtual collaboration skills: A case study of social network site users' skills and transference to virtual teamwork.** (3554830 Ph.D.), Capella University, Ann Arbor. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1317633101?accountid=32078> ABI/INFORM Collection
- Coleman, D. & Levine, S. (2008). **Collaboration :2.0 technology and best practices for successful collaboration in a Web 2.0 world.** Happy About.
- Cunningham, W. (2002). **What is wiki.** WikiWikiWeb. <http://www.wiki.org/wiki.cgi>
- Dias, C. (2001). Corporate portals: a literature review of a new concept in Information Management. **International Journal of Information Management**, 4(21), 269-287.
- Gardyas, J. (2006). CustomerVision bringing wikis to businesses. **Des Moines Business Record**, 17(24), 3.
- Gordon-Murnane, L. (2006). Social bookmarking, folksonomies, and Web 2.0 tools. **Searcher**, 6(14), 26-38.
- Gunadham, T. (2015). Potential of Cloud Storage Application as Knowledge Management System. **International Journal of Innovation, Management and Technology**, 2(6), 153-156. doi: <http://dx.doi.org/10.7763/IJIMT..2015V.6.594>
- Hu, W., Yang, T., & Matthews, J. N. (2010). The good, the bad and the ugly of consumer cloud storage. **ACM SIGOPS Operating Systems Review**, 3(44), 110-115.
- Jadeja, Y. & Modi, K. (2012). Cloud computing-concepts, architecture and challenges. Paper presented at **the Computing, Electronics and Electrical Technologies (ICCEET), 2012 International Conference on.**
- Jude-York, D. (1998). Technology enhanced teamwork: Aligning individual contributions for superior team performance. **Organization Development Journal**, 3(16), 73.
- Kwok, L. & Yu, B. (2013). Spreading social media messages on Facebook: An analysis of restaurant business-to-consumer communications. **Cornell Hospitality Quarterly**, 54(1), 84-94.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Li, A., Yang, X., Kandula, S., & Zhang, M. (2010). CloudCmp: comparing public cloud providers. Paper presented at the **Proceedings of the 10th ACM SIGCOMM** conference on Internet measurement.
- Lister, K. & Harnish, T. (2011). The State of Telework in the US. **Telework Research Network**.
- Metz, C. (2006). Business Collaboration The Wiki Way; Because anyone can edit a wiki, many businesses use them to facilitate communication. **PC Magazine**, 25, 19.
- Mihalcea, A.-D., & Savulescu, R.-M. (2013). Social Networking Sites: Guidelines for Creating New Business Opportunities through Facebook, Twitter and LinkedIn. **Management Dynamics in the Knowledge Economy**, 1(1), 39-53.
- Mikko, V. J. H. & Luukkainen, S. (2010). Value in technology evolution: case mobile peer-to-peer communications. **Info : the Journal of Policy, Regulation and Strategy for Telecommunications, Information and Media**, 12(5), 59-78.
doi: <http://dx.doi.org/14636691011071167/10.1108>
- Newstex Global Business. (2017). **ValueWalk: Facebook Inc (FB) Stock Is A Buy For Mobile, Engagement And More**. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1862154796?accountid=32078>
- Ngoma, N. S. (2013). **The impact of virtual collaboration and collaboration technologies on knowledge transfer and team performance in distributed organizations**. (3600101Ph.D.), Capella University, Ann Arbor. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1468436601?accountid=32078> ABI/INFORM
- Porter, M. E. & Stern, S. (2001). Innovation: location matters. **MIT Sloan management review**, 42(4), 28.
- Powell, A., Piccoli, G., & Ives, B. (2004). Virtual teams: a review of current literature and directions for future research. **ACM Sigmis Database**, 35(1), 6-36.
- rockcheetah.com. (2016). **Web 1.0 and Web .2.0**. Retrieved from <http://rockcheetah.com/rockcheetah/images/websummary.jpg>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Rutsch, A. (2015). **Growth leadership as practice: Leadership, collaboration and growth of knowledge-based organizations.** (3721065Ed.D.), University of Pennsylvania, Ann Arbor. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1727125965?accountid=32078>
- Shin, N. (2007). Information technology and diversification: how their relationship affects firm performance. Paper presented at **the System Sciences, 2007. HICSS 2007. 40th Annual Hawaii International Conference on.**
- Turban, E. & King, D. (2011). **Electronic commerce : 2012 Managerial and social networks perspectives:** Pearson Higher Ed.
- UK, P. N. E. I. (2009). **UBM's Wiki Wins 'Business Impact' Award.** PR Newswire Europe Including UK Disclose.
- Wu, H. & Cao, L. (2009). Community collaboration for ERP implementation. **Ieee Software, 26(6).**
- Xu, S., Bao, S., Fei, B., Su, Z., & Yu, Y. (2008). Exploring folksonomy for personalized search. Paper presented at **the Proceedings of the 31st annual international ACM SIGIR conference on Research and development in information retrieval.**
- Yang, C.-t., Shih, W.-c., Huang, C.-l., Jiang, F.-c., & Chu, W. C.-c. (2016). On construction of a distributed data storage system in cloud. **Computing. Archives for Informatics and Numerical Computation, 98(2-1), 93-118.**
doi:<http://dx.doi.org/10.1007/s4-0399-014-00607>

