

พฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตใน
กรุงเทพมหานคร

BEHAVIOR OF USING MICROSOFT TEAMS APPLICATION OF
INTERNET USERS IN BANGKOK



วนัสนันท์ หงษ์นาค

WANUTSANAN HONGNAK

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พ.ศ. 2566

**BEHAVIOR OF USING MICROSOFT TEAMS APPLICATION OF
INTERNET USERS IN BANGKOK**



**AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE
REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG BUSINESS SCHOOL
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น **2023** ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2023

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG BUSINESS SCHOOL

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตเห็นไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งาน ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร
นักศึกษา	นางสาววันสนันท์ หงษ์นาค
รหัสนักศึกษา	63611100
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2566
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ กัตัญญ์ หิรัญญสมบุรณ์

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความถี่ในการใช้งานต่อเดือน ระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง ช่วงเวลาในการใช้งาน และประเภทของงานที่ใช้ รวมทั้งระดับการยอมรับ Microsoft teams Application จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล 402 ชุด สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, One-Way ANOVA, LSD และ Chi-Square

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ที่มีอายุ 15 - 24 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีกลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และกลุ่มพนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีความถี่ในการใช้งาน Microsoft teams Application 6-10 ครั้งต่อเดือน มีระยะเวลาในการใช้งาน 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง มีช่วงเวลาที่ใช้งาน 12.01-16.00 น. ใช้เพื่อประชุมออนไลน์ การยอมรับ Microsoft teams Application โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ความง่ายในการใช้งาน สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และอิทธิพลของสังคมเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศของผู้ใช้งานมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาในการใช้งาน และประเภทของงานที่ใช้ อายุและอาชีพของผู้ใช้งานมีความสัมพันธ์กับทุกพฤติกรรม ระดับการศึกษาของผู้ใช้งานมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้งานต่อเดือน ระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง และประเภทของงานที่ใช้ เพศแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านอิทธิพลของสังคมแตกต่างกัน อายุและอาชีพแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านความง่ายในการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานแตกต่างกัน ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับการยอมรับทุกด้านไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Title	Behavior of using Microsoft teams Application of Internet users in Bangkok
Student	Miss. Wanutsanan Hongnak
Student ID	63611100
Degree	Master of Business Administration
Major	Business Administration
Year	2023
Advisor	Associate Professor Katanyu Hiransomboon

ABSTRACT

The purpose of this research was to study about Behavior of using Microsoft teams Application of Internet users in Bangkok to compare the frequency of use per month, the average duration of usage per session, the time of day when the application is used, and the types of tasks performed, as well as the level of acceptance of the Microsoft Teams application, categorized by demographic. The data was collected through a survey of 402 individuals, and the statistics used for analysis include frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, One-Way ANOVA, LSD, and Chi-Square.

The research findings indicated that most users are male aged 15-24 years old with a bachelor's degree. The occupational groups include students, government officials/state enterprise employees, and private employees/workers. Most internet users used Microsoft Teams Application 6-10 times per month with a duration of 1-3 hours per session, primarily during the time frame of 12:01-16:00. The types of tasks performed mainly online meetings. The level of agreement towards Microsoft Teams Application was the perceived benefits received, ease of use, convenience of use, and social influence, ranked in descending order of average scores.

The hypothesis testing results showed that the gender of users is correlated with the duration of usage and the type of tasks performed. Age and occupation of users are correlated with all behaviors. The education level of users is correlated with the frequency of monthly usage, average duration per session, and the type of tasks performed. Different genders have varying levels of acceptance of the Microsoft Teams application in terms of social influence. Different ages and occupations have varying levels of acceptance of the Microsoft teams application in terms of

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

usability, social influence, and convenience of use. Different education levels have equal levels of acceptance in all aspects.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในหัวข้อเรื่อง พฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ของ
ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ครั้งนี้สำเร็จลงได้ด้วยคำแนะนำ และการให้ความ
ช่วยเหลืออย่างดีของรองศาสตราจารย์ กตัญญู หิรัญญสมบูรณ์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ
ที่สละเวลาให้คำปรึกษา และให้ความรู้ในการดำเนินการค้นคว้าอิสระแก่ข้าพเจ้า ตลอดจน
ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนทำให้การค้นคว้าอิสระสำเร็จ รวมไปถึงคณาจารย์ คณะ
บริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และคณะกรรมการสอบการ
ค้นคว้าอิสระทุกท่านที่ได้กรุณาให้คำชี้แนะ จนทำให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้มีความถูกต้องอย่าง
สมบูรณ์ ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณนางสาวพิณณลิษฐ์ วุฒิประเสริฐ เจ้าหน้าที่ประสานงานหลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต ระดับปริญญาโท และเจ้าหน้าที่คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้า
คุณทหารลาดกระบัง ที่ให้ความช่วยเหลือต่างๆเป็นอย่างดีตลอดระยะเวลา 2 ปี ตลอดจนผู้ที่มีส่วน
เกี่ยวข้องในการให้ข้อมูลในการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ ขอขอบคุณเพื่อนๆ บริหารธุรกิจรุ่น 25
(MBA25) ทุกท่านที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำ และช่วยเหลือจนทำให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จ
ลุล่วงไปด้วยดี

วันจันทร์ หงษ์นาค

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	IV
สารบัญ.....	V
สารบัญตาราง.....	VII
สารบัญภาพ.....	X
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	5
1.3 ขอบเขตการศึกษา.....	5
1.4 สมมติฐานการศึกษา.....	6
1.5 กรอบแนวคิดของการศึกษา.....	7
1.6 นิยามศัพท์.....	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
2.1 แนวคิดและทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี.....	10
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	18
2.3 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์.....	24
2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับ Microsoft teams Application.....	26
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	33
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	33
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	35
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์	47
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งาน อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร	49
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร	51
4.4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสัมพันธ์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้ งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครกับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application	59
4.5 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์...67	
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	79
5.1 สรุปผลการวิจัย	79
5.2 อภิปรายผล	85
5.3 ข้อเสนอแนะ	91
บรรณานุกรม	94
ภาคผนวก	98
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	99
ประวัติผู้เขียน	106

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 คุณลักษณะและพฤติกรรมของผู้ยอมรับนวัตกรรม	11
2.2 ตารางวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค(Analyzing consumer behavior).....	19
2.3 รายละเอียดของลักษณะงานและขีดจำกัดสูงสุดของ Microsoft Teams	26
3.1 จำนวนตัวอย่างที่เก็บแบบสอบถามในแต่ละเขตในกรุงเทพมหานคร	34
3.2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	38
3.3 สมมติฐานงานวิจัยและสถิติที่ใช้ในการทดสอบ.....	40
3.4 สมมติฐานงานวิจัยและสถิติที่ใช้ในการทดสอบ.....	40
3.5 สูตรการวิเคราะห์ One-Way ANOVA	44
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	47
4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	48
4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	48
4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	49
4.5 จำนวนและร้อยละตามความถี่ในการใช้งาน Microsoft teams Application ต่อเดือน	49
4.6 ระยะเวลาใช้งาน Microsoft teams Application เฉลี่ยต่อครั้ง.....	50
4.7 จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่ใช้งาน Microsoft teams Application	50
4.8 จำนวนและร้อยละของประเภทของงานที่ใช้ Microsoft teams Application	51
4.9 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งาน อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ	52
4.10 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งาน อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามด้านความง่ายในการใช้งาน	53
4.11 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งาน อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามด้านอิทธิพลของสังคม	55

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.12 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้ ใช้งาน.....	56
4.13 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร	58
4.14 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เพศของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครกับ พฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application	59
4.15 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์อายุของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครกับ พฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application	61
4.16 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระดับการศึกษาของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application	64
4.17 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์อาชีพของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application	66
4.18 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ	68
4.19 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ	69
4.20 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม อายุเป็นรายคู่.....	71
4.21 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา.....	73
4.22 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ	75

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.23 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่	76
5.1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครกับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application	82
5.2 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์.....	83



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แอปพลิเคชัน ซอฟต์แวร์และบริการในโปรแกรม Office 365.....	3
1.2 พีเจอาร์ในซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชัน Microsoft Teams	4
1.3 กรอบแนวความคิดของการศึกษา	7
2.1 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Theory of Acceptance Model : TAM)	16
2.2 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristics)	23
2.3 Web Application	27
2.4 วิธีการ Download desktop Application	27
2.5 เมนูหลักของตัวโปรแกรม Teams	28

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตั้งแต่ปี พ.ศ.2563 มีการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด 19 เป็นโรคที่ติดต่อร้ายแรงซึ่งขณะนั้นยังไม่มีวัคซีนป้องกันโรค และยาที่สามารถรักษาโรคได้โดยตรง จึงมีผู้ติดเชื้อและเสียชีวิตจากโรคดังกล่าวเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากทั่วโลก เป็นสถานการณ์อันกระทบต่อความสงบเรียบร้อยและความปลอดภัยของประชาชน รัฐบาลจึงประกาศใช้พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 หรือ พรก.ฉุกเฉิน เพื่อควบคุมสถานการณ์การระบาดของโรคใช้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2019 หรือ Covid-19 มีผลให้สถานประกอบการกิจการทั้งภาครัฐ เอกชน สถานศึกษาจำเป็นต้องปฏิบัติงานและจัดการเรียนการสอนที่บ้านผ่านระบบออนไลน์ (พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน,2563)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดที่เกิดขึ้น ส่งผลให้ช่วงเวลาในขณะนี้ในยุคแห่งการทำงานที่บ้าน (Work From Home) อย่างแท้จริงสถานประกอบการและพนักงานต่างต้องปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉิน รวมไปถึงการศึกษาเครื่องมือและแอปพลิเคชันต่างๆ เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์การทำงานยุคใหม่ ซึ่งความก้าวหน้าของแอปพลิเคชันและอินเทอร์เน็ตไม่เพียงแต่ช่วยให้การติดต่อสื่อสารง่ายขึ้น แต่ยังสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานในด้านธุรกิจ การศึกษา โดยการนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาช่วยในการบริหารงานในทุกๆด้านไม่ว่าจะเป็นการบริหารการเงิน การตลาด การจัดซื้อจัดจ้าง งานบริการ งานทรัพยากรมนุษย์ การเรียนการสอน รวมไปถึงการสอบออนไลน์ซึ่งแต่ละแอปพลิเคชันก็เหมาะกับการทำงานแต่ละแบบดังนี้

1. แอปพลิเคชันสำหรับวางแผน ใช้วางแผนการดำเนินงาน กำหนดระยะเวลาการปฏิบัติ รายละเอียดของงานที่จะต้องทำ และยังสามารถติดตามการทำงานว่าดำเนินการถึงขั้นตอนใดเหมาะสำหรับการดำเนินงานภายในแผนกและระหว่างแผนก เช่น แอปพลิเคชัน Asana, Trello, Google Calendar, Notion และ Microsoft Teams

2. แอปพลิเคชันสำหรับประชุมออนไลน์ ใช้ประชุมผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เพื่อสร้างการเว้นระยะห่างในสังคมและลดการเดินทางไปสถานที่ต่างๆ โดยการประชุมผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสามารถประชุมได้ทั้งแบบเห็นภาพ และเสียงของผู้เข้าร่วมประชุมตลอดจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การนำเสนอข้อมูลต่อที่ประชุมได้ในเวลาเดียวกัน รวมไปถึงการเรียนการสอน การประชาสัมพันธ์
สินค้า เช่น แอปพลิเคชัน Zoom, Google Meet, Slack และ Microsoft Teams

3. แอปพลิเคชันสำหรับเก็บและรวบรวมข้อมูล ใช้ในการแชร์ไฟล์ ฝากไฟล์ และเก็บรวบรวมข้อมูลการทำงานการดำเนินงานภายในแผนกและระหว่างแผนก โดยผู้เกี่ยวข้องที่มีสิทธิ์เข้าถึงสามารถเห็นและแก้ไขข้อมูลดังกล่าว ทำให้การเก็บข้อมูลเป็นมาตรฐานและมีข้อมูลกลางที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ เช่น แอปพลิเคชัน Google Drive, Dropbox, One Drive, iCloud และ Microsoft Teams

4. แอปพลิเคชันสำหรับการแชร์ไอเดียการทำงาน ใช้วางไอเดียในการทำโครงการใหม่ๆ สร้างเครือข่ายภายในองค์กรแลกเปลี่ยนความคิดเห็นภายในแผนกและระหว่างแผนก เช่น แอปพลิเคชัน Workplace, Microsoft One Note, Miro, Facebook Group, Line และ Microsoft Teams

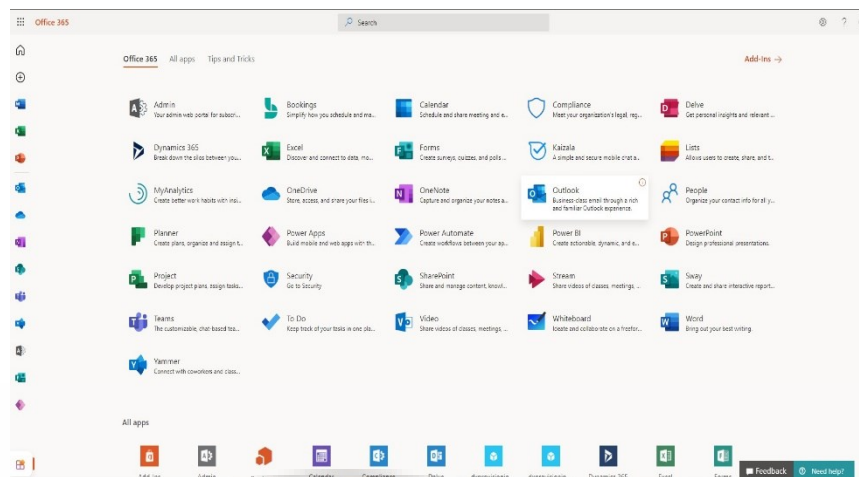
5. แอปพลิเคชันสำหรับส่งเอกสารทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ ใช้ส่งเอกสาร ตัวอย่างสินค้า ใบเสนอราคา หรือสัญญาสำคัญที่ต้องได้การเซ็นอนุมัติเร่งด่วน เช่น แอปพลิเคชัน Grab, Line Man, Lalamove, Kerry Express, Microsoft outlook และ Microsoft Teams

6. แอปพลิเคชันสำหรับแชร์หน้าจอ (Screen Sharing) ใช้นำเสนอผลงานบนหน้าจอคอมพิวเตอร์และมือถือแบบแชร์จอภาพ รวมไปถึงการสาธิตวิธีทำงานและการใช้โปรแกรมต่างๆ เพื่อให้อีกฝ่ายได้เห็นหน้าจอในขณะที่มีการนำเสนอข้อมูลได้อย่างเห็นภาพและเข้าใจมากยิ่งขึ้น เช่น แอปพลิเคชัน Lark, Team Viewer, Zoom, Join.me, Flock และ Microsoft Teams (Benchachinda,2565)

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นว่าแอปพลิเคชันส่วนใหญ่มีฟังก์ชันการทำงานที่เฉพาะแบบ แต่ Microsoft Teams เป็นแอปพลิเคชันที่มีฟังก์ชันการใช้งานที่ครอบคลุม จึงเหมาะกับการทำงานที่บ้าน (Work From Home) อย่างมาก

Office 365 เป็น โปรแกรมที่ถูกพัฒนาขึ้น โดย Microsoft เน้นเรื่องความสามารถในการเชื่อมต่อกับระบบคลาวด์ (Cloud) เพื่อให้สามารถใช้งาน โปรแกรมต่างๆของตระกูล Microsoft ได้ แม้ไม่ได้ติดตั้งโปรแกรมไว้บนเครื่องคอมพิวเตอร์ ทำให้มีความยืดหยุ่นในการใช้งานสูง ใช้งานได้หลายเครื่องและทำงานที่ไหนก็ได้ เนื่องจากข้อมูลต่างๆถูกบันทึกและจัดเก็บในเซิร์ฟเวอร์ (Server) บนระบบคลาวด์สามารถดึงข้อมูลมาใช้งานต่อจากการบันทึกครั้งล่าสุดได้ไม่ว่าจะทำงานผ่านคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต โดยจะมองเห็นข้อมูลอัปเดตล่าสุดเหมือนกันซึ่ง Office 365 ประกอบด้วย แอปพลิเคชัน ซอฟต์แวร์และบริการอัน ได้แก่ Bookings, Calendar, Delve, Excel, Forms, Kaizala, Lists, OneDrive, OneNote, Outlook, Planner, Power Apps, Power Automate, Power BI, PowerPoint, Project, SharePoint, Streams, Sway, ToDo, Whiteboard, Word, Yammer และ Microsoft Teams (9Expert,2565) ดังข้อมูลที่แสดงในภาพที่ 1.1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1.1 แอปพลิเคชัน ซอฟต์แวร์และบริการในโปรแกรม Office 365

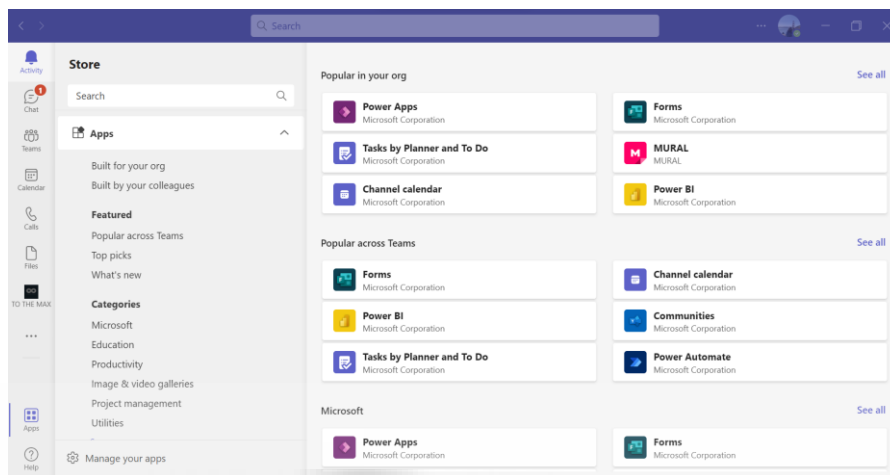
ที่มา: TBL's Teams Champion (2021)

Microsoft Teams คือ ซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชันหนึ่งของโปรแกรม Office 365 เป็นซอฟต์แวร์ Collaborative ที่ถูกออกแบบมาให้ผู้ใช้งานทำงานแบบ One stop service สามารถทำงานจบได้ภายในโปรแกรมเดียวเนื่องจากสามารถเชื่อมต่อกับโปรแกรมทั้งจาก Microsoft เช่น Microsoft Office, OneDrive for Business Power BI และโปรแกรมอื่นๆอีกมากมาย มีฟีเจอร์ที่รองรับการทำงานหลักๆ โดยสรุปคือ

1. Teams เป็นฟีเจอร์สำหรับสร้างพื้นที่การทำงานทั้งแบบส่วนตัวและสาธารณะ เช่น การแจ้งเตือนการทำงาน การเก็บข้อมูล ไฟล์งาน โดยผู้มีสิทธิ์สามารถเปิด และแก้ไขได้ เป็นต้น
2. Chats เป็นฟีเจอร์สำหรับสนทนาทั้งแบบส่วนตัวและแบบกลุ่มสามารถแชร์ไฟล์ต่างๆ
3. Meeting เป็นฟีเจอร์สำหรับประชุมออนไลน์ผ่านวิดีโอ โดยสามารถบันทึกการสนทนาเก็บไว้เรียกดูย้อนหลัง โดยมีเครื่องมือหลายอย่าง เช่น กระดาษโน้ต สติกเกอร์ เป็นต้น
4. Tab and Integration เป็นฟีเจอร์สำหรับการดึงข้อมูลรายงานหรือเว็บไซต์พาร์ทเนอร์มาแสดงที่ Teams
5. Chat Bot เป็นฟีเจอร์สำหรับตอบคำถามคู่สนทนาโดยอัตโนมัติ
6. Shift เป็นฟีเจอร์สำหรับบริหารจัดการทีม First Line
7. Live Event เป็นฟีเจอร์สำหรับถ่ายทอดวิดีโอ Live ของผู้พูดไปสู่ผู้ฟังทั้งหมดในองค์กร
8. Security เป็นฟีเจอร์สำหรับกำหนดสิทธิ์หรือกฎต่างๆในการเข้าถึง แก้ไขเปลี่ยนแปลง

ข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1.2 ฟีเจอร์ในซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชัน Microsoft Teams

ที่มา: TBL's Teams Champion (2021)

โดย Microsoft Teams รองรับการใช้งานทั้งแบบผ่านเว็บไซต์ โปรแกรมที่ติดตั้งบนเครื่องคอมพิวเตอร์ แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ตต่างๆ ที่ใช้ระบบปฏิบัติการ IOS และ Android (vstecs,2565)

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า Software และ Microsoft teams Application มีฟีเจอร์การใช้งานที่หลากหลายและครบถ้วนซึ่งจะช่วยสนับสนุนการทำงานแบบ Digital Workplace ที่สามารถปฏิบัติงานจากที่บ้านหรือที่ไหนก็ได้เพียงแค่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต จึงเป็นซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชันที่หลายองค์กรเลือกใช้ แต่ด้วยกรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงซึ่งเป็นศูนย์กลางการปกครองที่มีหน่วยงานราชการตั้งอยู่ 171 แห่ง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ,2565) หน่วยงานหน่วยรัฐวิสาหกิจตั้งอยู่ 60 แห่ง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ,2565) และเป็นศูนย์กลางการศึกษาที่มีโรงเรียนตั้งอยู่ 437 แห่ง(สำนักงานกลยุทธ์ศาสตร์การศึกษา,2563) สถาบันอุดมศึกษาตั้งอยู่ 70 แห่ง (prajakmarketing412,2565) นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งเศรษฐกิจหลักของประเทศไทยโดยมีสถานประกอบกิจการตั้งอยู่ทั้งหมด 106,830 แห่ง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ,2563) ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร และผู้วิจัยหวังว่าผลจากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรที่มีความสนใจใช้ Software และ Microsoft teams Application เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กรตนเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งาน อินเทอร์เน็ต ในกรุงเทพมหานคร

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งาน อินเทอร์เน็ต ในกรุงเทพมหานคร

1.2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต ในกรุงเทพมหานคร กับลักษณะประชากรศาสตร์

1.2.4 เพื่อเปรียบเทียบระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งาน อินเทอร์เน็ต ในกรุงเทพมหานครจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

1.3 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งาน อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร โดยมีขอบเขตดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรที่ใช้ในการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้คือนักเรียน นักศึกษา พนักงานเอกชน พนักงานข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ในเขต กรุงเทพมหานครจำนวน 402 คน

1.3.2 ขอบเขตทางด้านเนื้อหาประกอบด้วย

1.3.2.1 ตัวแปรต้น คือลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และ อาชีพ

1.3.2.2 ตัวแปรตาม คือพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ได้แก่ ความถี่ในการงานต่อเดือน ระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง ช่วงเวลาในการใช้งาน และประเภทของงานที่ใช้ และการยอมรับ Microsoft teams Application ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ความง่ายในการใช้งาน อิทธิพลของสังคม และสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน

1.3.3 ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มตัวอย่างทางการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เนื่องจากประชากรที่จะศึกษาสามารถแบ่งกลุ่มได้ 3 กลุ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังนั้น กลุ่มนักเรียนนักศึกษา กลุ่มพนักงานข้าราชการ-พนักงานรัฐวิสาหกิจ และกลุ่มพนักงานเอกชน โดยจะสุ่มกลุ่มละ 134 คน

1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย คือ ระยะเวลาดำเนินงานวิจัยโดยการแจกแบบสอบถามให้กับนักเรียน นักศึกษา พนักงานเอกชน พนักงานข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ในเขตกรุงเทพมหานคร และสรุปผลการศึกษาโดยใช้เวลาในการศึกษาในระหว่างเดือนมีนาคม 2565 ถึง เดือนพฤษภาคม 2566

1.4 สมมติฐานการศึกษา

1.4.1 สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application

1.4.1.1 สมมติฐานที่ 1.1 เพศของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application

1.4.1.2 สมมติฐานที่ 1.2 อายุของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application

1.4.1.3 สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application

1.4.1.4 สมมติฐานที่ 1.4 อาชีพของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application

1.4.2 สมมติฐานที่ 2 ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างกัน

1.4.2.1 สมมติฐานที่ 2.1 ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างกัน

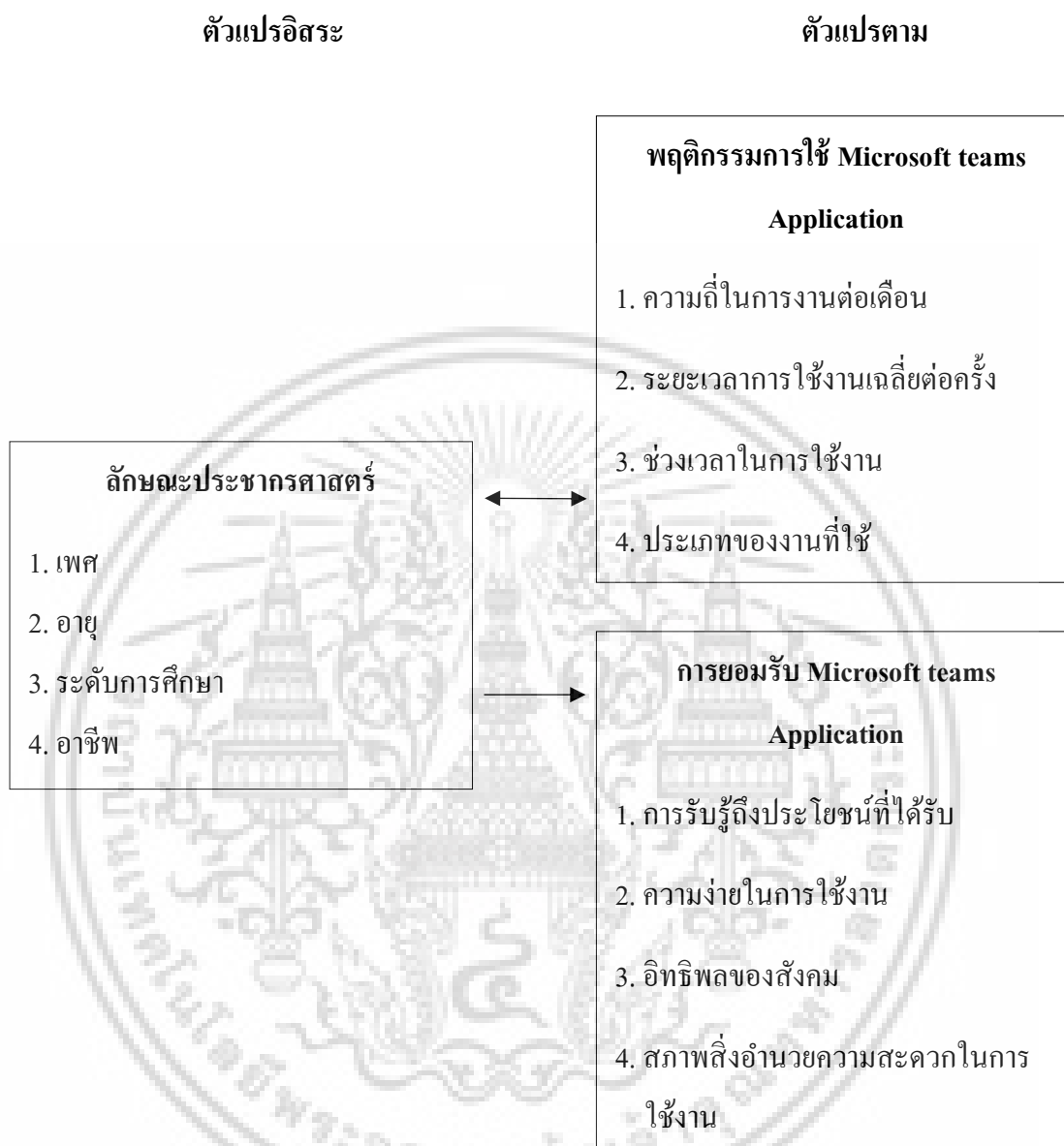
1.4.2.2 สมมติฐานที่ 2.2 ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างกัน

