

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การขอรับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ของผู้ประกอบการขนาดย่อม
The Small Entrepreneur's Adoption of Instant Online Shopping Service Program



T097736

โดย
นางสาวจิราวรรณ แก้วมณี

รพ.
กช 2550

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน..... 97736
วัน,เดือน,ปี..... 6 Jun 2003

b. 12001971
i.....

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดมหลักสูตรเทคโนโลยีการจัดการ
สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ
ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ ปีการศึกษา 2550 เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

สาขาเทคโนโลยีการจัดการ ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การขอรับการใช้งานโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ของผู้ประกอบการขนาดย่อม
The Small Entrepreneur's Adoption of Instant Online Shopping Service Program

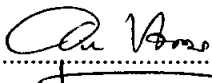
โดย

นางสาวจิรวรรณ แก้วมณี รหัสนักศึกษา 47040727

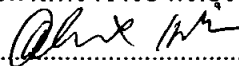
รายงานฉบับนี้ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชาปัญหาพิเศษ หลักสูตร วท.บ. (เทคโนโลยีการจัดการ)

เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551

ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ.....


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุรสา บัวตะมะ)

รักษาการหัวหน้าภาควิชา.....


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิสิทธิ์ แก้วฉา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อปัญหาพิเศษ

ปีการศึกษา 2550

ชื่อเรื่อง	การยอมรับการใช้งานโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ของผู้ประกอบการขนาดย่อม
ชื่อเรื่อง	The Small Entrepreneur's Adoption of Instant Online Shopping Service Program
นักศึกษา	นางสาวจิราวรรณ แก้วมณี
สาขาวิชา	เทคโนโลยีการจัดการ ภาควิชา บริหารธุรกิจเกษตร
คณะ	เทคโนโลยีการเกษตร
ประธานคณะกรรมการปัญหาพิเศษ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรุสา บัวตะมะ

ในปัจจุบันสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตเป็นที่นิยมและมีความแพร่หลายในการนำมาใช้กันอย่างกว้างขวางโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการทำการค้า ปัจจุบันจึงมีเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือร้านค้าออนไลน์เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยทั่วไปการสร้างร้านค้าออนไลน์นั้นสามารถทำได้หลายรูปแบบ วิธีการหนึ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจนิยมนำมาใช้ คือการสร้างร้านค้าโดยใช้โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ เนื่องจากวิธีนี้มีความสะดวกสำหรับผู้ประกอบการที่ไม่สามารถดูแล จัดการและพัฒนาเว็บไซต์ได้ด้วยตัวเองอันเนื่องมาจากข้อจำกัดในด้านความรู้ เทคนิควิธีการเขียนเว็บไซต์ ข้อจำกัดในด้านเวลา ตลอดจนข้อจำกัดในด้านงบประมาณการสร้างและบริหารร้านค้าออนไลน์ การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงการยอมรับการใช้งานโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ของผู้ประกอบการขนาดย่อม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้งานโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ รวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและนำโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์มาใช้ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์

ผลการศึกษาจากผู้ใช้งานโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบธุรกิจการค้าปลีกค้าส่งและธุรกิจประเภทอื่น ๆ มีจำนวนค่อนข้างหลากหลาย ผู้ใช้งานที่เพิ่งเริ่มดำเนินธุรกิจในระยะเวลายาวนานมัก ส่วนใหญ่ใช้ร้านค้าออนไลน์ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจ ในขณะที่ผู้ใช้งานที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจค่อนข้างนานส่วนใหญ่เพิ่งมีการนำร้านค้าออนไลน์เข้ามาใช้ในระยะเวลายาวนาน ในด้านการพิจารณาเพื่อเลือกใช้โปรแกรม ผู้ใช้นำฟังก์ชันการใช้งานของโปรแกรมด้านการได้โดเมนเนมเป็นของตนเอง