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม



แบบสอบถาม

เรื่อง โขเชียลเน็ตเวิร์คที่มีผลต่อนวัตกรรมกระบวนการ ผ่านการประยุกต์ใช้เพื่อความร่วมมือยุค 2.0

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาใน ระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) สาขาวิชาการบริหารสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะค้นคว้ารวบรวมข้อมูล เพื่อวิเคราะห์ เรื่อง “โขเชียลเน็ตเวิร์คที่มีผลต่อนวัตกรรมกระบวนการ ผ่านการประยุกต์ใช้เพื่อความร่วมมือยุค 2.0” โดยผลจากการตอบแบบสอบถามจะไม่ได้ส่งผลใดๆ ต่อตัวผู้ตอบแบบสอบถาม และผู้ศึกษาจะเก็บข้อมูลที่ท่านตอบลงแบบสอบถามไว้เป็นความลับ ขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาตอบสอบถามอย่างครบถ้วนและตรงตามความเป็นจริง

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามลักษณะประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 การให้ความสำคัญต่อการใช้งาน โขเชียล

ส่วนที่ 3 การให้ความสำคัญต่อการสร้างความร่วมมือยุค 2.0

ส่วนที่ 4 พึ่งกันความร่วมมือขององค์กร

ส่วนที่ 5 ระดับคุณค่านวัตกรรมขององค์กร

นางสาวนฤกร สุคพิพัฒน์

นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ

วิชาเอกบริหารสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

โปรดเลือกคำตอบโดยการ ✓ ลง ในช่องที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. ระดับอายุ

1. 16-22 ปี

2. 23-29 ปี

3. 30-36 ปี

4. มากกว่า 36 ปี

3. ระดับการศึกษา

1. มัธยมหรือต่ำกว่า

2. มัธยมปลายหรือเทียบเท่า

3. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า

4. ปริญญาตรี

5. ปริญญาโท

6. ปริญญาเอก

4. ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 10,000 บาท

2. 10,001-18,000 บาท

3. 18,001-26,000 บาท

4. 26,001-34,000 บาท

5. มากกว่า 34,000 บาท

5. อาชีพ / ตำแหน่ง

1. สายสนับสนุน

2. สายวิชาการ

6. สถานะภาพ

1. โสด

2. สมรส

3. หย่าร้าง

7. ประเภทของโซเชียลที่ใช้งานบ่อย

1. Line

2. Facebook

3. Dropbox

4. Wiki

5. อื่นๆ.....