1.4.2.3 สมมติฐานที่ 2.3 ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างกัน

1.4.2.4 สมมติฐานที่ 2.4 ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 กรอบแนวคิดของการศึกษา



ภาพที่ 1.3 กรอบแนวความคิดของการศึกษา

1.6 นิยามศัพท์

1.6.1 Work from Home (WFH) หมายถึง การทำงานที่บ้านเป็นการทำงานที่พนักงานไม่ต้องเดินทางไปยังสถานที่ทำงาน แต่ยังคงได้รับเงินเดือน และเบี่ยงเคียงเหมือนกับการทำงานที่สถานที่ทำงานปกติ โดยใช้เทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคมเป็นเครื่องมือในการสื่อสารและดำเนินงานผ่านสัญญาณ Wi-Fi อาทิเช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต และแล็ปท็อป (sanook,2564)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6.2 ระบบเครือข่ายไร้สาย (Wireless LAN: WLAN) หรือ Wi-Fi หมายถึงเทคโนโลยีที่ช่วยให้การติดต่อสื่อสารระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์ 2 เครื่องขึ้นไปสามารถสื่อสารกันได้ โดยปราศจากการใช้สายสัญญาณในการเชื่อมต่อ แต่จะใช้คลื่นวิทยุเป็นช่องทางการสื่อสารแทน ซึ่งจะรับส่งข้อมูลระหว่างกันจะผ่านอากาศ ทำให้ไม่ต้องเดินสายสัญญาณ ซึ่งคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้านี้อาจจะเป็นคลื่นวิทยุ (Radio) หรืออินฟราเรด (Infrared) ก็ได้ (chatchaip,2556)

1.6.3 แอปพลิเคชัน (Application) คือ โปรแกรมหรือชุดสั่งที่ใช้ควบคุมการทำงานของคอมพิวเตอร์เคลื่อนที่และอุปกรณ์ต่อพ่วงต่างๆ เพื่อให้ทำงานตามคำสั่ง และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ โดยแอปพลิเคชัน (Application) จะต้องมีสิ่งที่เรียกว่า ส่วนติดต่อกับผู้ใช้ (User Interface หรือ UI) เพื่อเป็นตัวกลางการใช้งานต่างๆ โดยประเภทของแอปพลิเคชันมี 2 ประเภท ได้แก่ แอปพลิเคชันระบบ และแอปพลิเคชันที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ใช้ (Education App,2565)

1.6.4 การแชร์หน้าจอ (Screen Sharing) คือ เทคโนโลยีที่ช่วยให้สามารถแชร์เนื้อหาของหน้าจอของตนเองให้คู่สนทนาจากระยะไกล เพื่อวัตถุประสงค์ในการทำงานร่วมกันหรือเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆซึ่งสามารถดูเนื้อหาจากการแชร์หน้าจอได้แบบเรียลไทม์ โดยไม่ต้องส่งไฟล์จริงให้กับคู่สนทนา (techopedia,2565)

1.6.5 คลาวด์ (Cloud) คือ กลุ่มเครื่องเซิร์ฟเวอร์ และศูนย์ข้อมูลเพื่อให้บริการเก็บข้อมูลบนพื้นที่ดิจิทัล ซึ่งแตกต่างจาก Storage รูปแบบอื่นๆ เนื่องจากไม่จำเป็นต้องมีอุปกรณ์เชื่อมต่อกับเครื่องคอมพิวเตอร์ เพียงแค่อุปกรณ์สามารถเข้าถึง Internet ได้ก็สามารถเข้าถึง Cloud ได้ ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดในโลก (Unnote,2563)

1.6.6 เซิร์ฟเวอร์ (Server) คือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์คอมพิวเตอร์แม่ข่ายที่มีประสิทธิภาพสูง มีความเสถียรสามารถให้บริการแก่ผู้ใช้ได้เป็นจำนวนมาก ทำหน้าที่ให้บริการแก่คอมพิวเตอร์ตัวอื่นๆ เพื่อ Support เครื่อง PC ตัวอื่นๆ หรือที่เรียกว่าเครื่องลูก

1.6.7 การยอมรับเทคโนโลยี คือ การทำความเข้าใจในเทคโนโลยี และการตัดสินใจที่จะยอมรับเทคโนโลยีแล้วนำเทคโนโลยีมาใช้งานในชีวิตประจำวัน คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of use) ความตั้งใจที่จะใช้ (Intention to Use) การรับรู้ถึงความเสี่ยง (Perceived Risk) ทักษะคติที่มีต่อการใช้ (Attitude toward Using) และการนำมาใช้งานจริง (Actual Use) เป็นต้น (Chu & Chu,2554)

1.6.8 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ หมายถึง ระดับการรับรู้ของแต่ละบุคคลว่า ซอฟต์แวร์หรือแอปพลิเคชันรูปแบบใหม่ๆ จะสามารถมีส่วนช่วยในการพัฒนาปรับปรุง เปลี่ยนแปลงเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยามให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประสิทธิภาพการทำงานให้กับผู้ใช้งาน มีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานสำหรับยุคแห่งการทำงานที่บ้าน (Work From Home)

1.6.9 ความง่ายในการใช้งาน หมายถึง ระดับความเชื่อมั่นของผู้ใช้งานซอฟต์แวร์หรือแอปพลิเคชันที่จะใช้ที่คาดหวังว่าระบบต้องมีการทำงานที่ไม่ซับซ้อน มีขั้นตอนการใช้งานง่ายไม่ต้องใช้ความพยายามในการใช้มาก และสามารถใช้งานผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่อื่นๆ ได้ง่าย

1.6.10 อิทธิพลของสังคม หมายถึง การรับรู้ของแต่ละบุคคลว่า กลุ่มบุคคลที่มีความสำคัญต่อบุคคลได้ให้ความคาดหวังหรือเชื่อว่าแต่ละบุคคลควรใช้เทคโนโลยีใหม่ (สุกัสนันท์ เกิดสวัสดิ์ และสุมาลย์ ปานคำ, 2562) เช่น หน่วยงานหรือเพื่อนร่วมงานที่ท่านสังกัดมีส่วนทำให้ท่านใช้งาน

1.6.11 สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน หมายถึง ปัจจัยพื้นฐานที่บุคคลนั้นมีเป็นสิ่งส่งเสริมหรืออำนวยความสะดวกให้เกิดการใช้งานแอปพลิเคชัน ทั้งในด้านความพร้อมในการใช้งานและความสอดคล้องเหมาะสมกับความรู้ความสามารถในการใช้งาน ได้เป็นอย่างดีส่งผลเชิงบวกต่อด้านพฤติกรรมการใช้งาน (สุมาลย์ ปานคำ และเบญจพร กาทอง, 2565) เช่น มีคู่มือแนะนำในการติดตั้ง และใช้งาน มีทีมสนับสนุนให้คำปรึกษา และแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 เพื่อทราบถึงพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร

1.7.2 เพื่อทราบถึงปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร

1.7.3 เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการศึกษาหาความรู้

1.7.4 เพื่อใช้ข้อมูลจากการศึกษาเป็นส่วนประกอบการตัดสินใจนำ Microsoft teams Application มาใช้ในสถานศึกษา หรือองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งาน อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ เนื้อหาของงานวิจัยมาเพื่อประกอบการวิจัยในครั้งนี้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
- 2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับ Microsoft teams application
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี

Roger and Shoemaker (1978) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี หมายถึง การตัดสินใจที่จะนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีนั้นไปใช้อย่างเต็มที่ เนื่องจากเป็นวิธีที่ดี และมีประโยชน์มากกว่าการยอมรับของบุคคล โดยจะตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธจากการปฏิบัติ ตามการตัดสินใจ และยืนยันผลการปฏิบัตินั้น ซึ่งกระบวนการนี้อาจจะใช้เวลาช้าหรือเร็วขึ้นอยู่กับ ปัจจัยที่สำคัญ คือ ตัวบุคคล และลักษณะของนวัตกรรม โดยกระบวนการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี เกิดขึ้นทางจิตใจภายในของบุคคลเริ่มจากการ ได้ฟังเรื่องนั้นๆจากบุคคลอื่น จนเริ่ม ยอมรับและนำไปปฏิบัติในที่สุด ซึ่งกระบวนการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีมี 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การรับรู้ (Awareness stage) เป็นขั้นเริ่มแรกที่จะนำไปสู่การยอมรับหรือปฏิเสธ สิ่งใหม่ หรือวิธีการใหม่ (นวัตกรรม) ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพ หรือกิจกรรม โดยที่ยังไม่มีความรู้สึกซึ่งเกี่ยวกับเนื้อหา หรือคุณประโยชน์ของนวัตกรรม การรับรู้ส่วนใหญ่จะเกิดจากความบังเอิญซึ่งจะส่งผู้ให้ตัวบุคคลเกิดความอยากรู้ และแก้ปัญหาที่ตัวบุคคลมีอยู่

ขั้นตอนที่ 2 สนใจ (Interest stage) เป็นขั้นที่เริ่มมีความสนใจรายละเอียดเกี่ยวกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีซึ่งจะใช้วิธีการคิดมากกว่าขั้นแรก โดยเริ่มค้นหาและศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับ วิทยาการใหม่ๆอย่างตั้งใจ ทำให้ได้รับความรู้เกี่ยวกับวิธีการใหม่มากขึ้น

ขั้นตอนที่ 3 ประเมินค่า (Evaluation Stage) เป็นขั้นที่บุคคลเริ่มจะไตร่ตรองถึงประโยชน์ในการลองใช้วิธีการใหม่ๆ โดยจะเปรียบเทียบระหว่างข้อดีและข้อเสียว่าเมื่อนำมาใช้แล้วจะเป็น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประโยชน์ต่อบุคคลอย่างไรบ้าง หากเมื่อเปรียบเทียบแล้วมีข้อดีมากกว่าข้อเสียบุคคลจะตัดสินใจเลือกใช้ โดยบุคคลนั้นมักจะคิดว่าการใช้วิทยาใหม่ๆเป็นการเสี่ยงทำให้ไม่แน่ใจถึงผลที่จะได้รับ ในขั้นนี้จึงต้องมีการสร้างแรงผลักดัน (Reinforcement) เพื่อเป็นการสร้างความรู้สึกที่ดีต่อนวัตกรรมมีคุณค่าและมีประโยชน์

ขั้นตอนที่ 4 ทดลอง (trial stage) เป็นขั้นทดลองใช้นวัตกรรม และเทคโนโลยีใหม่กับกลุ่มบุคคลจำนวนไม่มาก เพื่อตรวจสอบผลลัพธ์และประโยชน์ที่จะได้รับว่าดีจริงอย่างที่คิดไว้ในขั้นประเมินหรือไม่ ซึ่งผลการทดลองจะมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจที่จะปฏิเสธหรือยอมรับต่อไป

ขั้นตอนที่ 5 ยอมรับ (adoption stage) เป็นขั้นที่บุคคลยอมรับนวัตกรรม และเทคโนโลยีใหม่ โดยการนำไปใช้ในการปฏิบัติกิจกรรมของบุคคลอย่างเต็มที่ หลังจากได้ทดลองปฏิบัติและเห็นถึงประโยชน์

คุณลักษณะและพฤติกรรมของผู้ยอมรับนวัตกรรม

Rogers (1983) ได้ให้คำอธิบายคุณลักษณะและพฤติกรรมของผู้ยอมรับนวัตกรรม ในระดับต่างๆ โดยพิจารณาจากค่านิยม คุณลักษณะส่วนตัว พฤติกรรมการสื่อความรู้ และ ความสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งสามารถแบ่งประเภทบุคคลออกได้เป็น 5 ประเภท ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 คุณลักษณะและพฤติกรรมของผู้ยอมรับนวัตกรรม

ประเภทของผู้ยอมรับ	ค่านิยม	คุณลักษณะส่วนตัว	พฤติกรรม การสื่อความรู้	ความสัมพันธ์ทางสังคม
1. ผู้นำการยอมรับ (Innovators) 2.5%	นิยมการกล้าได้กล้าเสีย	อายุน้อยที่สุด สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจสูง มีความสามารถเฉพาะทางสูงมาก	มีการติดต่ออย่างใกล้ชิดกับแหล่งความรู้ทางวิทย์ มีปฏิสัมพันธ์กับผู้นำการยอมรับคนอื่นๆ สามารถจะใช้แหล่งความรู้ที่มีใช้บุคคลมากกว่าคนอื่น	เป็นผู้นำความคิดเห็นในบางครั้ง บางคราวมีการติดต่อกว้างขวาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ประเภทของผู้ยอมรับ	ค่านิยม	คุณลักษณะส่วนตัว	พฤติกรรม การสื่อความรู้	ความสัมพันธ์ทางสังคม
2. ผู้ยอมรับเร็ว (Early Adopters) 13.5%	มักได้รับการยกย่องนับถือจากคนอื่นและเป็นแบบอย่างแก่คนทั่วไป	สถานภาพทางสังคมสูง และมีความสามารถเฉพาะทางสูง	มีการติดต่อระหว่างผู้นำสูง	เป็นผู้นำทางความคิด
3. ผู้ยอมรับปานกลาง (Early Majority) 34%	รอบคอบสุขุม จะรับก็ต่อเมื่อคนกลุ่มเดียวกับตนยอมรับไปแล้ว	สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจธรรมดา	มีการติดต่อระหว่างผู้นำบ้างพอสมควร	เป็นผู้นำทางความคิดบ้างโอกาส
4. ผู้ยอมรับค่อนข้างช้า (Late Majority) 34%	มักจะระแวงสงสัยก่อนยอมรับ	สถานภาพทางสังคมค่อนข้างต่ำ	มักจะได้รับความคิดจากคนอื่น ใช้ประโยชน์จากการ์ตูนติดต่อสื่อสารน้อย	ไม่ใคร่แสดงความคิดเห็น
5. ผู้ยอมรับช้า (Laggards) 16%	ยึดมั่นในประเพณีดั้งเดิม คิดฝังอยู่ในอดีต	มีความถนัดเฉพาะเล็กน้อย สถานภาพทางสังคมต่ำ	การติดต่อสื่อสารส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มเพื่อนและญาติ	แสดงความ เป็นผู้นำน้อยมาก มักจะเก็บตัว

โดย Rogers ได้อธิบายถึงคุณลักษณะและพฤติกรรมของผู้ยอมรับนวัตกรรมข้างต้นไว้ ดังนี้

1. ผู้นำการยอมรับ (Innovators) มักจะมีความได้กล้าเสี่ยง และชอบทำการทดสอบทดลอง จึงทำให้เกิดการขวนขวายหาความรู้ โดยมันจะเป็นกลุ่มบุคคลที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดี มีรายได้สุทธิสูง มีทรัพย์สินมากพอสำหรับความเสี่ยงในการทดลอง นอกจากนี้ยังเป็นกลุ่มที่กล้าจะยอมรับความล้มเหลวที่อาจจะเกิดขึ้นได้ มีความสามารถ และความรู้ดีพอที่จะเข้าใจ และตามทันแนวคิดนวัตกรรม มีความกระตือรือร้น คล่องแคล่วมาก บุคคลกลุ่มนี้มักจะถูกมองว่าเป็นกลุ่มที่มีหัวก้าวหน้า และไม่ยอมตามสังคม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ผู้ยอมรับเร็ว (Early Adopters : respectable) บุคคลกลุ่มนี้มักจะสามารถช่วยพัฒนาสังคม ได้ดีกว่ากลุ่มผู้นำการยอมรับ เนื่องจากเป็นตัวอย่างที่ดีในด้านการยอมรับนวัตกรรม อีกทั้งยังเป็นที่ ยอมรับนับถือของสมาชิกในกลุ่ม ไม่ก้าวหน้าเกินไปในด้านความคิดจนในกลุ่มเดียวกันตามไม่ทัน เหมือนกลุ่มผู้นำการยอมรับ งานของบุคคลกลุ่มผู้ยอมรับเร็ว นั้นมักจะประสบผลสำเร็จเสมอ เพราะ มักจะดำเนินการด้วยการไตร่ตรองอย่างรอบคอบ เพื่อคงไว้ซึ่งการยอมรับนับถือของบุคคลในกลุ่ม โดยบุคคลในกลุ่มนี้มันจะเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดี ฉลาด ชอบแสดงความคิดเห็น และชอบมีส่วนร่วม ในกิจกรรมของ สังคม

3. ผู้ยอมรับปานกลาง (Early Majority) บุคคลกลุ่มนี้มักจะพิจารณาทุกอย่างให้รอบคอบ ก่อนที่จะยอมรับนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ โดยการตัดสินใจยอมรับของบุคคลกลุ่มนี้จะ ใช้เวลานานกว่ากลุ่มผู้นำการยอมรับ และกลุ่มผู้ยอมรับเร็ว ซึ่งลักษณะของบุคคลกลุ่มนี้มักจะเป็นผู้ มีความสัมพันธ์ในระดับสูงกับสมาชิกในกลุ่ม แต่ไม่ได้เป็นผู้นำกลุ่ม

4. ผู้ยอมรับค่อนข้างช้า (Late Majority) บุคคลกลุ่มนี้มักจะยอมรับนวัตกรรมก็ต่อเมื่อมีการ ยอมรับนวัตกรรม หรือเทคโนโลยีแล้วมากกว่าครึ่ง เนื่องจากมีการทดลองและประเมินผลจากบุคคล ในกลุ่มเดียวกันว่าดีจริง การยอมรับของคนกลุ่มนี้ส่วนหนึ่งมาจากปัญหาทางเศรษฐกิจ อีกส่วนหนึ่ง มาจากแรงผลักดันทางสังคมมักจะ ไม่ชอบแสดงความคิดเห็น

5. ผู้ยอมรับช้า (Laggards Traditional) บุคคลกลุ่มนี้มักจะเป็นกลุ่มสุดท้ายที่ยอมรับ นวัตกรรม หรือเทคโนโลยีใหม่ เนื่องจากบุคคลกลุ่มนี้มักจะ ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง ชอบทำตาม รุ่นเก่า มักจะยึดถืออะไรแบบเดิม และไม่สนใจโลกภายนอก โดยจะพบปะสังสรรค์เฉพาะกับคนที่ มี ค่านิยมเหมือนกันสิ่งเหล่านี้เป็นสาเหตุสำคัญที่ชะลอการยอมรับ

สาเหตุที่ทำให้ไม่เกิดการยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่ดีมีทั้งหมด 3 ประการ ดังนี้

1. การละเลยไม่เอาใจใส่ (Ignorance) คือ ไม่รู้ว่าอะไรที่สามารถทำได้ในเรื่องใหม่ๆ
2. ขาดความสามารถที่จะประกอบการ (Inability) คือ รู้ว่าจะทำอะไร แต่ขาดปัจจัยในการ ดำเนินการ
3. ขาดความตั้งใจจริง (Unwillingness) คือ รู้ว่าจะทำอะไร อย่างไร มีความพร้อม ความสามารถที่จะทำได้แต่ไม่ต้องการทำ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรม

Rogers (1983) ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยและลักษณะทางเศรษฐกิจ (Socioeconomic characteristics) ซึ่งเป็นลักษณะการยอมรับนวัตกรรมของบุคคล ดังนี้

1. ผู้ยอมรับนวัตกรรมก่อนมีอายุไม่แตกต่างจากผู้ยอมรับนวัตกรรมในภายหลัง
2. ผู้ยอมรับนวัตกรรมก่อนมีจำนวนระยะเวลาในการศึกษามากกว่าผู้ยอมรับ นวัตกรรมใน ภายหลัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ผู้ยอมรับนวัตกรรมก่อนมีความสามารถในการเรียนรู้ และการอ่านออก เขียนได้ดีกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมในภายหลัง

4. ผู้ยอมรับนวัตกรรมก่อนมีสถานะทางสังคม รายได้ระดับความเป็นอยู่ ลักษณะอาชีพ เศรษฐกิจ สูงกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมในภายหลัง

5. ผู้ยอมรับนวัตกรรมก่อนมีการเคลื่อนย้ายสถานภาพทางสังคมมากกว่า ผู้ยอมรับนวัตกรรมในภายหลัง

6. ผู้ยอมรับนวัตกรรมก่อนเป็นผู้ที่ยอมรับสิ่งใหม่ๆ มากกว่าผู้ยอมรับ นวัตกรรมในภายหลัง

7. ผู้ยอมรับนวัตกรรมก่อนมีประสบการณ์การเข้าร่วมกิจกรรมในสังคม มากกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมในภายหลัง

8. ผู้ยอมรับนวัตกรรมก่อนมีความชำนาญเฉพาะทางมากกว่าผู้ยอมรับ นวัตกรรมในภายหลัง

สภาพเงื่อนไขในสังคม (environmental conditions)

คำดี ทองชิว และเผ่าไทย ทองชิว (2526) กล่าวว่า มีบางอย่างที่ทำให้การยอมรับนวัตกรรม หรือเทคโนโลยีเป็นไปช้า อันได้แก่

1. ความต้องการคงไว้ซึ่งสภาพเดิม ตามปกติในสังคมมักจะไม่นิยมการเปลี่ยนแปลงด้วยเหตุผล ดังต่อไปนี้

1.1 ไม่ต้องการเสียเวลาให้กับการสร้าง หรือการเผยแพร่ นวัตกรรมใหม่ เนื่องจาก ส่วนส่วนใหญ่ต้องใช้เวลาไปกับการปฏิบัติหน้าที่หลัก อีกทั้งกำลังคน และทรัพยากรอื่นก็มีอยู่อย่างจำกัด ทำให้เลือกที่จะปฏิบัติงานประจำเท่านั้น

1.2 ความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานต่างๆ ในสังคม แม้ว่าดูเหมือนจะแยกกันเป็นอิสระไม่ขึ้นต่อกัน แต่การนำเอาความเปลี่ยนแปลงเข้ามาใช้กับหน่วยงานหนึ่งย่อมกระทบกระเทือนต่อความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานนั้นกับหน่วยงานอื่น จึงทำให้เกิดการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

1.3 ความมั่นคงของบุคลากรในหน่วยงาน ไม่ว่าจะ เป็นบุคลากรระดับใด ต่างก็ต้องการที่จะคงไว้ซึ่งสถานภาพเดิมที่เขาเคยชินและถนัด การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจะส่งผลกระทบต่อหน้าที่เคยปฏิบัติอยู่ในแบบเดิม ย่อมก่อให้เกิดความระแวงสงสัยทำให้เกิดการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงขึ้น

2. แรงผลักดันจากสถานการณ์รอบตัว ส่วนใหญ่แล้วการเปลี่ยนแปลงล้วนแต่เป็นผลงานของแรงผลักดันระดับสังคมหรืออาจจะเป็นระดับประเทศ กล่าวคือ เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นในสังคมหนึ่งทำให้สังคมใกล้เคียงมีแนวโน้มที่จะได้รับการเปลี่ยนแปลงด้วย โดยในการเปลี่ยนแปลงแต่ละครั้งมักจะมีผู้ที่ต่อต้านการเปลี่ยนแปลง ซึ่งผู้ที่ต่อต้านการเปลี่ยนแปลงนี้ ไม่มีความประสงค์

ต่อความสำเร็จของสังคม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. แรงผลักดันจากภายใน ส่วนใหญ่เกิดจากความไม่พอใจต่อสถานภาพและผลประโยชน์ โดยสถานภาพที่ต้องการมีความแตกต่างจากสถานภาพที่เป็นอยู่ ทำให้เกิดความต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงซึ่งบางครั้งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเป็นผลมาจากความต้องการที่จะรักษาสถานภาพ ความมั่นคงของสังคมภายใน อาจเนื่องมาจากเกิดปัญหาที่กระทบกระเทือนต่อความมั่นคงของสังคมเป็นอย่างมาก จึงมีความจำเป็นที่จะต้องเปลี่ยนแปลงสภาพดังกล่าว เพื่อให้สังคมคืนสู่สภาพเดิม

4. ปัจจัยที่สนับสนุนหรือจำกัดการเปลี่ยนแปลงมีดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่ 1 สถานภาพทางการเงินของสังคมนั้น การยอมรับความเปลี่ยนแปลงภายในสังคมขึ้นอยู่กับความสามารถในการลงทุนของสมาชิกในสังคม ถ้ามีกำลังลงทุนมากความพร้อมในการใช้นวัตกรรม และการยินยอมที่จะทดลองใช้งานย่อมมีมาก

ปัจจัยที่ 2 ลักษณะค่านิยมของสังคมมีความสำคัญมาก โดยสังคมที่เป็นพวกอนุรักษ์กับพวกนิยมการเปลี่ยนแปลงมีผลต่อการยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรมเป็นอย่างมาก

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี

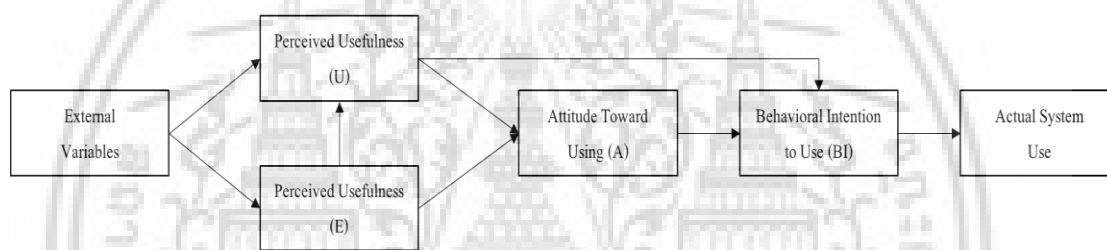
แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Theory of Acceptance Model : TAM) เป็นทฤษฎีที่ได้รับการพัฒนาขยายองค์ความรู้มาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action : TRA) ของไอเซนและฟิชบายน์ มีจุดประสงค์เพื่อทำนายการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีในการทำงาน (Davis, 1989) อธิบายว่าบุคคลหนึ่งจะมีการยอมรับเทคโนโลยีได้เกิดจากปัจจัยหลัก 2 ประการได้แก่