เอกสารและจำนวนรูปแบบร้านค้า การที่รูปแบบร้านค้ามีความสวยงาม น่าเชื่อถือมาพิจารณาเพื่อเลือกใช้ร้านค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โปรแกรมในระดับมากที่สุด ผู้ใช้งานมักประสบกับปัญหาไม่เข้าใจวิธีการหรือขั้นตอนการใช้งาน โปรแกรม ทั้งนี้เมื่อเกิดปัญหาเกี่ยวกับการใช้งาน โปรแกรม ผู้ใช้งานส่วนใหญ่จะปรึกษาเจ้าหน้าที่ของทางบริษัทและมีความเห็นว่าการขอความช่วยเหลือจากฝ่ายเทคนิคของผู้ให้บริการส่วนใหญ่ได้รับความช่วยเหลือในระดับปานกลาง รวมถึงบริษัทผู้ให้บริการมีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำหรือช่วยเหลืออย่างพอเพียง สำหรับวัตถุประสงค์หลักของการสร้างร้านค้าออนไลน์ผู้ใช้งานส่วนใหญ่สร้างเพื่อเพิ่มช่องทางการตลาด และมีความเห็นว่าได้รับประโยชน์จากการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ด้านใช้เวลาน้อยในการสร้างร้านค้าออนไลน์ในระดับมากที่สุด ผู้ใช้งาน โปรแกรมทั้งหมดมีการยอมรับการใช้งานอยู่ในระดับยอมรับ ในการวิเคราะห์ถึงการยอมรับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์พบว่า ปัจจัยทางประชากรไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการใช้งานโปรแกรม ทางด้านของปัจจัยทางคุณลักษณะของตัวแปร ลักษณะการชำระค่าบริการมีผลต่อการยอมรับการใช้งาน โปรแกรม ในส่วนของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการใช้งาน โปรแกรมพบว่า จำนวนครั้งของการขอความช่วยเหลือและระดับของการให้ความช่วยเหลือจากฝ่ายเทคนิคของผู้ให้บริการมีผลต่อการยอมรับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์

จากการศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้ ผู้ให้บริการ โปรแกรมควรทำการตรวจสอบธุรกิจที่ลงทะเบียนเปิดร้านกับทางบริษัท เพื่อจะได้ทำการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้งาน พัฒนาและปรับปรุง รวมถึงออกแบบรูปแบบร้านค้าและฟังก์ชันการทำงานต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งานให้มากขึ้น พร้อมกันนี้บริษัทผู้ให้บริการควรสร้างทัศนคติที่ดีและความมั่นใจในการทำงานของระบบร้านค้าออนไลน์ ให้แก่ผู้ใช้งาน โปรแกรมด้วย

คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้จัดทำขึ้นจนสำเร็จเรียบร้อยเป็นอย่างดี ทั้งนี้เนื่องด้วยความอนุเคราะห์จาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุรสา บัวตะมะ ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ ที่กรุณาให้คำปรึกษาชี้แนะ และตรวจสอบแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ โดยละเอียด จนทำให้ได้รายงานที่สมบูรณ์ สร้างความภูมิใจแก่ผู้จัดทำอย่างมาก รวมทั้งรองศาสตราจารย์ อมรศรี ตันพิพัฒน์ กรรมการสอบปัญหาพิเศษ ที่กรุณาให้คำแนะนำในส่วนของการสอบปัญหาพิเศษ ตลอดจนอาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการและสาขาวิชาบริหารธุรกิจเกษตรทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือและประสิทธิประสาทวิชาตลอดหลักสูตรการศึกษา ผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

นอกจากนี้ผู้จัดทำขอขอบคุณ ผู้ใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ที่เสียสละเวลาให้ความอนุเคราะห์ในการให้สัมภาษณ์ เอื้อเฟื้อข้อมูลและรายละเอียดอันเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำปัญหาพิเศษครั้งนี้ รวมทั้งเจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีตลอดมา

สุดท้ายนี้คณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อคุณแม่ที่รักและเคารพอย่างสูง รวมถึงขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกคนที่เป็นกำลังใจ ให้คำปรึกษาและความช่วยเหลือในทุกเรื่อง

จิราวรรณ แก้วมณี

กุมภาพันธ์ 2551

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
คำนิยม	ข
สารบัญ	ค
สารบัญตาราง	ง
สารบัญภาพ	จ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญของปัญหาที่ศึกษา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	3
1.5 การตรวจเอกสาร	4
บทที่ 2 ทฤษฎีและระเบียบวิธีการศึกษา	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
2.2 ความหมายของนวัตกรรม	6
2.3 ทฤษฎีการยอมรับ	7
2.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม	9
2.5 กระบวนการยอมรับนวัตกรรม	15
2.6 ระเบียบวิธีการศึกษา	16
บทที่ 3 โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อสร้างร้านค้าออนไลน์	21
3.1 บริษัทแกรนด์ แพลนเน็ต เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด	21
3.2 ความเป็นมาของโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อสร้างร้านค้าออนไลน์	22
3.3 องค์ประกอบของโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อสร้างร้านค้าออนไลน์	24
3.4 การบริหารร้านค้าด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อสร้างร้านค้าออนไลน์	29

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 4 ผลการศึกษา	31
4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งาน	31
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของโปรแกรมที่ผู้ประกอบการใช้งาน	34
4.3 ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการใช้งาน โปรแกรม	39
4.4 การยอมรับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์	41
4.5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีผลต่อการยอมรับ การใช้งาน โปรแกรม	44
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	47
5.1 สรุป	47
5.2 ข้อเสนอแนะ	49
เอกสารอ้างอิง	50
ภาคผนวก	52
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	53

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
1	คุณลักษณะและพฤติกรรมของผู้ยอมรับนวัตกรรม	13
2	ร้อยละของลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	32
3	จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ กับระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจโดยใช้ร้านค้าออนไลน์	34
4	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้โปรแกรม	35
5	ร้อยละของระดับการพิจารณาเลือกใช้โปรแกรมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามฟังก์ชันของโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์	36
6	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการใช้บริการเสริมจากบริษัทผู้ให้บริการ	37
7	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบการชำระเงินของร้านค้าออนไลน์	37
8	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ของปัญหาที่เกิดจากการใช้งาน	38
9	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัญหาที่พบจากการใช้งานโปรแกรม	38
10	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิธีการแก้ปัญหา	39
11	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสนใจหลักสูตรการอบรมของบริษัท	39
12	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเข้ารับการอบรมจากบริษัท และการขอความช่วยเหลือจากบริษัทผู้ให้บริการ	40
13	ร้อยละของลำดับความสำคัญของวัตถุประสงค์เพื่อการสร้าง ร้านค้าออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง	42
14	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามยอดขายที่เพิ่มขึ้น	43
15	ร้อยละของระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประโยชน์ ที่ได้รับจากการใช้โปรแกรม	43
16	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการยอมรับการใช้งานโปรแกรม	43

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
17 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรที่มีผลต่อการยอมรับ การใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์	45
18 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางคุณลักษณะของโปรแกรม ที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์	45
19 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อ การยอมรับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์	46



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบแนวคิดการขอรับการใช้งานโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์	18
2	โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์	23
3	หน้าจอใส่รายละเอียด และแก้ไขข้อมูลของร้านค้าออนไลน์	25
4	หน้าจอการเลือกรูปแบบของร้านค้าออนไลน์	26
5	หน้าจอการจัดการสินค้า	27