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

ส่วนที่ 2 การให้ความสำคัญต่อการใช้งานโซเชียล

| คำถาม | ระดับความสำคัญ | | | | | |
|--|------------------|-------------------|-------------|----------------|------------|------------------|
| | ไม่ได้ใช้ (0) | น้อย ที่สุด(1) | น้อย (2) | ปานกลาง (3) | มาก (4) | มาก ที่สุด(5) |
| 1. โปรแกรม Line มีความจำเป็นต่อการปฏิบัติงานของท่าน | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. โปรแกรม Facebook มีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานของท่าน | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. โปรแกรม Wiki มีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานของท่าน | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. โปรแกรม แชท มีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานของท่าน | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. โปรแกรม Dropbox/OneDrive/GoogleDrive (อันใดอันหนึ่ง) มีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานของท่าน | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. การใช้งาน โซเชียลเน็ตเวิร์คมีความเกี่ยวข้องในปฏิบัติหน้าที่ของท่าน | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. ส่วนใหญ่ บุคคลอื่น ๆ ที่ท่านต้องปฏิบัติงานด้วยใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์ค | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

ส่วนที่ 3 การให้ความสำคัญต่อการสร้างความร่วมมือยุค 2.0

| คำถาม | ระดับความสำคัญ | | | | |
|--|-------------------|-------------|----------------|------------|------------------|
| | น้อยที่สุด (1) | น้อย (2) | ปานกลาง (3) | มาก (4) | มากที่สุด (5) |
| 1. ท่านให้ความสำคัญต่อการบันทึกข้อมูล ขณะที่มีการสร้างความร่วมมือ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. ท่านให้ความสำคัญต่อการปรับปรุง รายละเอียดความร่วมมือให้มีความถูกต้องอยู่ เสมอ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. ท่านให้ความสำคัญต่อการนำข้อมูลที่บันทึก จากความร่วมมือ มาใช้งาน | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. ท่านให้ความสำคัญต่อการแยกแยะและสร้าง แท็กติดตามข้อมูลจากความร่วมมือ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. ท่านให้ความสำคัญต่อการนำข้อคิดเห็นต่างๆ จากความร่วมมือ มาพิจารณา | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. ท่านให้ความสำคัญต่อการนำข้อมูลจากความ ร่วมมือมาใช้สนับสนุนความคิดเห็น | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

ส่วนที่ 4 ฟังก์ชันความร่วมมือขององค์กร

| คำถาม | ระดับความสำคัญ | | | | |
|--|-------------------|-------------|----------------|------------|------------------|
| | น้อยที่สุด (1) | น้อย (2) | ปานกลาง (3) | มาก (4) | มากที่สุด (5) |
| ฟังก์ชันความร่วมมือกับภายในองค์กร | | | | | |
| 7. ท่านให้ความสำคัญต่อการติดต่อสื่อสารกับบุคคลภายในองค์กร | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. ท่านให้ความสำคัญต่อการแบ่งปันข้อมูลกับบุคคลภายในองค์กร | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9. ท่านให้ความสำคัญต่อการเกื้อกูลช่วยเหลือกับบุคคลอื่นในองค์กร | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10. ท่านให้ความสำคัญต่อการประสานงานกับบุคคลอื่นในองค์กร | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11. ท่านให้ความสำคัญต่อการบูรณาการการทำงานทุก ๆ ด้านกับบุคคลอื่นในองค์กร | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ฟังก์ชันความร่วมมือกับภายนอกองค์กร | | | | | |
| 12. ท่านให้ความสำคัญต่อการติดต่อสื่อสารกับบุคคลภายนอกองค์กร | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13. ท่านให้ความสำคัญต่อการแบ่งปันข้อมูลกับบุคคลภายนอกองค์กร | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14. ท่านให้ความสำคัญต่อการเกื้อกูลช่วยเหลือกับบุคคลอื่นนอกองค์กร | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 15. ท่านให้ความสำคัญต่อการประสานงานกับบุคคลอื่นนอกองค์กร | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 16. ท่านให้ความสำคัญต่อการบูรณาการการทำงานทุก ๆ ด้านกับบุคคลอื่นภายนอกองค์กร | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

