

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี “SAT Sport Digital Platform” กรณีศึกษา การแข่งขันกีฬาแห่งชาติ ศรีสะเกษเกมส์ 2565

กิตติคุณ แสงนิล*

นนชัย ศานติบุตร** อุษา ศรีไชยา***

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี "SAT Sport Digital Platform" กรณีศึกษา การแข่งขันกีฬาแห่งชาติ ศรีสะเกษเกมส์ 2565 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ บุคคลทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับเซปักตะกร้อ จำนวน 385 คน เก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 1 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.945 นำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป เพื่อหา ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการวิเคราะห์หาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัย พบว่าความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี "SAT Sport Digital Platform" พบว่า มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการรับรู้การใช้งานง่าย การรับรู้ประโยชน์ ทัศนคติต่อการใช้ และอิทธิพลต่อสังคม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในรูปแบบมาตรฐาน (Beta) พบว่าตัวแปรทำนายที่มีค่า Beta สูงสุดคือ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ (Beta=0.216) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการใช้งาน (Beta=0.204) ปัจจัยด้านการรับรู้การใช้งานง่าย (Beta=0.176) และปัจจัยด้านอิทธิพลต่อสังคม (Beta=0.126) ตามลำดับ โดยสามารถอธิบายการยอมรับเทคโนโลยี “SAT Sport Digital Platform” ได้ร้อยละ 39.4 จากตัวแปรที่เข้าสมการถดถอย ทั้ง 4 ตัวแปร ซึ่งทั้ง 4 ตัวแปรมีความความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับเทคโนโลยี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($R=0.628$)

คำสำคัญ : การยอมรับเทคโนโลยี, SAT Sport Digital Platform, การแข่งขันกีฬาแห่งชาติ

*คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต กรุงเทพฯ

**คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต กรุงเทพฯ

***คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต กรุงเทพฯ

ติดต่อผู้พิมพ์: กิตติคุณ แสงนิล

E-mail.: Kittikun.san@kbu.ac.th

มือถือ 0958846464

รับบทความ 18 กรกฎาคม 2565

แก้ไขบทความ 22 กันยายน 2565

ตอบรับ 25 กันยายน 2565

Study on the Factors Affecting Technology Acceptance of “SAT Sport Digital Platform”, a Case Study of National Sports Competitions, Srisaket Games 2022

Kittikun Sangnin*

Nonchai Santibutr** Usa Srichaiya***

Abstract

The purpose of this research was to study the factors affecting technology acceptance "SAT Sport Digital Platform", a case study of national sports competitions, Srisaket Games 2022 was a quantitative research. The sample group consisted of 385 people related to the Sepak Takraw. The data were collected by the questionnaire created by the researcher, consisting of general information of the respondents and factors affecting technology acceptance. The confidence value was 1, Cronbach's alpha coefficient was 0.945. The obtained results were statistically analyzed by the computer program to find the frequency, percentage, mean, standard deviation, and analyzed the factors of technology acceptance using statistical analysis of multiple regression at a statistically significant level of 0.05.

The results of the research found that the opinions of the sample on the factors affecting the technology acceptance of the "SAT Sport Digital Platform" found that there were opinions on the perceived ease of use, perceived benefit, attitude towards use, and social influence at the highest level. When considering the standard regression coefficient (Beta), it was found that the predictor variable with the highest Beta value was the perceived benefit factor (Beta=0.216), followed by the attitude towards use factor (Beta=0.204), perceived ease of use (Beta=0.176) and social influence factor (Beta=0.126), respectively, it could explain the technology acceptance of the “SAT Sport Digital Platform” by 39.4% from the both 4 variables into the regression equation all of which were positively correlated with technology acceptance, there was statistically significant at the 0.05 level ($R=0.628$).