1. การรับรู้ว่ามีประโยชน์ (Perceived of Usefulness: PU) และการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU)

1.1 การรับรู้ว่ามีประโยชน์ (Perceived Usefulness: PU) เป็นตัวแปรหลักที่สำคัญของ TAM ซึ่งหมายถึง ระดับที่บุคคลเชื่อว่าการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศจะเพิ่มสมรรถภาพและประสิทธิภาพในการทำงานให้มากขึ้น การที่บุคคลรับรู้ว่ายอมรับเทคโนโลยีที่นำมาใช้นั้นก่อให้เกิดประโยชน์และเสนอทางเลือกที่มีคุณค่าสำหรับการปฏิบัติงานเดียวกัน รวมทั้งถ้าใช้เทคโนโลยีใหม่นี้จะทำให้ได้งานที่มีคุณภาพดีขึ้นหรือทำให้งานเสร็จเร็วขึ้น ซึ่งส่งผลให้มีรายได้เพิ่มขึ้น ถือเป็นแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) (Agarwal & Prasad, 1999) ในทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีถือว่าการรับรู้ประโยชน์เป็นปัจจัยสำคัญที่บ่งชี้ถึงการยอมรับ (Adoption) หรือความตั้งใจที่จะใช้งานและการใช้งานเทคโนโลยี (Usage) อันเนื่องมาจากการรับรู้ว่ามีประโยชน์มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการยอมรับ และการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการใช้งานโดยส่งผ่านพฤติกรรมการยอมรับ (Agarwal & Prasad, 1999)

1.2 การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU) เป็นตัวแปรหลักที่สำคัญของ TAM อีกตัวแปรหนึ่ง ซึ่งหมายถึงระดับที่ผู้ใช้งานคาดหวังต่อเทคโนโลยีที่เป็นเป้าหมายที่จะใช้งานว่าต้องมีความง่าย และมีความเป็นอิสระจากความมานะพยายาม (ไม่ใช่ว่าใช้งานอยู่บ่อย ๆ แล้วจึงทำให้ง่าย) เทคโนโลยีใดที่ใช้งานง่าย และสะดวกไม่ซับซ้อน มีความเป็นไปได้มากที่จะได้รับการยอมรับจากผู้ใช้งาน การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการยอมรับหรือความตั้งใจที่จะใช้งานและมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการใช้งานโดยส่งผ่านพฤติกรรมการยอมรับ (Agarwal & Prasad, 1999) นอกจากนี้ ยังพบว่าการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ด้วย (Agarwal & Prasad, 1999)

2. เจตคติของผู้ใช้งาน (Attitude Toward Using: A) ความตั้งใจกระทำ (Behavioral Intentions: BI) และพฤติกรรมการใช้งานคอมพิวเตอร์จริง (Actual Computer Usage Behavior) ดังข้อมูลที่แสดงในภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Theory of Acceptance Model : TAM)

ที่มา : David MIS Quarterly Page 319-340 (1989)

ตัวแปรภายนอก (External Variables)

อิทธิพลของตัวแปรภายนอกจากการรับรู้ของแต่ละบุคคลที่มีอิทธิพลแตกต่างกัน ซึ่งได้แก่ ประสบการณ์ ความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อ และพฤติกรรมทางสังคม ที่มีผลต่อการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน และการรับรู้ถึงประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ คือ ปัจจัยที่กำหนดการรับรู้ในแต่ละบุคคลว่าเทคโนโลยีสารสนเทศมีส่วนช่วยพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานได้อย่างไร และเป็น ปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้

การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness)

Davis (1989) อธิบายว่าการรับรู้ถึงประโยชน์ คือระดับความเชื่อเฉพาะบุคคลต่อการใช้งานเทคโนโลยี ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน โดยบุคคลจะใช้หรือไม่ใช้ขึ้นอยู่กับว่าสิ่งนั้นจะสามารถทำให้ถูกต้อง มีประสิทธิภาพมากขึ้น และช่วยให้การทำงานดีขึ้นหรือไม่

อรวรรณ สุขยานี (2558) กล่าวว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) หมายถึงระดับของผู้ใช้งานที่เชื่อว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในงานของตน โดยในการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศึกษาวิจัยครั้งนี้ ตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ เป็นการศึกษถึงการรับรู้ของ ผู้ใช้งานถึงคุณค่า ประโยชน์ หรือสิ่งที่ได้จากการใช้งานระบบการเรียนการสอนออนไลน์ช่วยเพิ่ม ประสิทธิภาพในการเรียน เป็นการเรียนที่สะดวกสบาย เรียนรู้ได้ไม่จำกัดครั้ง ไม่จำกัดเวลา สามารถ เข้าถึงได้ทุกที่ เข้าถึงได้ง่าย

วนิดา ตะนุรักษ์ และคณะ (2560) กล่าวว่า การรับรู้ประโยชน์ (Perceive Usefulness) คือ การวัดระดับขั้นของบุคคลที่เชื่อว่า ถ้าหากมีการใช้ระบบสารสนเทศที่มีการพัฒนาขึ้นมาใหม่ ระบบสารสนเทศจะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กร ที่ทำงานอยู่นั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use)

ได้รับการพัฒนามาจากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (The Technology Acceptance Model- TAM) เพื่อใช้ในการอธิบาย และคาดการณ์ถึงการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศในหลายๆ ปัจจัย Davis (1989) กล่าวว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน หมายถึง กระบวนการรับรู้ว่าการใช้เทคโนโลยีนั้นๆ ส่งผลให้ทราบถึงการใช้งานที่ง่ายขึ้น โดยไม่ต้องอาศัยความพยายามมากนัก อีกทั้งยัง เพิ่มประสิทธิภาพการใช้งาน และเป็นประโยชน์

เจดน์ จินดาโรจน์ (2556) กล่าวว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) คือ ระดับความเชื่อมั่นของผู้ใช้งานเทคโนโลยีที่จะใช้ที่คาดหวังว่าต้องมีความง่ายในการใช้งาน และไม่ต้องใช้ความพยายามในการใช้มาก การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยี และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีโดยส่งผ่านไปถึงการรับรู้ประโยชน์

ทัศนคติต่อการใช้งาน (Attitude Toward Using)

จิฎาภา แก้วแทน (2557) ได้กล่าวว่า ทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการ (Attitude toward using) หมายถึง ความเชื่อ ความคิดเห็น และความคาดหวัง ของผู้ใช้บริการที่ทำให้เกิดการแสดงพฤติกรรม การกระทำต่าง ๆ ซึ่งจะทราบผลที่ได้รับแน่นอนและมีการประเมินผลลัพธ์ ที่ออกมานั้น (จิฎาภา แก้วแทน, 2557)

Schiffman & Kanuk (1994) ได้ให้ความหมายของทัศนคติ คือ ความโน้มเอียงที่เรารู้ เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึงการแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่าบุคคลมีความโน้มเอียง พึงพอใจหรือไม่พอใจต่อบางสิ่ง เป็นผลของกระบวนการทางจิตวิทยา ทัศนคติไม่สามารถสังเกตเห็น ได้โดยตรง แต่ต้องแสดงว่าบุคคล กล่าวถึงอะไรหรือทำอะไร

วิรัชฐา สุริยไพฑูรย์ (2560) ให้ความหมายของทัศนคติ คือ ความรู้สึกของแต่ละบุคคลที่ตอบสนองต่อสิ่งต่าง ๆ รอบตัว เช่น สิ่งของ บุคคล และสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยแสดงความรู้สึกออกมาในรูปแบบของความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ความต้องการหรือไม่ต้องการ เป็นต้น และสามารถประเมินออกมาเป็นระดับ เช่น ชอบมากหรือน้อย นอกจากนี้ทัศนคติถูกสร้างขึ้นและ

สามารถเปลี่ยนแปลงได้จากการเรียนรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ ซึ่งไม่สามารถพิจารณาได้โดยตรง ต้องมีการสังเกตจากพฤติกรรมและคำพูด ซึ่งงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่าทัศนคติของผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกมา ทัศนคติต่อการใช้งาน (Attitude Toward Using) คือ ความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อการใช้หรือ ความสนใจที่จะใช้ระบบเทคโนโลยีหรือยอมรับการใช้งาน

ความตั้งใจใช้ (Behavior Intention) และใช้งานจริง (Actual Use)

การตั้งใจที่จะใช้งานมักจะขึ้นอยู่กับบุคคลแต่ละบุคคลว่ามีพฤติกรรมที่สนใจใช้เทคโนโลยี และใช้งานจริง (Actual Use) อย่างไร การที่บุคคลใดจะยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีนั้นๆ ขึ้นอยู่กับ การรับรู้ถึงประโยชน์ คือส่วนแรกที่ใช้จะต้องประเมินเทคโนโลยีผู้ใช้จะสนใจการใช้งาน เทคโนโลยีก็ต่อเมื่อเทคโนโลยีนั้นสามารถสร้างประโยชน์ให้กับตนได้ หากผู้ใช้ไม่สามารถมองเห็นถึงประโยชน์ ของเทคโนโลยีจะทำให้ความสนใจในการยอมรับเทคโนโลยีนั้นน้อยลงหรืออาจไม่สนใจเลย การรับรู้ถึงความง่าย คือ การที่ผู้ใช้ตระหนักว่าเทคโนโลยีนั้นสามารถเข้าถึงได้ง่าย และสามารถใช้ได้ทุกเมื่อที่อยากจะใช้ ถือว่าเป็นส่วนสำคัญที่ตัดสินใจว่าผู้ใช้นั้นจะยอมรับเทคโนโลยีนั้นหรือไม่ หากผู้ใช่มองว่าการเปลี่ยนแปลงเพื่อใช้เทคโนโลยีนั้นทำได้ยากผู้ใช้นั้นจะไม่ยอมรับต่อการเปลี่ยนแปลง และทัศนคติต่อการใช้งาน คือความรู้สึกนึกคิดที่ผู้ใช้ใช้ในการตัดสินใจว่าจะยอมรับ เทคโนโลยีนั้นหรือไม่ เปรียบเสมือนการประเมินภาพรวมของเทคโนโลยีเท่าที่ผู้ใช้ได้รับรู้ มา มี ผลอย่างมากต่อการตัดสินใจว่าจะยอมรับเทคโนโลยีนั้น หรือไม่

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค

Engel, Blackwell, & Miniard (1993) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องโดยตรงในการได้รับการบริโภคและการกำจัดผลิตภัณฑ์และบริการหลังการใช้ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อนและหลังการกระทำกิจกรรมเหล่านี้

ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ (2538) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจรวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

ศิริรัตน์ ฌ ปทุม และคณะ (2550) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาและการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อน และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำประเด็นสำคัญของ คำจำกัดความก็คือ กระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อน (Precede) หมายถึง ลักษณะทางพฤติกรรมของ ผู้บริโภคในขณะที่ใดขณะหนึ่งที่ผู้บริโภคซื้อสินค้านั้น จะมีกระบวนการทางจิตวิทยาและสังคมวิทยา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่มีส่วนสร้างสมและขัดเกลาทัศนคติรวมทั้งค่านิยมทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior theory) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นที่ผ่านเข้ามาทางความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคเปรียบเสมือนกล่องดำ (Buyer's Black Box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อจุดเริ่มต้นอยู่ที่มีสิ่งมากระตุ้นทำให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Buyer's Purchase Decision) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538 อ้างถึงใน ชัยณรงค์ ทราaylor, 2552 หน้า 8)

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกของบุคคลต่อเหตุการณ์ต่างๆ ทั้งที่สามารถสังเกตพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ และการใช้สินค้าหรือบริการ โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องมีการตัดสินใจ ทั้งก่อนและหลังการกระทำต่างๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความพอใจและความต้องการของบุคคล

ทฤษฎีเกี่ยวกับการค้นหาพฤติกรรมของผู้บริโภค คือ 6 Ws และ 1 H

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภค ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคจะอาศัยคำถาม 6 Ws และ 1 H ซึ่งประกอบด้วย Who, What, Why, When, Where และ How เพื่อค้นหาลักษณะที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค 7 ประการ หรือ 7 O's ซึ่งประกอบด้วย Occupants, Objects, Objectives, Organization, Occasions, Outlet และ Operations (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541, หน้า 126) โดยมีการกำหนดคำถาม ดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 ตารางวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบ 7O's	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน 1) ประชากรศาสตร์ 2) ภูมิศาสตร์ 3) จิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์ 4) พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์การตลาด (4Ps) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการ ส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม และสามารถสนองความพึง พอใจของกลุ่มเป้าหมายได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบ 7O's	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	<p>สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่ง ที่ ผู้ บริ โภ ก ค ต้องการจากผลิตภัณฑ์ก็คือ คุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์และความแตกต่างที่เหนือกว่า</p> <p>คู่แข่ง (Competitive Differentiation)</p>	<p>กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ผลิตภัณฑ์หลัก 2) รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ 3) ผลิตภัณฑ์ควบ 4) ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง 5) ศักยภาพ
3. ทำไมผู้บริโภคถึงต้องซื้อ (Why does the Consumer buy?)	<p>วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้ บริ โภ ก ค ซื้อ สินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา</p> <p>ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อคือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา 2) ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม 3) ปัจจัยเฉพาะบุคคล 	<p>กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ 2) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด 3) กลยุทธ์ด้านราคา 4) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	<p>บทบาทของกลุ่มต่าง (Organizations) มีอิทธิพลในการตัดสินใจซึ่งประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ผู้ริเริ่ม 2) ผู้มีอิทธิพล 3) ผู้ตัดสินใจซื้อ 4) ผู้ซื้อ 5) ผู้ใช้ 	<p>กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ การโฆษณา และกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดโดยใช้กลุ่มอิทธิพล</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบ 7O's	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the Consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือ ช่วงฤดูใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของโอกาส พิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญ ต่างๆ	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ กลยุทธ์ การส่งเสริมการตลาด เช่น ทำ การส่งเสริมการตลาดเมื่อใดจึง จะสอดคล้องกับโอกาสในการ ซื้อ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the Consumer buy?)	บริโภคไปทำการซื้อเช่น ช่องทาง หรือแหล่ง (Outlets) ที่ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์ มาร์เก็ต ร้านขายของชำ เช่น บางลำพู พาหุรัด สยามสแควร์ ฯลฯ	กลยุทธ์ช่องทางการจัด จำหน่าย บริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ ตลาดเป้าหมายโดยพิจารณาว่า จะผ่านคนกลางอย่างไร
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the Consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจ (Operation) ประกอบด้วย 1) การรับรู้ปัญหา 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินผลทางการเลือก 4) ตัดสินใจซื้อ 5) ความรู้สึกหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้กันมากคือกลยุทธ์ การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ประกอบด้วย การโฆษณาการขายโดยใช้ พนักงานขายการส่งเสริมการ ขาย การให้ข่าว และการ ประชาสัมพันธ์การตลาด ทางตรง เช่น พนักงานขายจะ กำหนดวัตถุประสงค์ในการ ขายให้สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจ ซื้อ

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541)

จากข้างต้นสรุปได้ว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคจะทำให้ทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการใช้งาน Microsoft Teams Application ซึ่งจะประกอบไปด้วยคำถาม 6Ws และ 1H เมื่อทราบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแล้ว ก็จะสามารถนำแนวคิดที่ได้จากการวิเคราะห์มาใช้เป็นกรอบการวิจัยได้

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)

Kotler (2003) ได้ให้คำอธิบายว่า โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) หรือที่เรียกว่า S-R Theory เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ หรือใช้บริการ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทำให้เกิดความต้องการ เมื่อสิ่งกระตุ้นนั้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Buying's Black Box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ซึ่งความรู้สึกนึกคิดต่างๆ จะได้รับอิทธิพลต่างๆ ภายในใจผู้บริโภค ซึ่งจะนำไปสู่การตอบสนองของผู้บริโภค (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้บริโภค (Buyer's Purchase Decision) โดยประกอบไปด้วย

1. สิ่งกระตุ้น หรือสิ่งเร้า (stimuli) สามารถเกิดขึ้นได้จากทั้งภายใน (Inside Stimulus) และภายนอก (Outside Stimulus) โดยจะแบ่งสิ่งเร้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1.1 สิ่งเร้าทางการตลาด เป็นสิ่งที่ธุรกิจสามารถควบคุมได้ เช่น ส่วนประสมทางการตลาดหรือ 4Ps อันประกอบไปด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์หรือบริการ มีคุณสมบัติตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหรือไม่ สามารถดึงดูดใจ และกระตุ้นให้เกิดความต้องการในการซื้อหรือใช้บริการได้หรือไม่

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) กล่าวคือ กำหนดราคาสินค้าให้มีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ โดยที่ผู้ขายมีกำไรและราคาอยู่ในช่วงที่ลูกค้ายอมรับได้

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย (Distribution or Place) กล่าวคือสามารถจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุม และเพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ผ่านการโฆษณา หรือมีการนำผลิตภัณฑ์หรือบริการออกสื่อเป็นประจำ โดยการใช้พนักงานขายกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อ รวมไปถึงการกำหนดกลยุทธ์ในการลด แลก แจก แถม และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าผู้บริโภค

1.2 สิ่งเร้าภายนอกอื่นๆ ที่อยู่ล้อมรอบผู้บริโภคได้แก่ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคม การเมือง กฎหมาย และวัฒนธรรม ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค สิ่งเร้าเหล่านี้ นับเป็นตัวนำเข้าที่จะเข้าไปยังกล่องดำของผู้บริโภค และส่งผลให้มีการตอบสนองออกมาเป็นผลลัพธ์ อันประกอบด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) สภาพทางเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค เป็นสิ่งที่กำหนดอำนาจในการซื้อสินค้า โดยมีอิทธิพลต่อความต้องการของตัวบุคคลนั้นๆ

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง จึงต้องผลิตสินค้าให้ตอบสนองกับความต้องการในการใช้สินค้า

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and Political) กฎหมายที่มีการเพิ่ม หรือ ลดอัตราภาษีของสินค้ามีอิทธิพลต่อการเพิ่ม หรือลดความต้องการของผู้ซื้อได้

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) ขนบธรรมเนียม ประเพณี รวมถึงเทศกาลต่างๆ มีผลต่อการกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในการซื้อสินค้าในช่วงเทศกาลนั้น

2. ความรู้สึกลึกซึ้งของผู้บริโภค เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) ที่ไม่สามารถคาดคะเนได้ จึงจำเป็นต้องค้นหาความรู้สึกลึกซึ้งของผู้บริโภค โดยจะพิจารณาจาก 2 ประเด็นหลักที่มีอิทธิพล ดังนี้

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristics) คือลักษณะของผู้บริโภค ซึ่งแต่ละคนก็มีลักษณะต่างกัน โดยมีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆอันประกอบด้วย ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture) ปัจจัยด้านสังคม (Social) ปัจจัยด้านส่วนบุคคล (Personal) และปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological) ดังข้อมูลที่แสดงในภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristics)

ที่มา : Sakon Julthaisong (2553)

2.2 กระบวนการในการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer's Decision Process) เป็นการตัดสินใจซื้อสินค้า หรือบริการของผู้บริโภคตั้งแต่ 2 ทางเลือกขึ้นไป ซึ่งกระบวนการตัดสินใจนี้จะประกอบด้วย 5 สิ่งดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.1 การรับรู้ถึงความต้องการ หรือ รับรู้ปัญหา (Problem Recognition) เป็นพฤติกรรมการซื้อที่มีจุดเริ่มต้นจากการที่ผู้บริโภคมีความต้องการที่อาจจะได้รับการกระตุ้นทั้งจากภายใน และภายนอก กล่าวคือเป็นการรับรู้ถึงความต้องการของผู้บริโภค โดยอาจจะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเอง หรือได้รับการกระตุ้น เช่น ความหิว การเห็นคนรอบข้างใช้สินค้าอื่นๆ เป็นต้น

2.2.2 การค้นคว้าหาข้อมูล (Information Search) หลังจากผู้บริโภคเกิดความต้องการแล้วจากนั้นจะเริ่มค้นหา ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการ โดยอาจจะเป็นข้อมูลที่มีอยู่ทั่วไป หรืออาจเป็นข้อมูลที่ต้องใช้ความพยายามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ก่อนทำการตัดสินใจซื้อ

2.2.3 การประเมินผลของทางเลือกต่างๆ (Evaluation of Alternatives) หลังจากผู้บริโภคได้มีการเสาะหาข้อมูลแล้วก็จะเกิดความเข้าใจ และประเมินผลทางเลือกต่างๆ เพื่อหาทางเลือกที่ดีที่สุด โดยจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเอง

2.2.4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคทำการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยเลือกจากการประเมินทางเลือก ทำให้ผู้บริโภคสามารถจัดลำดับความสำคัญของการเลือกซื้อ แต่ทัศนคติของผู้อื่นต่อสินค้าอาจจะมีต่อการตัดสินใจซื้อ (Attitudes of Others) และปัจจัยที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ (Unexpected Situation) ซึ่งอาจทำให้ไม่เกิดการตัดสินใจซื้อ

2.2.5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) หลังจากมีการซื้อแล้ว ผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ในการบริโภค หากผู้บริโภคใช้แล้วเกิดความพึงพอใจอาจทำให้เกิดการซื้อซ้ำ แต่ถ้าไม่พอใจผู้บริโภคอาจจะไม่ซื้อสินค้าซ้ำ และอาจบอกต่อทำให้ผู้บริโภครายอื่นเกิดความลังเลในการเลือกซื้อสินค้า

2.3 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ (demography) เป็นการศึกษาทางสถิติของประชากร โดยเฉพาะอย่างยิ่งมนุษย์ จัดเป็นวิทยาศาสตร์ทั่วไปแขนงหนึ่ง ศาสตร์นี้สามารถใช้วิเคราะห์ประชากรที่เปลี่ยนแปลงตามเวลา หรือสถานที่ ประชากรศาสตร์ครอบคลุมการศึกษาขนาด โครงสร้าง และการกระจายของประชากรเหล่านี้ และการเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นที่หรือเวลาในประชากรเมื่อมีการเกิด การย้ายถิ่น การเปลี่ยนแปลงตามวัยและการเสียชีวิต สามารถประมาณการประชากรของโลกได้โดยอาศัยการวิจัยทางประชากรศาสตร์

สุวสา ชัยสุรัตน์ (2537) ได้กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ (Demographic) หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ที่เป็นหลักเกณฑ์ในการบ่งบอกถึงลักษณะทางประชากรที่อยู่ในตัวบุคคลนั้นๆ อันได้แก่ อายุ เพศ ขนาดครอบครัว รายได้ การศึกษา วัฏจักรชีวิต ศาสนา เชื้อชาติ สัญชาติ และสถานภาพทางสังคม

(Social class)
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พรพิน ประกายสันติสุข (2550) ประชากรศาสตร์หมายถึง การวิเคราะห์ประชากรในเรื่องขนาด โครงสร้างการกระจายตัว และการเปลี่ยนแปลงประชากรในเชิงที่สัมพันธ์กับปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอื่นๆ ปัจจัยทางประชากรอาจเป็นได้ทั้งสาเหตุ และผลของปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ จะเป็นเกณฑ์ที่นิยมนำมาใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสิ่งที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่จะสามารถช่วยกำหนดตลาดของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งทำให้ง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรทางด้านอื่น ๆ ได้แบ่งตัวแปรทางด้านประชากรที่สำคัญ ประกอบด้วย

1. เพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการใช้งานแอปพลิเคชันต่างกัน คือเพศหญิงมีแนวโน้มมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับ และส่งข่าวสารนั้นด้วย นอกจากนี้เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติ เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้อย่างต่างกัน

2. อายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน คนที่อายุน้อยมักจะมีความเข้าใจในเทคโนโลยีคนที่มีอายุมากในขณะที่คนอายุน้อยมักจะมีความคิดที่ยึดปฏิบัติกับเทคโนโลยีเก่าๆมากกว่าคนที่มีอายุน้อย

3. การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะมีได้เปรียบอย่างมากในการใช้งานแอปพลิเคชัน เพราะเป็นผู้มีความกว้างขวาง และเข้าใจขั้นตอนการทำงานได้ดี แต่จะไม่ยอมรับเทคโนโลยีใหม่ๆง่ายๆ ถ้ายังไม่เกิดการทดลองใช้งานด้วยตนเอง

4. อาชีพ กล่าวคือ อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการใช้งานเทคโนโลยีแตกต่างกัน เช่น บริษัทเอกชนมักจะเน้นเทคโนโลยีที่ช่วยส่งเสริมการทำงาน จึงมักจะเลือก แอปพลิเคชันที่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างครอบคลุม ส่วนการเลือกใช้อุปกรณ์ของรัฐบาล มักจะต้องเน้นแอปพลิเคชันที่มีความปลอดภัย ใช้งานง่ายและสะดวก เป็นต้น

สรุปได้ว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์เป็นสิ่งที่ทำให้ความยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันมีความแตกต่างกัน ซึ่งสิ่งแวดล้อมทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วยเพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ

2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับ Microsoft teams Application

Microsoft Teams คือ ซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชันหนึ่งของโปรแกรม Office 365 เป็นซอฟต์แวร์ Collaborative ที่ทำให้การทำงานสะดวกสบาย ปลอดภัย ใช้งานได้ง่ายรวมถึงยังมีการจัดการแบ่งพื้นที่หรือกลุ่มในการทำงานกันอย่างชัดเจนถูกออกแบบมาให้ผู้ใช้งานทำงานแบบ One stop service อีกทั้งยังเป็นสื่อกลางในการทำงานในด้านต่างๆ เช่น ติดต่อสื่อสาร การนัดหมาย การประชุม การประกาศ และติดตามข่าวสาร การติดตามงานหรือโครงการต่างๆ เป็นต้น ทำให้สามารถทำงานจบได้ภายในโปรแกรมเดียว อีกทั้งยังสามารถเชื่อมต่อกับโปรแกรมอื่นๆ จากตระกูล Microsoft โดยมีข้อมูลรายละเอียดของลักษณะงานและขีดจำกัดสูงสุด ดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 รายละเอียดของลักษณะงานและขีดจำกัดสูงสุดของ Microsoft Teams

