การยอมรับระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลผ่านทางเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานโรงแรมระดับ 5 ดาวในประเทศไทย

Acceptance toward Electronic Human Resource Management System of the Five Stars Hotels' Staffs in Thailand

Received: November 12, 2018
Revised: July 1, 2019
Accepted: July 2, 2019

สุทธิพงษ์ เกียรติวิชญ์ (Suttipong Kiartivich)*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการนำระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ผ่านทางเครือข่าย อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในโรงแรมระดับ 5 ดาวในประเทศไทย และ เพื่อพัฒนาแบบจำลองเชิงสาเหตุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับระบบการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ผ่านทางเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในโรงแรมระดับ 5 ดาวในประเทศไทย ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ คือพนักงานฝ่ายทรัพยากรบุคคล ของโรงแรมระดับ 5 ดาวในประเทศไทยจำนวน 259 แห่งซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stages sampling) ประกอบด้วย การสุ่มอย่างมีสัดส่วน (Proportional sampling) การสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling) และ การสุ่มตามสะดวก (Convenient sampling) ในการสุ่มเลือกตัวอย่าง เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ถูกนำมาประมวลและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อการวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้สถิติดังนี้คือ (1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ (frequency) ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) (2) สถิติอ้างอิง (Inferential statistic) ได้แก่ สถิติการวิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis)

ผลการวิเคราะห์พบว่า โมเดลของการวิจัย มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีดัชนีความสอดคล้องผ่านเกณฑ์ที่กำหนดได้แก่ Chi-square=68.54 , df=59, P-value = 0.18519, GFI =0.98, AGFI=0.95, RMR=0.025, RMSEA =0.020 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้คุณลักษณะของนวัตกรรม ปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้ผลลัพธ์การใช้นวัตกรรม ปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรม และมีอิทธิพลทางอ้อมทางอ้อมต่อความตั้งใจใช้นวัตกรรม การรับรู้คุณลักษณะของนวัตกรรมส่งผลทางตรงเชิงบวก ต่อทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรม และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจใช้นวัตกรรม การรับรู้ผลลัพธ์ในการใช้นวัตกรรม ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรม และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจใช้นวัตกรรม ทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้นวัตกรรม

* อาจารย์ มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
Stamford International University, E-mail: contact.suttipong@gmail.com

Keywords: อีเอชอาร์เอ็ม อิเล็กทรอนิกส์เอชอาร์เอ็ม การบริหารทรัพยากรบุคคลผ่านทางเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ การยอมรับนวัตกรรม การรับรู้คุณสมบัติ การรับรู้ผลลัพธ์ ทัศนคติต่อการยอมรับนวัตกรรม ความตั้งใจในการใช้นวัตกรรม

Abstract

This research is a quantitative research which aims to study factors influencing the acceptance toward e-HRM of the Five Stars Hotel' Staff in Thailand. As well as to develop a causal relationship model of the acceptance toward e-HRM of the Five Stars Hotel' Staff in Thailand. The population of this research are the human resource' staff of the 259 five stars hotels in Thailand. The sample size is 400. The researcher used multi-stages sampling, including, proportional sampling, simple random sampling and convenient sampling in sampling procedures. The research instrument are the questionnaires. The data was collected through emails and analyzed by statistical computer program, using statistics, such as, (1) descriptive statistics, including, frequency, percentage, mean, standard deviation (2) Confirmatory factor analysis and (3) Path analysis. The finding revealed that the research model was consistent with the empirical data. With the goodness of fit index that passed the fitness criterion, such as, Chi-square=68.54 , df=59, P-value = 0.18519, GFI =0.98, AGFI=0.95, RMR=0.025, RMSEA =0.020. The result of hypotheses test revealed that internal factor had a direct positive influence on perceived innovation's attribution. Internal factor had a direct positive influence on perceived innovation's outcome. Internal factors had a direct positive influence on attitude toward innovation acceptance and had an indirect positive influence on intention to use innovation. Attitude toward innovation acceptance had a direct positive influence on intention to use innovation.

Keywords: e-HRM, electronic human resource, innovation acceptance, perceived attributes, perceive outcome, attitude toward innovation acceptance, Intention to use innovation

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ทรัพยากรบุคคล เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากทรัพยากรบุคคลเป็นสิ่งที่ขับเคลื่อนกลไก และระบบต่าง ๆภายในองค์กร ให้ทำงานไปในทิศทางที่ต้องการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ (Alfred, 2001) ผลการดำเนินงานของธุรกิจจึงขึ้นอยู่กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละคนที่จะรวมกันเป็นผลการปฏิบัติงานในภาพรวม สิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้เมื่อองค์กรมีระบบการบริหารทรัพยากรบุคคล (Human resource management) ที่มีประสิทธิภาพ (Foster,2010)

ระบบการบริหารทรัพยากรบุคคล มีกระบวนการที่ครอบคลุมตั้งแต่ การวางแผนกำลังคน การสรรหาบุคคลากร การฝึกอบรมและพัฒนา การประเมินผลการปฏิบัติงาน (Hempel, 2004) การให้ประโยชน์และผลตอบแทน การจัดการให้พนักงานออกหรือการเกษียณงาน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลมีความสำคัญอย่างยิ่งในฐานะเป็นระบบที่ดูแลและจัดการให้ทรัพยากรที่มีค่าที่สุดอย่างหนึ่งขององค์กรทำงานให้แก่องค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และทำให้เกิดความราบรื่นในการทำงาน (Beulen, 2009).

จากความสำคัญระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลดังกล่าว ผู้บริหารและนักวิชาการจึงได้มีความพยายามในการพัฒนาระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลขององค์กรให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งเป็นเวลานานกว่า 4 ทศวรรษที่องค์กรต่างๆได้มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการบริหารทรัพยากรบุคคลมากขึ้น (Kovach, Hughes, Fagan, & Maggitti, 2002; Marler & Parry, 2015; Strohmeier, 2009). โดยคาดว่า ระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลผ่านทางเครือข่ายอิเลคทรอนิกส์ (Electronics Human Resource Management: e-HRM) สามารถช่วยลดต้นทุนในการบริหารจัดการ ช่วยปรับปรุงการให้บริการให้ดีขึ้น และทำให้การทำงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรบุคคลเป็นระบบมากขึ้น (Ruël, Bondarouk, & Van der Velde, 2007). นักวิชาการและผู้รู้ได้ให้คำนิยามของ e-HRM ที่สะท้อนให้เห็นการพัฒนาของระบบดังกล่าวผ่านช่วงเวลาต่างๆ ดังนี้ Bondarouk and Ruël (2009) ได้ให้คำนิยามของ e-HRM ว่าเป็นระบบที่ครอบคลุมกลไกต่างๆที่เชื่อมโยงระหว่างการบริหารทรัพยากรบุคคล และเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะสร้างคุณค่าภายในองค์กรและระหว่างองค์กร สำหรับพนักงานและผู้บริหาร ต่อมา (Marler & Parry, 2015, p. 2). ได้ให้คำจำกัดความที่เฉพาะเจาะจงลงไปว่า e-HRM หมายถึง กลุ่มของฮาร์ดแวร์ ซอฟท์แวร์ หรือ เครือข่ายอิเลคทรอนิกส์ที่ทำให้กิจกรรมการบริหารทรัพยากรบุคคลเกิดขึ้นได้ (Marler & Parry, 2015, p. 2). โดยสรุป e-HRM หมายรวมถึง การที่ข้อมูลทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรบุคคลได้ถูกนำมาแบ่งปันผ่านทางเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจนของกระบวนการบริหารทรัพยากรบุคคล ซึ่งมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ส่งผลให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

ถึงแม้จะมีงานวิจัยจำนวนหนึ่งที่สนับสนุนเกี่ยวกับศักยภาพและผลลัพธ์ในทางบวกของระบบ e-HRM (Haines & La_eur, 2008; Kovach et al., 2002; Ngai & Wat, 2006; Ruta, 2009;Strohmeier, 2009) แต่งานวิจัยในเรื่องดังกล่าวยังมีจำนวนน้อย และไม่เพียงพอที่จะทำให้นักวิชาการสามารถสรุปได้ว่า การที่จะทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมดังกล่าวนั้นต้องมีปัจจัยใดบ้าง และ เมื่อมีการยอมรับนวัตกรรมดังกล่าวมาใช้แล้วจะประสบความสำเร็จในระดับใด นอกจากนี้ผลการวิจัยบางเรื่องได้แสดงให้เห็นว่าฝ่ายพัฒนาทรัพยากรบุคคลยังคงประสบปัญหาในการยอมรับการนำ e-HRM มาใช้ภายในองค์กรอีกด้วย (Bondarouk & Ruël, 2009).