Keywords : Technology Acceptance, SAT Sport Digital Platform, National Sports Competition

*Faculty of Sports Science, Kasem Bundit University, Bangkok, Thailand

**Faculty of Sports Science, Kasem Bundit University, Bangkok, Thailand

***Faculty of Sports Science, Kasem Bundit University, Bangkok, Thailand

Contract: Kittikun Sangnin

E-mail.: Kittikun.san@kbu.ac.th

มือถือ 0958846464

Received July 18, 2022 ; revised September 22, 2022 ; accepted September 25, 2022

บทนำ

การกีฬาแห่งประเทศไทย ได้ดำเนินการโครงการสลากส่งเสริมกีฬา (Sports Promotion Lotto Project) เป็นการศึกษาความเป็นไปได้และผลกระทบจากการออกสลากส่งเสริมกีฬาของประเทศไทย เป็นการศึกษาตั้งแต่แนวคิดความเหมาะสมและผลกระทบการออกสลากกีฬาในประเทศไทย จนกระทั่งพบข้อมูลวิชาการเชิงประจักษ์ว่า รูปแบบที่เหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการสลากส่งเสริมกีฬา ควรดำเนินการในรูปแบบที่เป็นดิจิทัลแพลตฟอร์มของการกีฬาไทย (Sports Digital Platform of Thailand) ด้วยการสร้างและพัฒนาแอปพลิเคชัน “SAT Sports Digital Platform” โดยดิจิทัลแพลตฟอร์มทางการกีฬานี้ เป็นแพลตฟอร์มทางธุรกิจ (Business Platform) ที่การกีฬาแห่งประเทศไทย และมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกีฬา การกีฬาแห่งประเทศไทย เจ้าของหรือธุรกิจสนามแข่งขันกีฬา ผู้จัดการแข่งขันกีฬา สมาคมกีฬา สโมสรกีฬา นักกีฬา ผู้ฝึกสอน ผู้จัดการ ผู้บริหารทีมกีฬา ผู้สนับสนุนการจัดการแข่งขันกีฬา อุตสาหกรรมกีฬาและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และคนรักกีฬา ทั้งหมด มาอยู่ร่วมในระบบนิเวศ (Ecosystem) เดียวกัน ในรูปแบบธุรกิจแพลตฟอร์ม (ชัยสิทธิ์ ภาวิลาส และคณะ, 2564) ดิจิทัลแพลตฟอร์มทางการกีฬา ในรูปแบบแอปพลิเคชัน “SAT Sports Digital Platform” ได้ถูกพัฒนาและนำไปทดสอบกับการแข่งขันเซปักตะกร้อทีมชาย ในการแข่งขันกีฬาแห่งชาติ ศรีสะเกษเกมส์ 2565 ดิจิทัลแพลตฟอร์มทางการกีฬานี้ เป็นนวัตกรรมการสร้างคนรักกีฬา (Sports Membership Innovation) โดยระบบเทคโนโลยีแอปพลิเคชันนี้ มีผลิตภัณฑ์หลักอยู่ 3 ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์บัตรสำหรับชมกีฬา (E-Ticket) 2) ผลิตภัณฑ์บัตรเชียร์กีฬา (E-Cheering Card) 3) ผลิตภัณฑ์บัตรสะสมทีมกีฬา (E-Trading Card) ซึ่งระบบเทคโนโลยีแอปพลิเคชันนี้ จะกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมในการสนับสนุน นักกีฬา ทีมกีฬา สโมสรกีฬา ผ่านกลไกการระดมทุนจากนักลงทุนหรือประชาชนทั่วไป (Crowd Funding) ด้วยการเข้าร่วมกิจกรรมที่มีอยู่บนดิจิทัลแพลตฟอร์มทางการกีฬา ซึ่งดิจิทัลแพลตฟอร์มทางการกีฬา เป็นเทคโนโลยีที่ถูกสร้างขึ้นด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ นอกจากนี้ ยังมีจุดเด่นในเรื่องการดาวน์โหลดที่สะดวก รวดเร็ว สะดวกต่อการใช้งาน จุดเด่นเหล่านี้เองคือ สิ่งดึงดูดสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคที่ชื่นชอบกีฬาส่วนใหญ่ให้ความสนใจในการใช้งานเทคโนโลยีนี้มากขึ้น (Chen et., 2017) ยิ่งไปกว่านั้น ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) (Davis, 1989) เป็นอีกปัจจัยที่มีความสำคัญเนื่องจากเป็นปัจจัยที่อธิบายเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งาน ประกอบด้วย การใช้งานง่าย (Perceived Ease of Use) การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) ความตั้งใจที่จะใช้ (Intention to Use) การรับรู้ถึงความเสี่ยง (Perceived Risk) ทศนคติที่มีต่อการใช้ (Attitude Toward Using) และการ