ลักษณะเฉพาะ	ขีดจำกัดสูงสุด
1. จำนวนทีมที่ผู้ใช้สามารถสร้างได้	ขีดจำกัด 250 วัตถุ
2. จำนวนทีมที่ผู้ใช้สามารถเป็นสมาชิกได้	1,000
3. จำนวนสมาชิกในทีม	10,000
4. จำนวนเจ้าของต่อทีม	100
5. จำนวนทีมที่องค์กรที่อนุญาตในผู้เช่า	5
6. จำนวนสมาชิกในทีมที่องค์กร	5,000
7. จำนวนทีมที่ผู้ดูแลระบบส่วนกลางสามารถสร้างได้	500,000
8. จำนวนทีมที่องค์กร Microsoft 365 หรือ Office 365 สามารถมีได้	500,000
9. จำนวนช่องต่อทีม (รวมช่องที่ถูกลบ)	200
10. จำนวนช่องส่วนตัวต่อทีม (รวมช่องที่ถูกลบ)	30
11. จำนวนสมาชิกในช่องส่วนตัว	250
12. จำนวนสมาชิกสูงสุดในกลุ่ม Office 365 ที่สามารถแปลงเป็นทีมได้	10,000
13. ขนาดโพสต์การสนทนาของช่องต่อโพสต์	ประมาณ 28 KB

ที่มา : fusionsol (2022)

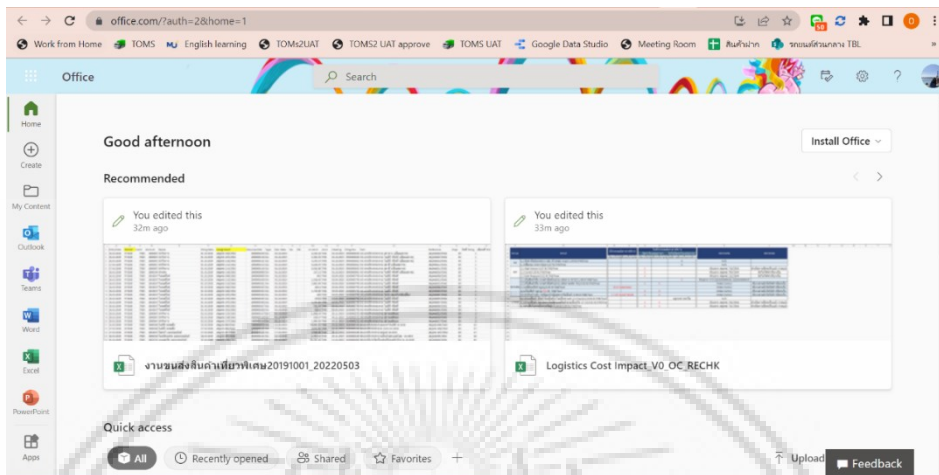
การใช้งาน Microsoft teams Application

หลังจากการเปิด Service Teams ของระบบ Office 365 โดยผู้ดูแลระบบแล้วจะสามารถเข้า

ใช้งาน Application ได้ 2 วิธีหลักดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

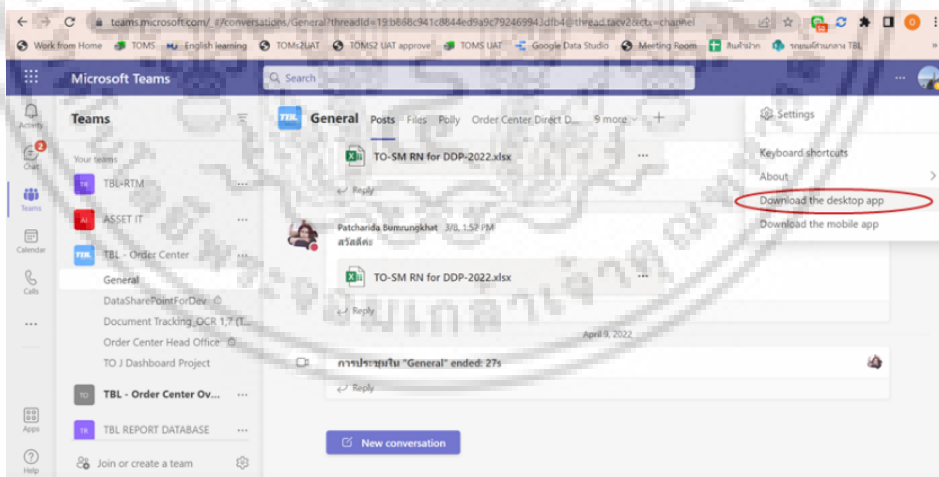
1. การเข้าใช้งานผ่าน Web Application ให้กดเลือก Teams จากเมนูถัดในแถบด้านซ้ายมือของหน้าจอ หรือสามารถเข้าได้จาก Url : <https://teams.microsoft.com/> ดังภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 Web Application

ที่มา : TBL’s Teams Champion (2021)

2. การเข้าใช้งานผ่าน Desktop หรือ Mobile Application โดยการ download Application Teams for Desktop หรือ Mobile ได้ จากเมนูที่อยู่ด้านมุมขวาบน ดังภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 วิธีการ Download desktop Application

ที่มา : TBL’s Teams Champion (2021)

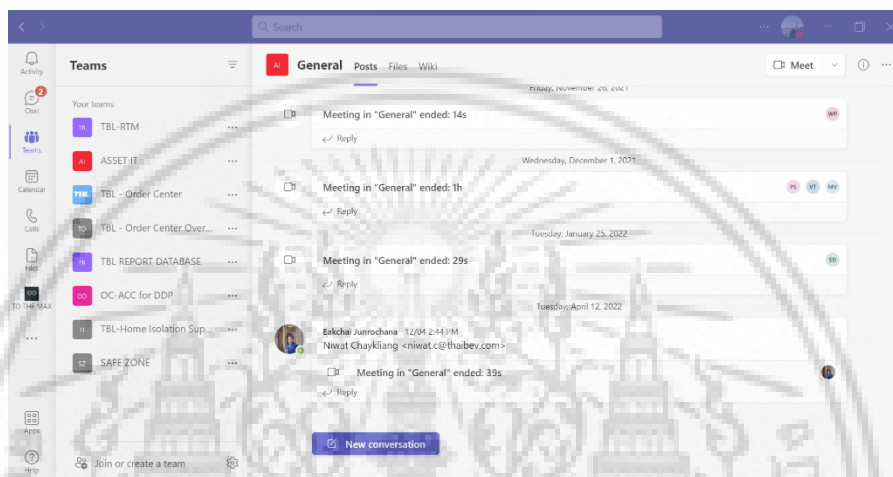
การสร้างและใช้งาน Microsoft Teams

สำหรับกลุ่มเมนูหลักของตัวโปรแกรม Teams จะอยู่ในแถบด้านซ้ายมือประกอบด้วย

1. Activity สำหรับเรียกดูกิจกรรมต่างๆที่ท่านทำงานอยู่ในระบบภาพที่ 2.5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้กับการใช้งานในพ็อกเก็ตบุ๊กเท่านั้น เมื่อผู้ผู้เห็นหน้าเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. Chat สำหรับสนทนากับผู้ใช้งานอื่นๆ ทั้งแบบเดี่ยวและแบบกลุ่ม
3. Teams พื้นที่การทำงานสำหรับกลุ่มของ
4. Meetings เรียกดูตารางนัดหมายและสร้างการประชุม
5. File เรียกดู file ของท่านที่เก็บอยู่ในส่วนต่างๆ ในทีเดียว
6. Assignments หากสร้างรูปแบบ Classes หรือเป็นสมาชิกกลุ่มแล้ว สามารถสร้าง Assignment หรือตรวจสอบงานที่ส่งไปแล้วได้



ภาพที่ 2.5 เมนูหลักของตัวโปรแกรม Teams

ที่มา : TBL's Teams Champion (2021)

Microsoft Teams Feature

สำหรับ Feature หลักที่น่าสนใจของ Microsoft Teams มีดังนี้

1. Teams เป็นฟีเจอร์สำหรับสร้างพื้นที่การทำงานทั้งแบบส่วนตัวและสาธารณะ เช่น การอัปเดตการทำงาน การเก็บข้อมูล ไฟล์งาน โดยผู้มีสิทธิ์สามารถเปิด และแก้ไขได้ เป็นต้น
2. Chats เป็นฟีเจอร์สำหรับสนทนาทั้งแบบส่วนตัวและแบบกลุ่มสามารถแชร์ไฟล์ต่างๆ ได้
3. Meeting เป็นฟีเจอร์สำหรับประชุมออนไลน์ผ่านวิดีโอ โดยสามารถบันทึกการสนทนาเก็บไว้เรียกดูย้อนหลัง โดยมีเครื่องมือหลายอย่าง เช่น กระดาษโน้ต สติกเกอร์ เป็นต้น
4. Tab and Integration เป็นฟีเจอร์สำหรับการดึงข้อมูลรายงานหรือเว็บไซต์พาร์ทเนอร์เข้ามาแสดงที่ Teams
5. Chat Bot เป็นฟีเจอร์สำหรับตอบคำถามคู่สนทนาโดยอัตโนมัติ
6. Shift เป็นฟีเจอร์สำหรับบริหารจัดการทีม First Line
7. Live Event เป็นฟีเจอร์สำหรับถ่ายทอดวิดีโอ Live ของผู้พูดไปสู่ผู้ฟังทั้งหมดในองค์กร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. Security เป็นฟีเจอร์สำหรับกำหนดสิทธิ์หรือกฎต่างๆ ในการเข้าถึง แก้ไขเปลี่ยนแปลง ข้อมูล

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จักรี ทำมาน และมานิตย์ อาษานอก (2561) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบสารสนเทศ ที่ส่งเสริมการยอมรับเทคโนโลยีตามแบบจำลอง TAM เพื่อการวิจัยและบริการวิชาการคณะ เทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศ เพื่อการวิจัยและบริการวิชาการที่มีประสิทธิภาพ และศึกษาผลการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้ระบบ ที่มีต่อระบบสารสนเทศ เพื่อการวิจัยและบริการวิชาการด้วยการวิจัยแบบปริมาณ ที่ศึกษาจากกลุ่มที่ใช้ทดสอบประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศ และกลุ่มที่ทดลองใช้งานระบบสารสนเทศเพื่อการวิจัยและบริการวิชาการโดยใช้สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศ ด้านเนื้อหา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านระบบสารสนเทศ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านโปรแกรม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านคู่มือการใช้งานระบบ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และผลการยอมรับเทคโนโลยีและนำไปใช้ตามแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology acceptance model :TAM) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

พนิดา ดันศิริ และจุฑาทิพย์ เดชยางกูร (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้อีช้อปปิ้งแบบออนไลน์ของกลุ่มวัยทำงาน ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้อีช้อปปิ้งแบบออนไลน์ของกลุ่มวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาการยอมรับนวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการเลือกใช้อีช้อปปิ้งแบบออนไลน์ของกลุ่มวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานได้แก่ การวิเคราะห์ทดสอบทีแบบกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระกัน การวิเคราะห์ ความแปรปรวน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะส่วนบุคคลและการใช้งานที่มีผลต่อการเลือกใช้อีช้อปปิ้งแบบออนไลน์ของกลุ่มวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครได้แก่ จำนวนครั้งที่ใช้ต่อวัน ด้านการรับรู้ความต้องการ ภาพรวมการตัดสินใจเลือกใช้อีช้อปปิ้งแบบออนไลน์อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.92 ด้วยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57 และการยอมรับนวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการเลือกใช้อีช้อปปิ้งแบบออนไลน์ของกลุ่มวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตเห็นไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เขตกรุงเทพมหานครต่อการใช้งาน และคุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ โดยร่วมกันพิจารณาการเลือกใช้สื่อประชุมแบบออนไลน์ของกลุ่มวิทยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครได้ ร้อยละ 51

ธนวัฒน์ ชาวโพธิ์, ภัทรพล เสริมทรง, สุขชัย วงษ์จันทร์ และสุทิน เลิศสพุง (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้รายวิชา ความรู้เบื้องต้นทางรัฐศาสตร์โดยใช้ Microsoft Teams ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้รายวิชา ความรู้เบื้องต้นทางรัฐศาสตร์โดยใช้ Microsoft Teams เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาจากการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบ และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อรูปแบบ กลุ่มเป้าหมายคือนักศึกษาชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาการปกครองมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง ซึ่งลงทะเบียนเรียนรายวิชา ความรู้เบื้องต้นทางรัฐศาสตร์ ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2563 จำนวน 32 รูป/คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย มคอ. 3 รายวิชา ความรู้เบื้องต้นทางรัฐศาสตร์ แบบประเมินรูปแบบการจัดการเรียนรู้รายวิชา ความรู้เบื้องต้นทางรัฐศาสตร์ โดยใช้ Microsoft Teams แบบประเมินด้านเนื้อหาของรูปแบบประเมินห้องเรียนออนไลน์ของรูปแบบ และแบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้การทดสอบค่าทีแบบกลุ่มไม่อิสระ ผลการวิจัยพบว่ารูปแบบการจัดการเรียนรู้รายวิชา ความรู้เบื้องต้นทางรัฐศาสตร์ โดยใช้ Microsoft Teams ที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนได้ โดยผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อรูปแบบโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($= 4.37$) ด้านเนื้อหาของรูปแบบ มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($= 4.44$) ด้านห้องเรียนออนไลน์ของรูปแบบ มีความคิดเห็น โดยรวมอยู่ที่ระดับมาก ($= 4.44$) และนักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ด้านการเรียนรู้สูงขึ้นจากการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบ โดยผลการทดสอบหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นักศึกษามีความพึงพอใจโดยรวมต่อรูปแบบการจัดการเรียนรู้รายวิชา ความรู้เบื้องต้นทางรัฐศาสตร์โดยใช้ Microsoft Teams ที่ระดับมาก ($= 3.50$)

พันธสรณ์ ธรรมะกิตติกร (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อแก้ไขปัญหาการสื่อสารและเพิ่มประสิทธิภาพในองค์กร ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาในระบบเทคโนโลยีการสื่อสารขององค์กรในปัจจุบันที่ใช้ในการสื่อสาร และเพื่อศึกษาอุปกรณ์การสื่อสารกับระบบเทคโนโลยีขององค์กร ทั้งนี้เพื่อนำไปแก้ไขปัญหาให้การสื่อสารมีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการทำงาน เพื่อเพิ่มศักยภาพให้องค์กรมีความทันสมัย ใช้วิธีการสำรวจโดยการแจกแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อให้ง่ายต่อการติดต่อสื่อสารทางไกล โดยจะแจกแบบสอบถามกับบุคลากรและกลุ่มตัวอย่างจำนวน 292 ชุด ผลจากการศึกษาพบว่า เครื่องมือการสื่อสารของบุคลากรและกลุ่มตัวอย่างที่มีอยู่ไม่สามารถตอบสนองกับระบบเทคโนโลยีการสื่อสารขององค์กร ส่งผลให้การติดต่อสื่อสารงานในแต่ละครั้งค่อนข้างเป็นไปได้ในเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทิศทางที่ยาก ทำให้การทำงานขาดตกบกพร่องบ่อยครั้ง และอุปกรณ์การสื่อสารไม่รองรับกับระบบการสื่อสารขององค์กร ซึ่งส่งผลให้การสื่อสารไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้การทำงานไม่เป็นไปตามแบบแผนที่วางไว้ ทั้งนี้จากการสำรวจบุคลากรและกลุ่มตัวอย่างได้ให้ความเห็นว่าองค์กรควรจะต้องปรับเปลี่ยนระบบเทคโนโลยีการสื่อสารให้สามารถตอบสนองต่ออุปกรณ์การสื่อสารได้ทุกชนิด เพื่อให้การทำงานง่ายและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้นองค์กรจึงนำระบบ Microsoft Teams เข้ามาใช้เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น โดยที่ระบบ Microsoft Teams สามารถติดต่อสื่อสารได้ทุกที่ ได้ทุกอุปกรณ์เครื่องมือการสื่อสารและนอกจากนี้ยังสามารถนำเสนอผลงานระหว่างบุคลากรและลูกค้าได้ จึงส่งผลให้เกิดความรวดเร็วในการทำงานมากขึ้น Teams ที่ระดับมาก (= 3.50)

ธนยา ธนเดชะวัฒน์ (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของผู้ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดชลบุรี ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจการใช้งานการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านแพลตฟอร์มของผู้ปฏิบัติงาน วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของแบบจำลองความสัมพันธเชิงสาเหตุการยอมรับเทคโนโลยีการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของผู้ปฏิบัติงาน พัฒนาแบบจำลองความสัมพันธเชิงสาเหตุในการยอมรับเทคโนโลยีการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของผู้ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดชลบุรี และตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองความสัมพันธเชิงสาเหตุในการยอมรับเทคโนโลยีการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของผู้ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดชลบุรีที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือผู้ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดชลบุรีที่ใช้การประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในการทำงานจำนวน 371 คน โดยใช้สถิติในการวิจัย ได้แก่การแจกแจงความถี่ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และแบบจำลองความสัมพันธเชิงสาเหตุซึ่งผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้แพลตฟอร์ม Microsoft teams โดยองค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝงภายในและตัวแปรภายนอกของแบบจำลองความสัมพันธเชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ นอกจากนี้แบบจำลองความสัมพันธเชิงสาเหตุในการยอมรับเทคโนโลยีการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของผู้ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดชลบุรีที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และตัวแปรสาเหตุที่มีอิทธิพลรวมสูงสุดต่อตัวแปรพฤติกรรมการใช้งานจริงได้แก่ ความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม รองลงมาคือ การรับรู้ถึงความง่าย การรับรู้ถึงประโยชน์ ทศนคติต่อการใช้งาน และปัจจัยภายนอก ตามลำดับ ซึ่งตัวแปรเชิงสาเหตุในแบบจำลองสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้งานจริงได้ร้อยละ 31.7

ธีรวัฒน์ ศิลปรัศมี, โยธิน คำนนท์, พงศ์พันธุ์ แผลดวง, นลินภัสร์ บำเพ็ญเพียร และมาลีรัตน์ มะลิแย้ม (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับประชุมออนไลน์ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับในการใช้แอปพลิเคชันเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับประชุมออนไลน์งานวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์แบบลิเคิร์ต 5 ระดับ จากผู้ที่ผู้ใช้แอปพลิเคชันสำหรับประชุมออนไลน์ในภาครัฐ ภาครัฐวิสาหกิจและภาคเอกชน จำนวน 466 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณด้วยวิธี Stepwise พบว่า ตัวแปรอิสระ 6 ตัวแปรจาก 12 ปัจจัย ได้แก่ การประหยัดเวลาในการเดินทางไปประชุมได้มากขึ้น ความสามารถรองรับความต้องการพื้นฐานของการประชุมการใช้งานง่าย มีความเสถียรในการใช้งาน ผู้บริหารเล็งเห็นถึงความสำคัญในการใช้งาน และมีการปรับปรุงพัฒนาประสิทธิภาพการใช้งานอย่างต่อเนื่อง ร่วมกันอธิบายความผันแปรของการยอมรับในการใช้แอปพลิเคชันสำหรับประชุมออนไลน์ได้ร้อยละ 30.5



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการวิจัย ดังต่อไปนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็น 3 กลุ่มอันได้แก่ กลุ่มนักเรียนนักศึกษา กลุ่มข้าราชการ-พนักงานรัฐวิสาหกิจ และกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงใช้วิธีการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องใช้ในการศึกษาในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยเลือกใช้สูตรกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างประชากรของคอคเรน (Cochran) ดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

Z = ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้

e = สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

เมื่อนำไปแทนค่าในสูตร โดยที่ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดคือ ที่ระดับ 95% ดังนั้น ค่า $Z = 1.96$ และค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณสัดส่วนประชากรทั้งหมดที่ยอมรับได้คือ 5% ดังนั้น ค่า $e = 0.05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$= 384.16 \approx 385 \text{ คน}$$

ดังนั้น จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 ตัวอย่าง และเพื่อการสุ่มเลือกของแบบสอบถามไว้ 17 ชุด ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้มีจำนวนเท่ากับ 402 ตัวอย่าง

3.1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi Stage Random Sampling) โดยจะเลือกกลุ่มประชากรที่เคยมีประสบการณ์ในการใช้ Microsoft Teams Application อย่างน้อย 1 ครั้งในเขตกรุงเทพมหานครเก็บจนครบตามจำนวน 402 ชุด ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยเลือกเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานครที่มีสถานศึกษา หน่วยงานราชการ-รัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานเอกชน ในเขตพื้นที่เดียวกันมาวิจัยเพียง 6 เขต จากทั้งหมด 50 เขต ได้แก่ เขตพระนคร เขตปทุมวัน เขตสาทร เขตจตุจักร เขตบางขุนเทียน และเขตทวีวัฒนา

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) คือ เลือกเก็บตัวอย่างเท่าๆ ในแต่ละเขตที่กำหนด โดยเก็บแบบสอบถามเขตละ 67 คน รวมตัวอย่างทั้งหมด 402 คน ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 จำนวนตัวอย่างที่เก็บแบบสอบถามในแต่ละเขตในกรุงเทพมหานคร

ลำดับ	เขตในกรุงเทพมหานคร	จำนวนประชากร	จำนวนตัวอย่าง (คน)
1	พระนคร	43,062	67
2	ปทุมวัน	41,763	67
3	สาทร	73,987	67
4	จตุจักร	154,146	67
5	บางขุนเทียน	184,994	67
6	ทวีวัฒนา	78,798	67
	รวม	576,750	402

ขั้นตอนที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) โดยเลือกแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มอาชีพที่น่าจะเคยใช้งาน Microsoft Teams Application 3 กลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 134 ตัวอย่าง

2. กลุ่มพนักงานข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 134 ตัวอย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. กลุ่มพนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชนจำนวน 134 ตัวอย่าง

โดยลงพื้นที่เก็บแบบสอบถามที่หน้าสถานศึกษาหรือมหาวิทยาลัยของจำนวน 134 ชุด หน้าหน่วยงานราชการหรือหน่วยงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 134 ชุด และหน้าบริษัทเอกชนจำนวน 134 ชุด ของทั้ง 6 เขต เขตละ 64 ชุด รวมตัวอย่างทั้งหมด 402 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยจึงเลือกใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้คำถามแบบปลายปิดที่กำหนดคำตอบให้ผู้ตอบเลือก แบ่งคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามคัดกรองข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามเบื้องต้น

คำถามคัดกรองเบื้องต้นสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเลือกใช้คำถามที่มีลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Closed - end question) ที่มีคำตอบให้เลือก (Check list) เพียงคำตอบเดียวจากหลายคำตอบ ดังนี้ ท่านเคยใช้งาน Microsoft Teams Application หรือไม่ เลือกตอบว่า ใช่/ไม่ใช่

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์

คำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ เป็นลักษณะคำถามปลายปิด (Closed - end question) ที่มีคำตอบให้เลือก (Check list) เพียงคำตอบเดียวจากหลายคำตอบ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร

คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร เป็นลักษณะคำถามปลายปิด (Closed - end question) ที่มีคำตอบให้เลือก (Check list) เพียงคำตอบเดียวจากหลายคำตอบ ได้แก่ ความถี่ในการทำงานต่อเดือน ระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง ช่วงเวลาในการใช้งาน เหตุผลที่ใช้งาน Microsoft teams Application และประเภทของงานที่ใช้

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร

คำถามเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ความง่ายในการใช้งาน อิทธิพลของสังคม และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยใช้แบบสอบถามประเภทมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) และมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าของการประเมินเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดให้คะแนน 5 คือ เห็นด้วยมากที่สุด และคะแนน 1 คือ เห็นด้วยน้อยที่สุดดังนี้

ระดับคะแนน 5 คะแนน = เห็นด้วยมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 คะแนน = เห็นด้วยมาก

ระดับคะแนน 3 คะแนน = เห็นด้วยปานกลาง

ระดับคะแนน 2 คะแนน = เห็นด้วยน้อย

ระดับคะแนน 1 คะแนน = เห็นด้วยน้อยที่สุด

เมื่อได้คะแนนระดับความคิดเห็นแล้วผู้วิจัยจะใช้เกณฑ์การแปลผล เพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็น โดยกำหนดความกว้างของแต่ละอันตรภาคชั้นได้จากสูตร ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่ามากที่สุด} - \text{ค่าน้อยที่สุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ดังนั้น เกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นแปลผลได้ ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น
4.21 – 5.00	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยน้อย
1.0 – 1.80	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการวิเคราะห์และแปลความหมายของข้อมูลต่างๆ โดยใช้ร่วมกับค่าเฉลี่ยเพื่อแสดงลักษณะการกระจายข้อมูล ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่มีค่าระหว่าง 0.000 ถึง 0.999 หมายถึง ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ไม่มีความแตกต่างกัน ส่วนค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่มีค่าตั้งแต่ 1.000 ขึ้นไป หมายถึง ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร มีความแตกต่างกัน(พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.2 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ซึ่งสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยจะดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษารายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับ Microsoft Teams Application และ Application อื่นๆที่สามารถนำมาใช้กับการเรียนการสอน และการทำงาน รวมไปถึงศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยี จากเอกสาร วารสาร สิ่งตีพิมพ์ และงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตและแนวทางในการจัดทำแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 2 สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร โดยอ้างอิงจากกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้

ขั้นตอนที่ 3 จัดทำร่างแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ เพื่อตรวจสอบโครงสร้างคำถาม ความครอบคลุมในเนื้อหาสาระ ภาษาที่ใช้ รวมไปถึงขอคำแนะนำ และตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามเพื่อปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขั้นตอนที่ 4 ดำเนินการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) นำร่างแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบ เพื่อความถูกต้องและความครบถ้วนของเนื้อหา

ขั้นตอนที่ 5 ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach's alpha หลังจากทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทำการทดลองกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ซึ่งมีสูตร ดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

โดยที่ α = ค่าความเชื่อมั่น
 k = จำนวนข้อของเครื่องมือ
 $\sum S_i^2$ = ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
 S_t^2 = ความแปรปรวนของคะแนนรวม

สำหรับค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่อยู่ในเกณฑ์ ค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ คือ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α) โดยมีเกณฑ์การพิจารณาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามดังนี้

$\alpha \geq 0.9$	ค่าความสอดคล้องภายใน	ดีมาก (Excellent)
$0.9 > \alpha \geq 0.8$	ค่าความสอดคล้องภายใน	ดี (Good)
$0.8 > \alpha \geq 0.7$	ค่าความสอดคล้องภายใน	ยอมรับได้ (Acceptable)
$0.7 > \alpha \geq 0.6$	ค่าความสอดคล้องภายใน	ยังมีข้อสงสัย (Questionable)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$0.6 > \alpha \geq 0.5$ ค่าความสอดคล้องภายใน แย่ (Poor)