ธุรกิจโรงแรมเป็นหนึ่งในหลายธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยในปี 2559 การท่องเที่ยวสร้าง มูลค่ากว่า 17% ของ GDP หรือกว่า 2.5 ล้านล้านบาท โดยธุรกิจท่องเที่ยว เชื่อมโยงให้เกิดห่วงโซ่มูลค่าที่กระจายตามภูมิภาคต่างๆ ซึ่งได้แก่ธุรกิจโรงแรม สถานที่พักต่างๆ แล้วยังเชื่อมโยงไปสู่ธุรกิจอาหาร/เครื่องดื่ม ธุรกิจขนส่ง เป็นต้น ก่อให้เกิดการจ้างงานถึง 4-5 ล้านคนทั่วประเทศ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทยออนไลน์) ธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยมีแนวโน้มการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เนื่องจากแนวโน้มนักท่องเที่ยวต่างชาติปี 2561-2563 จะขยายตัวในอัตราเฉลี่ย 8-10% ต่อปี ส่วนนักท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้ม

เติบโตเฉลี่ย 5-7% ต่อปี ในปี 2561-2563 ซึ่งจะหนุนให้อัตราเข้าพักปรับเพิ่มขึ้นอยู่ที่ ระดับ 66-70% (ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยาออนไลน์) จากแนวโน้มการเจริญเติบโตดังกล่าว ทำให้มีผู้ประกอบการโรงแรม และธุรกิจเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากส่งผลให้การแข่งขันในธุรกิจดังกล่าวทวีมากขึ้น

บุคลากรที่มีคุณภาพ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมซึ่งต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเป็นจำนวนมาก เพื่อส่งมอบบริการที่มีคุณค่าแก่ผู้บริโภค (ฐานเศรษฐกิจออนไลน์) โดยเฉพาะโรงแรมระดับ 5 ดาวที่เป็นโรงแรมหรือเครือโรงแรมขนาดใหญ่ที่มีพนักงานเป็นจำนวนมาก การที่จะมีทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพได้นั้นจำเป็นต้องอาศัยระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลที่มีประสิทธิภาพ ทันสมัยและเข้ากับสภาพความเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน การนำ e-HRM มาใช้ในการบริหารทรัพยากรบุคคลจึงเป็นทางเลือกที่มีศักยภาพของธุรกิจโรงแรมในปัจจุบัน อย่างไรก็ตามการจะนำระบบดังกล่าวมาใช้ปฏิบัติในองค์กรให้ประสบความสำเร็จได้ ย่อมขึ้นอยู่กับการยอมรับของพนักงานผู้ปฏิบัติงาน (โพสต์ทูเดย์ออนไลน์) ดังนั้นการทำความเข้าใจกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมของพนักงานจึงมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการนำ e-HRM มาใช้ในธุรกิจ

ปัจจุบันการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมส่วนใหญ่ มักจะใช้แบบจำลองการยอมรับนวัตกรรม (Technology Acceptance Model: TAM) (Davis, Bagozzi and Warshaw ,1989: 982 - 1003) เป็นกรอบในการวิจัย ทำให้ปัจจัยที่ทำการศึกษามีความซ้ำซ้อนอยู่กับปัจจัยเดิม ๆ ตามที่แบบจำลองกำหนด ด้วยความสำคัญของการยอมรับระบบ e-HRM ของพนักงานฝ่ายทรัพยากรบุคคล ดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความประสงค์จะทำการศึกษาเรื่อง " การยอมรับระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลผ่านทางเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานโรงแรมระดับ 5 ดาวในประเทศไทย” โดยสังเคราะห์กรอบแนวคิดการวิจัยขึ้นจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ตัวแปรที่แตกต่างไปจากแบบจำลองยอมรับนวัตกรรม (Technology Acceptance Model: TAM)ที่เคยมีผู้ใช้ในการศึกษากันเป็นจำนวนมาก ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมีสาระสำคัญของการดำเนินการดังนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการนำระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ผ่านทางเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในโรงแรมระดับ 5 ดาวในประเทศไทย

2. เพื่อพัฒนาแบบจำลองเชิงสาเหตุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับระบบการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ผ่านทางเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในโรงแรมระดับ 5 ดาวในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม และ สมมติฐานการวิจัย

1. แนวคิดการยอมรับนวัตกรรม

การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง ทัศนคติ ความเชื่อของบุคคลที่มีต่อการใช้เทคโนโลยีหรือระบบใดระบบหนึ่ง เพื่อให้เป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิด พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี (Hart, Nwibere & Inyang, 2015) ในช่วงระยะเวลา 20 ปีที่ผ่านมา นักวิจัยส่วนใหญ่ใช้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ของ Davis (1989) เพื่ออธิบายถึงการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ของบุคคลและได้รับการพิสูจน์ว่า

แบบจำลองประกอบด้วยปัจจัยพื้นฐานในการยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภค ได้แก่ การรับรู้ถึง ประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยี(Perceive Usefulness) และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceive Ease of Use) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับและนำไปสู่การใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคล Luarn & Lin (2005)

Aggelidis & Chatzoglou (2016) กล่าวว่า การยอมรับเทคโนโลยีเป็นทฤษฎีที่ได้รับการ ยอมรับว่ามีประสิทธิภาพสูงสุดและยังเป็นหนึ่งในทฤษฎีที่นิยมใช้ในการอธิบายพฤติกรรมการยอมรับ เทคโนโลยีของบุคคลอย่างแพร่หลายโดยเฉพาะในระบบสารสนเทศ และถูกประยุกต์ใช้ใน กระบวนการทางธุรกิจ จากความนิยมในทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีของ Davis ดังได้กล่าวข้างต้นทำให้ มีผู้นำแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีของ Davisมาใช้เป็นจำนวนมากทำให้เกิดความซ้ำซ้อนในการศึกษาดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้ทำการทบทวนวรรณกรรมเพื่อหาปัจจัยอื่นๆนอกเหนือไปจากปัจจัยในแบบจำลอง TAM โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม (Factors influencing innovation adoption)

จากการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับนวัตกรรมผู้วิจัยได้พบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมดังนี้

1. **ปัจจัยภายในองค์กร** (Internal factors)

ปัจจัยภายในองค์กร หมายถึง ปัจจัยที่เกิดขึ้นภายในองค์กร และ องค์กรสามารถบริหารจัดการได้ จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการยอมรับการนำ e-HRM มาใช้ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ (Bondarouk, Parry, Furtmueller, 2016)

ปัจจัยเทคโนโลยี(technology) หมายถึง ความพร้อมของเทคโนโลยีที่รองรับระบบการนำ e-HRM มาใช้ภายในองค์กร

ปัจจัยองค์กร(organization) หมายถึง มีความหมายครอบคลุมถึง วัฒนธรรมองค์กร และภาวะผู้นำขององค์กร