นำมาใช้งานจริง (Actual Use) ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อธุรกิจหรือการให้บริการผ่าน เทคโนโลยี (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีอิทธิพลโดยตรงต่อการสร้างบริการที่เป็นนวัตกรรมใหม่ช่วยให้องค์กรธุรกิจกีฬาสร้างโอกาสทางธุรกิจและการเติบโตได้ (กิตติคุณ แสงนิล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์, 2562) ปัจจุบันประเทศไทยประสบปัญหาเกี่ยวกับ ความปั่นป่วนทางดิจิทัล (Digital Disruption) และวิกฤตการณ์โรคระบาด (Pandemic Disruption) ดังนั้น ดิจิทัลแพลตฟอร์มทางการกีฬา จึงเป็นคำตอบในการแก้ปัญหา Digital Disruption จากสถานการณ์ข้างต้นและผู้ทำวิจัยเล็งเห็นว่าเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก จึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษเกี่ยวกับ “การยอมรับเทคโนโลยีดิจิทัลแพลตฟอร์มทางการกีฬา “SAT Sport Digital Platform” กรณีศึกษา การแข่งขันกีฬาแห่งชาติ ศรีสะเกษเกมส์ 2565” เพื่อได้รับรู้เหตุผลของความต้องการในการยอมรับและการใช้แอปพลิเคชันนี้ อีกทั้งยังเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงระบบดิจิทัลแพลตฟอร์มทางการกีฬา “SAT Sport Digital Platform” ให้มีประสิทธิภาพในการใช้งานที่สูงสุดต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี "Sport Digital Platform" กรณีศึกษา เซปักตะกร้อ ทีมชุดชายในการแข่งขันกีฬาแห่งชาติ ศรีสะเกษเกมส์ 2565

สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยการรับรู้การใช้งานง่าย ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ปัจจัยทัศนคติต่อการใช้ และปัจจัยอิทธิพลต่อสังคม สามารถส่งผลและร่วมกันทำนายความตั้งใจใช้

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี "Sport Digital Platform" กรณีศึกษา การแข่งขันกีฬาแห่งชาติ ศรีสะเกษเกมส์ 2565 อีกทั้งการวิจัยในครั้งนี้ได้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย จากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต (Code No. P002/63X)

กลุ่มประชากร กลุ่มตัวอย่าง

มีการกำหนดกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้ คือ บุคคลทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับเซปักตะกร้อ ประกอบด้วย ผู้บริหารสมาคม ผู้ฝึกสอน นักกีฬา เจ้าหน้าที่ผู้บริหารสมาคม แฟนกีฬาเซปักตะกร้อ และ ผู้ติดตามชมการแข่งขันกีฬาแห่งชาติ ศรีสะเกษเกมส์ 2565 เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ (Cochran, 1977) โดยแทนค่าในสูตร $n = (1.96)^2 / 4(0.05)^2 = 384.16 = 384$ ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ 385 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยอาศัยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามที่มี รูปแบบคำถามลักษณะปลายปิด ประกอบด้วยส่วนที่ 1 คือ คำถามข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี "SAT Sport Digital Platform" กรณีศึกษา การแข่งขันกีฬาแห่งชาติ ศรีสะเกษเกมส์ 2565” โดยหาความตรงเชิงเนื้อหา เป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีความเกี่ยวข้องกับบริบทงานที่ศึกษาจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการพิจารณาความถูกต้องด้านเนื้อหาของปัจจัยที่ส่งผลการยอมรับเทคโนโลยีได้ค่าดัชนีความสอดคล้องของทั้งแบบสอบถาม พบว่าทุกข้อคำถามมีค่า 1 และได้นำแบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี "Sport Digital Platform" กรณีศึกษา การแข่งขันกีฬาแห่งชาติ ศรีสะเกษเกมส์ 2565” และหาค่าความเที่ยงโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟาของคอนบาคได้ค่า $r = 0.945$ ซึ่งถือว่าเป็นมาตรวัดค่าความเชื่อถือได้ที่สูง

วิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

1) วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ 2) วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3) วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ใช้สถิติเชิงอนุมาน หาค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน โดยกำหนดระดับความนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ 4) วิเคราะห์การพยากรณ์ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี โดยใช้การวิธีวิเคราะห์ ถดถอยพหุคูณ ที่ระดับความนัยสำคัญ 0.05

สรุปผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 70.39 และเพศหญิงจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 29.61 ด้านอายุ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26 - 35 ปี จำนวน 176 คน คิดเป็น

ร้อยละ 45.70 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 36 - 45 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 30.39 อายุ 46 ปี ขึ้นไป จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 และอายุระหว่าง 18-25 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.65 ด้านระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 77.92 รองลงมา คือ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 14.03 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.05 ด้านอาชีพ ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท (เอกชน) จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 26.49 รองลงมา คือ อาชีพ บุคลากรกีฬา จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 26.49 อาชีพบรรณาธิการ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 20.26 อาชีพเจ้าของธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.73 และอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.57

ความคิดเห็นที่มีต่อแอปพลิเคชัน "SAT Sport Digital Platform"

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของของกลุ่มตัวอย่างในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การรับรู้การใช้งานง่าย การรับรู้ประโยชน์ ทักษะที่มีต่อการใช้งาน อิทธิพลต่อสังคมและความตั้งใจที่จะใช้งาน ดังนี้

ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในด้านการรับรู้การใช้งานง่าย โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.41) โดยมีความคิดเห็นว่าแอปพลิเคชัน “SAT Sport Digital Platform” ควรจะมีความน่าเชื่อถือในการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.64) รองลงมา คือ แอปพลิเคชันควรจะเรียนรู้และใช้งานง่ายไม่ยุ่งยาก อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.65) และ แอปพลิเคชันควรจะมีการพัฒนาให้ใช้งานได้สะดวกและเกิดประโยชน์สูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.64) ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในด้านการรับรู้ประโยชน์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.41) โดยมีความคิดเห็นว่าแอปพลิเคชัน “SAT Sport Digital Platform” ควรจะมีความทันสมัย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.62) รองลงมา คือ แอปพลิเคชันควรมีประสิทธิภาพที่ดี และตอบสนองความต้องการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.66) แอปพลิเคชันควรจะทำให้ท่านสามารถเข้าถึงข้อมูลกีฬาได้อย่างหลากหลาย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.62) แอปพลิเคชันควรมีการเพิ่มข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ อยู่ตลอดการใช้งานอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.63) และ แอปพลิเคชันควรมีส่วนช่วยในการศึกษาและทำให้เข้าใจกีฬาได้มากขึ้น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.65) ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในด้านทัศนคติต่อการใช้งาน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.41) โดยมีความคิดเห็นว่าการเข้าถึงข้อมูลในแอปพลิเคชัน “SAT Sport Digital

