

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งาน Application Business Intelligence Collaboration
ชื่อผู้เขียน	นางสาวณภัทร รัตนเสน
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ศรีสมรัก อินทุจันทร์ยง
ปีการศึกษา	2557

บทคัดย่อ

ธุรกิจในปัจจุบันนั้นมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันสูง กระบวนการทางธุรกิจก็มีความซับซ้อนมากกว่าอดีตที่ผ่านมา ทำให้ผู้บริหารวิเคราะห์สถานการณ์ได้ยากขึ้น หลายองค์กรจึงได้นำ Business Intelligence มาช่วยในการวิเคราะห์และวางแผน เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่ง กอปรกับการเติบโตของเทคโนโลยีทางด้าน Social Network ช่วยให้การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น เทคโนโลยี Business Intelligence จึงนำเทคโนโลยี Social Network มาผสานเข้ากับ Business Intelligence ทำให้เกิด Application Business Intelligence Collaboration ทำให้ช่วยให้ผู้บริหารรวมถึงนักวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้องสามารถวิเคราะห์รายงานที่เกิดขึ้นพร้อมกับการสื่อสารและช่วยกันตัดสินใจได้ทันที

งานวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาถึงการยอมรับการใช้งาน Business Intelligence Collaboration เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจที่จะนำ Business Intelligence Collaboration มาใช้ในองค์กร โดยผู้วิจัยได้ศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้พัฒนากรอบงานวิจัย ที่พบสมมติฐานว่าปัจจัย เกี่ยวกับการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน (Perceived ease of use) ส่งผลต่อปัจจัย การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) และปัจจัย การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) ที่ศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude Toward Using) อิทธิพลของสังคม (Social Influence) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) ส่งผลต่อ พฤติกรรมความตั้งใจต่อการใช้งาน Business Intelligence Collaboration (Behavioral Intention to Use Business Intelligence Collaboration)

จากการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัย การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน (Perceived ease of use) ส่งผลต่อ การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) มีเพียงปัจจัยทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude Toward Using) และ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) ส่งผลต่อ พฤติกรรมความตั้งใจต่อการใช้งาน Business Intelligence Collaboration (Behavioral Intention to Use Business Intelligence Collaboration) ในขณะที่ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) และ อิทธิพลของสังคม (Social Influence) ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจต่อการใช้งาน Business Intelligence Collaboration (Behavioral Intention to Use Business Intelligence Collaboration)

คำสำคัญ: Business Intelligence, Business Intelligence Collaboration, Adoption

Independent Study Title	FACTORS INFLUENCING THE ADOPTION OF APPLICATION BUSINESS INTELLIGENCE COLLABORATION
Author	Miss Napat Rattanasen
Degree	Master of Science Program
Department/Faculty/University	In Management Information Systems Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Assoc. Prof.Srisomruk Intojunyong
Academic Years	2014

ABSTRACT

In a fast-changing business environment nowadays, business processes are more complicated, making executives analyzed the situation even more difficult. Many organizations adopt Business Intelligence (BI) to help analyzing, planning, and supporting the decision. The rapid growth of social network technology enables BI to combine social networks to be Application Business Intelligent Collaboration. Application Business Intelligent Collaboration helps executives and analysts to analyze the reports, to communicate, and to make decisions immediately.

This research was conducted to study factors influencing the adoption of application business intelligence collaboration. The quantitative approach using questionnaires are applied to collect data. Respondents are decision makers who have the power to adopt Business Intelligence Collaboration in organization. Related researches using to develop the research framework guide that the perceived ease of use affects perceived benefits. Perceived usefulness, attitude towards the usage, social influence, and performance expectancy tend to affect the behavior intention to use Business Intelligence Collaboration.

Results show that perceived ease of use affects perceived usefulness, attitude towards the usage and the performance expectancy have an influence on the behavior intention to use Business Intelligence Collaboration On the contrary,

perceived usefulness and social influence have no effects on the intention to use Business Intelligence Collaboration.

Keywords: Business Intelligent, Business Intelligent Collaboration, Adoption