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ในสภาวะที่เศรษฐกิจของประเทศกำลังถดถอยเช่นในปัจจุบัน การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการทุกขนาดทั้งผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ผู้ประกอบการขนาดกลาง จนถึงผู้ประกอบการขนาดย่อมสามารถทำการแข่งขัน และมีช่องทางในการประกอบกิจการได้เพิ่มขึ้น ถือเป็นนโยบายหลักที่ภาครัฐให้ความสำคัญและสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง นโยบายหนึ่งที่รัฐบาลให้การส่งเสริมสนับสนุนมากก็คือ การนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยในการทำธุรกิจ ซึ่งเทคโนโลยีสารสนเทศที่กล่าวถึงก็คือ การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์และระบบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือการทำการค้าผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ จึงเป็นอีกเครื่องมือหนึ่งที่รัฐบาลมุ่งหวังจะให้ผู้ประกอบการนำไปใช้งานเพื่อเพิ่มโอกาสในการดำเนินธุรกิจของคนให้มากขึ้น

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ นั้นจะมีความหมายครอบคลุมตั้งแต่ระดับเทคโนโลยีพื้นฐาน เช่น โทรศัพท์ โทรสาร โทททัศน์ ไปจนถึงเทคโนโลยีที่มีความซับซ้อนมากขึ้น ในปัจจุบันสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นที่นิยมและมีความแพร่หลายในการนำมาใช้งานมากที่สุด คือ อินเทอร์เน็ต และมีการนำมาใช้ประโยชน์กันอย่างกว้างขวางโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการทำการค้า จนทำให้เมื่อกกล่าวถึง พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่จะเข้าใจว่าเป็นการทำการค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตหรือการซื้อขายผ่านระบบร้านค้าออนไลน์นั่นเอง จากการศึกษาที่ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ทำการสำรวจเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของคนไทย ครั้งที่ 2 ในช่วงประมาณ ปี 2545 ได้มีการแบ่งประเภทของเว็บไซต์ออกเป็น 2 ประเภท คือ เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขั้นเริ่มต้น ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ใช้เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพียงอย่างเดียว และประเภทที่สอง เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขั้นก้าวหน้า คือเว็บไซต์ที่นอกจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์แล้ว จะมีระบบต่าง ๆ ที่ช่วยในการทำการค้าผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น ระบบการส่งของและสั่งซื้อสินค้า ระบบการชำระเงิน ระบบการขนส่งสินค้า ระบบรักษาความปลอดภัย ระบบติดตามสินค้า เป็นต้น นอกจากนี้ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังได้ดำเนินการสำรวจการประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของคนไทย โดยการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขั้นก้าวหน้าที่ใช้โดเมน .com เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พบว่า ธุรกิจประมาณร้อยละ 53.33 เป็นบริษัทใหม่หรือธุรกิจขนาดกลางที่มีเงินทุนจดทะเบียนประมาณ 1,000,000 บาท จำนวนพนักงานของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีจำนวนไม่เกิน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33 (ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, 2545) ดังนั้นเห็นได้ว่าผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทยส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายย่อย ซึ่งผู้ประกอบการเหล่านี้ต้องประสบกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ เช่น เงินทุนสนับสนุนความเชื่อมั่นของลูกค้า คู่ค้า และผู้จัดส่งวัตถุดิบ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะทำการพัฒนาเว็บไซต์โดยใช้บุคคลากรของตนเองมากกว่าการจ้างให้ผู้อื่นพัฒนาเว็บไซต์ เนื่องจากหากทำการพัฒนาเองนั้นจะมีความสะดวกในการปรับเปลี่ยนข้อมูลต่าง ๆ และเป็นการลดค่าใช้จ่ายในระยะยาวด้วย