Platform” ควรจะเข้าถึงได้ง่ายไม่ซับซ้อนอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.67) รองลงมา คือ ควรจะใช้งานแอปพลิเคชันได้อย่างต่อเนื่องในอนาคต อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.63) การเข้าใช้งานแอปพลิเคชันควรจะสะดวกและรวดเร็ว อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.65) และควรจะสมัครเข้าใช้งานง่ายและใช้เวลาไม่นาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.65) ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในด้านอิทธิพลต่อสังคม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.41) โดยแอปพลิเคชัน "SAT Sport Digital Platform" ควรจะทำให้ผู้คนรู้จักและรับรู้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกีฬามากยิ่งขึ้น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.61) รองลงมา คือ แอปพลิเคชันควรมีรูปแบบดึงดูดใจในการใช้งานมากกว่าแอปพลิเคชันอื่น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.65) และแอปพลิเคชันควรมีความเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการมากกว่าแอปพลิเคชันอื่นๆ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.63) ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในด้านความตั้งใจใช้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.47) โดยมีความคิดเห็นว่าท่านมีความต้องการที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน "SAT Sport Digital Platform" อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.62) รองลงมา คือ ท่านตั้งใจจะเลือกใช้แอปพลิเคชันเป็นอันดับแรกเมื่อต้องการดูและใช้งานแอปพลิเคชันต่างๆ เกี่ยวกับกีฬา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.65) และท่านตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน อย่างสม่ำเสมอ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.66) ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยมีสมมติฐานการวิจัยทั้งหมด 4 สมมติฐาน ซึ่งกล่าวไว้ว่าปัจจัยหรือตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัวแปร ได้แก่ การรับรู้การใช้งานง่าย การรับรู้ประโยชน์ ทศนคติต่อการใช้งาน และอิทธิพลต่อสังคม ส่งผลในทางบวกต่อความตั้งใจใช้ หรือตัวแปรตาม ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการทำนายในรูปคะแนนดิบ (b) และคะแนนมาตรฐาน (Beta) ในการทำนายการยอมรับเทคโนโลยี “SAT Sport Digital Platform”

ตัวทำนาย	B	SE.b	Beta	t	P-value
- ปัจจัยด้านการรับรู้การใช้งานง่าย	0.198	0.065	0.176	3.026	0.003

- ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์	0.248	0.068	0.216	3.632	0.000
- ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการใช้งาน	0.232	0.073	0.204	3.187	0.002
- ปัจจัยด้านอิทธิพลต่อสังคม	0.144	0.067	0.126	2.139	0.033
Constant	0.852	0.224		3.797	0.000
R=0.628 R ² =0.394 F=64.727 P-value=0.000*					

* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 1 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในรูปแบบมาตรฐาน (Beta) พบว่าตัวแปรทำนายที่มีค่า Beta สูงสุดคือ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ (Beta=0.216) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการใช้งาน (Beta=0.204) ปัจจัยด้านการรับรู้การใช้งานง่าย (Beta=0.176) และปัจจัยด้านอิทธิพลต่อสังคม (Beta=0.126) ตามลำดับ โดยสามารถสร้างสมการทำนายการยอมรับเทคโนโลยี Sport Digital Platform ได้ ดังนี้ สมการในรูปแบบมาตรฐาน Beta การยอมรับเทคโนโลยี “SAT Sport Digital Platform” = (0.216)ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ + (0.204)ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการใช้งาน + (0.176)ปัจจัยด้านการรับรู้การใช้งานง่าย + (0.126)ปัจจัยด้านอิทธิพลต่อสังคม

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) ระหว่างตัวแปรทำนายที่ได้นำเข้าสู่สมการถดถอยค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (R²) และค่าทดสอบความมีนัยสำคัญของสัมประสิทธิ์การทำนายที่เพิ่มขึ้น (R²Change) ในการทำนายการยอมรับเทคโนโลยี “SAT Sport Digital Platform”

ตัวทำนาย	R	R ²	R ² Change	F	P-value
ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ +	0.628	0.394	0.007	4.574	0.000*
ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการใช้งาน +					
ปัจจัยด้านการรับรู้การใช้งานง่าย					
+ ปัจจัยด้านอิทธิพลต่อสังคม					

