



วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร

MUT Journal of Business Administration

ปีที่ 18 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2564)

Volume 18 Number 1 (January – June 2021)

**อิทธิพลของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของ
บุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัย: บทบาทของความพึงพอใจ
ในงานในฐานะของตัวแปรต้นกลาง**

**The Impact of Social Media Usage on Job Performance of University's
Supporting Staff: The role of job satisfaction as the mediating variable**

Received: January 7, 2021

Revised: March 20, 2021

Accepted: April 30, 2021

สุธีรา เดชนครินทร์ Suteera Detnakarin^{1,*}, ธัญญา ยินเจริญ Thananya Yincharoen²

¹ Ph.D., อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา สงขลา ประเทศไทย

² อาจารย์ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา สงขลา ประเทศไทย

¹ Ph.D., Lecturer of Management, Faculty of Management Sciences, Songkhla Rajabhat University, Songkhla, Thailand

² Lecturer of Business computer, Faculty of Management Sciences, Songkhla Rajabhat University, Songkhla, Thailand

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้ คือ เพื่อศึกษาอิทธิพลของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อผลการปฏิบัติงานทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านความพึงพอใจในการทำงาน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากบุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ซึ่งประกอบด้วย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา มหาวิทยาลัยทักษิณ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำนวน 271 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่าโมเดลสมการโครงสร้างที่ถูกพัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ เท่ากับ 2.36 ดัชนีวัดความสอดคล้องเชิงสัมพันธ์ เท่ากับ 0.969 ดัชนีที่แสดงการยอมรับของโมเดล เท่ากับ 0.958 ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ย

* E-mail address: yuy_342@hotmail.com

ความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า เท่ากับ 0.071 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือในรูปคะแนน เท่ากับ 0.038 ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา คือ 1) การใช้สื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจในงานและผลการปฏิบัติงานของพนักงาน และ 2) การใช้สื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานผ่านความพึงพอใจในงาน ดังนั้น ผลการศึกษานี้เสนอแนะต่อองค์กรหรือมหาวิทยาลัยว่าควรตระหนักถึงนโยบายการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในสถานที่ทำงานเพื่อก่อให้เกิดผลลัพธ์ในทางบวกต่อทั้งพนักงานแต่ละคนและองค์กรโดยรวม

คำสำคัญ: การใช้สื่อสังคมออนไลน์, ความพึงพอใจในงาน, ผลการปฏิบัติงาน, บุคลากรสายสนับสนุน

ABSTRACT

The purpose of this research was to examine the impact of social media usage on job performance, both direct and indirect effects through job satisfaction. The questionnaire was employed as a tool to collect the data from 271 supporting staffs of three universities in Muang district, Songkhla province including Songkhla Rajabhat University, Thaksin University, and Rajamangala University of Technology Srivijaya. The statistics used for analyzing data included confirmatory factor analysis (CFA) and structural equation modeling (SEM). The results showed that the developed structural equation model fits the empirical data as $\chi^2/df = 2.366$, Comparative fit index = 0.969, Tucker-Lewis index = 0.958, Root Mean Square Error of Approximation = 0.071, and Standardized Root Mean Square Residual = 0.038. The findings revealed that 1) social media usage had a positive and significant impact on job satisfaction and job performance and 2) social media usage had an indirect effect on job performance through job satisfaction. Therefore, these results suggested that the organizations or the universities should realize the social media usage policies in the workplace to create positive effects for both employees and organizational outcomes.

Keywords: Social media usage, Job satisfaction, Job performance, supporting staff

บทนำ

ในปัจจุบันการเติบโตของสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมาก เนื่องด้วยคุณสมบัติของสื่อสังคมออนไลน์ที่ช่วยสนับสนุนให้เกิดการสื่อสารและมีการถ่ายโอนข้อมูลได้อย่างสะดวกมากขึ้น ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

จนก่อให้เกิดชุมชนเสมือน (Virtual community) (สุริรักษ์ วงษ์ทิพย์, 2561; Cao *et al.*, 2016) ด้วยคุณสมบัติดังกล่าวทำให้สื่อสังคมออนไลน์ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในองค์กร จนกลายมาเป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน (Fu *et al.*, 2019) แต่จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในสถานที่ทำงานกลับพบว่ามึงานวิจัยเชิงประจักษ์อยู่อย่างจำกัด ทำให้เกิดคำถามมากมายกับทั้งนักวิชาการและนักบริหารว่า ในความเป็นจริงนั้นสื่อสังคมออนไลน์มีประโยชน์ต่อองค์กรหรือไม่ อย่างไร (Charoensukmongkol, 2014; Leftheriotis and Giannakos, 2014) นอกจากนี้ แม้ว่านักวิชาการและนักบริหารจะให้ความสนใจบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการทำงานของพนักงาน แต่นักบริหารยังคงกังวลใจกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของพนักงานในระหว่างทำงาน เพราะผู้บริหารบางท่านคิดว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์อาจจะรบกวนสมาธิในการทำงานของพนักงาน จนอาจส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน (Hanna *et al.*, 2017) ยิ่งไปกว่านั้น การเติบโตอย่างรวดเร็วของอินเทอร์เน็ตทำให้หลายองค์กรได้ตระหนักถึงความสำคัญของการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงาน เพราะทุกองค์กรต่างต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และหากองค์กรห้ามพนักงานไม่ให้ใช้สื่อสังคมออนไลน์สำหรับการทำงาน อาจจะเป็นการพลาดโอกาสสำคัญในการใช้นวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานทั้งในระดับบุคคลและองค์กร (Hanna *et al.*, 2017)

การศึกษาครั้งนี้ต้องการไขความกระจ่างให้เกิดขึ้น สำหรับอิทธิพลของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในองค์กร โดยเฉพาะส่วนที่มีผลต่อการดำเนินงานของพนักงาน เพื่อทำการอธิบายว่าสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานได้จริงหรือไม่ รวมทั้งการวิจัยในครั้งนี้อย่างศึกษาเพิ่มเติมถึงกลไกการทำงานของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่จะส่งผลไปยังความสามารถในการทำงานของพนักงาน โดยจะใช้ตัวแปรตัวคั่นกลาง (Mediating variable) ซึ่งเป็นตัวแปรตัวที่สาม เพื่ออธิบายว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์นำไปสู่ผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่ดีขึ้นได้อย่างไรผ่านตัวแปรตัวคั่นกลาง โดยตัวแปรตัวคั่นกลางที่จะนำมาใช้อธิบายกลไกดังกล่าว ได้แก่ ความพึงพอใจในงาน (Job satisfaction) ทั้งนี้เป็นเพราะความพึงพอใจในงานเป็นตัวแปรทางด้านจิตวิทยาที่นิยมนำมาอธิบายความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของพนักงาน (Dinc, 2017; Fu *et al.*, 2019) นอกจากนี้ ตัวแปรความพึงพอใจในงานยังสามารถสะท้อนให้เห็นถึงทัศนคติของพนักงานที่มีต่อนโยบายและการปฏิบัติงานด้านทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรจนส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานได้อีกด้วย (Charoensukmongkol, 2014)