ปัจจัยบุคลากร(people) หมายถึง ความรู้ และทักษะของบุคลากรต่อการใช้งานระบบ e-HRM

2. การรับรู้คุณลักษณะของนวัตกรรม (Perceived attributes of innovation)

Roger (1983) กล่าวถึงการรับรู้คุณลักษณะของนวัตกรรม (Lee, et.al.,2017)ที่จะนำไปสู่การยอมรับและการเผยแพร่นวัตกรรม ไว้ว่าประกอบด้วยคุณลักษณะต่อไปนี้

1. ประโยชน์ที่จะได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับระบบเดิม (Relative Advantage)
2. ความสอดคล้องหรือเข้ากันได้กับการปฏิบัติงาน (Compatibility)
3. ความซับซ้อนในการใช้งาน (Complexity)
4. ความสามารถทดลองใช้ได้ (Trialability)
5. สามารถสังเกตเห็นผลที่จะเกิดขึ้นได้ (Observability)

3. การรับรู้ผลลัพธ์ (Perceived Outcome)

การรับรู้ผลลัพธ์ของนวัตกรรม หมายถึง การที่พนักงานเคยมีประสบการณ์ คาดคะเน หรือมีความคาดหวังถึงผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นจากการใช้นวัตกรรม ซึ่งมีผลต่อ**การรับรู้ผลลัพธ์ของนวัตกรรม** อันประกอบด้วย 3 มิติ ได้แก่ (Sumaiya Khatoon, 2012)

1. ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการใช้งาน (Operational outcome)

2. ผลลัพธ์ที่มีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องกัน (Relational outcome)

3. ผลลัพธ์ที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (Transformation Outcome)

4. ทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรม (Attitude toward adoption) หมายถึง ทัศนคติในการยอมรับในการนำ e-HRM มาใช้ประกอบด้วย

1. องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive component)

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective component)

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Conative component)

(Crespo,Bosque,Sanchez,2009 ; Berkman,Lindquist&Sirg,1997; Hana& Wozniak,2001; Assael.2004;,Schiffman & Kanuk,2007)

5. ความตั้งใจใช้นวัตกรรม (Intention to use innovation) หมายถึง พฤติกรรมการตั้งใจใช้ e-HRM

Cobb-Walgren et al.(1995, pp. 7-27) ศึกษาความเต็มใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค การซื้อซ้ำ และการใช้อย่างต่อเนื่อง Mowen & Minor(1998) กล่าวว่า ความตั้งใจซื้อมีความสัมพันธ์อย่างมากกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค เนื่องจากก่อนที่ผู้บริโภคจะแสดงพฤติกรรมการซื้อ ผู้บริโภคจะมีความตั้งใจซื้อ หรือแนวโน้มแสดงพฤติกรรมนั้นออกมาก่อน อาจจะอยู่ในรูปการค้นคว้าหาข้อมูลที่เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ หรือการบอกเล่าแก่บุคคลอื่นถึงประสบการณ์จากการใช้สินค้าหรือบริการ ในขณะที่ Fitzsimon and Morwitz (1996, pp. 1-11) ศึกษาความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค พบว่า ความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคเกิดจากประสบการณ์ที่ได้ใช้สินค้าหรือบริการ โดยผู้บริโภคมีทัศนคติต่อสินค้าในทางบวกจะส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ในส่วนของการตัดสินใจใช้ นวัตกรรมนั้น งานวิจัยของ Luarn and Lin (2005), Lee et al. (2005), Wu and Wang (2005), Wu et al. (2007) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบในความตั้งใจใช้ในการใช้นวัตกรรมโดยสรุปได้ดังนี้

1. ความเต็มใจใช้นวัตกรรม หมายถึง ความรู้สึกดี ความรู้สึกดีใจ ความรู้สึกพร้อมที่จะใช้นวัตกรรมนั้นโดยไม่มีผู้ใดบังคับ

2. การใช้อย่างต่อเนื่อง หมายถึง การใช้นวัตกรรมนั้นเสมอๆ

3. การใช้ในอนาคต หมายถึง ความตั้งใจจะใช้นวัตกรรมนั้นในระยะยาว

4. การแนะนำบุคคลอื่นใช้ หมายถึง ความตั้งใจที่จะแนะนำให้ผู้อื่นใช้นวัตกรรมนั้น ๆ เช่นเดียวกัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและ สมมติฐานการวิจัย

ผลการศึกษาของ Said S.Al-Gahtani (2003) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเทคโนโลยีที่มีต่อการรับรู้คุณลักษณะของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ของพนักงาน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยเทคโนโลยีขององค์กรมีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณลักษณะของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการศึกษาของ Vanderlinde Braak (2011) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของเทคโนโลยีภายในองค์กรที่สามารถทำนายการรับรู้คุณลักษณะนวัตกรรมของครู มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาอิทธิพลของเทคโนโลยีภายในองค์กร ที่สามารถทำนายการรับรู้คุณลักษณะนวัตกรรมของครู ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยเทคโนโลยีในโรงเรียนมีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณลักษณะนวัตกรรมของครู โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงพหุ (β) เท่ากับ 0.78 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01และมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ .43

จากผลการศึกษาข้างต้น นำไปสู่การตั้งสมมติฐานที่ 1 ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 (H1) ปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณลักษณะ

งานวิจัยของ Tatikonda และ Montoya-Weiss(2001) ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของกระบวนการภายในองค์กรที่ส่งผลต่อการรับรู้ผลลัพธ์จากการใช้เทคโนโลยีของพนักงานผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยกระบวนการภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อการรับรู้ผลลัพธ์จากการใช้เทคโนโลยีของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

งานวิจัยของ Hofer และ Wetter (2012) ศึกษาเรื่องอิทธิพลของปัจจัยมนุษย์ที่มีต่อการรับรู้ผลลัพธ์จากการใช้เทคโนโลยีของพนักงาน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยมนุษย์มีอิทธิพลต่อการรับรู้ผลลัพธ์จากการใช้เทคโนโลยีของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากผลการศึกษาข้างต้น นำไปสู่การตั้งสมมติฐานที่ 2 ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยภายในมีอิทธิพลต่อการรับรู้ผลลัพธ์

ผลการศึกษาของ Voermans & Veldhoven(2006)) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของความรู้ และทักษะในการใช้ระบบ e-HRM ที่มีต่อทัศนคติในการยอมรับเทคโนโลยี e-HRM ของพนักงาน ผลการศึกษาพบว่า ความรู้และทักษะในการใช้ระบบ e-HRM ที่มีต่อทัศนคติในการยอมรับเทคโนโลยี e-HRM ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

งานวิจัยของ Sttohmeier & Kabst (2009)) ศึกษาเรื่อง การยอมรับนวัตกรรมขององค์กรในประเทศยุโรปการศึกษาปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีต่อทัศนคติในการยอมรับเทคโนโลยี e-HRM ขององค์กรธุรกิจในประเทศยุโรป ผลการศึกษาพบว่า วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลต่อทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรม e- HRM ของผู้บริหารฝ่ายบุคคลากรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

งานวิจัยของ Russell and Hoag(2003) ศึกษาเรื่องปัจจัยสังคม และปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติในการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานพบว่าการรับรู้คุณลักษณะมีอิทธิพลต่อทัศนคติในการยอมรับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากผลการศึกษาข้างต้น นำไปสู่การตั้งสมมติฐานที่ 3 ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรม

งานวิจัยของ Ho & Wu (2011) ศึกษาเรื่อง บทบาทของความเป็นนวัตกรของผู้บริโภคที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณลักษณะของนวัตกรรม และความตั้งใจในการยอมรับนวัตกรรมของผู้บริโภค ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้คุณลักษณะของนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการยอมรับนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