* $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 2 พบว่าตัวแปรที่เข้าสมการถดถอย จำนวน 4 ตัวแปร มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับเทคโนโลยี “SAT Sport Digital Platform” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (R=0.628) และสามารถอธิบายการยอมรับเทคโนโลยี “SAT Sport Digital Platform” ได้ร้อยละ 39.4 (R²=0.394)

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี “SAT Sport Digital Platform” กรณีศึกษา การแข่งขันกีฬาแห่งชาติ ศรีสะเกษเกมส์ 2565 พบว่า ปัจจัยการรับรู้การใช้งานง่าย ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ปัจจัยทัศนคติต่อการใช้ และปัจจัยอิทธิพลต่อสังคม สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจใช้ ได้ร้อยละ 39.4 โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ งานวิจัยในอดีตได้แบ่งการยอมรับประโยชน์เป็น 2 ด้าน คือ 1) การรับรู้ประโยชน์ใช้สอย 2) การรับรู้ถึงความบันเทิงที่ได้รับ (Chang et al., 2014) ซึ่งการใช้งานแอปพลิเคชัน ก็ถือได้ว่าเป็นการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้สอยและความบันเทิง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chen et al. (2017) สรุปได้ว่าการรับรู้ประโยชน์ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งาน ผลการวิเคราะห์ทางสถิติสอดคล้องกับงานวิจัยของ Delone & McLean (2003) ที่กล่าวว่า คุณภาพของระบบ และคุณภาพของข้อมูล เป็นตัวแปรสำคัญในการวัดความพึงพอใจในการใช้งาน ระบบต้องมีความรวดเร็วในการตอบสนอง ใช้งานง่ายในการเข้าถึง ข้อมูลมีความถูกต้องแม่นยำ สอดคล้องกันและทันต่อเวลาในการใช้งาน

ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการใช้งานมีอิทธิพลต่อความความตั้งใจใช้ รองลงมาจาก ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ อาจเป็นผลเนื่องจาก ความคิดเห็นของผู้ใช้งานที่มีต่อเทคโนโลยี ซึ่งรับรู้ได้ถึงประโยชน์และคุณค่าในการใช้งาน ทำให้ผู้ใช้งานนั้นจะมีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยี สอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้านี้ชี้ให้เห็นว่าทัศนคติจะมีผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจใช้งานสิ่งนั้น ผลลัพธ์นี้ได้ปรากฏอยู่ในทฤษฎีพื้นฐานเดิม TAM (Davis, 1989) อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานผลวิจัยของ สุชาติ เพชรเทียนชัย และคณะ (2564) พบว่า ด้านเจตคติในการใช้แอปพลิเคชันของนักศึกษาเพื่อการเรียนรู้วิชาฟุตบอล ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ส่งผลให้นักศึกษามีความพึงพอใจมากที่สุดต่อการใช้งานและเกิดความสนใจในการเรียนรู้ผ่านแอปพลิเคชัน และการศึกษาล่าสุดเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีและการใช้งานแอปพลิเคชันและการเล่นเกมออนไลน์ผ่านมือถือในจีนและเอเชียตะวันออก (Ha et al., 2007; Liu & Li, 2011)

ปัจจัยด้านการรับรู้การใช้งานง่ายมีอิทธิพลต่อความความตั้งใจใช้ เนื่องจากในบริบทที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานแอปพลิเคชัน "SAT Sport Digital Platform" ผู้ใช้งานสามารถรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้งาน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อทัศนคติ และต่อความตั้งใจในการใช้งาน (Ha et al., 2007; Hsu & Lu, 2007) อีกทั้งปัจจัยด้านคุณภาพของระบบ และปัจจัยด้านคุณภาพของข้อมูล เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้การใช้งานง่าย แสดงให้เห็นว่าแอปพลิเคชัน "SAT Sport Digital Platform" มีรูปแบบที่ใช้งานง่าย ผู้บริโภคสามารถเรียนรู้และเข้าใจได้ด้วยตนเองได้ง่าย ระบบมีความแม่นยำถูกต้อง ข้อมูลข่าวสารครบถ้วนสมบูรณ์ ครอบคลุมความ