ดังนั้นเพื่อเป็นการเติมเต็มช่องว่างทางการวิจัยและการนำไปประยุกต์ใช้ในองค์กร ผู้วิจัยจึงจะศึกษาอิทธิพลของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานทั้งอิทธิพลทางตรง (Indirect effect) และอิทธิพลทางอ้อม (Indirect effect) โดยผ่านความพึงพอใจในงานของพนักงานสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัย ทั้งนี้เป็นเพราะงานของบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับงานเอกสาร การรับส่งข้อมูล งานวิชาการต่างๆ ตลอดจนงานประสานงานและติดต่อสื่อสารระหว่างนักศึกษา เพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน รวมทั้งบุคลากรสายวิชาการ ซึ่งเป็นงานที่ค่อนข้างยุ่งยากซับซ้อน และเพื่อให้การดำเนินงานภายในมหาวิทยาลัยเป็นไปด้วยความเรียบร้อยจึงจำเป็นต้องหาเครื่องมือที่ตอบสนองของขอบเขตการดำเนินงานที่ครอบคลุมงานทั้งหมดของบุคลากรสายสนับสนุน นั่นก็

คือสื่อสังคมออนไลน์ (พิชญะภาคย์ พิพิธพัฒน์ไพสิฐ และกุลธิดา ท้วมสุข, 2559) โดยจะเก็บข้อมูลจากบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เนื่องจากมีบริบททางด้านสังคมวัฒนธรรมที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งประกอบด้วย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา มหาวิทยาลัยทักษิณ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ผลที่ได้จากการศึกษาจะช่วยเติมเต็มองค์ความรู้ทางวิชาการเกี่ยวกับอิทธิพลของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในที่ทำงาน นอกจากนี้ยังมีนัยสำคัญในทางปฏิบัติสำหรับการกำหนดนโยบายการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้แก่บุคลากรสายสนับสนุน ตลอดจนเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาบุคลากรในการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ให้มากยิ่งขึ้น

คำถามนำวิจัย

1. การใช้สื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานหรือไม่
2. ตัวแปรความพึงพอใจในงานเป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานหรือไม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานทั้งทางตรงและทางอ้อมโดยผ่านความพึงพอใจในงานของบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัย

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ประโยชน์ในเชิงนโยบายต่อองค์กรหรือสถาบันการศึกษา โดยผลการศึกษาทำให้ผู้บริหารสามารถวางแผนและกำหนดนโยบายการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงานในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนสามารถออกแบบโปรแกรมการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้เหมาะสมกับการทำงานของแต่ละองค์กร ซึ่งจะเป็นการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ประโยชน์ในทางวิชาการ โดยผลการศึกษาเป็นการเพิ่มองค์ความรู้ทางวิชาการในเชิงประจักษ์เกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในสถานที่ทำงาน เพื่ออธิบายอิทธิพลของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานทั้งทางตรงและทางอ้อม

การทบทวนวรรณกรรม

สื่อสังคมออนไลน์ (Social media)

สื่อสังคมออนไลน์เป็นแอปพลิเคชันบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตซึ่งสร้างบนพื้นฐานการทำงานของเทคโนโลยี 2.0 และสามารถเข้าถึงได้ทั้งทางคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือ (Jafar *et al.*, 2019) ด้วยคุณสมบัติของสื่อสังคมออนไลน์ทำให้ผู้ใช้สามารถปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันได้โดยไม่มีข้อจำกัดทางด้านระยะทางและเวลา (Charoensukmongkol, 2014) โดยการศึกษาครั้งนี้จะเน้นการใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการทำงานผ่านเฟซบุ๊ก ไลน์ และโปรแกรมแชท ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้ (Gonzalez *et al.*, 2013; Gupta and Bashir, 2018)

1. การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงานทั่วไป

เป็นการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อประโยชน์ต่อการทำงานเป็นหลักของบุคลากรสายสนับสนุน ไม่ว่าจะเป็นการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อค้นหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่องาน การรับ-ส่งเอกสารหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงาน รวมทั้งการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อรับทราบความเคลื่อนไหวของข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับงานโดยเฉพาะด้านวิชาการ

2. การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการติดต่อสื่อสาร

เป็นการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการติดต่อสื่อสารกันระหว่างบุคลากรในองค์กร โดยมักจะเป็นการติดต่อสื่อสารหรือสนทนาด้วยข้อความหรือเสียงระหว่างผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน ตลอดจนบุคลากรสายวิชาการ รวมทั้งการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อปรึกษา สอบถามข้อมูล และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน

3. การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อความสัมพันธ์ในองค์กร

เป็นการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างหรือเชื่อมความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคลากรภายในองค์กร รวมทั้งเพื่อสร้างความสามัคคีและการเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ตลอดจนสร้างการยอมรับหรือสนิทสนมคุ้นเคยกับบุคลากรอื่นในองค์กร และการสร้างตัวตนของบุคลากรผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ความพึงพอใจในงาน (Job satisfaction)

ความพึงพอใจในงานเป็นสภาวะทางอารมณ์ที่เป็นบวกของพนักงานซึ่งเกิดจากการประเมินผลการทำงาน (Hanna *et al.*, 2017) โดยการศึกษาความพึงพอใจในงานก่อนหน้านี้นี้มีหลายแง่มุม แต่การศึกษานี้จะเน้นความพึงพอใจในงานซึ่งเป็นทัศนคติที่แสดงให้เห็นว่าพนักงานมีความรู้สึกส่วนตัวอย่างใดในบริบทของการทำงานที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในองค์กร (Mugaza, 2018) และจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงานมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงาน โดยการศึกษาของ Charoensukmongkol (2014) ค้นพบว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์ส่งผลทางตรงต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานในองค์กรของประเทศไทย และการศึกษาของ Fu *et al.* (2019) ยังค้นพบว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในที่ทำงานเป็นวิธีที่ทำให้พนักงานสามารถรักษาความสัมพันธ์ส่วน