โดยทั่วไปการสร้างร้านค้าออนไลน์ หรือเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นสามารถทำได้หลายรูปแบบ เช่น การพัฒนาเว็บไซต์เอง การจ้างผู้เชี่ยวชาญหรือบริษัทมาทำการพัฒนาให้ การใช้โปรแกรมสำหรับสร้างร้านค้าออนไลน์ โดยแต่ละรูปแบบจะมีข้อดี ข้อจำกัด ตลอดจนงบประมาณการลงทุนที่แตกต่างกันออกไป เช่น การจ้างนักพัฒนาเว็บไซต์อิสระ ได้แก่ นิสิต นักศึกษา ในการพัฒนาร้านค้า ราคาประมาณ 10,000 บาทขึ้นไป ส่วนการจ้างนักพัฒนามืออาชีพ ราคาประมาณ 30,000 - 60,000 บาท และหากจ้างบริษัทที่มีมาตรฐานจะต้องมีงบประมาณที่สูงมากขึ้นระหว่าง 100,000 - 150,000 บาท (ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, 2545) เห็นได้ชัดเจนว่า การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการพาณิชย์นั้นต้องมีการใช้งบประมาณในการพัฒนาก่อนข้างสูง และต้องมีความรู้ในทางเทคนิคการเขียน โปรแกรมพอสมควรหากต้องการพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้วยตนเอง ซึ่งถือเป็นปัญหาสำคัญสำหรับผู้ประกอบการขนาดย่อม ปัจจุบันจึงมีการนำโปรแกรมเพื่อสร้างร้านค้าออนไลน์มาใช้ เนื่องจากวิธีดังกล่าวเป็นวิธีที่ให้ความสะดวกต่อผู้ประกอบการที่ไม่สามารถดูแล จัดการและพัฒนาเว็บไซต์ได้ด้วยตัวเอง อันเนื่องมาจากข้อจำกัดในด้านความรู้ เทคนิควิธีการเขียนเว็บไซต์ ข้อจำกัดในด้านเวลา ตลอดจนข้อจำกัดในด้านงบประมาณการสร้างและบริหารร้านค้าออนไลน์

ด้วยเหตุนี้ จึงมีบริษัทผู้พัฒนาและให้บริการ โปรแกรมเพื่อสร้างร้านค้าออนไลน์เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก บริษัทแกรนด์ แพลนเน็ต เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ถือได้ว่าเป็นบริษัทรายแรกที่พัฒนาและให้บริการ โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อสร้างร้านค้าออนไลน์ และเป็นบริษัทที่มีสมาชิกซึ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากที่สุดในปัจจุบัน ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการยอมรับการใช้งาน ตลอดจนถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ของผู้ประกอบการขนาดย่อม ที่ใช้บริการ โปรแกรมจากบริษัท แกรนด์ แพลนเน็ต เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด

โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อทางบริษัท เพื่อเป็นข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนาโปรแกรมในโอกาสต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ และนำโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์มาใช้ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ให้ตรงกับการยอมรับการใช้งานของผู้ประกอบการขนาดย่อม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบวิธีการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์
2. เพื่อทราบปัจจัยในการกำหนดการยอมรับการใช้งานโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ของผู้ประกอบการขนาดย่อม
3. เพื่อเสนอสิ่งที่ผู้ประกอบการขนาดย่อมต้องการและยอมรับ เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้ให้บริการ โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์นำไปพิจารณาเพื่อปรับปรุงและพัฒนาโปรแกรมต่อไป

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการขนาดย่อม ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ใช้งานโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์จากผู้ให้บริการ โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อสร้างร้านค้าออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต คือ บริษัทแกรนด์ แพลนเน็ต เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด โดยมีระยะเวลาในการศึกษาคั้งแต่เดือน ตุลาคม 2550 ถึง เดือนมกราคม พ.ศ.2551

การตรวจเอกสาร

วาทิต (2531) ได้ทำการศึกษายอมรับและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการศึกษาของครูผู้สอนโรงเรียนประถมศึกษาในจังหวัดมหาสารคาม วัตถุประสงค์เพื่อศึกษายอมรับนวัตกรรมการศึกษาของครู ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการศึกษาของครู และความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับนวัตกรรมการศึกษาของครู โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบกับการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคือ สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ความแปรปรวนหาค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ ผลจากการศึกษาพบว่า ครูประถมต้องการนำนวัตกรรม ได้แก่ นวัตกรรมด้านการวัดและประเมินผล ด้านหลักสูตร ด้านสื่อการเรียนการสอนและด้านการเรียนการสอน ไปทดลองก่อนจะนำไปใช้จริงต่อไป ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการศึกษาของครูมี 4 ปัจจัย ได้แก่ ทักษะของครูต่อหลักสูตรประถมศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลากรในโรงเรียน สมรรถภาพของครูที่เอื้อต่อการใช้นวัตกรรมทางการศึกษา และทัศนคติของครูต่อศึกษานิเทศก์ในฐานะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ส่วนปัจจัยเกี่ยวกับสภาพการรับข่าวสารมีอิทธิพลต่อการยอมรับของครูในระดับน้อย