$\alpha < 0.5$ ค่าความสอดคล้องภายใน ไม่สามารถยอมรับได้ (Unacceptable)

ซึ่งในแบบสอบถามจะต้องได้ค่า แอลฟา (α) ไม่ต่ำกว่า 0.70 จึงจะถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ แสดงค่าในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

การยอมรับ Microsoft teams Application	ค่าความเชื่อมั่น (n = 30)
การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ	0.875
ความง่ายในการใช้งาน	0.930
อิทธิพลของสังคม	0.854
สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	0.891
ค่าความเชื่อมั่น โดยเฉลี่ย	0.961

ขั้นตอนที่ 6 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาความสมบูรณ์อีกครั้ง เมื่อแบบสอบถามสมบูรณ์แล้ว จึงนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัยต่อไป

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย เก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง ดังนี้

3.3.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนของข้อมูลด้านปัจจัยประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้ และการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 402 ชุด โดยลงพื้นที่และใช้แบบสอบถามออนไลน์ Google Forms

3.3.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เก็บรวบรวมข้อมูลจากบทความ ผลงานวิจัยที่ได้ทำการค้นคว้าจากห้องสมุดของสถานศึกษาต่างๆ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องที่ได้จากหน่วยงานอื่นๆ ทั้งหน่วยงานของภาครัฐ และภาคเอกชน ตลอดจนข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต หรือข้อมูลการศึกษาที่มีผู้รวบรวมไว้ก่อนหน้าแล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่คำตอบที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วนสมบูรณ์ การให้คะแนน และนำผลคะแนนที่ไปประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS for Windows ซึ่งเป็นโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยการนำข้อมูลที่ได้อันวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติ เพื่อหาตัวแปรสำคัญสำหรับการศึกษาพฤติกรรมกรรมการใช้ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ดังต่อไปนี้

1. ตรวจสอบข้อมูล (Editing) ตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ และจำนวนของแบบสอบถามที่ได้กลับมา รวมถึงทำการคัดแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกจากแบบสอบถามที่สมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์

2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า สำหรับแบบสอบถามที่เป็นคำถามปลายปิด (Closed-End Question) และสำหรับคำถามปลายเปิด (Open End Question) จะนำคำตอบที่ได้มาแปลงเป็นตัวเลือกและกำหนดรหัส

3. วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมทางสถิติ คือ SPSS for Windows โดยนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ทั้งหมดมาวิเคราะห์และแปรผล ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็นตามส่วนของแบบสอบถาม ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามคัดกรองข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามเบื้องต้น

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการใช้ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ความถี่ในการทำงานต่อเดือน ระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง ช่วงเวลาในการใช้งาน เหตุผลที่ใช้งาน Microsoft teams Application และประเภทของงานที่ใช้ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ความง่ายในการใช้งาน อิทธิพลของสังคม และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวัดระดับความคิดเห็นของการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. การทดสอบสมมติฐาน ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐานสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ส่วน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ดังข้อมูลในตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 สมมุติฐานงานวิจัยและสถิติที่ใช้ในการทดสอบ

สมมุติฐานงานวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมุติฐานที่ 1.1 เพศของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application	Chi-Square Test
สมมุติฐานที่ 1.2 อายุของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application	Chi-Square Test
สมมุติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application	Chi-Square Test
สมมุติฐานที่ 1.4 อาชีพของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application	Chi-Square Test

สมมุติฐานที่ 2 ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างกัน ดังข้อมูลในตารางที่ 3.7

ตารางที่ 3.4 สมมุติฐานงานวิจัยและสถิติที่ใช้ในการทดสอบ

สมมุติฐานงานวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมุติฐานที่ 2.1 ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างกัน	T -test
สมมุติฐานที่ 2.2 ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างกัน	One-Way ANOVA of Variance
สมมุติฐานที่ 2.3 ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างกัน	One-Way ANOVA of Variance

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.4 (ต่อ)

สมมติฐานงานวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 5.4 ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างกัน	One-Way ANOVA of Variance

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

เป็นสถิติเพื่อการบรรยายสรุปลักษณะของกลุ่มตัวอย่างหรือประชากรที่เราศึกษา โดยจะศึกษาลักษณะการกระจายของข้อมูลในรูปแบบของการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยจะอธิบายดังนี้

3.5.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ โดยสามารถคำนวณได้จากสูตร

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนของข้อมูลย่อย}}{\text{จำนวนรวมของข้อมูลทั้งหมด}} \times 100$$

3.5.1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลที่จัดกลุ่มเป็นชั้นคะแนน ซึ่งคำนวณได้จากสูตร

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

เมื่อ	\bar{x}	แทน	ค่าเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.5.1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกับค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อแสดงลักษณะการกระจายของคะแนนในแต่ละข้อ โดยสามารถคำนวณได้จากสูตร

$$S.D. = \sqrt{\frac{n\sum(x^2) - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อ	S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
	$\Sigma(x^2)$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$(\Sigma x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS/PC) ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้จะทำการวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยที่สัมพันธ์กันให้เป็นกลุ่มเดียวกัน

3.5.2.1 การทดสอบ T-Test ใช้สำหรับการทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน เป็นการทดสอบข้อมูลด้านปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ โดยสามารถคำนวณได้จากสูตร

1. เปลี่ยนสมมติฐานวิจัยเป็นสมมติฐานทางสถิติ
2. สมมติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบ

$H_0: \mu_1 = \mu_2$ หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 ไม่แตกต่างกัน

$H_1: \mu_1 \neq \mu_2$ หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 แตกต่างกัน

3. สถิติที่ใช้ทดสอบ

กรณีที่ 1 เมื่อ $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1-1)S_1^2 + (n_2-1)S_2^2}{n_1+n_2-2} \left[\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$$

เมื่อ	df	=	$n_1 + n_2 - 2$
โดยที่	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน <i>t - Distribution</i>
	\bar{X}_1	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	\bar{X}_2	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	แทน	ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน	ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

กรณีที่ 2 เมื่อ $\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

$$\text{เมื่อ } df = \frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{\frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} \right]^2}{n_1 - 1} + \frac{\left[\frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{n_2 - 1}}$$

4. การตัดสินใจ

เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ = α ถ้าค่า t ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับ ค่า t จากตารางที่ $df = n_1 + n_2 - 2$ หรือ γ แล้วแต่กรณี หรือถ้าโปรแกรมให้ค่า p -value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่จะมีค่า t มากกว่า ค่า t ที่ได้จากการคำนวณ ถ้าค่า p -value มีค่าน้อยกว่า α จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 หมายความว่า ยอมรับว่า $\mu_1 \neq \mu_2$ หมายถึง ค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่า t ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า t จากตารางที่ $df = n_1 + n_2 - 2$ หรือ γ แล้วแต่กรณี หรือค่า p -value มากกว่าหรือเท่ากับ α จะยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 หมายความว่า ยอมรับว่า $\mu_1 = \mu_2$ หมายถึง ค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

การทดสอบว่า $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$ จริงหรือไม่

การที่จะเลือกใช้สูตรที่ 1 หรือ 2 นั้น จำเป็นต้องทดสอบว่า $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$ จริงหรือไม่ โดยใช้ F-test ทำการทดสอบตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

สมมติฐาน

$$\begin{aligned} H_0 &= \sigma_1^2 = \sigma_2^2 \\ H_1 &= \sigma_1^2 \neq \sigma_2^2 \end{aligned}$$

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ

$$F = \frac{S_1^2}{S_2^2} \quad \text{เมื่อ } S_1 > S_2, df = (n_1 - 1), (n_2 - 2)$$

หรือ

$$F = \frac{S_2^2}{S_1^2} \quad \text{เมื่อ } S_2 > S_1, df = (n_2 - 1), (n_1 - 2)$$

เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ = α ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับ ค่า F จากตารางที่ $df = (n_1 - 1), (n_2 - 2)$ หรือ $df = (n_2 - 1), (n_1 - 2)$ แล้วแต่กรณี หรือถ้าโปรแกรมให้ค่า p -value หากค่า p -value มีค่าน้อยกว่า α จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1

หมายถึง ยอมรับว่า ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตาราง
เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์การเขียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้เผยแพร่โดยละเอียดในด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ $df = (n_1 - 1), (n_2 - 2)$ หรือ $df = (n_2 - 1), (n_1 - 2)$ แล้วแต่กรณี หรือถ้าโปรแกรมให้ค่า p -value หากค่า p -value มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ α จะยอมรับ H_0 นั่นคือ ยอมรับว่า $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$

3.5.2.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One - Way ANOVA) ใช้สำหรับทดสอบค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่าสองกลุ่มขึ้นไปที่เป็นอิสระต่อกัน และหากพบว่ามีความแตกต่างกันภายในกลุ่มจะทำการทดสอบว่าค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน ด้วยวิธี Least Significant Different (LSD) ซึ่งอยู่ในหัวข้อ 3.5.2.3

การวิเคราะห์โดยวิธี One - Way ANOVA ใช้ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกัน (Independent Samples) เพื่อทดสอบสมมติฐานว่าผู้บริโภคที่มีอายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดในการเลือกซื้ออาหารและเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมกัญชาในภาคกลางแตกต่างกัน โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ดังนี้

1. เปลี่ยนสมมติฐานวิจัยเป็นสมมติฐานทางสถิติ
2. สมมติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบโดยวิธี One-Way ANOVA คือ

$$H_0: \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k$$

$$H_1: \mu_i \neq \mu_j, \text{ เมื่อ } i \neq j; i, j = 1, 2, \dots, k$$
3. สถิติที่ใช้ทดสอบ สูตรสำหรับการวิเคราะห์ค่าต่าง ๆ ดังตารางที่ 3.8

ตารางที่ 3.5 สูตรการวิเคราะห์ One-Way ANOVA

Source of variation	SS	df	MS	F
Between groups	SS_b	$k - 1$	$\frac{SS_b}{k - 1}$	$\frac{MS_b}{MS_w}$
Within groups	SS_w	$n - k$	$\frac{SS_w}{n - k}$	
Total	$SS_b + SS_w$	$n - 1$		

โดยที่	T_j	แทน	ผลรวมของคะแนนทุกตัวในกลุ่มตัวอย่างที่ j
	T	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน	ขนาดตัวอย่างทั้งหมด
	k	แทน	จำนวนกลุ่ม
	k_{ij}	แทน	ข้อมูลตัวที่ i ในกลุ่ม j
	\bar{X}_j	แทน	ค่าเฉลี่ยรวมของกลุ่ม j

4. การตัดสินใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ α ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (k - 1), (n - 1)$ หรือถ้าโปรแกรมให้ค่า p -value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่จะมีค่า F มากกว่าค่า F ที่คำนวณได้ ถ้าค่า p -value มีค่าน้อยกว่า α ปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือยอมรับว่า ค่าเฉลี่ยของประชากรอย่างน้อยสองประชากรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (k - 1), (n - 1)$ หรือถ้ามีค่า p -value มากกว่าหรือเท่ากับ α จะยอมรับ H_0 นั่นคือยอมรับว่า ค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร k กลุ่มแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

3.5.2.3 การวิเคราะห์ Least Significant Difference (LSD) ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยเทียบเป็นคู่กรณีที่ใช้ F -test ในการวิเคราะห์ One – Way ANOVA มีนัยสำคัญโดยมีขั้นตอนการคำนวณ ดังนี้

1. กำหนดระดับนัยสำคัญ α

2. คำนวณค่า LSD จากสูตร

$$LSD = t_{\frac{\alpha}{2}, n-k} \sqrt{MS_w \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

โดยที่ $t_{\frac{\alpha}{2}, n-k}$ แทน ค่าที่ได้จากตาราง t ที่ $df = (n - k)$ ที่ $\frac{\alpha}{2}$
 n_i แทน ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ i
 n_j แทน ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ j

3. คำนวณหาค่า $|\bar{X}_i - \bar{X}_j|$ เมื่อ $i \neq j ; i, j = 1, 2, \dots, k$

โดยที่ \bar{X}_i แทน ค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ i
 \bar{X}_j แทน ค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ j

4. การตัดสินใจ

ถ้าค่า $|\bar{X}_i - \bar{X}_j|$ ที่ได้จากการคำนวณมีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า LSD หรือถ้าโปรแกรม ให้ค่า p -value หากค่า p -value มีค่าน้อยกว่า α หมายความว่า ค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ที่นำมาเปรียบเทียบนั้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ถ้าค่า $|\bar{X}_i - \bar{X}_j|$ ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับค่า LSD หรือถ้าโปรแกรมให้ค่า p -value หากค่า p -value มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ α หมายถึง ค่าเฉลี่ยของประชากรทั้ง 2 ที่นำมาเปรียบเทียบนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

3.5.2.3 การวิเคราะห์ Chi-Square (χ^2) ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน เป็นการทดสอบข้อมูลด้านปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ โดยสามารถคำนวณได้จากสูตร

1. เปลี่ยนสมมติฐานวิจัยเป็นสมมติฐานทางสถิติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. สมมติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบ

$$H_0: \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k$$

$$H_1: \mu_i \neq \mu_j, \text{ เมื่อ } i \neq j; i, j = 1, 2, \dots, k$$

3. สถิติที่ใช้ทดสอบ

$$\chi^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E}$$

โดยที่	SD	แทน	ไค-สแควร์ (Chi-Square)
	O	แทน	ค่าความถี่ที่สังเกตได้
	E	แทน	ค่าความถี่ที่คาดหวัง

4. การตัดสินใจ

ถ้าโปรแกรมให้ค่า p - value หากค่า p - value มีค่าน้อยกว่า α หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มที่นำมาวิเคราะห์มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ หรือหากค่า p - value มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ α หมายถึง กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มที่นำมาวิเคราะห์ไม่มีความสัมพันธ์กัน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต ในกรุงเทพมหานคร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามทั้งหมด 402 ชุด จากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้ Microsoft teams Application ที่เคยใช้งานอย่างน้อย 1 ครั้ง อันได้แก่ กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 134 ชุด กลุ่มพนักงานข้าราชการ-พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 134 ชุด และกลุ่มพนักงานเอกชน จำนวน 134 ชุด โดยเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 402 คน โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ ข้อมูล ได้ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร

4.4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสัมพันธ์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครกับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application

4.5 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ใช้ การวิเคราะห์ข้อมูลแบบการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	197	49.00
ชาย	205	51.00
รวม	402	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ซึ่งมีจำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมาเป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 จากผู้ตอบคำถามทั้งหมด 402 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
15 - 24 ปี	124	30.85
25 - 34 ปี	108	26.87
35 - 44 ปี	106	26.37
45 ปีเป็นต้นไป	64	15.92
รวม	402	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 15 - 24 ปี ซึ่งมีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 30.85 รองลงมาคืออายุ 25 - 34 ปี ซึ่งมีจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 26.87 อายุ 35 - 44 ปี ซึ่งมีจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.37 และสุดท้ายอายุ 45 ปีเป็นต้นไป ซึ่งมีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 15.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	80	19.90
ปริญญาตรี	265	65.92
สูงกว่าปริญญาตรี	57	14.18
รวม	402	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ซึ่งมีจำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 65.92 รองลงมาคือระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ซึ่งมีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 19.90 และสุดท้ายมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งมีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.18 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	134	33.33
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	134	33.33
พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน	134	33.33
รวม	402	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา, อาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพพนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน ซึ่งมีจำนวนเท่ากับอาชีพละ 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ได้แก่ ความถี่ในการใช้งาน Microsoft teams Application ต่อเดือน ระยะเวลาใช้งาน Microsoft teams Application เฉลี่ยต่อครั้ง ช่วงระยะเวลาที่ใช้งาน Microsoft teams Application และประเภทของงานที่ใช้ Microsoft teams Application ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละตามความถี่ในการใช้งาน Microsoft teams Application ต่อเดือน

ความถี่ในการใช้งาน Microsoft teams Application	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-5 ครั้งต่อเดือน	127	31.59
6-10 ครั้งต่อเดือน	137	34.08
11 – 20 ครั้งต่อเดือน	71	17.66
21 – 30 ครั้งต่อเดือน	35	8.71
มากกว่า 30 ครั้ง/เดือน	32	7.96
รวม	402	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการใช้งาน Microsoft teams Application ต่อเดือน ส่วนใหญ่ใช้งาน 6-10 ครั้งต่อเดือน จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.08 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รองลงมาคือใช้งาน 1-5 ครั้งต่อเดือน จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.59 ใช้งาน 11 – 20 ครั้งต่อเดือน จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.66 ใช้งาน 21 – 30 ครั้งต่อ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.71 และใช้งานมากกว่า 30 ครั้ง/เดือน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 7.96 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ระยะเวลาใช้งาน Microsoft teams Application เฉลี่ยต่อครั้ง

ระยะเวลาใช้งาน Microsoft teams Application	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง	50	12.44
1 – 3 ชั่วโมง	254	63.18
4 ชั่วโมงเป็นต้นไป	98	24.38
รวม	402	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาใช้งาน Microsoft teams Application เฉลี่ยต่อครั้ง ส่วนใหญ่ใช้งาน 1 – 3 ชั่วโมง จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.18 รองลงมาคือใช้งาน 4 ชั่วโมงเป็นต้นไป จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.38 และใช้งานต่ำกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.44 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่ใช้งาน Microsoft teams Application

ช่วงระยะเวลาที่ใช้งาน Microsoft teams Application	จำนวน (คน)	ร้อยละ
08:00 – 12:00 น.	131	32.59
12:01 – 16:00 น.	173	43.03
16:01 เป็นต้นไป	98	24.38
รวม	402	100.00

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีช่วงเวลาที่ใช้งาน Microsoft teams Application ส่วนใหญ่ใช้งานช่วงเวลา 12:01 – 16:00 น. จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.03 รองลงมาคือใช้งานช่วงเวลา 08:00 – 12:00 น. จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.59 และใช้งานช่วงเวลา 16:01 เป็นต้นไป จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.38 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของประเภทของงานที่ใช้ Microsoft teams Application

ประเภทของงานที่ใช้ Microsoft teams Application	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แชท/สนทนาข้อความออนไลน์	101	25.12
ประชุมออนไลน์	138	34.33
สอน/เรียนออนไลน์	71	17.66
เก็บรวบรวม และแชร์ข้อมูลงานต่างๆออนไลน์	92	22.89
รวม	402	100.00

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีประเภทของงานที่ใช้ Microsoft teams Application ส่วนใหญ่ใช้ประชุมออนไลน์ จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.33 รองลงมาคือใช้แชท/สนทนาข้อความออนไลน์ จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.12 ใช้เก็บรวบรวม และแชร์ข้อมูลงานต่างๆออนไลน์ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 22.89 และใช้สอน/เรียนออนไลน์ จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.66 ตามลำดับ

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านอิทธิพลของสังคม และด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร โดยมีรายละเอียดระดับความคิดเห็นดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ

ลำดับที่	ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
2	การใช้งาน Microsoft teams Application ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เช่น ลดเวลาในการเดินทางมาประชุม	4.56	0.63	เห็นด้วยมากที่สุด
4	การใช้งาน Microsoft teams Application ช่วยเอื้อประโยชน์ให้แก่ผู้ใช้งาน เช่น ช่วยให้มีไฟล์กลางสำหรับการดำเนินการต่างๆ สามารถบันทึกการประชุมไว้ใช้ย้อนหลัง	4.50	0.60	เห็นด้วยมากที่สุด
1	การใช้งาน Microsoft teams Application ช่วยลดต้นทุนจากการดำเนินงาน เช่น ลดค่าใช้จ่ายและประหยัดเวลาในการเดินทาง	4.58	0.64	เห็นด้วยมากที่สุด
6	การใช้งาน Microsoft teams Application ช่วยลดความผิดพลาดที่เกิดจากการดำเนินงาน เช่น ลดความสับสนข้อมูล ลดระยะเวลาการออกงาน	4.16	0.80	เห็นด้วยมาก
3	การใช้งาน Microsoft teams Application สามารถทำได้สะดวก จากทุกที่ ทุกเวลา เนื่องจากรองรับการใช้งานจากอุปกรณ์ที่หลากหลาย	4.55	0.65	เห็นด้วยมากที่สุด
5	การใช้งาน Microsoft teams Application สามารถใช้งานร่วมกับโปรแกรมอื่นๆของ Microsoft Office ได้	4.48	0.63	เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม		4.47	0.66	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับมีค่าเฉลี่ยรวม 4.47 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.66 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อซึ่งเรียงตามลำดับตัวเลขค่าเฉลี่ย พบว่า

ลำดับที่ 1 การใช้งาน Microsoft teams Application ช่วยลดต้นทุนจากการดำเนินงาน เช่น ลดค่าใช้จ่าย และประหยัดเวลาในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยรวม 4.58 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ไม่ควรเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.64 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ลำดับที่ 2 การใช้งาน Microsoft teams Application ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เช่น ลดเวลาในการเดินทางมาประชุม มีค่าเฉลี่ยรวม 4.56 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.63 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ลำดับที่ 3 การใช้งาน Microsoft teams Application สามารถทำได้สะดวก จากทุกที่ ทุกเวลา เนื่องจากรองรับการใช้งานจากอุปกรณ์ที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยรวม 4.55 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.65 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ลำดับที่ 4 การใช้งาน Microsoft teams Application ช่วยเอื้อประโยชน์ให้แก่ผู้ใช้งาน เช่น ช่วยให้ไม่มีไฟล์กลางสำหรับการดำเนินการต่างๆ สามารถบันทึกการประชุมไว้ใช้ย้อนหลัง มีค่าเฉลี่ยรวม 4.50 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.60 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ลำดับที่ 5 การใช้งาน Microsoft teams Application สามารถใช้งานร่วมกับโปรแกรมอื่นๆ ของ Microsoft Office ได้ มีค่าเฉลี่ยรวม 4.48 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.63 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ลำดับที่ 6 การใช้งาน Microsoft teams Application ช่วยลดความผิดพลาดที่เกิดจากดำเนินงาน เช่น ลดความสับสนข้อมูล ลดระยะเวลาการออกงาน มีค่าเฉลี่ยรวม 4.16 อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.80 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวข้องกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร

ลำดับที่	ด้านความง่ายในการใช้งาน	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
7	Microsoft teams Application มีระบบการทำงานที่ไม่ซับซ้อน เข้าใจง่าย	4.31	0.73	เห็นด้วยมากที่สุด
6	Microsoft teams Application มีขั้นตอนการใช้งานง่าย	4.34	0.69	เห็นด้วยมากที่สุด
5	Microsoft teams Application ง่ายต่อการเรียนรู้	4.41	0.71	เห็นด้วยมากที่สุด
4	Microsoft teams Application ช่วยทำให้การจัดการประชุม หรือการจัดการเรียนการสอนออนไลน์มีความง่ายมากขึ้น	4.44	0.68	เห็นด้วยมากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ลำดับที่	ด้านความง่ายในการใช้งาน	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
2	Microsoft teams Application ช่วยให้วางแผนสื่อสาร และใช้ข้อมูลง่ายมากยิ่งขึ้น	4.49	0.66	เห็นด้วยมากที่สุด
2	Microsoft teams Application ช่วยให้ทำงานสะดวกรวดเร็วมากขึ้น	4.49	0.67	เห็นด้วยมากที่สุด
1	Microsoft teams Application สามารถใช้งานผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ เช่น สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต ได้ง่าย	4.53	0.61	เห็นด้วยมากที่สุด
3	การดาวน์โหลด Microsoft teams Application ทำได้ง่าย	4.48	0.66	เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม		4.44	0.68	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.10 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามด้านความง่ายในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยรวม 4.44 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.68 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อซึ่งเรียงตามลำดับตัวเลขค่าเฉลี่ยพบว่า

ลำดับที่ 1 Microsoft teams Application สามารถใช้งานผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ เช่น สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต ได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยรวม 4.53 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.61 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ลำดับที่ 2 Microsoft teams Application ช่วยให้วางแผน สื่อสาร และใช้ข้อมูลง่ายมากยิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ยรวม 4.49 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.66 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน และ Microsoft teams Application ช่วยให้ทำงานสะดวกรวดเร็วมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยรวม 4.49 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.67 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ลำดับที่ 3 การดาวน์โหลด Microsoft teams Application ทำได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยรวม 4.48 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.66 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ลำดับที่ 4 Microsoft teams Application ช่วยทำให้การจัดการประชุม หรือการจัดการเรียนการสอนออนไลน์มีความง่ายมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยรวม 4.44 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.68 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้า เมื่ออนุญาตให้เผยแพร่ขึ้นตามการดำเนินการ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่ 5 Microsoft teams Application ง่ายต่อการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยรวม 4.41 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.71 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ลำดับที่ 6 Microsoft teams Application มีขั้นตอนการใช้งานง่าย มีค่าเฉลี่ยรวม 4.34 อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.69 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ลำดับที่ 7 Microsoft teams Application มีระบบการทำงานที่ไม่ซับซ้อน เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ยรวม 4.31 อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.73 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามด้านอิทธิพลของสังคม

ลำดับที่	ด้านอิทธิพลของสังคม	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
4	รีวิวหรือความคิดเห็นของผู้ใช้เกี่ยวกับ Microsoft teams Application มีผลต่อการเลือกใช้งาน	4.20	0.85	เห็นด้วยมาก
3	คำแนะนำจากเว็บไซต์ที่น่าเชื่อถือ รวมไปถึงผู้ที่ท่านรู้จักทำให้ท่านเกิดความสนใจใช้งาน Microsoft teams Application	4.22	0.83	เห็นด้วยมากที่สุด
1	หน่วยงานหรือเพื่อนร่วมงานที่ท่านสังกัดมีส่วนทำให้ท่านใช้งาน Microsoft teams Application	4.50	0.68	เห็นด้วยมากที่สุด
5	เพื่อนหรือคนในครอบครัวของท่านมีส่วนทำให้ท่านใช้งาน Microsoft teams Application	3.98	1.11	เห็นด้วยมาก
2	ท่านใช้งาน Microsoft teams Application หลังจากที่ได้ศึกษาการใช้งานและประโยชน์ด้วยตนเอง	4.27	0.84	เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม		4.23	0.86	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.11 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามด้านอิทธิพลของสังคม มีค่าเฉลี่ยรวม 4.23

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.86 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อซึ่งเรียงตามลำดับตัวเลขค่าเฉลี่ย พบว่า