ต้องการผู้ใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Delone & McLean (2003) ที่กล่าวว่า คุณภาพของระบบ และคุณภาพของข้อมูล เป็นตัวแปรสำคัญในการวัดความพึงพอใจในการใช้งาน เช่นเดียวกันแม่นยำและรวดเร็วในการตอบสนอง ใช้งานง่ายในการเข้าถึง สอดคล้องกัน และทันต่อเวลาในการใช้งาน

ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลต่อความความตั้งใจใช้ เนื่องจาก การใช้งานเทคโนโลยีสามารถเกิดจากการรับรู้และคล้อยตามคนรอบข้างที่มีอิทธิพลหรือมีความสำคัญกับตน อิทธิพลจากเพื่อน ครอบครัว และบุคคลรอบข้างที่ผู้ใช้งานมีแนวโน้มที่จะทำตาม มีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้งาน ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลรอบข้างอาจจะส่งผลกระทบโดยตรง ต่อความตั้งใจที่จะใช้ระบบ (Venkatesh & Davis, 2000) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Seo et al. (2015) ที่กล่าวว่าในการมีส่วนร่วมในดิจิทัลแพลตฟอร์มต่างๆ เป็นการสร้างแรงจูงใจเพราะสามารถที่จะตอบสนองความต้องการสำหรับการพัฒนาตนเอง เป็นการหาประสบการณ์ด้วยตนเอง เป้าหมายเพื่อการแข่งขัน การพัฒนาตนเอง การมีส่วนร่วม และการได้รับความพึงพอใจที่จากการใช้ ดังนั้น อิทธิพลทางสังคมจึงเป็นแรงจูงใจที่สำคัญที่ทำให้เกิดความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน "SAT Sport Digital Platform"

ข้อเสนอแนะการวิจัย

โดยผู้วิจัยแบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์ และ 2) ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี "SAT Sport Digital Platform" คือ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ รองลงมา คือ ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการใช้งาน ปัจจัยด้านการรับรู้การใช้งานง่าย และปัจจัยด้านอิทธิพลต่อสังคม ตามลำดับ ดังนั้น ผู้พัฒนาและผู้ที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าว ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

1. การรับรู้ประโยชน์ ควรพัฒนาแอปพลิเคชันให้มีประสิทธิภาพและมีประโยชน์สูงสุด โดยการออกแบบที่มีการเชื่อมโยงกับฐานข้อมูลและระบบฐานข้อมูลกลางและเพื่อเป็นศูนย์กลางข้อมูลด้านกีฬาของประเทศ รวมถึงความร่วมมือกับผู้ให้การสนับสนุน (Sponsor) ในการพัฒนาและ จัดหาโปรโมชันเพื่อสร้างความต้องการให้ลูกค้าเกิด แรงจูงใจในการใช้งานมากยิ่งขึ้น เช่น การให้ส่วนลด การสิทธิรับรางวัล การสะสมแต้ม และเสนอสินค้าราคาพิเศษเมื่อมีการใช้ครั้งต่อไป

2. ทัศนคติที่มีต่อการใช้ ควรพัฒนาแอปพลิเคชันให้เข้าถึงได้ง่าย เข้าใจรวดเร็วและรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน อีกทั้งให้คำนึงถึงการทดสอบระบบเพื่อให้มั่นใจว่าระบบเทคโนโลยีใช้งานได้อย่างถูกต้องตรงตาม

ความต้องการของผู้ใช้บริการมีความมั่นคงและมีความปลอดภัยและควรมีคู่มือหนังสือในการสอนใช้งาน และให้ครบถ้วนทุกด้าน