เสาวลักษณ์ (2545) ทำการศึกษายอมรับการใช้งาน โปรแกรมสำเร็จรูปประเภทวางแผนทรัพยากรองค์กร วัตถุประสงค์เพื่อศึกษายอมรับการใช้งาน โปรแกรมสำเร็จรูปประเภทวางแผนทรัพยากรองค์กร SAP ของพนักงานบริษัทในเขตกรุงเทพมหานคร รวมทั้งวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งาน โปรแกรม โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาครั้งนี้เป็นพนักงานบริษัทผู้ใช้โปรแกรม SAP ระดับปฏิบัติงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 ตัวอย่าง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการศึกษาพบว่าโดยเฉลี่ยระดับร้อยละการยอมรับเท่ากับ 58.19 โดยเหตุผลของการยอมรับส่วนใหญ่ คือ ทำให้ผู้ใช้งานสามารถทำงานได้รวดเร็วขึ้น และเหตุผลของการไม่ยอมรับส่วนใหญ่ คือ การใช้ระบบ SAP ไม่สามารถเพิ่มเติมการใช้งานในส่วนที่ต้องการได้ ส่วนผลของการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวพบว่า ตัวแปรความพึงพอใจในการใช้งาน ตัวแปรทัศนคติของการใช้งานโปรแกรม ตัวแปรประสิทธิภาพการใช้งานโปรแกรม ตัวแปรจำนวนครั้งที่ได้ขอความช่วยเหลือในการแก้ปัญหา และจำนวนชั่วโมงการได้รับการฝึกอบรมการใช้งาน มีผลต่อการยอมรับการใช้งาน โปรแกรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

มรุตฤณ (2548) ได้ทำการศึกษายอมรับการใช้งานโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ตของพนักงานในองค์กร เขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาถึงการใช้ระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต พฤติกรรมการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยอมรับการใช้ระบบโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต และปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและแก้ปัญหาการใช้โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ตในองค์กร วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยการใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างขององค์กรที่ใช้โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ต รวมทั้งสิ้น 100 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ความแปรปรวนหลายทาง ในด้านผลจากการศึกษาพบว่า โดยเฉลี่ยระดับร้อยละการยอมรับเท่ากับ 75 โดยเหตุผลของการยอมรับส่วนใหญ่ คือ ช่วยเพิ่มความคล่องตัวในการติดต่อสื่อสารและการทำงาน และเหตุผลของการไม่ยอมรับส่วนใหญ่ คือ ความล่าช้าของเสียง และไม่มีความเข้าใจในการใช้ระบบ ส่วนผลของการวิเคราะห์ความแปรปรวนหลายทางพบว่า ตัวแปรอายุ ประสบการณ์การใช้งาน ความพึงพอใจในการใช้งาน มีผลต่อการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี VoIP ข้อเสนอแนะของการวิจัย คือ ผู้บริหารองค์กรควรจัดให้มีการฝึกอบรมภายในองค์กรเพื่อทบทวนการใช้งานเทคโนโลยี VoIP ควรจัดให้มีฝ่ายให้คำแนะนำการใช้งาน และให้ผู้ดูแลระบบหมั่นตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างต่อเนื่อง