ลำดับที่ 1 หน่วยงานหรือเพื่อนร่วมงานที่ท่านสังกัดมีส่วนทำให้ท่านใช้งาน Microsoft teams Application มีค่าเฉลี่ยรวม 4.50 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.68 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ลำดับที่ 2 ท่านใช้งาน Microsoft teams Application หลังจากที่ศึกษาการใช้งานและประโยชน์ด้วยตนเอง มีค่าเฉลี่ยรวม 4.27 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.83 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ลำดับที่ 3 คำแนะนำจากเว็บไซต์ที่น่าเชื่อถือ รวมไปถึงผู้ที่ท่านรู้จักทำให้ท่านเกิดความสนใจใช้งาน Microsoft teams Application มีค่าเฉลี่ยรวม 4.22 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.83 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ลำดับที่ 4 รีวิวหรือความคิดเห็นของผู้ใช้เกี่ยวกับ Microsoft teams Application มีผลต่อการเลือกใช้งาน มีค่าเฉลี่ยรวม 4.20 อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.85 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ลำดับที่ 5 เพื่อนหรือคนในครอบครัวของท่านมีส่วนทำให้ท่านใช้งาน Microsoft teams Application มีค่าเฉลี่ยรวม 3.98 อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 1.11 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวข้องกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน

ลำดับที่	ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
1	Microsoft teams Application ช่วยอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร โดยสามารถติดต่อสื่อสารได้จากทุกที่ที่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต	4.46	0.64	เห็นด้วยมากที่สุด
3	หน่วยงานของท่านสนับสนุน รวมไปถึงอธิบายและจัดการอบรมเพื่อเตรียมความพร้อมให้ท่านใช้งาน Microsoft teams Application	4.37	0.76	เห็นด้วยมากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ลำดับที่	ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
6	หน่วยงานของท่านจัดหาผู้เชี่ยวชาญมาเพื่อมาเป็นที่ปรึกษา แนะนำสนับสนุน รวมไปถึงช่วยแก้ปัญหาในการใช้งาน Microsoft teams Application	4.21	0.98	เห็นด้วยมากที่สุด
5	ท่านสามารถเข้าถึงคู่มือขั้นตอนการใช้งาน Microsoft teams Application ได้สะดวก	4.22	0.93	เห็นด้วยมากที่สุด
2	หน่วยงานของท่านให้ความช่วยเหลือในการติดตั้ง Microsoft teams Application	4.43	0.78	เห็นด้วยมากที่สุด
4	เมื่อท่านเกิดปัญหาเกี่ยวกับการใช้งาน Microsoft teams Application ท่านสามารถค้นหาวิธีการแก้ไขเบื้องต้นได้จากเว็บไซต์ช่วยเหลือของ Microsoft	4.30	0.88	เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม		4.33	0.83	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.12 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยรวม 4.33 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.83 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อซึ่งเรียงตามลำดับตัวเลขค่าเฉลี่ย พบว่า

ลำดับที่ 1 Microsoft teams Application ช่วยอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร โดยสามารถติดต่อสื่อสารได้จากทุกที่ที่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยรวม 4.46 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.64 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ลำดับที่ 2 หน่วยงานของท่านให้ความช่วยเหลือในการติดตั้ง Microsoft teams Application มีค่าเฉลี่ยรวม 4.43 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.88 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่าง

ลำดับที่ 3 หน่วยงานของท่านสนับสนุน รวมไปถึงอธิบาย และจัดการอบรมเพื่อเตรียมความพร้อมให้ท่านใช้งาน Microsoft teams Application มีค่าเฉลี่ยรวม 4.37 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.76 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่ 4 เมื่อท่านเกิดปัญหาเกี่ยวกับการใช้งาน Microsoft teams Application ท่านสามารถค้นหาวิธีการแก้ไขเบื้องต้นได้จากเว็บไซต์ช่วยเหลือของ Microsoft มีค่าเฉลี่ยรวม 4.30 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.88 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ลำดับที่ 5 ท่านสามารถเข้าถึงคู่มือขั้นตอนการใช้งาน Microsoft teams Application ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.22 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.93 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ลำดับที่ 6 หน่วยงานของท่านจัดหาผู้เชี่ยวชาญมาเพื่อมาเป็นทีปรึกษา แนะนำสนับสนุน รวมไปถึงช่วยแก้ปัญหาในการใช้งาน Microsoft teams Application มีค่าเฉลี่ยรวม 4.21 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.98 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร

ลำดับที่	ปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
1	ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ	4.47	0.43	เห็นด้วยมากที่สุด
2	ด้านความง่ายในการใช้งาน	4.43	0.46	เห็นด้วยมากที่สุด
3	ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	4.33	0.60	เห็นด้วยมากที่สุด
4	ด้านอิทธิพลของสังคม	4.24	0.61	เห็นด้วยมากที่สุด
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.37	0.45	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.13 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ยรวม 4.37 อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.45 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อซึ่งเรียงตามลำดับตัวเลขค่าเฉลี่ย พบว่า

ลำดับที่ 1 ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.47 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.43 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ลำดับที่ 2 ด้านความง่ายในการใช้งาน โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.43 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.46 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่ 3 ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.33 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.60 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ลำดับที่ 4 ด้านอิทธิพลของสังคม โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.24 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.61 ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

4.4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสัมพันธ์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครกับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application

สมมติฐานที่ 1.1 เพศของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application

H_0 : เพศของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application

H_1 : เพศของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เพศของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครกับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application

พฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application	เพศ		ค่าทางสถิติ	
	1 n = 197	2 n = 205	χ^2	p - value
1. ด้านความถี่ในการใช้งานต่อเดือน			5.814	0.214
ใช้งาน Microsoft teams Application 1 – 5 ครั้งต่อเดือน	72	55		
ใช้งาน Microsoft teams Application 6 – 10 ครั้งต่อเดือน	62	75		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application	เพศ		ค่าทางสถิติ	
	1 n = 197	2 n = 205	χ^2	p - value
ใช้งาน Microsoft teams Application 11 – 20 ครั้งต่อเดือน	30	41		
ใช้งาน Microsoft teams Application 21 – 30 ครั้งต่อเดือน	19	16		
ใช้งาน Microsoft teams Application มากกว่า 30 ครั้งต่อเดือน	14	18		
2. ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง			0.214	0.899
ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง	24	26		
1 – 3 ชั่วโมง	123	131		
4 ชั่วโมงเป็นต้นไป	50	48		
3. ด้านช่วงเวลาในการใช้งาน			6.510	0.039*
08:00 – 12:00 น.	76	55		
12:01 – 16:00 น.	79	94		
ตั้งแต่ 16.01 น. เป็นต้นไป	42	56		
4. ด้านประเภทของงานที่ใช้			20.506	0.000**
แชท/สนทนาข้อความออนไลน์	37	64		
ประชุมออนไลน์	70	68		
สอน/เรียนออนไลน์	50	21		
เก็บรวบรวม และแชร์ข้อมูลงานต่างๆออนไลน์	40	52		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

1 คือ เพศหญิง

2 คือ เพศชาย

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เพศของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครกับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ได้ผลดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านความถี่ในการใช้งาน Microsoft teams Application ต่อเดือน พบว่า ค่า Chi-Square มีค่าเท่ากับ 6.510 และค่า p - value มีค่าเท่ากับ 0.214 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก กล่าวคือ เพศของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ด้านความถี่ในการใช้งานต่อเดือน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านระยะเวลาการใช้งาน Microsoft teams Application เฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า ค่า Chi-Square มีค่าเท่ากับ 0.214 และค่า p - value มีค่าเท่ากับ 0.899 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก กล่าวคือ เพศของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ด้านระยะเวลาการใช้เฉลี่ยต่อครั้ง ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านช่วงเวลาในการใช้งาน Microsoft teams Application พบว่า ค่า Chi-Square มีค่าเท่ากับ 0.214 และค่า p - value มีค่าเท่ากับ 0.039 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก กล่าวคือ เพศของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ด้านช่วงเวลาในการใช้งาน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านประเภทของงานที่ใช้ Microsoft teams Application พบว่า ค่า Chi-Square มีค่าเท่ากับ 20.506 และค่า p - value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 จึงสรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก กล่าวคือ เพศของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ด้านประเภทของงานที่ใช้ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.2 อายุของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application

H_0 : อายุของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application

H_1 : อายุของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์อายุของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครกับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application

พฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application	อายุ				ค่าทางสถิติ	
	1 n = 124	2 n = 108	3 n = 106	4 n = 64	χ^2	p - value

1. ด้านความถี่ในการใช้งานต่อเดือน					70.770	0.000**
-----------------------------------	--	--	--	--	--------	---------

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application	อายุ				ค่าทางสถิติ	
	1 n = 124	2 n = 108	3 n = 106	4 n = 64	χ^2	p - value
ใช้งาน Microsoft teams Application 1 – 5 ครั้งต่อเดือน	61	27	13	26		
ใช้งาน Microsoft teams Application 6 – 10 ครั้งต่อเดือน	38	40	49	10		
ใช้งาน Microsoft teams Application 11 – 20 ครั้งต่อเดือน	18	23	25	5		
ใช้งาน Microsoft teams Application 21 – 30 ครั้งต่อเดือน	4	8	11	12		
ใช้งาน Microsoft teams Application มากกว่า 30 ครั้งต่อ เดือน	3	10	8	11		
2. ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ย ต่อครั้ง					41.875	0.000**
ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง	23	8	3	16		
1 – 3 ชั่วโมง	83	79	63	29		
4 ชั่วโมงเป็นต้นไป	18	21	40	19		
3. ด้านช่วงเวลาในการใช้งาน					31.826	0.000**
08:00 – 12:00 น.	42	28	23	38		
12:01 – 16:00 น.	55	55	49	14		
ตั้งแต่ 16.01 น. เป็นต้นไป	27	25	34	12		
4. ด้านประเภทของงานที่ใช้					123.139	0.000**
แชท/สนทนาข้อความออนไลน์	39	28	21	13		
ประชุมออนไลน์	12	41	48	37		
สอน/เรียนออนไลน์	55	10	3	3		
เก็บรวบรวม และแชร์ข้อมูล งานต่างๆออนไลน์	18	29	34	11		

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 1 คือ 15 - 24 ปี
- 2 คือ 25 - 34 ปี
- 3 คือ 35 - 44 ปี
- 4 คือ 45 ปีเป็นต้นไป

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์อายุของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครกับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ได้ผลดังนี้

ด้านความถี่ในการใช้งาน Microsoft teams Application ต่อเดือน พบว่า ค่า Chi-Square มีค่าเท่ากับ 70.770 และค่า p - value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 จึงสรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก กล่าวคือ อายุของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ด้านความถี่ในการใช้งานต่อเดือน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านระยะเวลาการใช้งาน Microsoft teams Application เฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า ค่า Chi-Square มีค่าเท่ากับ 41.875 และค่า p - value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 จึงสรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก กล่าวคือ อายุของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ด้านระยะเวลาการใช้เฉลี่ยต่อครั้ง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านช่วงเวลาในการใช้งาน Microsoft teams Application พบว่า ค่า Chi-Square มีค่าเท่ากับ 31.826 และค่า p - value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 จึงสรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก กล่าวคือ อายุของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ด้านช่วงเวลาในการใช้งาน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านประเภทของงานที่ใช้ Microsoft teams Application พบว่า ค่า Chi-Square มีค่าเท่ากับ 123.139 และค่า p - value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 จึงสรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก กล่าวคือ อายุของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ด้านประเภทของงานที่ใช้ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application

H_0 : ระดับการศึกษาของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application

H_1 : ระดับการศึกษาของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระดับการศึกษาของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต
ในกรุงเทพมหานครกับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application

พฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application	ระดับการศึกษา			ค่าทางสถิติ	
	1 n = 80	2 n = 265	3 n = 57	χ^2	p - value
1. ด้านความถี่ในการใช้งานต่อเดือน				33.257	0.000**
ใช้งาน Microsoft teams Application 1 – 5 ครั้งต่อเดือน	33	88	6		
ใช้งาน Microsoft teams Application 6 – 10 ครั้งต่อเดือน	27	94	16		
ใช้งาน Microsoft teams Application 11 – 20 ครั้งต่อเดือน	15	42	14		
ใช้งาน Microsoft teams Application 21 – 30 ครั้งต่อเดือน	3	22	10		
ใช้งาน Microsoft teams Application มากกว่า 30 ครั้งต่อเดือน	2	19	11		
2. ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง				34.807	0.000**
ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง	20	30	0		
1 – 3 ชั่วโมง	48	176	30		
4 ชั่วโมงเป็นต้นไป	12	59	27		
3. ด้านช่วงเวลาในการใช้งาน				2.132	0.711
08:00 – 12:00 น.	25	88	18		
12:01 – 16:00 น.	36	116	21		
ตั้งแต่ 16.01 น. เป็นต้นไป	19	61	18		
4. ด้านประเภทของงานที่ใช้				85.095	0.000**
แชท/สนทนาข้อความออนไลน์	29	66	6		
ประชุมออนไลน์	3	100	35		
สอน/เรียนออนไลน์	35	32	4		
เก็บรวบรวม และแชร์ข้อมูลงานต่างๆ ออนไลน์	13	67	12		

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 1 คือ ต่ำกว่าปริญาตรี
- 2 คือ ปริญาตรี
- 3 คือ สูงกว่าปริญาตรี

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระดับการศึกษาของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครกับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ได้ผลดังนี้

ด้านความถี่ในการใช้งาน Microsoft teams Application ต่อเดือน พบว่า ค่า Chi-Square มีค่าเท่ากับ 33.257 และค่า p - value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 จึงสรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก กล่าวคือ ระดับการศึกษาของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ด้านความถี่ในการใช้งานต่อเดือน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านระยะเวลาการใช้งาน Microsoft teams Application เฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า ค่า Chi-Square มีค่าเท่ากับ 34.807 และค่า p - value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 จึงสรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก กล่าวคือ ระดับการศึกษาของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ด้านระยะเวลาการใช้เฉลี่ยต่อครั้ง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านช่วงเวลาในการใช้งาน Microsoft teams Application พบว่า ค่า Chi-Square มีค่าเท่ากับ 2.132 และค่า p - value มีค่าเท่ากับ 0.711 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก กล่าวคือ ระดับการศึกษาของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ด้านช่วงเวลาในการใช้งาน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านประเภทของงานที่ใช้ Microsoft teams Application พบว่า ค่า Chi-Square มีค่าเท่ากับ 85.095 และค่า p - value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 จึงสรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก กล่าวคือ ระดับการศึกษาของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ด้านประเภทของงานที่ใช้ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.4 อาชีพของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application

H_0 : อาชีพของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application

H_1 : อาชีพของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครไม่มีความสัมพันธ์ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ข้ออาชีพของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครกับ
พฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application

พฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application	อาชีพ			ค่าทางสถิติ	
	1 n = 134	2 n = 134	3 n = 134	χ^2	p - value
1. ด้านความถี่ในการใช้งานต่อเดือน				60.224	0.000**
ใช้งาน Microsoft teams Application 1 – 5 ครั้งต่อเดือน	63	26	38		
ใช้งาน Microsoft teams Application 6 – 10 ครั้งต่อเดือน	42	63	32		
ใช้งาน Microsoft teams Application 11 – 20 ครั้งต่อเดือน	21	29	21		
ใช้งาน Microsoft teams Application 21 – 30 ครั้งต่อเดือน	5	7	23		
ใช้งาน Microsoft teams Application มากกว่า 30 ครั้งต่อเดือน	3	9	20		
2. ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง				12.502	0.014*
ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง	22	12	16		
1 – 3 ชั่วโมง	92	86	76		
4 ชั่วโมงเป็นต้นไป	20	36	42		
3. ด้านช่วงเวลาในการใช้งาน				35.062	0.000**
08:00 – 12:00 น.	42	23	66		
12:01 – 16:00 น.	61	64	48		
ตั้งแต่ 16.01 น. เป็นต้นไป	31	47	20		
4. ด้านประเภทของงานที่ใช้				192.365	0.000**
แชท/สนทนาข้อความออนไลน์	51	27	23		
ประชุมออนไลน์	5	51	82		
สอน/เรียนออนไลน์	61	3	7		
เก็บรวบรวม และแชร์ข้อมูลงานต่างๆ ออนไลน์	17	53	22		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

- 1 คือ นักเรียน/นักศึกษา
- 2 คือ ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 3 คือ พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์อาชีพอของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครกับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ได้ผลดังนี้

ด้านความถี่ในการใช้งาน Microsoft teams Application ต่อเดือน พบว่า ค่า Chi-Square มีค่าเท่ากับ 60.224 และค่า p - value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 จึงสรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก กล่าวคือ อาชีพของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ด้านความถี่ในการใช้งานต่อเดือน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านระยะเวลาการใช้งาน Microsoft teams Application เฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า ค่า Chi-Square มีค่าเท่ากับ 12.502 และค่า p - value มีค่าเท่ากับ 0.014 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก กล่าวคือ อาชีพของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ด้านระยะเวลาการใช้เฉลี่ยต่อครั้ง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านช่วงเวลาในการใช้งาน Microsoft teams Application พบว่า ค่า Chi-Square มีค่าเท่ากับ 35.062 และค่า p - value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 จึงสรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก กล่าวคือ อาชีพของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ด้านช่วงเวลาในการใช้งาน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านประเภทของงานที่ใช้ Microsoft teams Application พบว่า ค่า Chi-Square มีค่าเท่ากับ 192.365 และค่า p - value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 จึงสรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก กล่าวคือ อาชีพของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ด้านประเภทของงานที่ใช้ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.5 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

สมมติฐานที่ 2 ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานที่ 2.1 ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

ระดับการยอมรับ Microsoft teams Application จำแนกตามเพศ	เพศ		p - value
	1 n = 197	2 n = 205	
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ	4.49	4.45	0.391
ด้านความง่ายในการใช้งาน	4.43	4.44	0.806
ด้านอิทธิพลของสังคม	4.15	4.32	0.007**
ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	4.30	4.37	0.274
ค่าเฉลี่ยรวม	4.34	4.39	0.256

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

1 คือ เพศหญิง

2 คือ เพศชาย

จากตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ พบว่า ค่า p - value มีค่าเฉลี่ย 0.256 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก กล่าวคือ ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ไม่แตกต่างกัน โดยตัวเลขค่าเฉลี่ยความถี่ในการใช้งาน Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร เพศหญิง มีค่าเฉลี่ยรวม 4.34 และเพศชาย มีค่าเฉลี่ยรวม 4.39 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

1. ระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ มีค่า p - value เท่ากับ 0.391 ซึ่งมีความมากกว่า

0.05 แสดงว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับไม่แตกต่างกัน

2. ระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ด้านความง่ายในการใช้งาน มีค่า p - value เท่ากับ 0.806 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านความง่ายในการใช้งานไม่แตกต่างกัน

3. ระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ด้านอิทธิพลของสังคม มีค่า p - value เท่ากับ 0.007 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านอิทธิพลของสังคมแตกต่างกัน

4. ระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน มีค่า p - value เท่ากับ 0.274 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งานไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

ระดับการยอมรับ	อายุ				p - value
	1	2	3	4	
Microsoft teams Application จำแนกตามอายุ	n = 124	n = 108	n = 106	n = 40	
1. ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ	4.48	4.48	4.53	4.35	0.092
2. ด้านความง่ายในการใช้งาน	4.47	4.40	4.50	4.30	0.037*
3. ด้านอิทธิพลของสังคม	4.24	4.32	4.27	4.03	0.027*
4. ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน	4.38	4.39	4.40	4.03	0.000**
ค่าเฉลี่ยรวม	4.39	4.40	4.42	4.18	0.003**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถเผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ทางการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

1 คือ 15 - 24 ปี

2 คือ 25 - 34 ปี

3 คือ 35 - 44 ปี

4 คือ 45 ปีเป็นต้นไป

จากตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุพบว่า ค่า p - value มีค่าเฉลี่ย 0.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 จึงสรุปได้ว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก กล่าวคือ ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยตัวเลขค่าเฉลี่ยระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร อายุ 15 - 24 ปี มีค่าเฉลี่ยรวม 4.39 อายุ 25 - 34 ปี มีค่าเฉลี่ยรวม 4.40 อายุ 35 - 44 ปี มีค่าเฉลี่ยรวม 4.42 อายุ และอายุ 45 ปี เป็นต้นไปมีค่าเฉลี่ยรวม 4.18 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

1. ระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ มีค่า p - value เท่ากับ 0.092 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับไม่แตกต่างกัน

2. ระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ด้านความง่ายในการใช้งาน มีค่า p - value เท่ากับ 0.037 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านความง่ายในการใช้งานแตกต่างกัน

3. ระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ด้านอิทธิพลของสังคม มีค่า p - value เท่ากับ 0.027 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านอิทธิพลของสังคมแตกต่างกัน

4. ระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน มีค่า p - value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เนื่องจากผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ด้านความง่ายในการใช้งาน และด้านอิทธิพลของสังคมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงต้องใช้การวิเคราะห์ Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

ตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

ระดับการยอมรับ Microsoft teams Application จำแนกตามอายุ	อายุ	\bar{X}	p - value			
			1	2	3	4
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ที่ได้รับ	1	4.48	-	0.961	0.440	0.560
	2	4.48	-	-	0.427	0.068
	3	4.53	-	-	-	0.012*
	4	4.35	-	-	-	-
ด้านความง่ายในการใช้งาน	1	4.47	-	0.240	0.695	0.017*
	2	4.40	-	-	0.131	0.176
	3	4.50	-	-	-	0.008**
	4	4.30	-	-	-	-
ด้านอิทธิพลของสังคม	1	4.24	-	0.331	0.699	0.030*
	2	4.32	-	-	0.574	0.003**
	3	4.27	-	-	-	0.015*
	4	4.03	-	-	-	-
ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	1	4.38	-	0.865	0.791	0.000**
	2	4.39	-	-	0.926	0.000**
	3	4.40	-	-	-	0.000**
	4	4.03	-	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 1 คือ 15 - 24 ปี
- 2 คือ 25 - 34 ปี
- 3 คือ 35 - 44 ปี
- 4 คือ 45 ปีเป็นต้นไป

จากตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครจำแนกตามอายุเป็นรายคู่ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

1. ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ พบว่า

1.1 ผู้ใช้งานที่มีอายุ 35 - 44 ปี มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างจากผู้ใช้งานที่มีอายุ 45 ปีเป็นต้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ส่วนผู้ใช้งานที่มีอายุคู่อื่นๆ มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

2. ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ด้านความง่ายในการใช้งาน พบว่า

2.1 ผู้ใช้งานที่มีอายุ 15 - 24 ปี มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างจากผู้ใช้งานที่มีอายุ 45 ปีเป็นต้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2.2 ผู้ใช้งานที่มีอายุ 35 - 44 ปี มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างจากผู้ใช้งานที่มีอายุ 45 ปีเป็นต้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ส่วนผู้ใช้งานที่มีอายุคู่อื่นๆ มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

3. ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ด้านอิทธิพลของสังคม พบว่า

3.1 ผู้ใช้งานที่มีอายุ 15 - 24 ปี มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างจากผู้ใช้งานที่มีอายุ 45 ปีเป็นต้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

3.2 ผู้ใช้งานที่มีอายุ 25 - 34 ปี มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างจากผู้ใช้งานที่มีอายุ 45 ปีเป็นต้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

3.3 ผู้ใช้งานที่มีอายุ 35 - 44 ปี มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างจากผู้ใช้งานที่มีอายุ 45 ปีเป็นต้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ส่วนผู้ใช้งานที่มีอายุคู่อื่นๆ มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งาน

อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน พบว่า

4.1 ผู้ใช้งานที่มีอายุ 15 - 24 ปี มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างจากผู้ใช้งานที่มีอายุ 45 ปีเป็นต้น ไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

4.2 ผู้ใช้งานที่มีอายุ 25 - 34 ปี มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างจากผู้ใช้งานที่มีอายุ 45 ปีเป็นต้น ไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

4.3 ผู้ใช้งานที่มีอายุ 35 - 44 ปี มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างจากผู้ใช้งานที่มีอายุ 45 ปีเป็นต้น ไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ส่วนผู้ใช้งานที่มีอายุกลุ่มอื่นๆ มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการยอมรับ Microsoft teams Application จำแนกตามระดับการศึกษา	ระดับการศึกษา			p - value
	1 n = 80	2 n = 265	3 n = 57	
1. ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ	4.54	4.47	4.39	0.114
2. ด้านความง่ายในการใช้งาน	4.53	4.42	4.37	0.083
3. ด้านอิทธิพลของสังคม	4.28	4.26	4.06	0.057
4. ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	4.45	4.31	4.26	0.116
ค่าเฉลี่ยรวม	4.45	4.37	4.27	0.063

หมายเหตุ: 1 คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี

2 คือ ปริญญาตรี

3 คือ สูงกว่าปริญญาตรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.21 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าค่า p - value มีค่าเฉลี่ย 0.063 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก กล่าวคือ ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ไม่แตกต่างกันโดยตัวเลขค่าเฉลี่ยระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยรวม 4.45 ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยรวม 4.37 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยรวม 4.27 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

1. ระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ มีค่า p - value เท่ากับ 0.114 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับไม่แตกต่างกัน

2. ระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ด้านความง่ายในการใช้งาน มีค่า p - value เท่ากับ 0.083 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านความง่ายในการใช้งานไม่แตกต่างกัน

3. ระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ด้านอิทธิพลของสังคม มีค่า p - value เท่ากับ 0.057 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านอิทธิพลของสังคมไม่แตกต่างกัน

4. ระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน มีค่า p - value เท่ากับ 0.116 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานไม่แตกต่างกัน

เนื่องจากผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานไม่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงต้องไม่ต้องการวิเคราะห์ Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

สมมติฐานที่ 2.4 ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมี

ระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

H_0 : ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

ระดับการยอมรับ Microsoft teams Application จำแนกตามอาชีพ	อาชีพ			p - value
	1 n = 134	2 n = 134	3 n = 134	
1. ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ	4.49	4.52	4.40	0.056
2. ด้านความง่ายในการใช้งาน	4.49	4.48	4.33	0.009**
3. ด้านอิทธิพลของสังคม	4.32	4.35	4.04	0.000**
4. ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน	4.44	4.42	4.14	0.000**
ค่าเฉลี่ยรวม	4.44	4.44	4.23	0.000**

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

- 1 คือ นักเรียน/นักศึกษา
- 2 คือ ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 3 คือ พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน

จากตารางที่ 4.22 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพพบว่า ค่า p - value มีค่าเฉลี่ย 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 จึงสรุปได้ว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก กล่าวคือ ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยตัวเลขค่าเฉลี่ยระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยรวม 4.44 อาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยรวม 4.44 และอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชนมีค่าเฉลี่ยรวม 4.23 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

1. ระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ มีค่า p - value เท่ากับ 0.158 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ

Microsoft teams Application ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ไม่แตกต่างกัน
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ผู้เห็นได้เห็นไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ด้านความง่ายในการใช้งาน มีค่า p - value เท่ากับ 0.009 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านความง่ายในการใช้งานแตกต่างกัน

3. ระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ด้านอิทธิพลของสังคม มีค่า p - value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านอิทธิพลของสังคมแตกต่างกัน

4. ระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน มีค่า p - value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งานแตกต่างกัน

เนื่องจากผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านอิทธิพลของสังคม และด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้น จึงต้องใช้การวิเคราะห์ Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครจำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

ตารางที่ 4.23 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

ระยะเวลาในการใช้งาน Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครต่อครั้ง จำแนกตามอาชีพ	อาชีพ	\bar{X}	p - value		
			1	2	3
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ	1	4.49	-	0.603	0.077
	2	4.52	-	-	0.022*
	3	4.40	-	-	-
ด้านความง่ายในการใช้งาน	1	4.49	-	0.803	0.006**
	2	4.48	-	-	0.012*
	3	4.33	-	-	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

ระยะเวลาในการใช้งาน Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครต่อครั้ง จำแนกตามอาชีพ	อาชีพ	\bar{X}	p - value		
			1	2	3
ด้านอิทธิพลของสังคม	1	4.32	-	0.698	0.000**
	2	4.35	-	-	0.000**
	3	4.04	-	-	-
ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	1	4.44	-	0.715	0.000**
	2	4.42	-	-	0.000**
	3	4.14	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

1 คือ นักเรียน/นักศึกษา

2 คือ ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ

3 คือ พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน

จากตารางที่ 4.23 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

1. ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ พบว่า

1.1 ผู้ใช้งานที่มีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างจากผู้ใช้งานที่มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ส่วนผู้ใช้งานที่มีอายุคู่อื่นๆ มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

2. ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ด้านความง่ายในการใช้งาน พบว่า

2.1 ผู้ใช้งานที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างจากผู้ใช้งานที่มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ 0.01
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 ผู้ใช้งานที่มีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างจากผู้ใช้งานที่มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ส่วนผู้ใช้งานที่มีอายุคู่อื่นๆ มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

3. ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ด้านอิทธิพลของสังคม พบว่า

3.1 ผู้ใช้งานที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างจากผู้ใช้งานที่มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

3.2 ผู้ใช้งานที่มีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างจากผู้ใช้งานที่มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ส่วนผู้ใช้งานที่มีอายุคู่อื่นๆ มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

4. ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน พบว่า

4.1 ผู้ใช้งานที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างจากผู้ใช้งานที่มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

4.2 ผู้ใช้งานที่มีข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างจากผู้ใช้งานที่มีพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ส่วนผู้ใช้งานที่มีอายุคู่อื่นๆ มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต ในกรุงเทพมหานคร โดยระยะเวลาในการศึกษาวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยเริ่ม ตั้งแต่มีนาคม 2565 ถึง เดือนพฤษภาคม 2566 เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้ Microsoft teams Application ที่เคยใช้งานอย่างน้อย 1 ครั้ง อันได้แก่ กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 134 ชุด กลุ่มพนักงานข้าราชการ-พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 134 ชุด และกลุ่มพนักงานเอกชน จำนวน 134 ชุด โดยเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 402 คน สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาวิจัยนี้ คือสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สามารถสรุปผลการศึกษาวิจัย ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผล
- 5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ จำนวน 402 คน พบว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ที่มีอายุมากกว่า 15 - 24 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี กลุ่มอาชีพที่น่าจะเคยใช้งาน Microsoft Teams Application ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา พนักงานข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และกลุ่มพนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน

5.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application จำนวน 402 คน พบว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้งาน Microsoft teams Application 6-10 ครั้งต่อเดือน มีระยะเวลาในการใช้งาน 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง มีช่วงเวลาที่ใช้งาน 12.01-16.00 น. และมีประเภทของงานที่ใช้ คือประชุมออนไลน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.3 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำนวน 402 คน พบว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวม 4.37 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อซึ่งเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย พบว่า

ค่าเฉลี่ยสูงอันดับหนึ่งคือด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ซึ่งผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวม 4.47 ส่วนข้อย่อยเรียงตามค่าเฉลี่ย พบว่า การใช้งาน Microsoft teams Application ช่วยลดต้นทุนจากการดำเนินงาน เช่น ลดค่าใช้จ่าย และประหยัดเวลาในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยรวม 4.58 รองลงมาคือ การใช้งาน Microsoft teams Application ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เช่น ลดเวลาในการเดินทางมาประชุม มีค่าเฉลี่ยรวม 4.56 การใช้งาน Microsoft teams Application สามารถทำได้สะดวกจากทุกที่ ทุกเวลา เนื่องจากรองรับการใช้งานจากอุปกรณ์ที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยรวม 4.55 การใช้งาน Microsoft teams Application ช่วยเอื้อประโยชน์ให้แก่ผู้ใช้งาน เช่น ช่วยให้มีไฟล์กลางสำหรับการดำเนินการต่างๆ สามารถบันทึกการประชุมไว้ใช้ย้อนหลัง มีค่าเฉลี่ยรวม 4.50 การใช้งาน Microsoft teams Application สามารถใช้งานร่วมกับโปรแกรมอื่นๆของ Microsoft Office ได้ มีค่าเฉลี่ยรวม 4.48 และการใช้งาน Microsoft teams Application ช่วยลดความผิดพลาดที่เกิดจากดำเนินงาน เช่น ลดความสับสนข้อมูล ลดระยะเวลารอคอยงาน มีค่าเฉลี่ยรวม 4.16

ค่าเฉลี่ยสูงอันดับสองคือด้านความง่ายในการใช้งาน ซึ่งผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวม 4.43 ส่วนข้อย่อยเรียงตามค่าเฉลี่ย พบว่า Microsoft teams Application สามารถใช้งานผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ เช่น สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต ได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยรวม 4.53 รองลงมาคือ Microsoft teams Application ช่วยให้วางแผน สื่อสาร และใช้ข้อมูลง่ายมากยิ่งขึ้น และ Microsoft teams Application ช่วยให้ทำงานสะดวกรวดเร็วมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยรวม 4.49 การดาวน์โหลด Microsoft teams Application ทำได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยรวม 4.48 Microsoft teams Application ช่วยทำให้การจัดการประชุม หรือการจัดการเรียนการสอนออนไลน์มีความง่ายมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยรวม 4.44 Microsoft teams Application ง่ายต่อการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยรวม 4.41 Microsoft teams Application มีขั้นตอนการใช้งานง่าย มีค่าเฉลี่ยรวม 4.34 และ Microsoft teams Application มีระบบการทำงานที่ไม่ซับซ้อน เข้าใจง่าย มี

ค่าเฉลี่ยรวม 4.31

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าเฉลี่ยสูงอันดับสามคือด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ซึ่งผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวม 4.33 ส่วนข้อย่อยเรียงตามค่าเฉลี่ย พบว่า Microsoft teams Application ช่วยอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร โดยสามารถติดต่อสื่อสารได้จากทุกที่ที่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยรวม 4.46 รองลงมาคือ หน่วยงานของท่านให้ความช่วยเหลือในการติดตั้ง Microsoft teams Application มีค่าเฉลี่ยรวม 4.43 หน่วยงานของท่านสนับสนุน รวมไปถึงอธิบาย และจัดการอบรมเพื่อเตรียมความพร้อมให้ท่านใช้งาน Microsoft teams Application มีค่าเฉลี่ยรวม 4.37 เมื่อท่านเกิดปัญหาเกี่ยวกับการใช้งาน Microsoft teams Application ท่านสามารถค้นหาวิธีการแก้ไขเบื้องต้นได้จากเว็บไซต์ช่วยเหลือของ Microsoft มีค่าเฉลี่ยรวม 4.30 ท่านสามารถเข้าถึงคู่มือขั้นตอนการใช้งาน Microsoft teams Application ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.22 และหน่วยงานของท่านจัดหาผู้เชี่ยวชาญมาเพื่อมาเป็นที่ปรึกษา แนะนำสนับสนุน รวมไปถึงช่วยแก้ปัญหาในการใช้งาน Microsoft teams Application มีค่าเฉลี่ยรวม 4.21

ค่าเฉลี่ยสูงอันดับสุดท้ายคือด้านอิทธิพลของสังคม ซึ่งผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวม 4.24 ส่วนข้อย่อยเรียงตามค่าเฉลี่ย พบว่า หน่วยงานหรือเพื่อนร่วมงานที่ท่านสังกัดมีส่วนทำให้ท่านใช้งาน Microsoft teams Application มีค่าเฉลี่ยรวม 4.50 รองลงมาคือ ท่านใช้งาน Microsoft teams Application หลังจากที่ได้ศึกษาการใช้งานและประโยชน์ด้วยตนเอง มีค่าเฉลี่ยรวม 4.27 คำแนะนำจากเว็บไซต์ที่น่าเชื่อถือ รวมไปถึงผู้ที่ท่านรู้จักทำให้ท่านเกิดความสนใจใช้งาน Microsoft teams Application มีค่าเฉลี่ยรวม 4.22 รีวิวหรือความคิดเห็นของผู้ใช้เกี่ยวกับ Microsoft teams Application มีผลต่อการเลือกใช้งาน มีค่าเฉลี่ยรวม 4.20 และเพื่อนหรือคนในครอบครัวของท่านมีส่วนทำให้ท่านใช้งาน Microsoft teams Application มีค่าเฉลี่ยรวม 3.98

5.1.4 สรุปผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสัมพันธ์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครกับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application

ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครกับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application

สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน			
	ปัจจัยด้านเพศ	ปัจจัยด้านอายุ	ปัจจัยด้านระดับการศึกษา	ปัจจัยด้านอาชีพ
1.1 ด้านความถี่ในการใช้งานต่อเดือน	✗	✓	✓	✓
1.2 ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง	✗	✓	✓	✓
1.3 ด้านช่วงเวลาในการใช้งาน	✓	✓	✗	✓
1.4 ด้านประเภทของงานที่ใช้	✓	✓	✓	✓

หมายเหตุ: เครื่องหมาย ✓ = ข้อมูลมีความสัมพันธ์กัน

เครื่องหมาย ✗ = ข้อมูลไม่มีความสัมพันธ์กัน

จากตารางที่ 5.1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครกับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

เพศของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ด้านช่วงเวลาในการใช้งานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และด้านประเภทของงานที่ใช้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 แต่เพศของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ด้านความถี่ในการใช้งานต่อเดือน และด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง

อายุของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ด้านความถี่ในการใช้งานต่อเดือน ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง ด้านช่วงเวลาในการใช้งาน และด้านประเภทของงานที่ใช้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ระดับการศึกษาของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ด้านความถี่ในการใช้งานต่อเดือน ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง และด้านประเภทของงานที่ใช้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 แต่ระดับการศึกษาของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ด้านช่วงเวลาในการใช้งาน

อาชีพของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และด้านความถี่ในการใช้งานต่อเดือน ด้านช่วงเวลาในการใช้งาน และด้านประเภทของงานที่ใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

5.1.5 สรุปผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างกัน ดังตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน			ด้านสภาพ สิ่งอำนวยความสะดวก ในการใช้ งาน
	ด้านการ รับรู้ถึง ประโยชน์ ที่ได้รับ	ด้านความ ง่ายในการ ใช้งาน	ด้านอิทธิพล ของสังคม	
2.1 ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างกัน	x	x	✓	x
2.2 ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างกัน	x	✓	✓	✓
2.3 ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างกัน	x	x	x	x

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.2 (ต่อ)

สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน			
	ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ	ด้านความง่ายในการใช้งาน	ด้านอิทธิพลของสังคม	ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน
2.4 ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างกัน	X	✓	✓	✓

หมายเหตุ: เครื่องหมาย ✓ = ระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน

เครื่องหมาย X = ระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 5.2 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านอิทธิพลของสังคมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 แต่ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ด้านความง่ายในการใช้งาน และด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานไม่แตกต่างกัน

ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านความง่ายในการใช้งาน และด้านอิทธิพลของสังคมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สำหรับผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 แต่ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านอิทธิพลของสังคม และด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งานไม่แตกต่างกัน

ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านอิทธิพลของสังคม และด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 แต่ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับไม่แตกต่างกัน

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 ผลการวิเคราะห์การศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application

ความถี่ในการใช้งาน Microsoft teams Application ต่อเดือน พบว่า ผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้งาน Microsoft teams Application 6-10 ครั้งต่อเดือน เนื่องจาก Microsoft teams Application มีความจำเป็นต้องใช้ในการทำงานในการสื่อสารทางธุรกิจ ประชุม โดยสามารถติดต่อสื่อสาร ประสานงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ รองรับการประชุม online ได้ทั้งแบบวิดีโอและเสียง จึงทำให้ผู้ใช้งานมีความสะดวกและง่ายต่อการใช้งาน

ระยะเวลาใช้งาน Microsoft teams Application เฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า ผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการใช้งาน 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง เนื่องจาก Microsoft teams Application เป็นการใช้ในการทำงานและประชุมส่วนใหญ่จึงต้องใช้ระยะเวลาในการประชุมหรือติดต่อสื่อสาร เพราะการทำงานเป็นงานค่อนข้างละเอียดจึงจำเป็นต้องใช้เวลานาน

ช่วงระยะเวลาที่ใช้งาน Microsoft teams Application พบว่า ผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีช่วงระยะเวลาในการใช้งาน Microsoft teams Application ช่วง 12.01-16.00 น. อาจเนื่องมาจากช่วงเช้าเป็นเวลาช่วงเวลาที่ใช้สำหรับเคลียร์เอกสาร เคลียร์งานที่ตกค้างจากเมื่อวาน และเตรียมข้อมูลสำหรับประชุม ทำให้ส่วนใหญ่มักจะนัดประชุมนำเสนองานให้แก่ผู้บริหารช่วงเวลา 12.00-16.00 น.

ประเภทของงานที่ใช้ Microsoft teams Application พบว่า ผู้ใช้งานส่วนใหญ่ใช้ Microsoft teams Application ในการประชุมออนไลน์ สืบเนื่องมาจากสถานการณ์ COVID-19 ที่ทำให้การ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ในเพื่อการศึกษานี้เท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นว่าเป็นประโยชน์ในการศึกษาไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริษัทยังคงให้พนักงาน Work from home บางบริษัทมีการแบ่งวันเข้าทำงาน เช่น 3 วันเข้าทำงานที่บริษัท อีก 2 วันให้ Work from home เนื่องจากพนักงานสามารถทำงานจากที่ไหนก็ได้ จึงทำให้มีแนวโน้มในการเปลี่ยนมาใช้บริการประชุมออนไลน์มากยิ่งขึ้น

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ที่กล่าวมาทั้งหมดมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ โอพากร เขียวประเสริฐ (2566) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยธนบุรี-เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ที่กล่าวว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีจำนวนที่ใช้บริการโดยเฉลี่ยต่อเดือน 5-10 ครั้ง มีระยะเวลาในการใช้งานน้อยกว่า 30 นาที รองลงมาคือ 1-2 ชั่วโมง มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตช่วงเวลา 12.01-16.00 น. และใช้งานเพื่อติดต่อสื่อสารมากที่สุด

5.2.2 อภิปรายผลการวิเคราะห์การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application

ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครจำนวน 402 คน พบว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

ค่าเฉลี่ยลำดับที่ 1 ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ พบว่า ซึ่งผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยการใช้งาน Microsoft teams Application ช่วยลดต้นทุนจากการดำเนินงานลงได้ เช่น ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และลดค่าใช้จ่ายสำหรับสาธารณูปโภคของบริษัท อีกทั้งยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เช่น ลดเวลาในการเดินทางมาประชุม สามารถทำได้สะดวกจากทุกที่ ทุกเวลา เนื่องจากรองรับการใช้งานจากอุปกรณ์ที่หลากหลายช่วยเอื้อประโยชน์ให้แก่ผู้ใช้งาน เช่น ช่วยให้มีไฟล์กลางสำหรับการดำเนินการต่างๆ สามารถบันทึกการประชุมไว้ใช้ย้อนหลัง ช่วยลดความผิดพลาดที่เกิดจากการดำเนินงาน เช่น ลดความสับสนข้อมูล ลดระยะเวลาการออกงาน

ค่าเฉลี่ยอันดับที่ 2 ด้านความง่ายในการใช้งาน พบว่า ซึ่งผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด สามารถใช้งานผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ เช่น สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต ได้ง่าย ช่วยให้ออกแบบ สื่อสาร และใช้ข้อมูลง่ายมากยิ่งขึ้น และ Microsoft teams Application ช่วยให้ทำงานสะดวกรวดเร็วมากขึ้น อีกทั้งการดาวน์โหลด Microsoft teams Application ทำได้ง่าย ช่วยทำให้การจัดการประชุม หรือการจัดการเรียนการสอนออนไลน์มีความง่ายมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าเฉลี่ยอันดับที่ 3 ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน พบว่า ซึ่งผู้ใช้งาน อินเทอร์เน็ตมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของ ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด Microsoft teams Application ช่วยอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร โดยสามารถติดต่อสื่อสารได้จากทุกที่มี สัญญาณอินเทอร์เน็ต รวมไปถึงอธิบาย และจัดการอบรมเพื่อเตรียมความพร้อม โดยเมื่อเกิดปัญหา เกี่ยวกับการใช้งาน Microsoft teams Application สามารถค้นหาวิธีการแก้ไขเบื้องต้นได้จากเว็บไซต์ ช่วยเหลือของ Microsoft สามารถเข้าถึงคู่มือขั้นตอนการใช้งาน Microsoft teams Application ได้ สะดวก

ค่าเฉลี่ยอันดับที่ 4 ด้านอิทธิพลของสังคม พบว่า ซึ่งผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตใน กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด พบว่า หน่วยงานหรือเพื่อนร่วมงานที่ท่าน สังกัดมีส่วนทำให้ท่านใช้งาน Microsoft teams Application หลังจากที่ได้ศึกษาการใช้งานและประโยชน์ ด้วยตนเอง มีคำแนะนำจากเว็บไซต์ที่น่าเชื่อถือ รวมไปถึงผู้ที่ท่านรู้จักทำให้ท่านเกิดความสนใจใ้ งาน Microsoft teams Application

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอภิรา นิลรัตน์ ณ อรุษา (2560) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการ ยอมรับระบบสารสนเทศโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อ การยอมรับ ระบบสารสนเทศผลในภาพรวม พบว่า ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ด้านความง่ายในการใ้ งาน ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานและด้านอิทธิพลของสังคมมีความเห็นมากที่สุด

5.2.3 อภิปรายผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้งาน อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครกับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application

เพศของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใ้ Microsoft teams Application ด้านช่วงเวลาในการใช้งาน และด้านประเภทของงานที่ใช้ พบว่า ผู้ใช้งานทั้งเพศชาย และเพศหญิงส่วนใหญ่มักมีการใช้งานในช่วงเวลา 12:01 – 16:00 น. และด้าน ประเภทของงานที่ใช้คือ ประชุมออนไลน์ โดยโปรแกรม Microsoft teams Application ในปัจจุบัน ได้มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องอันเป็นผลมาจากเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าขึ้นอย่างมาก ทำให้ทุกเพศ สามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกรวดเร็วขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะมาภรณ์ ช่วยชูहन (2560) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สื่อสังคมออนไลน์กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่เคยใ้ สื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม ข้อมูล ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อ การใ้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อายุของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ด้านความถี่ในการใช้งานต่อเดือน ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง ด้านช่วงเวลาในการใช้งาน และด้านประเภทของงานที่ใช้ โดยผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีอายุ 15 - 24 ปี ใช้งาน Microsoft teams Application 1 – 5 ครั้งต่อเดือน มีระยะเวลาในการใช้งาน 1 – 3 ชั่วโมง มีช่วงเวลาในการใช้งาน 12:01 – 16:00 น. และใช้สำหรับสอน/เรียนออนไลน์ เนื่องจากอายุน้อยจะมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ส่วนผู้คนที่มียุขมากจะใช้ในการทำงาน ประชุมออนไลน์ เนื่องมาจากแต่ละวัยของช่วงอายุย่อมมีการใช้งาน หรือทำภารกิจที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติพิศ ทูปียะ(2560) ที่พบว่า นิสิตที่มีอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้สารสนเทศต่างกัน และนิสิตที่มีอายุ ชั้นปี รายได้ กลุ่มคณะ ค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ต สถานที่ และประสบการณ์ต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้สารสนเทศไม่ต่างกัน

ระดับการศึกษาของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ด้านความถี่ในการใช้งานต่อเดือน ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง และด้านประเภทของงานที่ใช้ โดยผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ใช้งาน Microsoft teams Application 6 – 10 ครั้งต่อเดือน มีระยะเวลาในการใช้งาน 1 – 3 ชั่วโมง และใช้สำหรับประชุมออนไลน์ เนื่องจากระดับการศึกษาแต่ละระดับมีประเภทการใช้ และระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้งานที่ต่างกัน เพราะคนที่ทำงานแล้วส่วนใหญ่จะมีระดับการศึกษาสูงกว่านักเรียน และนักศึกษาซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนันทิกโร ไทยเจริญ (2560) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์บน facebook ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษาแต่ละระดับชั้นมีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์บน facebook ที่ต่างกัน

อาชีพของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ด้านความถี่ในการใช้งานต่อเดือน ด้านระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ยต่อครั้ง ด้านช่วงเวลาในการใช้งาน และด้านประเภทของงานที่ใช้ โดยผู้ใช้งานที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ใช้งาน Microsoft teams Application 1 – 5 ครั้งต่อเดือน มีระยะเวลาในการใช้งาน 1 – 3 ชั่วโมง มีช่วงเวลาในการใช้งาน 12:01 – 16:00 น. และใช้สำหรับสอน/เรียนออนไลน์ อาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ใช้งาน Microsoft teams Application 6 – 10 ครั้งต่อเดือน มีระยะเวลาในการใช้งาน 1 – 3 ชั่วโมง มีช่วงเวลาในการใช้งาน 12:01 – 16:00 น. และใช้สำหรับประชุมออนไลน์ และอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน ใช้งาน Microsoft teams Application 1 – 5 ครั้งต่อเดือน มีระยะเวลาในการใช้งาน 1 – 3 ชั่วโมง มีช่วงเวลาในการใช้งาน 08:00 – 12:00 น. และใช้สำหรับประชุมออนไลน์ เนื่องจากแต่ละอาชีพความถี่ ช่วงเวลา ระยะเวลา และมีความจำเป็น

ในการใช้งาน Microsoft teams Application ที่แตกต่างกัน บางอาชีพมี Microsoft teams Application เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นเครื่องมือสำหรับประกอบการทำงานก็อาจจะทำให้มีความถี่ในการเข้าใช้งานที่มากกว่าอาชีพอื่นๆ สำหรับช่วงเวลาในการใช้งานส่วนใหญ่แล้วบริษัทเอกชนมักจะเลือกประชุมในช่วงเช้า เพื่อสรุปวิธีการดำเนินงานต่างๆ ซึ่งแตกต่างจากหน่วยงานข้าราชการ เนื่องจากช่วงเช้ามืดจะใช้สำหรับการเตรียมข้อมูล และเตรียมความพร้อมในการประชุม และเนื่องจากนักเรียน/นักศึกษา ใช้งาน Microsoft teams Application ในการสอน/เรียนออนไลน์เป็นหลักทำให้มีการใช้งานด้านการประชุม น้อยกว่าอาชีพข้าราชการ และพนักงานเอกชนที่ต้องประชุมติดต่อกันเมื่อสารตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรศ.ดร.ศิวะทิพย์ (2562) พบว่า อาชีพที่ต่างกันมีจุดประสงค์หลักของการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่แตกต่างกัน

5.2.4 อภิปรายผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านอิทธิพลของสังคมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 แต่ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ด้านความง่ายในการใช้งาน และด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานไม่แตกต่างกัน อาจเนื่องจากทั้งสองเพศได้รับการอบรมการใช้งาน Microsoft teams Application เหมือนกันทั้งเพื่อการศึกษาและเพื่อการทำงานจึงทำให้ความคิดเห็นด้านอิทธิพลของสังคม ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ด้านความง่ายในการใช้งาน และด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานของแต่ละเพศไม่แตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภาณุวัฒน์ กองราช (2560) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคผ่านทางเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยอดนิยมของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศของผู้บริโภคที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคผ่านทางเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยอดนิยมของประเทศไทยด้านความถี่ในการซื้อไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ พบว่า ผู้ใช้งานที่มีอายุ 35 - 44 ปี มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างจากผู้ใช้งานที่มีอายุ 45 ปีเป็นต้นไป ด้านความง่ายในการใช้งาน พบว่า ผู้ใช้งานที่มีอายุ 15 - 24 ปีและมีอายุ 35 - 44 ปี มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างจากผู้ใช้งานที่มีอายุ 45 ปีเป็นต้นไป ด้านอิทธิพลของสังคม พบว่า ผู้ใช้งานที่มีอายุ 15 - 24 ปี อายุ 25 - 34 ปีและผู้ใช้งานที่มีอายุ 35 - 44 ปี มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างจากผู้ใช้งานที่มีอายุ 45 ปีเป็นต้นไป ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ผู้ใช้งานที่มีอายุ 15 - 24 ปี อายุ 25 - 34 ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และผู้ใช้งานที่มีอายุ 35 - 44 ปี มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างจาก ผู้ใช้งานที่มีอายุ 45 ปีเป็นต้นไป อาจเนื่องจากผู้ที่มีอายุน้อยมีความจำเป็นที่ต้องใช้อินเทอร์เน็ตในการติดต่อสื่อสาร การทำงานมากกว่าคนที่มีความอายุมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวัฒน์ วงศ์รังชัย (2561) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี Two-Dimensional Barcode หรือ Matrix Barcode ของผู้ใช้งานกลุ่ม Generation -Y พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้เทคโนโลยี ด้านความสอดคล้องกับคุณค่า ความต้องการและประสบการณ์ในอดีต มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี Two-Dimensional Barcode หรือ Matrix Barcode ของผู้ใช้งานกลุ่ม Generation -Y

ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตใน กรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านอิทธิพลของสังคม และด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานไม่แตกต่างกัน อาจเนื่องจากปัจจุบันผู้ใช้งาน อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มีความคุ้นเคยกับการใช้งานอินเทอร์เน็ต Microsoft teams Application และสามารถเข้าถึงสื่อออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อรับข้อมูลข่าวสารได้หลากหลายช่องทาง จึงสามารถ เกิดการเรียนรู้ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านอิทธิพลของสังคม และด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานสื่อต่างๆได้ด้วยตนเอง หรือหากมีข้อสงสัย เกี่ยวกับการใช้งาน ก็สามารถสอบถามจากพนักงานเพื่อขอคำแนะนำได้ทันทีซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ สุทธิพร บินอารีย์ (2560) ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและความไว้วางใจที่มี อิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในประเทศไทย พบว่า ผู้บริโภคที่มี ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากตัวบริการ เป็นที่น่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป

ผู้ใช้งานที่มีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างจากผู้ใช้งานที่มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน ด้านความง่ายในการใช้ งาน โดย ผู้ใช้งานที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาและผู้ใช้งานที่มีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างจากผู้ใช้งานที่มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้าง บริษัทเอกชน ด้านอิทธิพลของสังคมพบว่า ผู้ใช้งานที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาและผู้ใช้งานที่มี อาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจมีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่าง จากผู้ใช้งานที่มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน และด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการ ใช้งาน พบว่า ผู้ใช้งานที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาและผู้ใช้งานที่มีข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับการยอมรับ Microsoft teams Application แตกต่างจากผู้ใช้งานที่มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้าง บริษัทเอกชนเนื่องจากอาชีพที่หลากหลาย มีการทำงานกับระบบเทคโนโลยีในแต่รูปแบบ ความ ต้องการแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ Simon (1987, p. 46-48) ได้อธิบายถึงลักษณะของการ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัดสินใจแบบมีโครงสร้างและการตัดสินใจแบบไม่มีโครงสร้าง พร้อมกับให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเทคนิคที่นำไปใช้ประกอบการตัดสินใจแต่ละประเภท อีกทั้งการตัดสินใจแบบมีโครงสร้างเป็นการตัดสินใจที่เกิดขึ้นอยู่บ่อย ๆ และมีลักษณะเป็นการตัดสินใจในงานประจำและซ้ำ ๆ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศักรินทร์ ต้นสุพงษ์ (2562) เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน” พบว่า เครื่องข่ายทางสังคม ความครบถ้วนด้านมีเดียความสนุกสนาน และความคิดเห็นที่มีต่อไอที ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน ไลน์ส่วนปัจจัยด้านประโยชน์ในการใช้งาน ความง่ายในการใช้งาน ความสามารถในการควบคุมการใช้งาน และความคุ้มค่าทางการเงินไม่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จัดทำเพื่อให้เป็นข้อมูลสำหรับผู้สนใจใช้งาน Microsoft teams Application โดยงานวิจัยนี้อาจจะเป็นประโยชน์ต่อการเลือกเครื่องมือสำหรับการดำเนินธุรกิจ รวมไปถึงการจัดการเรียนการสอนผ่านระบบออนไลน์ โดยผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งนี้

1. ข้อมูลพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้งาน Microsoft teams Application 6-10 ครั้งต่อเดือน เนื่องจาก Microsoft teams Application มีความจำเป็นต้องใช้ในการทำงานในการสื่อสารทางธุรกิจ ประชุมโดยสามารถติดต่อสื่อสารประสานงานร่วมกัน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นควรมีการส่งเสริมให้มีการการใช้ Microsoft teams Application ให้มากยิ่งขึ้น โดยอาจจะมีการอบรมเพิ่มเติมเสริมทักษะการใช้โปรแกรมให้มากขึ้น อบรมเพิ่มเติมให้เห็นคุณประโยชน์ที่จะได้รับเมื่อมีการใช้อินเทอร์เน็ตในการทำงานหรือการเรียน

2. จากข้อมูลพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ผู้ใช้งาน Microsoft teams Application ส่วนใหญ่มีระยะเวลาใช้งาน Microsoft teams Application เฉลี่ย 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง ซึ่งในอาจจะไม่เพียงพอต่อการดำเนินการอื่น ๆ นอกเหนือจากการจัดประชุม อาทิเช่น การบันทึกข้อมูลแรงงานระหว่างแผนก หรือการจัดทำรายงานเพื่อนำเสนอผู้บริหาร จึงควรพิจารณาเพิ่มระยะเวลาในการดำเนินงานอีก 1-2 ชั่วโมง เพื่อให้สามารถทำงานได้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

3. จากข้อมูลพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีช่วงเวลาที่ใช้งาน 12.01-16.00 น. ซึ่งถือเป็นช่วงเวลา Prime time ของการทำงาน ไม่ว่าจะเป็นการประชุม หรือการเข้ากรอกข้อมูลที่ไฟล์กลาง โดยการเข้าใช้งานพร้อมๆกันนั้น อาจจะทำให้ระบบหน่วง หรือค้าง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้ ทำให้ประสิทธิภาพของ Microsoft teams Application ลดลงได้ หน่วยงานต่างๆควรจัดเจ้าหน้าที่สนับสนุนทางเทคนิคไว้สำหรับดูแลประสิทธิภาพการทำงานของ Microsoft teams Application และคอยแก้ปัญหาต่างๆให้กับผู้ใช้งาน

4. จากข้อมูลพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีมีประเภทของงานที่ใช้ คือประชุมออนไลน์ จึงควรจัดการอบรมวิธีการใช้ฟังก์ชันประชุมออนไลน์ให้ผู้ใช้งานรับทราบ เนื่องจากนอกจากฟังก์ชันประชุมออนไลน์ของ Microsoft teams Application สามารถทำได้หลายหลาย เช่น การตั้งค่าบันทึกการประชุมให้สามารถกลับมาย้อนดูวิดีโอได้ตลอดเวลา โดยไม่มีวันหมดอายุ การทำกระดาษโน้ตในขณะประชุมเพื่อให้ผู้ร่วมประชุมสามารถใช้แชร์ความคิดเห็นร่วมกันได้ การขอควบคุมเม้าส์ของผู้เข้าร่วมประชุมเพื่อแก้ไขสไลด์แบบเรียลไทม์ เป็นต้น

5. ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ เนื่องจากการใช้งาน Microsoft teams Application สามารถใช้งานร่วมกับโปรแกรมอื่นๆของ Microsoft Office จึงสนับสนุนให้กลุ่มผู้ใช้งานที่มีความสามารถได้อบรมการใช้งาน Applications อื่นๆกับผู้เชี่ยวชาญจาก Microsoft Office เพื่อเพิ่มความรู้ในการใช้งาน Microsoft teams กับ Applications ของ Microsoft Office และนำความรู้ที่ได้มาจัดคู่มือการใช้งาน และเป็นที่ยกย่องให้กับผู้ใช้งานอื่นๆในหน่วยงานที่ต้องการความช่วยเหลือ อีกทั้งยังมีฐานข้อมูลให้ผู้สนใจใช้งานได้ศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม

6. ด้านความง่ายในการใช้งาน นอกจากการสื่อสารให้ผู้ใช้งานรับทราบถึงประโยชน์ของการใช้งาน Microsoft teams Application แล้ว หน่วยงานควรต้องสื่อสารให้กับผู้ใช้งานรับทราบด้วยว่า การขั้นตอนการใช้งาน Microsoft teams Application นั้นไม่ยาก และง่ายต่อการเรียนรู้ ทำให้พนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้งาน อีกทั้งควรสนับสนุนการรับรู้ขั้นตอนการใช้งาน Microsoft teams Application ในด้านต่างๆ และสร้างแหล่งข้อมูลสำหรับแชร์ความรู้ แชร์ทิป และทริค ต่างๆที่ช่วยให้พนักงานใช้งานได้ง่ายมากยิ่งขึ้น เช่น วิดีโอสั้นๆสำหรับสอนจัดการประชุมออนไลน์ที่อธิบายตั้งแต่ ขั้นตอนการนัดหมายการประชุมจนถึงขั้นตอนในการใช้งานการประชุม เป็นต้น

7. ด้านอิทธิพลของสังคม เนื่องจากผู้ใช้งานส่วนใหญ่ เริ่มใช้งาน Microsoft teams Application จากการที่หน่วยงาน หรือเพื่อนร่วมงานที่สังกัดมีส่วนทำให้ท่านใช้งาน Microsoft teams Application แผนกพัฒนาบุคคลจัดคอร์สอบรม โดยการเชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ หรือพนักงานที่ใช้งานจริง มาพูดถึงข้อดีข้อเสียในการใช้ Microsoft teams Application เพื่อโน้มน้าวให้พนักงานที่ใช้ Application หรือพนักงานที่ยังไม่เคยใช้งาน เกิดความสนใจและเปลี่ยนมาใช้ Microsoft teams Application เพื่อให้หน่วยงานสามารถใช้เครื่องมือการทำงานที่เป็นมาตรฐาน และมีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น

8. ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน เนื่องจาก Microsoft teams Application ช่วยอำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร โดยสามารถติดต่อสื่อสารได้จากทุกที่ ที่มีสัญญาณ

อินเทอร์เน็ต หน่วยงานจึงควรจัดเตรียมทรัพยากรต่างๆที่จำเป็นสำหรับการใช้งาน Microsoft teams เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่นไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Application ให้เพียงพอ และทั่วถึง เช่น จัดให้ทีม IT Support เอื้ออำนวยความสะดวกในการดำเนิน ติดตั้ง Application ในคอมพิวเตอร์ และในโทรศัพท์ของพนักงาน ติดตั้งสัญญาณอินเทอร์เน็ตในพื้นที่ต่างๆ และมีหน่วยงานที่คอยรับแจ้งเรื่องร้องเรียน และแก้ปัญหาต่างๆเกี่ยวกับการใช้งาน Microsoft teams Application

9. เนื่องจากผู้ใช้งานที่มีอายุ 45 ปีเป็นต้นไป มีค่าเฉลี่ยด้านความง่ายในการใช้งาน และด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานน้อยที่สุด ดังนั้นจึงควรเน้นการเพิ่มความรู้ ความเข้าใจในการใช้งาน Microsoft teams Application และเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และเรียนรู้ คลิปวิดีโอสอนใช้งานสั้นๆ และง่าย เพื่อให้สามารถทำความเข้าใจด้วยตนเองได้งาน เพราะส่วนใหญ่ผู้ใช้งานกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่มีตำแหน่งสูง การเพิ่มความรู้ และการรับรู้นี้จะทำให้ผู้ใช้งานกลุ่มนี้สามารถเข้าใจการจัดการ การดำเนินงาน และสามารถทำงานร่วมกับกลุ่มปฏิบัติการได้

10. เนื่องจากผู้ใช้งานที่มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านอิทธิพลของสังคม และด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานน้อยที่สุด ดังนั้นบริษัทควรพิจารณาเพิ่มงบประมาณสำหรับสนับสนุนด้านต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้งาน Microsoft teams Application แก่พนักงาน และควรจัดตั้งหน่วยงานสนับสนุนที่คอยให้ความช่วยเหลือด้านต่างๆ ทั้งในด้านการลงโปรแกรม การสอนการใช้งานให้กับผู้ใช้งานที่เพิ่งเข้ามาใหม่ ช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นขณะใช้งาน รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ประโยชน์ของการใช้งาน Microsoft teams Application เพื่อให้ทั้งบริษัทใช้งานโปรแกรมเดียวกัน ซึ่งจะทำให้การดำเนินงานของบริษัทสะดวก รวดเร็ว และมีแหล่งเก็บข้อมูลเดียวกันที่แต่ละส่วนงานสามารถเข้าใช้งานร่วมกัน ซึ่งยังสามารถลดความผิดพลาดของข้อมูลลงได้อีกด้วย

5.3.2 ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการขยายขอบเขตด้านพื้นที่ใช้ในการศึกษาให้กว้างมากขึ้น โดยอาจขยายจากเขตกรุงเทพมหานคร ให้กลายเป็นส่วนภูมิภาคหรือครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างได้มากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาผู้ใช้งาน Microsoft teams Application วิจัยกลุ่มอาชีพอื่นๆ เช่น กลุ่มอาชีพอิสระ กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว เป็นต้น

3. ควรทำวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม โดยนำผลการวิจัยเชิงคุณภาพมาสนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อทำให้ผลการวิจัยในครั้งนี้มีความน่าเชื่อถือเพิ่มมากขึ้น

บรรณานุกรม

- เกวรินทร์ ละเอียดคีนันท์. 2559. "การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร." การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- จักรี ทำมาน และมานิตย์ อาษานอก. 2561. การพัฒนาระบบสารสนเทศที่ส่งเสริมการยอมรับเทคโนโลยีตามแบบจำลอง TAM. วารสารโครงการงานวิทยาการคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. 4(2) : 17-26.
- จิรวัดน์ วงศ์ธงชัย และกาญจนา สุคันธสิริกุล. 2561. ปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติ ของผู้ใช้งานกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย. วารสารเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. 8(1) : 37-54.
- จุฑามาศ อ้วนแก้ว และบุญญาพร แก้วยม. 2564. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานกรณีศึกษาพนักงานบริษัทโมเดิร์นเทรดในจังหวัดพิษณุโลก. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม. 3(2) : 29-39.
- ชเนตตี สยนานนท์. 2561. "พฤติกรรมและปัญหาการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา." ปริญญานิพนธ์ หลักสูตรปริญญาการศึกษา มหาวิทยาลัย สาขาวิชาการอุดมศึกษา คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ชัยภัทร วาัญญู, ทรงศรี ตุ่นทอง และ เนติ เฉลยวารศ. 2561. "เรื่องการพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21ด้านสารสนเทศ สื่อและเทคโนโลยี เรื่อง คอมพิวเตอร์สร้างสรรค์ก้าวทันการเรียนรู้สำหรับพนักงานบริษัทเอกชน ด้วยการประชุมกันภายในองค์กร." การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
- ชนวัฒน์ ชาวโพธิ์, ภัทรพล เสริมทรง, สุขชัย วงษ์จันทร์ และสุทิน เลิศสพุง. 2563. การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้รายวิชา ความรู้เบื้องต้นทางรัฐศาสตร์โดยใช้Microsoft Teams. **Modern Learning Development มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.** 5(6) : 20-31.
- ธนษา ธนเดชะวัฒน์. 2564. "การยอมรับเทคโนโลยีการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของผู้ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดชลบุรี." วิทยานิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะการจัดการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยบูรพา
- ธัญมาศ ทองมูลเล็ก และปรีชา วิจิตรธรรมรส. 2560. การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในสังคมไทย. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. 2(10) : 114-124.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธีรวัฒน์ ศิลปศรี, โยธิน คำนนท์, พงศ์พันธุ์ แวดวง, นลินภัทร์ บำเพ็ญเพียร และมาลีรัตน์ มะลิแย้ม. 2564. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับประชุมออนไลน์.”

วิทยานิพนธ์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมดิจิทัล, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

บุษบา เสนีย์, เสาวณีย์ ลิกขาบัณฑิต และขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ (2562). รูปแบบการบริหารการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของสถานศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. 20(2) : 27-40

ปิยมารณ์ ช่วยชูหน. 2560. "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สื่อสังคมออนไลน์." การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พนิดา ตันศิริ และจุฑาทิพย์ เคชยางกูร. 2563. “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อประชุมแบบออนไลน์ของกลุ่มวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรามคำแหง

พรทิพย์ ช่วยพล, นันทยา คงประพันธ์ และสุภาวดี เผือกฝึก. 2563. พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ. วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ. 2(3) : 543-556

พันธสรณ์ ธรรมะกิตติกร. 2563. “การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อแก้ไขปัญหาการสื่อสารและเพิ่มประสิทธิภาพในองค์กร.” วิทยานิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

พิชญาวี คณะผล. 2562. “การศึกษาทัศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ กรณีศึกษา : นักศึกษาและบุคลากรวิทยาลัยเฉลิมกาญจ. เพชรบูรณ์.” การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสาร บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พิมพ์กมล จักรานุกูล. 2560. “อิทธิพลของความผูกพันต่อองค์การและคุณภาพชีวิตการทำงานที่มีต่อการรักษาพนักงานโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร.” การศึกษาอิสระ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541, p. 126. **ทฤษฎีเกี่ยวกับการค้นหาพฤติกรรมของผู้บริโภค**

6 Ws และ 1 H. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.

ศิวารัตน์ ณ ปทุม และคณะ. 2550. **แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Behavior).** กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โศรติ โชคคุณะวัฒนา. 2564. “คุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของ พนักงานธนาคารกรุงไทย สำนักงานใหญ่.”, วิทยานิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหามบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สำนักงานสถิติ. 2022. สถิติแรงงาน. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/02.aspx>

สิริมา สุโพธ. 2562. “ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ในสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19).” การศึกษาอิสระ หลักสูตรทวิปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สุชาลักษณ์ ธรรมดวงศรี. 2562. "พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม." วิทยานิพนธ์ หลักสูตรบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

สุทธพร บินอารีย์. 2560. “การยอมรับเทคโนโลยีและความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในประเทศไทย.” สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

เสาวรส กุหาปัญญา. 2562. “คุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงาน และแนวโน้มพฤติกรรมในการทำงาน ของพนักงานบริษัทต่างประเทศแห่งหนึ่ง.” สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อภิรา นิลรัตน์ ณ อรุยา. 2560. “การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับระบบสารสนเทศของข้าราชการสังกัดกองบัญชาการทหารสูงสุด.” การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรวิทยาศาสตร์ มหาบัณฑิต วิทยาลัยวัดธรรมอุดมศึกษา, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อรรถสิทธิ์ ต้นดิษฐ. 2560. “ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานกองบำรุงรักษาการประปานครหลวง.” สารนิพนธ์ วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ วิศวกรรม บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสยาม

โอพากร เขียวประเสริฐ. 2566. “ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตของ นักศึกษาปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่.” การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่

9expert. 2022. **Microsoft 365 คืออะไร**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://www.9experttraining.com/articles/microsoft365>

addin. 2022. **Cloud คือ อะไร มีวิธีการทำงานอย่างไร และมีประโยชน์ต่อการใช้งานในบุคคลและองค์กรอย่างไรบ้าง**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://addin.co.th/blog/what-is-cloud/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่หรือใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- anyflip. 2022. คู่มือการใช้งาน Microsoft Teams. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://www.anyflip.com/bookcase/iytbw>
- Fusionsol. 2022. Microsoft Teams คืออะไร. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://www.fusionsol.com>
- Roger and Shoemaker, 1978, p. 76. ทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://kritaporn.wordpress.com/2012/03/13/>
- SAKON JULTHAISONG. 2022. โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (A Model of Consumer Behavior). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://mu51132793041.blogspot.com/2010/09/blog-post.html>
- Sanook. 2022. Work from Home (WFH) คืออะไร. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://www.sanook.com/campus/1399807/>
- Simon. 1987, p. 46-48. ลักษณะของการตัดสินใจแบบมีโครงสร้างและการตัดสินใจแบบไม่มีโครงสร้าง. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก http://www.vl-abstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2563-2-1_1612429488.pdf
- TOSH. 2022. ประกาศ/มาตรการควบคุมสถานการณ์ช่วง Covid-19. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://www.tosh.or.th/covid-19/index.php/announce>
- vstecs. 2022. แนะนำ Microsoft Teams ซอฟต์แวร์การประชุมระดับองค์กรทำงาน. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://www.vstecs.co.th/csp/microsoft-teams.html>
- Wikipedia. 2022. ข้อมูลเขตจตุจักร. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/เขตจตุจักร>
- Wikipedia. 2022. ข้อมูลเขตพระนคร. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/เขตพระนคร>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งาน
อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร” และเป็นส่วนหนึ่งของวิชา การศึกษาค้นคว้าอิสระ (Independent Study) หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำชี้แจง: แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วยคำถาม 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลคัดกรองข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามเบื้องต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลคัดกรองข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามเบื้องต้น

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องสี่เหลี่ยมหน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง (เลือกคำตอบเพียง 1 ข้อ)

1.ท่านอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช่หรือไม่

ใช่

ไม่ใช่ (ยุติการทำแบบสอบถาม)

2.ท่านเคยใช้งาน Microsoft teams Application อย่างน้อย 1 ครั้ง ใช่หรือไม่

เคย

ไม่เคย (ยุติการทำแบบสอบถาม)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลประชากรศาสตร์

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องสี่เหลี่ยมหน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง (เลือกคำตอบเพียง 1 ข้อ)

1.เพศ

ชาย

หญิง

2.อายุ

15 – 24 ปี

25 – 34 ปี

35 – 44 ปี

45 – 54 ปี

มากกว่า 54 ปีขึ้นไป

3.ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

4.อาชีพ

นักเรียน/นักศึกษา

ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ

พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน

ผู้ประกอบการ / Freelance

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตใน กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องสี่เหลี่ยมหน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด (เลือกคำตอบเพียง 1 ข้อ)

1.ความถี่ในการใช้งาน Microsoft teams Application ต่อเดือน

- ใช้งาน Microsoft teams Application 1 – 5 ครั้งต่อเดือน
- ใช้งาน Microsoft teams Application 6 – 10 ครั้งต่อเดือน
- ใช้งาน Microsoft teams Application 11 – 20 ครั้งต่อเดือน
- ใช้งาน Microsoft teams Application 21 – 30 ครั้งต่อเดือน
- ใช้งาน Microsoft teams Application มากกว่า 30 ครั้งต่อเดือน

2.ระยะเวลาใช้งาน Microsoft teams Application เฉลี่ยต่อครั้ง

- ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง
- 1 – 3 ชั่วโมง
- 4 – 6 ชั่วโมง
- มากกว่า 6 ชั่วโมงขึ้นไป

3.ช่วงระยะเวลาที่ใช้งาน Microsoft teams Application

- 08:00 – 12:00 น.
- 12:01 – 16:00 น.
- 16:01 – 20:00 น.
- 20:01 – 00:00 น.

4.ประเภทของงานที่ใช้ Microsoft teams Application

- แชนท/สนทนาข้อความออนไลน์
- สอน/เรียนออนไลน์
- อื่นๆ ระบุ
- ประชุมออนไลน์
- เก็บรวบรวม และแชร์ข้อมูลงานต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 4 ปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตใน กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องสี่เหลี่ยมที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียวซึ่งมีอยู่ 5 ระดับ ดังนี้

5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง
2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งาน อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ					
1.1 การใช้งาน Microsoft teams Application ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เช่น ลดเวลาในการเดินทางมาประชุม					
1.2 การใช้งาน Microsoft teams Application ช่วยเอื้อประโยชน์ให้แก่ผู้ใช้งาน เช่น ช่วยให้มีไฟล์กลางสำหรับการดำเนินการต่างๆ สามารถบันทึกการประชุมไว้ใช้ย้อนหลัง					
1.3 การใช้งาน Microsoft teams Application ช่วยลดต้นทุนจากการดำเนินงาน เช่น ลดค่าใช้จ่าย และประหยัดเวลาในการเดินทาง					
1.4 การใช้งาน Microsoft teams Application ช่วยลดความผิดพลาดที่เกิดจากดำเนินงาน เช่น ลดความสับสนข้อมูล ลดระยะเวลารอคอยงาน					
1.5 การใช้งาน Microsoft teams Application สามารถทำได้อย่างสะดวก จากทุกที่ ทุกเวลา เนื่องจากรองรับการใช้งานจากอุปกรณ์ที่หลากหลาย					
1.6 การใช้งาน Microsoft teams Application สามารถใช้งานร่วมกับโปรแกรมอื่นๆของ Microsoft Office ได้					
2. ความง่ายในการใช้งาน					
2.1 Microsoft teams Application มีระบบการทำงานที่ไม่ซับซ้อนเข้าใจง่าย					
2.2 Microsoft teams Application มีขั้นตอนการใช้งานง่าย					
2.3 Microsoft teams Application ง่ายต่อการเรียนรู้					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งาน อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
2.4 Microsoft teams Application ช่วยทำให้การจัดการประชุม หรือ การจัดการเรียนการสอนออนไลน์มีความง่ายมากขึ้น					
2.5 Microsoft teams Application ช่วยให้วางแผน สื่อสาร และใช้ ข้อมูลง่ายมากยิ่งขึ้น					
2.6 Microsoft teams Application ช่วยในการทำงานสะดวกรวดเร็วมากขึ้น					
2.7 Microsoft teams Application สามารถใช้งานผ่านอุปกรณ์ สื่อสารเคลื่อนที่ เช่น สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต ได้ง่าย					
2.8 การดาวน์โหลด Microsoft teams Application ทำได้ง่าย					
3. อิทธิพลของสังคม					
3.1 รีวิวหรือความคิดเห็นของผู้ใช้เกี่ยวกับ Microsoft teams Application มีผลต่อการเลือกใช้งาน					
3.2 คำแนะนำจากเว็บไซต์ที่น่าเชื่อถือ รวมไปถึงผู้ที่ท่านรู้จักทำให้ ท่านเกิดความสนใจใช้งาน Microsoft teams Application					
3.3 หน่วยงานหรือเพื่อนร่วมงานที่ท่านสังกัดมีส่วนทำให้ท่านใช้ งาน Microsoft teams Application					
3.4 เพื่อนหรือคนในครอบครัวของท่านมีส่วนทำให้ท่านใช้งาน Microsoft teams Application					
3.5 ท่านใช้งาน Microsoft teams Application หลังจากที่ได้ศึกษาการ ใช้งานและประโยชน์ด้วยตนเอง					
4. สภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน					
4.1 Microsoft teams Application ช่วยอำนวยความสะดวกในการ ติดต่อสื่อสาร โดยสามารถติดต่อสื่อสารได้จากทุกที่ที่มีสัญญาณอิ นเทอร์เน็ต					
4.2 หน่วยงานของท่านสนับสนุน รวมไปถึงอธิบาย และจัดการ อบรมเพื่อเตรียมความพร้อมให้ท่านใช้งาน Microsoft teams Application					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยการยอมรับ Microsoft teams Application ของผู้ใช้งาน อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
4.3 หน่วยงานของท่านจัดหาผู้เชี่ยวชาญมาเพื่อมาเป็นที่ปรึกษา แนะนำสนับสนุน รวมไปถึงช่วยแก้ปัญหาในการใช้งาน Microsoft teams Application					
4.4 ท่านสามารถเข้าถึงคู่มือขั้นตอนการใช้งาน Microsoft teams Application ได้สะดวก					
4.5 หน่วยงานของท่านให้ความช่วยเหลือในการติดตั้ง Microsoft teams Application					
4.6 เมื่อท่านเกิดปัญหาเกี่ยวกับการใช้งาน Microsoft teams Application ท่านสามารถค้นหาวិธีการแก้ไขเบื้องต้นได้จากเว็บไซต์ ช่วยเหลือของ Microsoft					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาววันสนันท์ หงษ์นาค
วัน เดือน ปีเกิด	13 มีนาคม 2540
ที่อยู่	831 ซ.วิสุทธินิเวศน์แยก 6 ถนนประชาอุทิศ เขตห้วยขวาง แขวง ห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
ประวัติการศึกษา	2562 วิทยาศาสตรบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณ ทหารลาดกระบัง
ประวัติการทำงาน	2563 บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ โลจิสติก จำกัด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้