บุคคลกับเพื่อนร่วมงาน ซึ่งอิทธิพลของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อความพึงพอใจในงานสามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีการสนับสนุนทางสังคม (Social support theory) กล่าวคือ สื่อสังคมออนไลน์เป็นแหล่งสนับสนุนทางสังคมที่สำคัญของพนักงาน เพราะพนักงานจะได้รับคำแนะนำในการทำงานที่ดี ตลอดจนการดูแลเอาใจใส่จากเพื่อนร่วมงาน จึงมีแนวโน้มที่จะทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจเมื่อได้รับการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงานผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ (Charoensukmongkol, 2014) ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

H1: การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจในงาน

ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (Job performance)

ผลการปฏิบัติงานโดยทั่วไปของพนักงานจะเป็นผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้องกับงาน (Fu *et al.*, 2017) และจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในที่ทำงานช่วยพัฒนาทักษะ ความรู้ความสามารถของพนักงาน (Bennett *et al.*, 2010) โดยการศึกษาของ Munene and Nyaribo (2013) ค้นพบว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในที่ทำงานช่วยให้พนักงานสามารถสร้างและแบ่งปันความรู้กันได้ง่าย ทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานดีขึ้น ซึ่งการศึกษาของ Cao *et al.* (2016) และ Moqbel *et al.* (2013) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน เพราะสื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมอย่างมีโครงสร้างหรือที่เรียกว่าทุนทางสังคม (Social capital) ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวทำให้พนักงานสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ทางวิชาการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

H2: การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน

นอกจากนี้ ความพึงพอใจในงานยังมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานด้วย โดยการศึกษาของ Judge *et al.* (2001) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งสองในหลายมิติทั้งงานในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ และได้สรุปว่าความพึงพอใจในงานมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน เช่นเดียวกับการศึกษาของ Moqbel *et al.* (2013) ซึ่งศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจในงานที่มีต่อการทำงานของพนักงานในบริบทของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการทำงาน และค้นพบว่าพนักงานที่มีความสุขในการทำงานจะปฏิบัติงานได้ดีกว่าพนักงานที่ไม่มีความสุขในการทำงาน โดย Jafar *et al.* (2019) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่าหากองค์กรจัดสภาพแวดล้อมการทำงานที่ยืดหยุ่นให้แก่พนักงาน แทนที่จะจำกัดการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในที่ทำงาน การกระทำขององค์กรเช่นนี้จะทำให้พนักงานรู้สึกพึงพอใจในการทำงาน และตอบสนององค์กรด้วยการปรับปรุงการทำงานของพวกเขาให้ดีขึ้นตามทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social exchange theory) ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

H3: ความพึงพอใจในงานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน

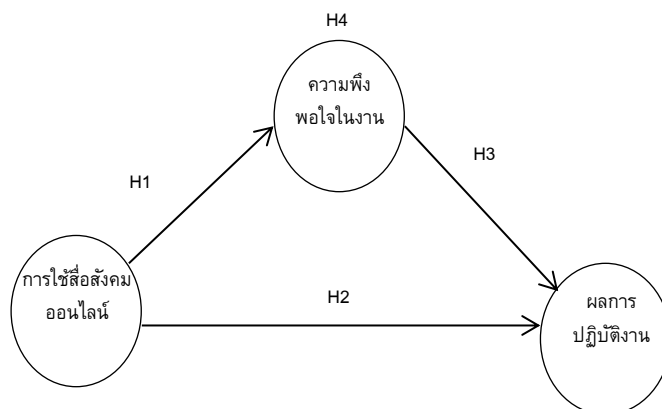
ความพึงพอใจในงานในฐานะของตัวแปรคั่นกลาง

การใช้ความพึงพอใจในงานเป็นตัวแปรคั่นกลางเหมาะสำหรับนำมาอธิบายอิทธิพลของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ทั้งนี้เป็นเพราะความพึงพอใจในงานจะเป็นตัวแปรทางด้านจิตวิทยาที่นิยมนำมาอธิบายความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของพนักงาน (Dinc, 2017; Fu *et al.*, 2019) นอกจากนี้ ยังสะท้อนให้เห็นว่าพนักงานมีทัศนคติอย่างไรต่อนโยบายในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร (Charoensukmongkol, 2014) โดยการศึกษาของ Moqbel *et al.* (2013) ได้ค้นพบว่าความพึงพอใจในงานเป็นตัวแปรคั่นกลางในความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งตามแนวคิดทฤษฎีทางสังคมและการสนับสนุนทางสังคมสามารถอธิบายได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์ในองค์กรจะทำหน้าที่สร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานในองค์กร และเมื่อพนักงานใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยการสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์มีฟังก์ชันการโต้ตอบซึ่งกันและกันแบบทันทีทันใด โดยไม่จำกัดระยะทางและระยะเวลา (Fu *et al.*, 2019) ก็จะก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารทางด้านวิชาการ ตลอดจนการได้รับคำแนะนำและให้คำปรึกษาทั้งในเรื่องการทำงานทั่วไปและปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างทำงาน เมื่อพนักงานรับรู้ได้ถึง การเชื่อมโยงของความสัมพันธ์ในชุมชนเสมือนระหว่างบุคลากรในองค์กรและการสนับสนุนทางสังคมจากเพื่อนร่วมงาน ก็จะก่อให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย ลดความกังวล จนกลายเป็นความพึงพอใจในงาน และมีแนวโน้มที่จะก่อให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่ดีของพนักงาน (Cao *et al.*, 2016) ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

H4: การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงานมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานโดยผ่านความพึงพอใจในงาน

กรอบแนวคิด

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น สามารถสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



รูปที่ 1: กรอบแนวคิดในการวิจัย

หมายเหตุ: H1-H3 เป็นอิทธิพลทางตรง; H4 เป็นอิทธิพลทางอ้อม

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร คือ บุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา มหาวิทยาลัยทักษิณ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำนวน 1,188 คน (ข้อมูล ณ เดือนมกราคม 2563) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยกำหนดจากสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural equation modeling: SEM) ซึ่งจำเป็นต้องใช้ตัวอย่างค่อนข้างมาก โดย Schumacker and Lomax (2010) แนะนำว่าการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง ควรมีกกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 10-15 คนต่อหนึ่งตัวแปรสังเกตได้ ซึ่งงานวิจัยนี้มีตัวแปรสังเกตได้ 12 ตัวแปร ดังนั้น จึงควรมีกกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 180 คน (15 คน \times 12 ตัวแปร) นอกจากนี้ Hair *et al.* (2010) แนะนำเพิ่มเติมว่าควรใช้กลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 200 คน ผู้วิจัยจึงใช้เครือข่ายอาจารย์และบุคลากรของมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลา ดำเนินการแจกแบบสอบถามจำนวน 300 ชุด โดยแบ่งเป็นมหาวิทยาลัยละ 100 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ โดยแบบสอบถามแบ่งออกได้เป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทบุคลากร ประสบการณ์การทำงานในมหาวิทยาลัย คณะ/หน่วยงาน และมหาวิทยาลัยที่สังกัด ซึ่งเป็นแบบคำถามปลายปิดเลือกตอบแบบข้อเดียว (Check One Choice Questions) และคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions)