วิวัฒน์ (2548) ทำการศึกษาการยอมรับการใช้งานระบบการจัดการเพื่อการนำส่งสินค้าทางอากาศแบบเร่งด่วน ผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการทำงานทัศนคติ พฤติกรรม ความพึงพอใจ ตลอดจนการยอมรับ และปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบ เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยการสัมภาษณ์ ทำการศึกษาโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติ Chi-Square ของ Pearson เพื่อดูความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับการยอมรับการใช้งานระบบ โดยระดับความเชื่อมั่นหรือค่านัยสำคัญที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการระบบ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและมีประสบการณ์การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์พอสมควร มีความชำนาญอยู่ในระดับปานกลาง ปัญหาที่พบจากการใช้งานมากที่สุด คือ เครือข่ายขัดข้องหรือช้าไม่สามารถส่งข้อมูลได้ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับในการช่วยลดเวลาในการเตรียมการนำส่งในระดับมากที่สุด ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพอใจและมีการยอมรับระบบ ในด้านทัศนคติของการใช้งานระบบนั้น เห็นด้วยกับการที่ระบบสามารถตอบสนองความต้องการความรวดเร็วมากกว่าเดิม ประหยัดเวลา ทำให้ระบบทำงานเกิดความถูกต้องมากขึ้น ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ คือ ผู้ให้บริการระบบควรตรวจสอบความพึงพอใจในการใช้งานระบบจากผู้บริการอย่างสม่ำเสมอ ควรจัดทำคู่มือการใช้งานให้เข้าใจง่ายและแสดงขั้นตอนอย่างละเอียด ควรจัดให้มีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญระบบในการช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้งานระบบ รวมทั้งควรสร้างทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานระบบ โดยทำการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริการเห็นความสำคัญของประโยชน์ของการใช้งานระบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ทฤษฎีและระเบียบวิธีการศึกษา

ในบทนี้จะกล่าวถึงสองหัวข้อหลัก โดยหัวข้อแรกกล่าวถึง แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ในส่วนหัวข้อที่สอง กล่าวถึงระเบียบวิธีการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มประชากรเป้าหมาย การออกแบบการวิจัย กรอบแนวคิด ตัวแปรที่ใช้และการวัดค่า สมมุติฐานและวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีหรือกรอบแนวความคิดที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย ความหมายของนวัตกรรม ทฤษฎีการยอมรับ ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม และกระบวนการยอมรับนวัตกรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

ความหมายของนวัตกรรม

Roger (อ้างโดย สุวรรณ นิ่มเจริญ, 2543) ได้ให้ความหมายคำว่า นวัตกรรม หมายถึง ความคิด การกระทำหรือสิ่งของ ซึ่งบุคคลเห็นว่าเป็นของใหม่ ไม่ว่าจะความคิดนั้นจะเป็นของใหม่ โดยนับเวลาตั้งแต่แรกพบหรือไม่ แต่ขึ้นอยู่กับการณ์ที่บุคคลนั้นรับรู้ว่าเป็นของใหม่หรือไม่ โดยใช้ความคิดเห็นและการตัดสินใจของตนเอง ถ้าบุคคลนั้นเห็นว่าเป็นสิ่งใหม่สำหรับเขา สิ่งนั้นถือเป็นนวัตกรรมสำหรับเขา คำว่า ใหม่ มิได้หมายความว่าต้องเป็นความรู้ใหม่เป็นครั้งแรก แต่หมายถึงการที่บุคคลได้รับรู้ในเรื่องเดิมมากขึ้น หรือเป็นความใหม่ในเรื่องของความรู้ ทักษะ หรือเกี่ยวกับการตัดสินใจที่จะใช้นวัตกรรมนั้น ๆ