งานวิจัยของ Abdullah Almobarraz (2007) ได้วิจัยเรื่อง การรับรู้คุณสมบัติของนวัตกรรมตามทฤษฎีการแพร่ของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของคณาจารย์ของมหาวิทยาลัย Imam Mohammed Bin Saud ในประเทศซาอุดิอาระเบีย ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้คุณลักษณะมีอิทธิพลต่อทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

งานวิจัยของ

Sirui Wang (2015) ได้วิจัยเรื่อง การรับรู้คุณลักษณะมีอิทธิพลต่อทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมในการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในระดับอุดมศึกษา ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้คุณลักษณะมีอิทธิพลต่อทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากผลการศึกษาข้างต้น นำไปสู่การตั้งสมมติฐานที่ 4 ดังนี้

สมมติฐานที่ 4 การรับรู้คุณลักษณะของนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรม

งานวิจัยของ Khalid Hussain Moukali (2012) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการยอมรับเทคโนโลยี Rich -Blended Learning กลุ่มตัวอย่างได้แก่ คณาจารย์ของมหาวิทยาลัย Jazan ในประเทศซาอุดิอาระเบีย ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ผลลัพธ์มีอิทธิพลต่อทัศนคติในการยอมรับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

งานวิจัยของ Oile He, Yanging Duan ,Zetian Fu และ Daoling Li (2006). ศึกษาเรื่อง การศึกษาการยอมรับนวัตกรรมการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจในประเทศจีน กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ซื้อสินค้าในประเทศจีนจำนวน 400 คน พบว่า การรับรู้ผลลัพธ์มีอิทธิพลต่อทัศนคติในการยอมรับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากผลการศึกษาข้างต้น นำไปสู่การตั้งสมมติฐานที่ 5 ดังนี้

สมมติฐานที่ 5 การรับรู้ผลลัพธ์มีอิทธิพลต่อทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรม

ผลการศึกษาของ Crespo, Bosque ,Sanchez (2009) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค: การศึกษาหลายมิติ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมกับความตั้งใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

งานวิจัยของ Thakur & Srivastava (2014) ได้วิจัยเรื่อง ความพร้อมในการยอมรับ ความเป็นนวัตกรรมการรับรู้ความเสี่ยง และความตั้งใจใช้นวัตกรรมการชำระค่าบริการผ่านทางมือถือของผู้บริโภคในประเทศอินเดีย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมกับความตั้งใจใช้บริการชำระค่าใช้จ่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ต ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระค่าใช้จ่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

งานวิจัยของ Hofer และ Xie,Peng และ Shabbir(2017) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพยากรณ์การยอมรับนวัตกรรม e-government โดยใช้แบบจำลอง TAM แบบจำลอง TPB ความไว้วางใจ และการรับรู้ความเสี่ยง งานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมกับความตั้งใจในการใช้งาน

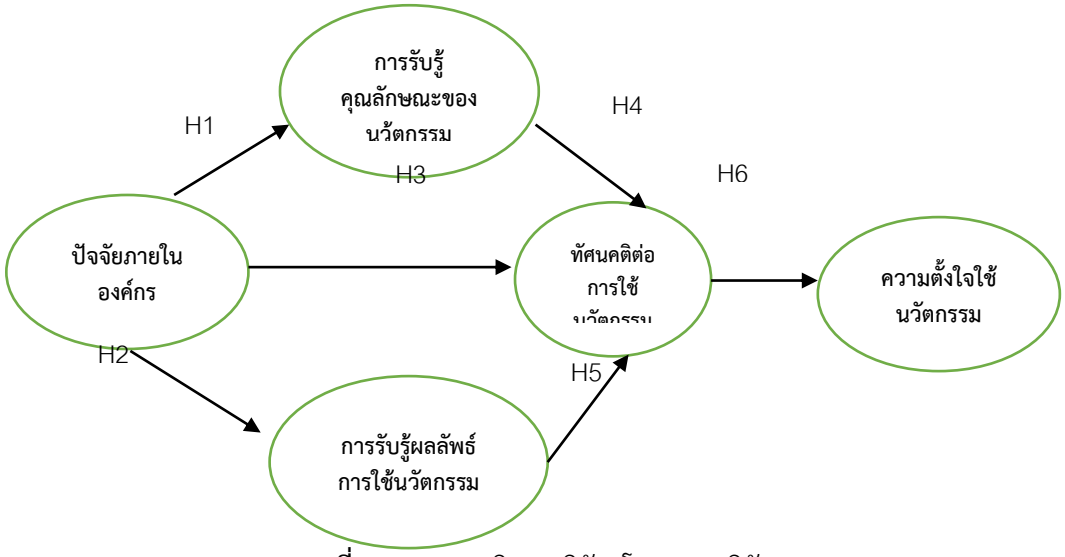
เทคโนโลยี e-Government ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยี e-Government อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากผลการศึกษาข้างต้น นำไปสู่การตั้งสมมติฐานที่ 6 ดังนี้

สมมติฐานที่ 6 ทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้นวัตกรรม

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย (โมเดลการวิจัย)

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ในการดำเนินการวิจัย โดยมีรายละเอียดของการดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากร ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ คือพนักงานฝ่ายทรัพยากรบุคคล (Human resource managementdepartment)ของโรงแรมระดับ 5 ดาวในประเทศไทยจำนวน 259 แห่ง (Booking.com, 2561)

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ โดยใช้กฎอย่างง่ายว่าด้วยอัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่าง และจำนวนตัวแปรสังเกตได้ ควรเป็น 10-20 เท่าของจำนวนตัวแปร สังเกตได้ (Hair et al.2007) ในการวิจัยครั้งนี้ มีตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 18 ตัวแปร ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ 20 หน่วยต่อ 1 ตัวแปร จึงคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 360 คนซึ่งเป็นจำนวนขั้นต่ำของกลุ่มตัวอย่างที่ควรใช้ในการวิเคราะห์ด้วยสถิติสมการเชิงโครงสร้าง (Structural equation model: SEM) แต่เพื่อให้เกิดความสะดวกต่อการแบ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยกำหนดขนาดของตัวอย่างเท่ากับ 400 คนโดยทำการเก็บข้อมูลจากโรงแรม 40 แห่งๆ ละ 10 คน

การสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stages sampling) โดย

ขั้นที่ 1 ผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนขนาดของตัวอย่างตามจำนวนโรงแรมในแต่ละภาคของประเทศไทยดังนี้ ภาคกลาง 20 โรงแรม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3 โรงแรม ภาคตะวันออก 5 โรงแรม ภาคเหนือ 4 โรงแรม ภาคใต้ 8 โรงแรม รวม 40 โรงแรม

ขั้นที่ 2 ผู้วิจัยทำการสุ่มเลือกโรงแรมที่จะทำการศึกษาจำนวน 40 โรงแรม อาศัยเทคนิคการสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling) โดยใช้การจับสลากรายชื่อ 40 โรงแรมจากรายชื่อทั้งหมด 259 โรงแรม ตามสัดส่วนจำนวนโรงแรมที่กำหนดในขั้นตอนที่ 1