ตอนที่ 2 การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงาน โดยข้อคำถามในส่วนนี้เกิดจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในองค์กรธุรกิจ ซึ่งจะมีบริบทแตกต่างจากมหาวิทยาลัย ผู้วิจัยจึงได้ส่งข้อคำถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน เพื่อหาค่าความสอดคล้องหรือดัชนีของความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยพิจารณาคัดเลือกข้อคำถามที่มีดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.67 ขึ้นไป (บุญใจ ศรีสถิตยธรรมากร, 2555) ผลการคำนวณดัชนีความสอดคล้องพบว่าทุกข้อคำถามในแบบสอบถามมีดัชนีความสอดคล้องเกิน 0.67 ดังนั้น ข้อคำถามในส่วนนี้มีทั้งสิ้น 12 ข้อประกอบด้วย 1) การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่องานทั่วไป จำนวน 4 ข้อ 2) การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการติดต่อสื่อสาร จำนวน 4 ข้อ และ 3) การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อความสัมพันธ์ทางสังคม จำนวน 4 ข้อ โดยแบบสอบถามสำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับ 1 ไม่เคยปฏิบัติเลย ไปจนถึง ระดับ 5 ปฏิบัติเป็นประจำ

ตอนที่ 3 ผลการดำเนินงานระดับบุคคล ได้แก่ ความพึงพอใจในงาน (Job satisfaction) และผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (Job performance) ข้อคำถามในส่วนนี้ปรับปรุงมาจากงานวิจัยของ Mugaza (2018) ทั้งนี้เป็นเพราะงานวิจัยดังกล่าวศึกษาผลของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในบริบทของมหาวิทยาลัยซึ่งใกล้เคียงกับการศึกษาคำถามนี้ โดยข้อคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในงานมีจำนวน 4 ข้อ ตัวอย่างข้อคำถาม ได้แก่ “การใช้สื่อสังคมออนไลน์ทำให้ท่านมีความสุขในการทำงานกับองค์กรแห่งนี้” ส่วนข้อคำถามเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานมีทั้งสิ้น 5 ข้อ ตัวอย่างข้อคำถาม ได้แก่ “การใช้สื่อสังคมออนไลน์ทำให้การปฏิบัติงานของท่านมีประสิทธิภาพมากขึ้น” โดยแบบสอบถามในส่วนนี้เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับ 1 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไปจนถึง ระดับ 5 เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญและได้ปรับปรุงเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับบุคคลที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ซึ่งได้แก่ บุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยอื่น จำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลการทดสอบค่าเชื่อมั่นมีค่าดังนี้ การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงานทั้งฉบับ เท่ากับ 0.91 โดยแบ่งเป็นด้านงานทั่วไป เท่ากับ 0.82 ด้านการติดต่อสื่อสาร เท่ากับ 0.86 และด้านความสัมพันธ์ทางสังคม เท่ากับ 0.81 ส่วนความพึงพอใจในงานมีค่า เท่ากับ 0.78 และผลการปฏิบัติงานของพนักงาน เท่ากับ 0.88 ซึ่งทุกตัวแปรมีความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป (บุญใจ ศรีสถิตยัณราภรณ์, 2555) แสดงว่าแบบสอบถามสามารถนำไปเก็บข้อมูลจริงได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสองขั้นตอน (Two-stage sampling) ขั้นตอนที่แรกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างจากมหาวิทยาลัยที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองจังหวัดสงขลา จำนวน 3 แห่งในสัดส่วนที่เท่า ๆ กัน แบ่งเป็นมหาวิทยาลัยละ 100 ชุด จากนั้นขั้นที่สองใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ โดยเก็บข้อมูลตั้งแต่ 15 ธันวาคม 2562 ถึง 31 มกราคม 2563 ซึ่งแบบสอบถามที่ได้รับกลับมาและมีความสมบูรณ์เพียงพอที่จะนำไปวิเคราะห์ข้อมูลมีจำนวนทั้งสิ้น 271 ชุด คิดเป็นอัตราการตอบกลับร้อยละ 90.33

การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการศึกษาคำถามนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลสองขั้นตอน (A two-step procedure) ของ Anderson and Gerbing (1988) โดยขั้นตอนที่แรกจะวิเคราะห์โมเดลการวัด (Measurement model) โดยการใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และขั้นตอนที่สองจะทำการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural equation modeling: SEM)

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 271 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 212 คน (ร้อยละ 78.2) อายุ 22-39 ปี จำนวน 187 คน (ร้อยละ 69) การศึกษาระดับปริญญาตรี 195 คน (ร้อยละ 72) เป็นบุคลากรประเภทพนักงานมหาวิทยาลัย 155 คน (ร้อยละ 57.2) มีประสบการณ์การทำงานอยู่ระหว่าง 5-10 ปี จำนวน 103 คน (ร้อยละ 38) และส่วนใหญ่เป็นบุคลากรสายสนับสนุนที่สังกัดในคณะ 182 คน (ร้อยละ 67.2) ซึ่งแสดงผลได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตัวแปร	กลุ่มตัวอย่าง (n = 271)	ร้อยละ	ตัวแปร	กลุ่มตัวอย่าง (n = 271)	ร้อยละ
เพศ			ประเภทบุคลากร		
ชาย	59	21.8	ข้าราชการ	5	1.8
หญิง	212	78.2	พนักงานมหาวิทยาลัย	155	57.2
อายุ			พนักงานราชการ	19	7.0
ต่ำกว่า 22 ปี	1	0.3	ลูกจ้างชั่วคราว	77	28.4
22-39 ปี	187	69.0	อื่น ๆ	15	5.6
40-54 ปี	79	29.2	ประสบการณ์การทำงาน		
55 ปีขึ้นไป	4	1.5	น้อยกว่า 5 ปี	56	20.7
ระดับการศึกษา			ตั้งแต่ 5 ปี – ไม่เกิน 10 ปี	103	38.0
ต่ำกว่าปริญญาตรี	10	3.7	ตั้งแต่ 10 ปี – ไม่เกิน 15 ปี	68	25.1
ปริญญาตรี	195	72.0	ตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป	44	16.2
สูงกว่าปริญญาตรี	66	24.3	หน่วยงานที่สังกัด		
			คณะ	182	67.2
			หน่วยงานอื่น	89	32.8

การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานจากตารางที่ 2 พบว่า ตัวแปรการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.55 ตัวแปรความพึงพอใจในงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67 และตัวแปรผลการปฏิบัติงานของพนักงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.53 สำหรับความเบ้ (Skewness) ของข้อมูลในทุกตัวแปรอยู่ระหว่าง -0.448 ถึง -0.429 และความโด่ง (Kurtosis) ของข้อมูลอยู่ระหว่าง -0.594 ถึง 0.056 ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าทุกตัวแปรมีการแจกแจงเป็นโค้งปกติ เนื่องจาก ค่าความเบ้และความโด่งมีค่าอยู่ระหว่าง -2 ถึง +2 (Garson, 2012)

นอกจากนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในตารางที่ 2 เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เพื่อตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์ภายในของตัวแปร (Multicollinearity) โดยผลการวิเคราะห์พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมีค่าอยู่ระหว่าง 0.589 ถึง 0.652 ซึ่งทุกคู่มีความสัมพันธ์แบบมีทิศทางเดียวกัน และมีค่าไม่เกิน 0.80 แสดงว่าตัวแปรในโมเดลจะไม่ก่อให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์ภายในของตัวแปร (Hair *et al.*, 2010)

ตารางที่ 2: ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตัวแปร	Mean	S.D	Sk	Ku	1	2	3
1. การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงาน	4.25	0.55	-0.433	-0.155			
2. ความพึงพอใจในงาน	4.08	0.67	-0.448	0.056	0.612***		
3. ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน	4.37	0.53	-0.429	-0.594	0.589***	0.652***	

หมายเหตุ: Sk = ความเบ้ของข้อมูล, Ku = ความโด่งของข้อมูล; *** $p < .001$

ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด

การวิเคราะห์โมเดลการวัดสำหรับการศึกษานี้ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 1 (First Order Confirmatory Factor Analysis: 1st CFA) ผลการวิเคราะห์ พบว่า โมเดลการวัดที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เนื่องจาก ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 2.36 ดัชนีวัดความสอดคล้องเชิงสัมพันธ์ (Comparative fit index: CFI) เท่ากับ 0.969 ดัชนีที่แสดงการยอมรับของโมเดล (Tucker-Lewis index: TLI) เท่ากับ 0.958 ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) เท่ากับ 0.071 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือในรูปคะแนน (Standardized Root Mean Square Residual: SRMR) เท่ากับ 0.038 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ของ Hair *et al.* (2010) ที่ระบุว่าค่าไคสแควร์สัมพัทธ์มีค่าน้อยกว่า 3 ส่วน ค่า CFI และ TLI มีค่ามากกว่า 0.95 และค่า RMSEA และ SRMR มีค่าน้อยกว่า 0.08 โดยผลของโมเดลการวัดแสดงได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3: ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด

ตัวแปร	Factor loading	Z-value	p-value	CR	AVE	Cronbach's Alpha
1. การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงาน				0.85	0.66	0.84
1.1 เพื่องานทั่วไป (Work-related)	0.746***	22.699	0.000			
1.2 เพื่อการติดต่อสื่อสาร (Communication)	0.832***	31.371	0.000			

ตัวแปร	Factor loading	Z-value	p-value	CR	AVE	Cronbach's Alpha
1.3 เพื่อความสัมพันธ์ ในองค์กร (Socialization)	0.848***	32.981	0.000			
2. ความพึงพอใจในงาน (JS)				0.88	0.66	0.89
2.1 JS1	0.866***	40.942	0.000			
2.2 JS2	0.853***	38.933	0.000			
2.3 JS3	0.798***	29.569	0.000			
2.4 JS4	0.716***	20.931	0.000			
3. ผลการปฏิบัติงานของ พนักงาน (JP)				0.89	0.63	0.88
3.1 JP1	0.652***	17.049	0.000			
3.2 JP2	0.722***	20.355	0.000			
3.3 JP3	0.766***	26.555	0.000			
3.4 JP4	0.906***	53.321	0.000			
3.5 JP5	0.876***	33.661	0.000			

หมายเหตุ: *** $p < .001$; JS1-JS4 คือข้อคำถามรายข้อของตัวแปรความพึงพอใจในงาน, JP1-JP5 คือข้อคำถามรายข้อของตัวแปรผลการปฏิบัติงานของพนักงาน

จากตารางที่ 3 พบว่า องค์กรประกอบค่าน้ำหนัก (Factor loading) ของตัวแปรมีค่าเกิน 0.5 ทุกตัวแปร (Hair *et al.*, 2010) โดยองค์กรประกอบค่าน้ำหนักของตัวแปรการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงานมีค่าระหว่าง 0.746 – 0.848 ตัวแปรความพึงพอใจในงานมีค่าระหว่าง 0.716 – 0.866 และตัวแปรผลการปฏิบัติงานของพนักงานมีค่า 0.652 – 0.906 และเมื่อพิจารณาความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง (Composite reliability: CR) มีค่าสูงกว่า 0.7 ทุกตัวแปร (Fornell and Larcker, 1981) โดยตัวแปรการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงานมีค่า CR เท่ากับ 0.85 ตัวแปรความพึงพอใจในงานมีค่าเท่ากับ 0.88 และตัวแปรผลการปฏิบัติงานของพนักงานมีค่าเท่ากับ 0.89 ยิ่งไปกว่านั้น เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) มีค่าสูงกว่า 0.5 ทุกตัวแปร (Fornell and Larcker, 1981) โดยตัวแปรการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงานมีค่า AVE เท่ากับ 0.66 ตัวแปรความพึงพอใจในงานมีค่าเท่ากับ 0.66 และตัวแปรผลการปฏิบัติงานของพนักงานมีค่าเท่ากับ 0.63 และมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบักมีค่าสูงกว่า 0.7 ทุกตัวแปร นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาค่าความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant validity) ในตารางที่ 4 พบว่า ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (ตัวหนา) มีค่ามากกว่าค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (ตัวเอียง) แสดงว่า ตัวแปรในโมเดลการวัดมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Hair *et al.*, 2010)