3. การรับรู้การใช้งานง่ายในการใช้งาน ควรพัฒนาแอปพลิเคชันให้ใช้งานง่ายไม่ยุ่งยาก เพื่อให้ผู้ใช้งานมั่นใจว่าจะได้รับความสะดวกจากการเข้าใช้เทคโนโลยีและผู้รู้สึกเชื่อมั่นจากการได้รับความสนับสนุนจากผู้พัฒนาเทคโนโลยี

4. อิทธิพลต่อสังคม ควรพัฒนาแอปพลิเคชันให้เป็นที่รู้จักและนำไปใช้งานเพื่อที่จะเกิดการบอกต่อ พัฒนาระบบแอปพลิเคชันและการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารและบริการอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้ใช้งานเกิดความเชื่อมั่นพอใจและการยอมรับในวงกว้าง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย

1. ควรเพิ่มปัจจัยในการศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลการศึกษามากขึ้น เช่น ปัจจัยด้านสภาพเศรษฐกิจและสังคม และปัจจัยด้านภาพลักษณ์ เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ได้ทราบปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันในมิติอื่น ๆ ได้มากขึ้นและจะได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาแอปพลิเคชันให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ควรเพิ่มวิธีในการเก็บข้อมูลการวิจัย กล่าวคือ ควรทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์จะทำให้กลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลในเชิงความคิดเห็นที่นอกเหนือจากที่กำหนดคำตอบไว้ในแบบสอบถาม

เอกสารอ้างอิง

- กิตติคุณ แสงนิล และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2562). การสร้างนวัตกรรมในธุรกิจการให้บริการทางการกีฬา: กระบวนการสร้างมโนทัศน์. *วารสารสุขศึกษา พลศึกษา และสันทนาการ*, 45(2). 14-32.
- ชัยสิทธิ์ ภาวิลาส, เฉลิม ชัยวัชรารณ, โดม ภูมิดิษฐ์, ณัฐฐาพร อะวิลัย, และ บุญศักดิ์ หล่อพิพัฒน์. (2564). โครงการสลากส่งเสริมคนรักกีฬาต้นแบบ: กรณีศึกษา ตะกร้อดิจิทัลแอปพลิเคชัน. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการกีฬา*, 21(2). 111-124.
- สุชาติ เพชรเทียนชัย, ศุภวรรณ วงศ์สร้างทรัพย์, และธีรศักดิ์ สร้อยศิริ. (2565). การพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อการเรียนรู้ วิชาฟุตบอล สำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง. *วารสารสุขศึกษา พลศึกษา และสันทนาการ*, 48(2). 14-27.

- Chang, I. C., Chen, K., & Liu, C.C. (2014). The effects of hedonic/utilitarian expectations and social influence on continuance intention to play online games. *Internet Research*, 24(1). 21-45.
- Chen, H., Rong, W., Ma, X., Qu, Y., & Xiong, Z. (2017). *An Extended Technology Acceptance Model for Mobile Social Gaming Service Popularity Analysis*. Retrieved March, 12, 2022. From <http://doi.org/10.1155/2017/3906953>
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley and Sons Inc.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3). 319-340.
- Delone, W., & McLean, E. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems*, 19. 9-30.
- Ha, I., Yoon, Y., & Choi, M. (2007). Determinants of adoption of mobile games under mobile broadband wireless access environment. *Information & Management*, 44(3). 276-286.
- Hsu, C.L., & Lu, H.P. (2007). Consumer behavior in online game communities: A motivational factor perspective. *Computers in Human Behavior*, 23(3). 1642- 1659.
- Liu, Y., & Li, H. (2011). Exploring the impact of use context on mobile hedonic services adoption: An empirical study on mobile gaming in China. *Comput. Hum. Behav.*, 27(2). 890-898.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1988) SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64. 12-40.
- Seo, Y., Buchanan-Oliver, M., & Fam, K.-S. (2015). Advancing research on computer game consumption: A future research agenda. *Journal of Consumer Behaviour*, 14(6). 353-356.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2). 186-204.