ขั้นที่ 3 ผู้วิจัยใช้การสุ่มตามสะดวกในการเก็บข้อมูลจากพนักงานฝ่ายทรัพยากรบุคคลของโรงแรมที่เป็นกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยจำนวนโรงแรมละ 10 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยทำการพัฒนาขึ้นจากแนวคิด ทฤษฎีที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมภายใต้กรอบแนวคิดของการวิจัย ประกอบด้วย 6 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน รายได้ เป็นข้อคำถามปลายปิดให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว จำนวน 5 ข้อ ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยภายในองค์กร เป็นคำถามแบบประเมินค่า 5 ระดับ (Linkert 'scales) จำนวน 15 ข้อ ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้คุณลักษณะของนวัตกรรมเป็นคำถามแบบประเมินค่า 5 ระดับจำนวน 25 ข้อ ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้ผลลัพธ์ของการใช้นวัตกรรมเป็นคำถามแบบประเมินค่า 5 ระดับ จำนวน 15 ข้อ ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยทัศนคติต่อการใช้นวัตกรรมเป็นคำถามแบบประเมินค่า 5 ระดับ จำนวน 15 และ ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยความตั้งใจใช้นวัตกรรมเป็นคำถามแบบประเมินค่า 5 ระดับ จำนวน 5 ข้อ ผู้วิจัยพัฒนาข้อคำถามขึ้นจากแนวคิดทฤษฎีที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมโดยมีการตรวจสอบคุณภาพของข้อคำถามที่พัฒนาขึ้นดังนี้

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม โดยส่งแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน เพื่อพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และพิจารณาจากดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence : IOC) ที่มีเกณฑ์ในการพิจารณาให้คะแนน ดังนี้ ให้ 1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ 0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ -1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ หลังจากนั้นนำคะแนนของผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543) โดยกำหนดเกณฑ์การพิจารณาระดับค่าดัชนีความสอดคล้อง ของข้อคำถามที่ได้จาก การคำนวณจากสูตรที่จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0.00 ถึง 1.00 มีรายละเอียดของเกณฑ์การพิจารณา คือ มี ค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป (สมบูรณ์ สุริยวงศ์ สมจิตรา เรืองศรี และเพ็ญศรี เศรษฐวงศ์, 2553) คัดเลือกคำถามข้อนั้นไว้ใช้ได้ แต่ถ้าได้ค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ควรพิจารณา แก้ไขปรับปรุง หรือตัดทิ้ง ผลการวเคราะห์ IOC พบว่าข้อคำถามทุกข้อมีค่าเกิน 0.5 ซึ่งแสดงว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยจึงสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไปได้

2. การทดสอบความเที่ยง ของชุดคำถามที่ใช้วัดตัวแปร ทำโดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ และมีการแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ กับกลุ่มพนักงานโรงแรมที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตรของ Cronbach เพื่อคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า ดังนี้ (Cronbach, 1990 อ้างถึงใน นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) โดยผลการวิเคราะห์พบว่าแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นมีค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha โดยรวม เท่ากับ .8950 สำหรับมาตรวัดปัจจัยภายในองค์กร มาตรวัดปัจจัยการรับรู้คุณลักษณะ มาตรวัดการรับรู้ผลจากการใช้นวัตกรรม มาตรวัดทัศนติต่อนวัตกรรม และ มาตรวัดความตั้งใจใช้นวัตกรรมมีค่า Cronbach's Alpha คือ .8501 .7950 .9050 .7895 และ .8850 ตามลำดับ ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีระดับความเที่ยงสูง และสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงได้

การรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยติดต่อฝ่ายทรัพยากรบุคคล เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานในฝ่ายทรัพยากรบุคคลของแต่ละโรงแรม โดยทำการติดต่อไปที่โรงแรมระดับห้าดาวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เมื่อได้รับการอนุเคราะห์ให้เก็บข้อมูลได้แล้วผู้วิจัยส่งแบบสอบถามไปให้แผนกทรัพยากรบุคคลของแต่ละโรงแรมโดยหากเป็นโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปส่งให้และรับกลับด้วยตนเอง สำหรับโรงแรมที่อยู่ในต่างจังหวัดผู้วิจัยส่งเอกสารให้แผนกทรัพยากรบุคคลของโรงแรมและรับแบบสอบถามกลับโดยใช้อีเมลโดยผู้วิจัยได้ส่งอีเมลทั้งหมดจำนวน 500 อีเมล และได้แบบสอบถามกลับมา 360 ฉบับ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติต่อไปนี้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้คำตอบสำหรับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา(Descriptive statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ (frequency)ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย(mean)และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ในการบรรยายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง และระดับของตัวแปรที่ทำการศึกษา

2. สถิติการวิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis) ใช้ในการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ในโมเดลด้วย

สรุปผลการวิจัย

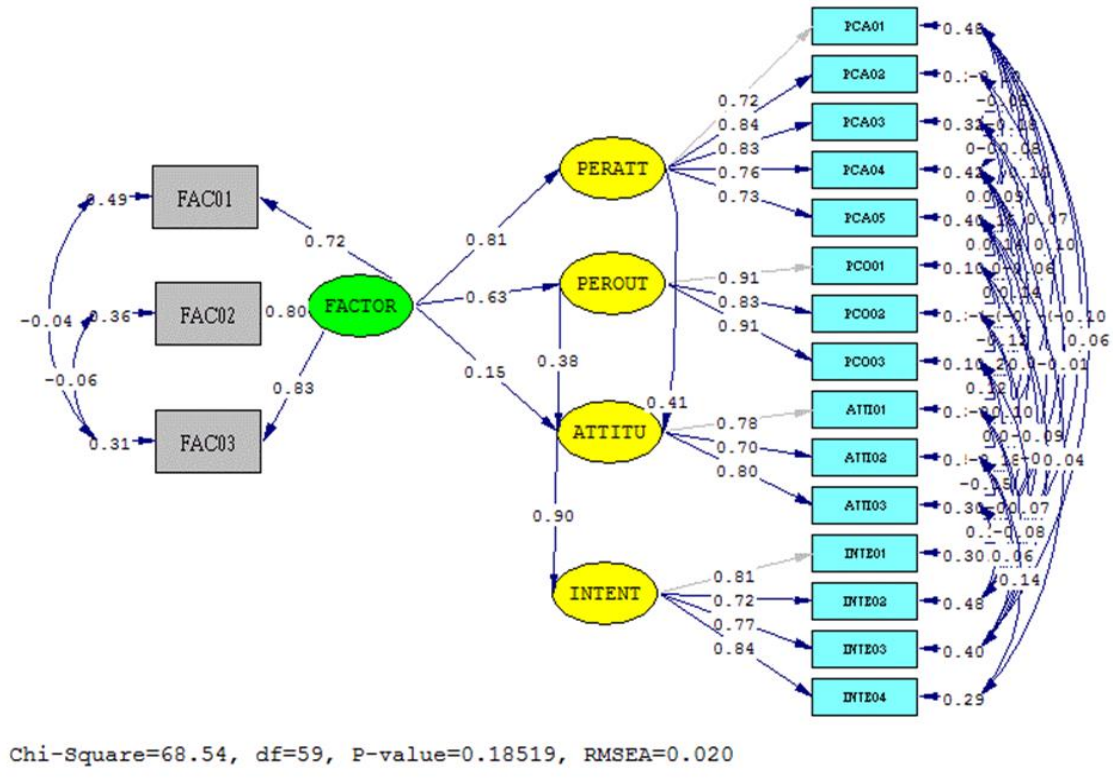
ผลการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบว่าแบบจำลองของการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า แบบจำลองของการวิจัยมีความ สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ค่า Goodness of fit ของแบบจำลองผ่านหลักเกณฑ์ที่กำหนดดังนี้

1. การทดสอบ ไค-สแควร์ (Chi-Square) มีค่าน้อยกว่า 2 และไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (chi-square=68.54 df=59 chi-square/df =1.162, P-value = 0.18519)

2. เมื่อพิจารณาดัชนีกลุ่มที่กำหนดไว้ที่ระดับมากกว่าหรือเท่ากับ 0.95 พบว่า ดัชนี GFI = 0.98, AGFI = 0.95, CFI = 1.00 ซึ่งทุกค่าผ่านเกณฑ์

3. ดัชนีที่กำหนดไว้ที่ระดับน้อยกว่า0.5 พบว่า ดัชนี RMR = 0.025 และ RMSEA =0.020 ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้เช่นเดียวกัน