ดังนั้น จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า โมเดลการวัดมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างในขั้นตอนถัดไป

ตารางที่ 4: ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก

ตัวแปร	การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงาน	ความพึงพอใจในงาน	ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน
การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงาน	0.66		
ความพึงพอใจในงาน	0.49	0.66	
ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน	0.44	0.58	0.63

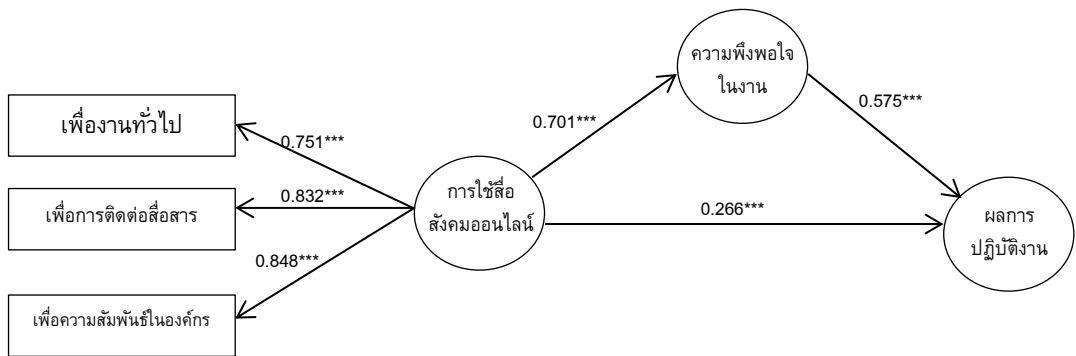
การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเป็นการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยวิธีการประมาณค่าแบบความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum likelihood estimation) (Hair *et al.*, 2010) จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่าการศึกษานี้จะยอมรับทุกสมมติฐาน โดยสมมติฐานที่ 1 - 3 เป็นการทดสอบอิทธิพลทางตรงเชิงบวก ซึ่งสมมติฐานที่ 1 ค้นพบว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($\beta = 0.701$, $Z = 17.030$) ส่วนสมมติฐานที่ 2 ค้นพบว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($\beta = 0.266$, $Z = 3.502$) และสมมติฐานที่ 3 ค้นพบว่า ความพึงพอใจในงานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($\beta = 0.575$, $Z = 8.093$) และสมมติฐานที่ 4 เป็นการวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมเชิงบวก และพบว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงานมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานโดยผ่านความพึงพอใจในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($\beta = 0.403$, $Z = 7.170$) โดยความพึงพอใจในงานมีบทบาทการส่งผ่านแบบบางส่วน (Partial Mediator) ซึ่งเป็นสภาวะที่การใช้สื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานโดยผ่านความพึงพอใจในงาน และการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงานยังมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานโดยไม่ผ่านความพึงพอใจในการทำงานด้วยเช่นกัน ดังนั้นผลของการทดสอบสมมติฐานสามารถแสดงผลได้ดังรูปที่ 2

ตารางที่ 5: ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	Std. Coefficient	Z-value	p-value	สรุปผล
สมมติฐานที่ 1: SM \rightarrow JS	0.701***	17.030	0.000	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2: SM \rightarrow JP	0.266***	3.502	0.000	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3: JS \rightarrow JP	0.575***	8.093	0.000	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 4: SM \rightarrow JS \rightarrow JP	0.403***	7.170	0.000	ยอมรับ

หมายเหตุ: SM = การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงาน, JS = ความพึงพอใจในงาน, JP = ผลการประเมินผลการปฏิบัติงาน; *** $p < .001$



รูปที่ 2: โมเดลสมการโครงสร้างของงานวิจัย

หมายเหตุ: *** $p < .001$

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล

จากตารางที่ 6 พบว่า ผลการปฏิบัติงานของพนักงานได้รับอิทธิพลรวม (TE: Total Effects) จากการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงานเท่ากับ 0.669 โดยเป็นอิทธิพลทางตรง (DE: Direct Effects) เท่ากับ 0.266 และเป็นอิทธิพลทางอ้อม (IE: Indirect Effects) เท่ากับ 0.403 แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรความพึงพอใจในงานเข้ามามีบทบาทการส่งผ่านความสัมพันธ์จากตัวแปรการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงานไปยังผลการปฏิบัติงานของพนักงาน

ตารางที่ 6: ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม

ตัวแปรสาเหตุ	ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล	ตัวแปรผล	
		JS ($R^2 = 0.491$)	JP ($R^2 = 0.616$)
SM	DE	0.701***	0.266***
	IE	-	0.403***
	TE	0.701***	0.669***
JS	DE	-	0.575***
	IE	-	-
	TE	-	0.575***

หมายเหตุ: SM = การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงาน, JS = ความพึงพอใจในงาน, JP = ผลการประเมินผลการปฏิบัติงาน

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาอิทธิพลของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในองค์กรเชิงประจักษ์ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานทั้งอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมโดยผ่านความพึงพอใจในงานของบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัย ผลของการศึกษาแสดงให้เห็นว่า **การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงานมีอิทธิพลทางตรงต่อความพึง**