ส่วนที่ 5 ระดับคุณค่านวัตกรรมขององค์กร

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

| คำถาม | ระดับความสำคัญ | | | | |
|---|-------------------|-------------|----------------|------------|------------------|
| | น้อยที่สุด (1) | น้อย (2) | ปานกลาง (3) | มาก (4) | มากที่สุด (5) |
| 17. ผลลัพธ์ที่ได้จากการทำงานมีช่องทางใหม่ๆ เพิ่มขึ้น | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18. ผลลัพธ์ที่ได้จากการทำงานมีเทคนิคใหม่ๆ เพิ่มเข้ามา | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 19. การให้บริการแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 20. มีผู้มาติดต่องานกับท่านได้มากขึ้น | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 21. มีเทคโนโลยีเข้ามาเพิ่มรวดเร็วในการทำงาน | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 22. มีกระบวนการทำงานรูปแบบใหม่ ๆ ทำให้ทำงานได้ดีกว่าเดิม | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 23. ปัจจุบันท่านได้รับการยอมรับว่ามีความทันสมัยในการปฏิบัติงาน | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 24. ปัจจุบันขั้นตอนในการทำงานของท่านมีการปรับปรุงอยู่เสมอ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

ภาคผนวก ข

ตารางวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม



ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ

ตารางค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถามเรื่อง โขเซียมเน็ตเวิร์กที่มีผลต่อนวัตกรรมกระบวนการผ่านการประยุกต์ใช้เพื่อความร่วมมือยุค 2.0

| ส่วนที่ | ข้อที่ | คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ | | | $\sum R$ | IOC | ข้อเสนอแนะ |
|---------|--------|---------------------------------|---------|---------|----------|------|----------------|
| | | คนที่ 1 | คนที่ 2 | คนที่ 3 | | | |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| | 4 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| | 5 | 1 | -1 | 1 | 1 | 0.33 | มีความสอดคล้อง |
| | 6 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| | 7 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| | 4 | 0 | 1 | 1 | 2 | 0.67 | มีความสอดคล้อง |
| | 5 | 0 | 1 | 1 | 2 | 0.67 | มีความสอดคล้อง |
| | 6 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| | 7 | 1 | 0 | 1 | 2 | 0.67 | มีความสอดคล้อง |
| 3 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0.33 | มีความสอดคล้อง |
| | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| | 4 | 0 | 1 | 1 | 2 | 0.67 | มีความสอดคล้อง |
| | 5 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| | 6 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| | 4 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |

ตารางค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถามเรื่อง โชเซียลเน็ตเวิร์คที่มีผลต่อนวัตกรรมกระบวนการผ่านการประยุกต์ใช้เพื่อความร่วมมือยุค 2.0 (ต่อ)

| ส่วนที่ | ข้อที่ | คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ | | | $\sum R$ | IOC | ข้อเสนอแนะ |
|---------|--------|---------------------------------|---------|---------|----------|------|----------------|
| | | คนที่ 1 | คนที่ 2 | คนที่ 3 | | | |
| 4 | 5 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| | 6 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| | 7 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| | 8 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| | 9 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| | 10 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| | 4 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| | 5 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| | 6 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| | 7 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |
| | 8 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1.00 | มีความสอดคล้อง |

ประวัติผู้เขียน

| | |
|--------------------|---|
| ชื่อ-สกุล | นางสาวนฤกร สูดพิพัฒน์ |
| วัน เดือน ปีเกิด | 02 สิงหาคม 2508 |
| ที่อยู่ | 779/125 ถนนประชาราษฎร์บำเพ็ญ เขตสามเสนนอก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10320 |
| การศึกษา | ปริญญาตรี สาขาวิชาการบริหารสารสนเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี |
| ประสบการณ์การทำงาน | - 2536 สำนักพัฒนาบริการวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล - 2549 กองแผนงาน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี - 2550 - ปัจจุบัน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี |
| เบอร์โทรศัพท์ | 093-0294008 |
| อีเมล | sudpipat@gmail.com |