4. ดัชนีที่กำหนดไว้ที่ระดับมากกว่า 200พบว่า ดัชนี CN=491.71 ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้เช่นเดียวกัน จึงสรุปได้ว่า โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model Analysis: SEM) ที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังภาพที่ 1 และ ตารางที่ 1



ภาพ 1 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง(Direct Effect) **อิทธิพลทางอ้อม (**Indirect Effect) **และอิทธิพลโดยรวม (**Total Effect)

ตัวแปรสาเหตุ	**ประเภทของอิทธิพล**	**ตัวแปรตาม**			
		PERATT	PEROUT	ATTITU	**INTENT**
FACTOR	DE	0.81 (t-value= 12.58*)	0.63 (t-value=12.35*)	0.15 (t-value=12.49*)	-
	IE		-	0.57 (t-value =8.03*)	0.65 (t-value =11.77*)
	TE	0.81 (t-value= 12.58*)	0.63 (t-value=12.35*)	0.72 (t-value=12.49*)	0.65 (t-value =11.77*)
PERATT	DE	-		0.41 (t-value =5.88*)	-
	IE	-	-	-	0.37 (t-value =5.64*)

	TE	-	-	0.41 (t-value =5.88*)	0.37 (t-value =5.64*)
PEROUT	DE	-	-	0.38 (t-value =6.45*)	-
	IE	-		-	0.34 (t-value =7.07*)
	TE	-	-	0.38 (t-value =6.45*)	0.34 (t-value =7.07*)
ATTITU	DE	-	-	-	0.90 (t-value =14.71*)
	IE	-	-	-	-
	TE	-	-	-	0.90 (t-value =14.71*)
	R^2	0.66	0.40	0.52	0.42

DE = Direct Effect, IE = Indirect Effect, TE = Total Effect

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (t-value $\geq$ 1.96)

จากตารางที่ 1 ผลการตรวจสอบการประมาณค่าพารามิเตอร์สัมประสิทธิ์อิทธิพลของตัวแปรแฝงที่ทำการศึกษาในแบบจำลองสมการโครงสร้าง (structural model) ทำให้สามารถตอบสมมติฐานของการวิจัยได้ โดยพบว่า สมมติฐานทุกข้อได้รับการยอมรับดังนี้

สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยภายในองค์กร (FACTOR)ส่งผลทางตรง (direct effect) ต่อการรับรู้คุณลักษณะ(PERATT) มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.81 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2: ปัจจัยภายใน(FACTOR)ส่งผลทางตรง (direct effect) ต่อการรับรู้ผลลัพธ์ (PEROUT) มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.63 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 3: ปัจจัยภายใน(FACTOR) ส่งผลทางตรง (direct effect) ต่อทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรม(ATTITU) มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.15 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 4: การรับรู้คุณลักษณะ(PERATT) ส่งผลทางตรง (direct effect) ต่อทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรม(ATTITU) มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.41 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 5: การรับรู้ผลลัพธ์ (PEROUT) ส่งผลทางตรง (direct effect) ต่อทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรม (ATTITU) มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.38 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 6: ทัศนคติในการยอมรับ(ATTITU) ส่งผลทางตรง (direct effect) ต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้นวัตกรรม (INTENT) ทางบวกมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.90 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยทั้ง 6 ข้อดังนี้

สมมติฐานที่ 1:ปัจจัยภายในองค์กร ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้คุณลักษณะของนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เนื่องจากพนักงานที่อยู่ภายใต้ปัจจัยแวดล้อมภายในขององค์กร อาทิ เช่น โครงสร้างเทคโนโลยีสารสนเทศ วัฒนธรรมองค์กร และปัจจัยส่วนบุคคลฯลฯ ที่แตกต่างกันอาจมีการรับรู้ต่อคุณลักษณะของระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลผ่านเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันได้ ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับ ผลการศึกษาของ Said S.Al-Gahtani (2003) ศึกษาเรื่องศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเทคโนโลยีที่มีต่อการรับรู้คุณลักษณะของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ของพนักงาน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของเทคโนโลยีที่มีต่อการรับรู้คุณลักษณะ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยเทคโนโลยีขององค์กรมีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณลักษณะของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01และ ผลการศึกษาของ Vanderlinde Braak (2011) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของเทคโนโลยีภายในองค์กร ที่สามารถทำนายการรับรู้คุณลักษณะนวัตกรรมของครู มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาอิทธิพลของเทคโนโลยีภายในองค์กร ที่สามารถทำนายการรับรู้คุณลักษณะนวัตกรรมของครู ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยเทคโนโลยีในโรงเรียนมีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณลักษณะนวัตกรรมของครู โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงพหุ (β) เท่ากับ 0.78 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01และมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R2) เท่ากับ .43

สมมติฐานที่ 2: ปัจจัยภายในส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้ผลลัพธ์จากการใช้งานนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เนื่องจากพนักงานที่อยู่ภายใต้ปัจจัยแวดล้อมภายในขององค์กร อาทิ เช่น โครงสร้างเทคโนโลยีสารสนเทศ วัฒนธรรมองค์กร และปัจจัยส่วนบุคคลฯลฯ ที่แตกต่างกันอาจมีความคาดหวัง หรือการรับรู้ต่อการรับรู้ผลลัพธ์จากการใช้งานระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลผ่านเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันได้ ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tatikonda และ Montoya-Weiss (2001) ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของกระบวนการภายในองค์กรที่ส่งผลต่อการรับรู้ผลลัพธ์จากการใช้เทคโนโลยีของพนักงาน งานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของกระบวนการภายในองค์กร ที่มีต่อการรับรู้ผลลัพธ์จากการใช้เทคโนโลยีของพนักงาน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยกระบวนการภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อการรับรู้ผลลัพธ์จากการใช้เทคโนโลยีของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01งานวิจัยของ Hofer และ Wetter (2012) ศึกษาเรื่องอิทธิพลของปัจจัยมนุษย์ที่มีต่อการรับรู้ผลลัพธ์จากการใช้เทคโนโลยีของพนักงาน งานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยมนุษย์ที่มีต่อการรับรู้ผลลัพธ์จากการใช้เทคโนโลยีของพนักงาน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยมนุษย์มีอิทธิพลต่อการรับรู้ผลลัพธ์จากการใช้เทคโนโลยีของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 3: ปัจจัยภายในส่งผลทางตรงเชิงบวก ต่อทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เนื่องจากพนักงานที่อยู่ภายใต้ปัจจัยแวดล้อมภายในขององค์กร อาทิเช่น โครงสร้างเทคโนโลยีสารสนเทศ วัฒนธรรมองค์กร และปัจจัยส่วนบุคคลฯลฯ ที่แตกต่างกันอาจมีทัศนคติในการยอมรับการใช้งานระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลผ่านเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันได้ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Voermans & Veldhoven(2006)) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของความรู้ และ