พอใจในงานของบุคลากรสายสนับสนุน ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Moqbel *et al.* (2013) และ Charoensukmongkol (2014) ที่ค้นพบว่ายิ่งพนักงานใช้สื่อสังคมออนไลน์ในที่ทำงานมากเท่าไร ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานก็จะเพิ่มขึ้นมากตามไปด้วย แสดงให้เห็นว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในที่ทำงานทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในงาน ทั้งนี้สามารถอธิบายได้ตามแนวคิดด้านมนุษยสัมพันธ์ (Human relations movement) กล่าวคือ การมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานไม่ว่าจะเป็นแบบตัวต่อตัวหรือแบบกลุ่ม จะช่วยเพิ่มความสนิทสนมคุ้นเคย ความไว้วางใจ ตลอดจนช่วยลดความเครียดในการทำงาน ซึ่งการมีปฏิสัมพันธ์ดังกล่าวจึงนำไปสู่ความพึงพอใจในงาน (Hanna *et al.*, 2017) นอกจากนี้ Alahmad *et al.* (2018) และ Fu *et al.* (2019) ยังได้อธิบายเพิ่มเติมด้วยทฤษฎีการสนับสนุนทางสังคมได้ว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงานจะช่วยให้พนักงานได้รับการสนับสนุนทางสังคมที่สำคัญจากทั้งหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน นำมาซึ่งการสร้าง ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน นอกจากนี้ การศึกษายังค้นพบว่า **การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงานยังมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุน** ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Bennett *et al.* (2010) และ Cao *et al.* (2016) ที่ค้นพบว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานและจะนำไปสู่ความสามารถในการปฏิบัติงานที่เพิ่มขึ้นของพนักงาน ทั้งนี้เป็นเพราะสื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือที่สำคัญของบุคลากรสายสนับสนุนในการสอบถามข้อสงสัยหรือปรึกษาหารือปัญหาที่เกิดขึ้นในระหว่างการทำงานกับหัวหน้างานหรือเพื่อนร่วมงานได้ ทำให้ปัญหาหรือข้อสงสัยดังกล่าวได้รับการแก้ไขได้อย่างทันที่ ซึ่งความสัมพันธ์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นแหล่งสนับสนุนทางด้านข้อมูลข่าวสาร (Information support) ให้แก่พนักงาน จนนำมาซึ่งการเรียนรู้ร่วมกัน ตลอดจนสามารถพัฒนาทักษะการทำงานของพนักงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นได้ (Fu *et al.*, 2019; Jafar *et al.*, 2019) ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงาน ซึ่งประกอบด้วย เพื่อนานทั่วไป เพื่อการติดต่อสื่อสาร และเพื่อความสัมพันธ์ทางสังคม ส่งผลโดยตรงต่อการทำงานในระดับบุคคลทั้งความพึงพอใจในงานและผลการปฏิบัติงานของพนักงาน

ยิ่งไปกว่านั้น การศึกษาครั้งนี้ยังได้ค้นพบว่า **การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงานยังมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนผ่านความพึงพอใจในงาน** ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Moqbel *et al.* (2013) ที่ค้นพบว่าการใช้เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์สามารถเพิ่มระดับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน โดยความพึงพอใจดังกล่าวก็จะมีผลกระทบในทางบวกต่อประสิทธิภาพการทำงานของพวกเขา ปรากฏการณ์ดังกล่าวสามารถอธิบายได้ตามแนวคิดทุนทางสังคมและการสนับสนุนทางสังคมได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์จะทำหน้าที่สร้างเครือข่ายทางสังคมหรือชุมชนเสมือน (Virtual community) ในสถานที่ทำงาน เพื่อใช้สำหรับเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางวิชาการระหว่างบุคลากรทั้งสายสนับสนุนและสายวิชาการ ตลอดจนสามารถใช้เป็นช่องทางการสื่อสารกันได้อย่างทันทีทันใด รวมทั้งยังเป็นการแสดงตัวตนภายในกลุ่มเดียวกันได้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จึงทำให้บุคลากรสายสนับสนุนที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์มีความพึงพอใจในงาน หรือรู้สึกสบายใจในการทำงาน ลดความเครียดหรือความกังวลใจในงานที่ได้รับมอบหมาย ก็จะส่งผลให้ผล

การปฏิบัติงานของพนักงานเหล่านี้มีแนวโน้มดีขึ้น (Cao *et al.*, 2016; Fu *et al.*, 2019; Hanna *et al.*, 2017)

นอกจากนี้ การที่อิทธิพลของการใช้สื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร ยังสามารถอธิบายได้ด้วยปัจจัยทางด้านวัฒนธรรมที่แตกต่างกันของแต่ละประเทศ โดย Nadkarni and Hofmann (2012) อธิบายว่าประเทศที่เป็นวัฒนธรรมแบบกลุ่ม อย่างเช่นประเทศไทย พนักงานจะถูกขับเคลื่อนด้วยเครือข่ายทางสังคมภายในสถานที่ทำงาน ส่งผลให้การรักษาความสัมพันธ์ส่วนตัวกับเพื่อนร่วมงานเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้พนักงานมีความพึงพอใจในงานและทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น พนักงานในประเทศที่มีวัฒนธรรมแบบกลุ่มจะมองว่าสื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในการรักษาความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน รวมทั้งยังเป็นแหล่งสนับสนุนทางสังคมที่สำคัญในการทำงานของพนักงาน ไม่ว่าจะเป็นการให้คำแนะนำ การดูแลเอาใจใส่ ตลอดจนการได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงาน ส่งผลให้พนักงานเกิดการเรียนรู้และใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงานอย่างมีความสุขและมีแนวโน้มที่จะทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเพิ่มขึ้น อย่างเช่นบริบทของวัฒนธรรมในสังคมไทย (Charoensukmongkol, 2014)

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากผลการศึกษาที่ได้สามารถนำเสนอเป็นข้อเสนอแนะได้ทั้งข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร และข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป ได้ดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร

จากผลการวิจัยที่ได้แสดงให้เห็นว่าผู้บริหารองค์กรหรือผู้บริหารมหาวิทยาลัยควรคลายความกังวลเรื่องการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในที่ทำงานว่าจะทำให้พนักงานเสียสมาธิในการทำงานหรือลดเวลาในการทำงานลง แต่ในทางตรงกันข้าม การใช้สื่อสังคมออนไลน์ยังทำให้พนักงานมีความสุข และพึงพอใจในการทำงาน ทั้ง ๆ ที่งานของบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยค่อนข้างจะมีความหลากหลายและซับซ้อน รวมทั้งยังช่วยลดความเครียดจากงานที่ต้องประสานงานกับทั้งหัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน บุคลากรสายวิชาการ ตลอดจนนักศึกษา เพราะมีสื่อสังคมออนไลน์มาช่วยเป็นเครื่องมือสำหรับการประสานงาน และเมื่อพนักงานมีความพึงพอใจในงานก็จะส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานของพนักงานโดยรวมดีขึ้น ดังนั้น ผู้บริหารควรพิจารณานโยบายการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงานซึ่งจะเป็นการให้ใช้ตามช่วงเวลาหรือแบบอิสระขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของแต่ละองค์กร ตลอดจนส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาทักษะการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในที่ทำงานให้กับบุคลากรสายสนับสนุนโดยการฝึกอบรม เพื่อให้เกิดการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีอาชีพและสร้างความชัดเจนให้กับบุคลากรสายสนับสนุน สำหรับการนำสื่อสังคมออนไลน์มาประยุกต์ใช้ในการทำงานให้มีประสิทธิภาพต่อองค์กรโดยรวมมากที่สุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

1. การวิจัยในอนาคตอาจจะมีการศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงานในองค์กรอื่นๆ นอกเหนือจากมหาวิทยาลัย เช่น ธนาคาร และโรงแรม เป็นต้น เพื่อทำการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละองค์กร
2. การศึกษารั้งนี้เป็นการศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในภาพรวมโดยไม่ได้แยกแต่ละประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่เอื้อประโยชน์ต่อการทำงาน ดังนั้น การศึกษารั้งต่อไปอาจศึกษาประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการทำงานโดยแยกตามประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเป็นแนวทางในการนำสื่อสังคมออนไลน์มาประยุกต์ใช้ในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การศึกษารั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะมหาวิทยาลัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลาเท่านั้น หากต้องการนำไปกำหนดเป็นนโยบายทั่วทั้งประเทศ อาจจำเป็นต้องขยายขอบเขตพื้นที่ในการศึกษาระดับภาคหรือระดับประเทศ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง/References

- บุญใจ ศรีสถิตยน์นรากร. 2555. การพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย: คุณสมบัติการวัดเชิงจิตวิทยา. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิชญะภาคย์ พิพิธพัฒน์ไพสิฐ และ กุลธิดา ท้วมสุข. 2559. พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และแลกเปลี่ยนแบ่งปันความรู้ในการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล. วารสารวิจัยสมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทย. ปีที่ 9 ฉบับที่ 1. 1 – 22.
- สุธีรักษ์ วงษ์ทิพย์. 2561. เครือข่ายสังคมออนไลน์: กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์เพื่อดึงดูดผู้บริโภคยุคดิจิทัล. วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร. ปีที่ 15 ฉบับที่ 1. 21 – 36.
- Alahmad, Rasha., Pierce, Casey., Carter, Michelle and Robert, Lionel. 2018. **The impact of enterprise social media identity on job performance and job satisfaction.** 24th Americas Conference on Information Systems. New Orleans: USA.
- Anderson, James C. and Gerbing, David W. 1988. Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. **Psychological Bulletin.** Vol. 103. No. 3. 411 – 423.
- Bennett, James., Owers, Mark., Pitt, Michael and Tucker, Matthew. 2010. Workplace impact of social networking. **Property Management.** Vol. 28. No. 3. 138 – 148.
- Cao, Xiongfei., Guo, Xitong., Vogel, Douglas and Zhang, Xi. 2016. Exploring the influence of social media on employee work performance. **Internet Research.** Vol. 26. No. 2. 529 – 545.

- Charoensukmongkol, Peerayuth. 2014. Effects of support and job demands on social media use and work outcomes. **Computer in Human Behavior**. Vol. 36. 340 – 349.
- Dinc, Sait M. 2017. Organizational commitment components and job performance: Mediating role of job satisfaction. **Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences**. Vol. 11. No. 3. 773 – 789.
- Fornell, Claes and Larcker, David F. 1981. Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. **Journal of Marketing Research**. Vol. 18. No. 1. 39 – 50.
- Fu, Jindi., Sawang, Sukanlaya and Sun, Yuan. 2019. Enterprise Social Media Adoption: Its Impact on Social Capital in Work and Job Satisfaction. **Sustainability**. Vol. 11. 1 – 17.
- Garson, David. 2012. **Testing statistical assumptions**. Retrieved March 9, 2021 from www.statisticalassociates.com/assumptions.pdf
- Gonzalez, Ester S., Leidner, Dorothy E., Riemenschneider, Cindy R. and Koch, Hope. 2013. **The impact of internal social media usage on organizational socialization and commitment**. 34th International Conference on Information Systems. Milan: Italy.
- Gupta, Savita and Bashir, Liyaqat. 2018. Social networking usage questionnaire: Development and validation in an Indian Higher Education context. **Turkish Online Journal of Distance Education**. Vol. 10. No. 4. 214 – 227.
- Hair, Joseph F., Black, William C., Babin, Barry J. and Anderson, Rolph E. 2010. **Multivariate data analysis: A global perspective**. 7th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hanna, Brittany., Kee, Kerk F. and Robertson, Brett W. 2017. Positive Impacts of Social Media at Work: Job Satisfaction, Job Calling, and Facebook Use among Co-Workers. **SHS Web of Conferences**. Vol. 33. 1 – 7.
- Jafar, Rana M., Geng, Shuang., Ahmad, Wasim., Niu, Ben and Chan, Felix T. S. 2019. Social media usage and employee's job performance: The moderating role of social media rules. **Industrial Management & Data Systems**. Vol. 119. No. 9. 1908 – 1925.
- Judge, Timothy A., Thoresen, Carl J., Bono, Joyce E. and Patton, Gregory K. 2001. The job satisfaction – job performance relationship: A qualitative and quantitative review. **Psychological Bulletin**. Vol. 127. No. 3. 376 – 407.
- Leftheriotis, Ioannis and Giannakos, Michail N. 2014. Using social media for work: Losing your time or improving your work? **Computer in Human Behavior**. Vol. 31. 134 – 142.

- Moqbel, Murad., Nevo, Saggi and Kock, Ned. 2013. Organizational members' use of social networking sites and job performance: An exploratory study. **Information Technology and People**. Vol. 26. 240 – 264.
- Mugaza, John J. 2018. **The impact of social media use on the productivity of employees in private universities in Kenya: A case study of the United States International University Africa**. Masters of Business Administration, United States International University Africa.
- Munene, Assa G. and Nyaribo, Ycliffe M. 2013. Effect of social media participation in the workplace on employee productivity. **International Journal of Advances in Management and Economics**. Vol. 2. No. 2. 141 – 150.
- Nadkarni, Ashwini and Hofmann, Stefen G. 2012. Why do people use Facebook? **Personality and individual differences**. Vol. 52. 243 – 249.
- Schumacker, Randall E. and Lomax, Richard G. 2010. **A beginner's guide to structural equation modeling**. 3rd ed. New York: Routledge.

รายการอ้างอิงจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ (Translated Thai References)

- Phiphitphatphaisit, Phichayaphak and Tuamsuk, Kulthida. 2016. Use of social network and knowledge sharing behavior on educational quality assurance of the staff of Rajamangala Universities of Technology. **TLA Research Journal**. Vol. 9. No. 1. 1 – 22. (In Thai)
- Srisatidnarakul, Boonjai. 2012. **Development and validation of research instruments: Psychometric properties**. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (In Thai)
- Wongtip, Sureerak. 2018. Social networks: The online marketing communication strategies for attracting customers in the digital age. **MUT Journal of Business Administration**. Vol. 15. No. 1. 21 – 36. (In Thai)