ทักษะในการใช้ระบบ e-HRM ที่มีต่อทัศนคติในการยอมรับเทคโนโลยี e-HRM ของพนักงาน ผลการศึกษาพบว่า ความรู้ และทักษะในการใช้ระบบ e-HRM ที่มีต่อทัศนคติในการยอมรับเทคโนโลยี e-HRM ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 งานวิจัยของ Sttohmeier & Kabst (2009) ศึกษาเรื่องการยอมรับนวัตกรรมขององค์กรในประเทศยุโรปการศึกษาปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีต่อทัศนคติในการยอมรับเทคโนโลยี e-HRM ผลการศึกษาพบว่า วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลต่อทัศนคติในการยอมรับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และงานวิจัยของ Russell (2003)) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยสังคม และปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติในการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงาน มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาปัจจัยสังคม และปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติในการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงาน กลุ่มตัวอย่างได้แก่ กลุ่มลูกจ้างในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับ supply chain จำนวน 320 แห่งพบว่า การรับรู้คุณลักษณะมีอิทธิพลต่อทัศนคติในการยอมรับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 4: การรับรู้คุณลักษณะของนวัตกรรมส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้พนักงานที่รับรู้คุณสมบัติในทางบวกของนวัติกรรมย่อมจะมีทัศนคติที่ดีต่อการยอมรับนวัตกรรมนั้น ๆ ในขณะที่พนักงานที่รับรู้คุณสมบัติในทางลบของนวัติกรรมย่อมจะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการยอมรับนวัตกรรมนั้น ๆ ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ งานวิจัยของ Ho & Wu(2011) ศึกษาเรื่อง บทบาทของความเป็นนวัตกรของผู้บริโภคที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณลักษณะของนวัตกรรม และทัศนคติความตั้งใจในการยอมรับนวัตกรรมของผู้บริโภค งานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณลักษณะของนวัตกรรม และทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรม ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้คุณลักษณะของนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 งานวิจัยของ Abdullah Almobarraz (2007) ได้วิจัยเรื่อง การรับรู้คุณสมบัติของนวัตกรรมตามทฤษฎีการแพร่ของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของคณาจารย์ของมหาวิทยาลัย Imam Mohammed Bin Saud ในประเทศซาอุดิอาระเบีย งานวิจัยมีวัตถุประสงเพื่อศึกษาการรับรู้คุณลักษณะมีอิทธิพลต่อทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่างได้แก่ คณาจารย์ของมหาวิทยาลัย Imam Mohammed Bin Saud ในประเทศซาอุดิอาระเบีย จำนวน 200 คน พบว่า การรับรู้คุณลักษณะมีอิทธิพลต่อทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 งานวิจัยของSirui Wang (2015) ได้วิจัยเรื่อง การรับรู้คุณลักษณะมีอิทธิพลต่อทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมในการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในระดับอุดมศึกษา งานวิจัยมีวัตถุประสงเพื่อศึกษาการรับรู้คุณลักษณะมีอิทธิพลต่อทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมในการใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในระดับอุดมศึกษา กลุ่มตัวอย่างได้แก่ คณาจารย์ของมหาวิทยาลัยทางตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 320 คน พบว่า การรับรู้คุณลักษณะมีอิทธิพลต่อทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 5: การรับรู้ผลลัพธ์ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้การที่พนักงานสามารถคาดคะเนถึงประโยชน์ที่เป็นผลลัพธ์ของการใช้งานนวัตกรรมเป็นอย่างไรก็ย่อมเกิดทัศนคติที่ดีต่อการยอมรับนวัตกรรมนั้น ในทางตรงกันข้าม ถ้าพนักงานคาดคะเน

ว่ามีความเสี่ยง หรือมีผลลัพธ์ในทางลบที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้งานนวัตกรรม ก็อาจส่งผลให้เกิดทัศนคติในทางลบต่อการยอมรับนวัตกรรมด้วย ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Khalid Hussain Moukali (2012) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการยอมรับเทคโนโลยี Rich -Blended Learning งานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ผลลัพธ์และทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมการเรียนแบบผสมผสาน กลุ่มตัวอย่างได้แก่ คณาจารย์ของมหาวิทยาลัย Jazan ในประเทศซาอุดิอาระเบีย จำนวน 303 คน พบว่า การรับรู้ผลลัพธ์มีอิทธิพลต่อทัศนคติในการยอมรับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 งานวิจัยของ Oile He, Yanging Duan ,Zetian Fu และ Daoling Li (2006). ศึกษาเรื่อง การศึกษาการยอมรับนวัตกรรมการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจในประเทศจีน งานวิจัยมีวัตถุประสงเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ผลลัพธ์และทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมระบบ e-Payment กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ซื้อสินค้าในประเทศจีน จำนวน 400 คน พบว่า การรับรู้ผลลัพธ์มีอิทธิพลต่อทัศนคติในการยอมรับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 6: ทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้นวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทัศนคติเป็นแนวคิดของบุคคลที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรม ดังนั้นเมื่อพนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อการยอมรับนวัตกรรมย่อมมีแนวโน้มที่จะใช้นวัตกรรมนั้น ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Crespo, Bosque ,Sanchez (2009) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค: การศึกษาหลายมิติ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมกับความตั้งใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 งานวิจัยของ Thakur & Srivastava (2013) ได้วิจัยเรื่อง ความพร้อมในการยอมรับ ความเป็นนวัตกร การรับรู้ความเสี่ยง และความตั้งใจใช้นวัตกรรมการชำระค่าบริการผ่านทางมือถือของผู้บริโภคในประเทศอินเดียโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมกับความตั้งใจใช้บริการชำระค่าใช้จ่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ต ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระค่าใช้จ่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01และงานวิจัยของ Hofer และ Xie,Peng และ Shabbir(2017) ได้วิจัยเรื่อง การยอมรับนวัตกรรม e-government โดยใช้แบบจำลอง TAM แบบจำลอง TPB ตวามไว้วางใจ และการรับรู้ความเสี่ยงงานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมกับความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยี e-Government ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยี e-Government อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ข้อเสนอแนะ

1.1 **ข้อเสนอแนะสำหรับองค์กรธุรกิจ**

1. ธุรกิจโรงแรม ควรตระหนักถึงความสำคัญ ของการนำ e-HRM มาใช้เพื่อให้การบริหารทรัพยากรบุคคลภายในองค์กรมีความสอดคล้องกับการเจริญเติบโตของธุรกิจ เพื่อให้เกิดความมีประสิทธิภาพในการบริหารทรัพยากรบุคคล

2. ธุรกิจโรงแรม ควรมีการให้ความรู้เกี่ยวกับ e-HRM เพื่อให้พนักงานฝ่ายทรัพยากรบุคคลเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบดังกล่าว

3. ธุรกิจโรงแรม ควรมีการพัฒนาความรู้ และทักษะในการใช้งาน e-HRM เพื่อให้พนักงานฝ่ายทรัพยากรบุคคลสามารถใช้งานระบบดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ธุรกิจโรงแรม ควรมีการชี้แจงให้พนักงานขององค์กรทราบถึงความจำเป็น และประโยชน์ของการนำระบบ e-HRM มาใช้เพื่อลดการต่อต้านจากพนักงาน และ เกิดการยอมรับระบบดังกล่าวได้ง่ายขึ้น

5. ธุรกิจโรงแรม ควรมีการประเมินผลการใช้งาน e-HRM อย่างต่อเนื่องเพื่อนำผลไปปรับปรุงการทำงานของระบบให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตดังต่อไปนี้

1. การศึกษาครั้งต่อไปสามารถศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับระบบ e-HRM ในธุรกิจอื่นๆ อาทิเช่น ธุรกิจรถยนต์ ธุรกิจสายการบิน เป็นต้น

2. การศึกษาครั้งต่อไปสามารถศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยอื่นๆที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม อาทิเช่น ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง ปัจจัยภายนอกองค์กรเป็นต้น

3. การศึกษาครั้งต่อไปอาจทำการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารการเปลี่ยนแปลงเมื่อมีการนำ e-HRM มาใช้ในองค์กร

References

Alfred, J.W. (2001) Web-Based Human Resources: The technologies and trends that are transforming HR: Tata McGraw Hill.

Al-Gahtani,Said.(2003). Computer technology adoption in Saudi Arabia: Correlates of perceived innovation attributes. Information Technology for Development 10:57-69.

Almobarraz,Albullah,(2007) Perceived Atttributes of diffusion of Innovation theory as Predictors of Internet Adoption among the Faculty Members of Imam Mohammed Bin Saud University.Dissertation of Doctor of Philoosphy.University of North Texas.

Assael, H. (2004). Consumer behavior: A strategic approach. Boston, MA: Houghton Mifflin

Berkman, H. W., Lindquist, J. D. & Sirgy, M. J. (1997). Consumer behavior. Lincoinwood, Illinois:NTC.

Beulen, E. (2009). The contribution of a global service provider's Human Resources Information System (HRIS) to staff retention in emerging markets. Information Technology & People, 22, 270–288.

Bondarouk, T. V., & Ruël, H. J. M. (2009). Electronic human resource management: Challenges in the digital era. The International Journal of Human Resource Management, 20, 505–514.

Bondarouk, T. V., Ruël, H., & van der Heijden, B. (2009). E-HRM effectiveness in a public sector organization: A multi-stakeholder perspective. The International Journal of Human Resource Management, 20:578–590

Bondarouk,Tanya;Parry,Emma,Futtmueller.(2017). Electronic HRM: four decades of research on adoption and consequences.The International Journal of Human Resource Management.28(1):98-131

Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R., & Zeithaml, V. A. (1993). A dynamic process model of service quality: From expectations to behavioral intentions. Journal of Marketing Research, 30, 7-27.

Burnkrant, R. E., & Page, T. J. (1982). An examination of the convergent,discriminant and predictive validity of Fishbein's behavioral intention model. Journal of Marketing Research, 19, 550-561.

Cobb-Walgren, C. J., Ruble, C. A., & Donthu, N. (1995). Brand equity, brand preference, and purchase intent. Journal of Advertising, 24(3), 25-41

Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. The Journal of Marketing, 12(1), 55-68.

Crespo,Herrero,A.;Bosque,I.Rodriguez;Garcia de los Salmones Sanchez,M.M.(2009) The Influence of perceived risk on Internet shopping behavior: a multidimensional perspective. Journal of Risk Resarch,12(2):259-277.

Davis, F. D., Bagozzi, R.P. and Warshaw, P.R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models". Management Science. 35,8 (August): 982-1003

Foster, S. (2010) 'Creating HR value through technology', Strategic Direction, Vol. 26:8: 3-5.

Fitzsimons, G. J., & Morwitz, V. G. (1996). The effect of measuring intent on brand-levelpurchase behavior. Journal of Consumer Research, 20:1-11.

Grewal, D., Monroe, K. B., & Krishnan, R. (1998). The effects of price comparison advertising on buyers' perceptions of acquisition value, transaction value, and behavioral intentions. Journal of Marketing,62: 46-59.

Haines, V. Y., & Lafleur, G. (2008). Information technology usage and human resource roles and effectiveness. Human Resource Management, 47: 525–540

Hanna, N. & Wozniak, R. (2001). Consumer behavior: An applied approach. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Harris, L. C., & Goode, M. M. (2010). Online services capes, trust, and purchase intentions. Journal of Services Marketing, 24(3), 230-243.

He,Qile; Duan,Yanqing;Fu,Zetian;Li,Daoliang.((2006). An Innovation Adoption Study of Online-E-Payment in Chinese Companies.Journal of Electronic Commerce in Organizations.4(1):48-69.

Heijden, H. V., Verhagen, D., & Creemers, T. M. (2003). Understanding online purchase intentions: Contributions from technology and trust perspective. The European Journal of Information Systems, 12, 41-48.

Hempel, P.S. (2004). Preparing the HR profession for technology and information work. Human Resource Management, 43(2/3):163-77.

Hofer,Franziska;Wetter,Olive E.(2012). Operational and human factors issues of new airport security technology—two case studies. Journal of Transportation Safety & Security.5:277-291.

Hong, I. B., & Cho, H. (2011). The impact of consumer trust on attitudinal loyalty and purchase intentions in B2C e-marketplaces: Intermediary trust vs. seller trust. International Journal Information Management,31(5), 469-479.

Khatoon,Sumiya(2012). The Study of Major Adoption Factors of E-HRM in Healthcare Sector in India : An Empirical Study. Journal of Commerce & Management Thought 4(2),251-267

Kovach, K. A., Hughes, A. A., Fagan, P., & Maggitti, P. G. (2002). Administrative and strategic advantages of HRIS. Employment Relations Today, 29, 43–48.

Krungsri Research Center (2017). Retrieved from https://www.krungsri.com/bank/getmedia/9027bab8-d979-4f28-9ff3-f21444f5dab1/IO_Hotel_2017_TH.aspx)

Kasikorn Thai Research Center (2017) . Retrieved from https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Pages/CompetitiveHoteIndustry.Aspx

Lohse, G. L., Bellman, S., & Johnson, E. J. (1999). Consumer buying behavior on the Internet: Findings from panel data. New York: Columbia University.

Marler, J. H., & E. Parry. (2015). Human resource management, strategic involvement and e-HRM technology. The International Journal of Human Resource Management, 1–21.

Moukali,Khalid,Hussain.(2012). Factors that Affect Faculty Attitudes toward Adoption of Technology-Rich Blended Learning. Dissertation of Doctor of Philosophy .University of Kansa.

Mowen, J. C., & Minor, M. (1998). Consumer behavior (5th ed.). Englewood Cliffs: Prentice Hall. Posttoday(2018). Retrieved from https://www.posttoday.com/finance/stock/540222

Rogers, Everett M. (1983). Diffusion of innovations (3rd ed.). New York: Free Press of Glencoe.

Ngai, E. W. T., & Wat, F. K. T. (2006). Human resource information systems: A review and empirical analysis. Personnel Review, 35, 297–314.

Ruël, H. J. M., Bondarouk, T. V., & Van der Velde, M. (2007). The contribution of e-HRM to HRM effectiveness. Employee Relations, 29: 280–291.

Russell,Dawn,M.;Hoag,Anne M.(2004). People and Information technology in the supply chain :Social and Organizational Influences on adoption. International Journal of Physical Distribution & Logistics Management.34(2):102-121

Ruta, C. D. (2009). HR portal alignment for the creation and development of intellectual capital. The International Journal of Human Resource Management, 20: 562–577.

Strohmeier, S. (2009). Concepts of e-HRM consequences: A categorisation, review and suggestion. The International Journal of Human Resource Management, 20:528–543.

Strohmeiter,Stefan;Kabst,Ruiger.(2009).Organizational adoption of e-HRM in Europe: An Empirical exploration of major adoption factors", Journal of Managerial Psychology, Vol. 24(6):.482-501.

Somboon Suriyawong Somjittra Raungsri and Sripen Setwong. (2010). Research Methods in Education. Bangkok : Academic Promotion Center Publishing House Co.Ltd

Tatikonda,Mohan;Montoya-Weiss,Mitzi.(2001).Integrating Operations and MarketingPerspectives of Product Innovation: The Influence of Organizational Process Factors and Capabilities on Development Performance. Management Science.47(1):151-172

Thakur,Rakhi;Srivastava,Mala (2013) Adoption readiness, personal innovativeness, perceived risk and usage intention across customer groups for mobile payment services in India. InternetResearch.24(3):369-392

Thansettakij (2018). Retrieved from http://www.thansettakij.com/content/286565

Vanderlinde, Ruben and Van Braak, Johan(2011). A New ICT Curriculum for Primary Education in Flanders: Defining and Predicting Teachers' Perceptions of Innovation Attributes. Educational Technology & Society, 14 (2), 124–135.

Voermans, M.; Veldhoven,M.Van.(2014).Attitude towards E-HRM: an empirical study at Philips. Personnel Review, 36(6): pp.887-902

Wang,Sirui. (2015) Perceived Attributes and Factors Influencing Instructors' Using E-Textbooks in Higher Education. Dissertation of Doctor of Philosophy.University of Southern Mississippi.

Xie,Qijun;Song,Wei;Peng,Xiaobao;Shabbir,Muhammad.(2017). Predictors for e-government adoption: integrating TAM, TPB, trust and perceived risk.The Electronic Library.35(1) :2-20.