จากความหมายข้างต้นอาจกล่าวได้ว่า การนำโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อสร้างร้านค้าออนไลน์ มาใช้สร้างเว็บไซต์เพื่อการพาณิชย์ของผู้ประกอบการเป็นนวัตกรรม เพราะเป็นการเปลี่ยนแปลงความรู้ ความคิด หรือการตัดสินใจในการดำเนินการสร้างร้านค้าออนไลน์ หรือเว็บไซต์เพื่อทำการค้า จากวิธีเดิมทำการพัฒนาเว็บไซต์หรือร้านค้าออนไลน์ด้วยตนเอง จ้างบริษัท หรือผู้ผู้เชี่ยวชาญทำการพัฒนา มาเป็นการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อสร้างร้านค้าออนไลน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทฤษฎีการยอมรับ

Foster (อ้างโดย นัยนา ยุติศาสตร์, 2545:24) ให้ความหมายของการยอมรับว่า หมายถึง การที่ประชาชนได้เรียนรู้โดยผ่านการศึกษา สามารถบรรยายได้โดยผ่านขั้นการรับรู้ การยอมรับจะเกิดขึ้นได้หากมีการเรียนรู้ด้วยตนเอง และการเรียนรู้นั้นจะได้ผลก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นได้ทดลองไปปฏิบัติ เมื่อเขาแน่ใจแล้วว่าสิ่งประดิษฐ์นั้นสามารถให้ประโยชน์อย่างแน่นอน เขาจึงกล่าลงทุนซื้อสิ่งประดิษฐ์นั้น

ปนัดดา อินทรารุช (2543: 30) ให้ความหมายของการยอมรับว่า หมายถึง กระบวนการที่บุคคลพิจารณาตัดสินใจเกี่ยวกับสิ่งที่ได้รับรู้ เรียนรู้ หรือได้รับการแนะนำ และในที่สุดก็รับเอาสิ่งนั้น ๆ มาใช้หรือปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ โดยระยะเวลาของกระบวนการนี้จะช้าหรือเร็วขึ้นอยู่กับตัวบุคคลและคุณลักษณะของนวัตกรรม จากความหมายข้างต้นพบที่มีความสอดคล้องกับแบบจำลองกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม (Innovation Decision Process) ของ Rogers ซึ่งมี 5 ขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นความรู้ (Knowledge Stage) เป็นขั้นที่บุคคลจะทราบว่า มีนวัตกรรมนั้นปรากฏอยู่และพอที่จะเข้าใจว่านวัตกรรมนั้นทำหน้าที่อย่างไร ในขั้นความรู้ี้สามารถแบ่งประเภทของความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมได้เป็น 3 ประเภท คือ

1.1 ความรู้ที่ทำให้เกิดความตื่นตัวเกี่ยวกับนวัตกรรม คือความรู้ว่ามีนวัตกรรมเกิดขึ้นแล้ว และนวัตกรรมนั้นทำหน้าที่อะไรได้บ้าง

1.2 ความรู้ที่จำเป็นสำหรับการจะใช้นวัตกรรม ได้อย่างไร ความรู้ประเภทนี้ได้จากข่าวสารที่จะช่วยให้สามารถใช้นวัตกรรมได้อย่างถูกต้อง นวัตกรรมยังมีความซับซ้อนมากเพียงใด ความจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ประเภทนี้ก็มีมากเท่านั้น

1.3 ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหลักการซึ่งจะช่วยให้เห็นนวัตกรรมบรรลุผล การมีความรู้ประเภทนี้จะช่วยให้คนเข้าใจและยอมรับนวัตกรรมในอนาคตได้ง่ายขึ้น

2. ขั้นการจูงใจ (Persuasion Stage) ในขั้นนี้บุคคลจะแสดงทัศนคติต่อนวัตกรรมในรูปแบบเห็นด้วยและไม่เห็นด้วย ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับอารมณ์และความรู้สึก ในขั้นการจูงใจนี้ บุคคลจะรู้สึกผูกพันกับนวัตกรรมมากขึ้น มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้นอย่างจริงจัง

3. ขั้นการตัดสินใจ (Decision Stage) ในขั้นนี้บุคคลจะมีแนวทางการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมใน 2 ลักษณะ คือ การยอมรับนวัตกรรม (Adoption) หมายถึง การตัดสินใจที่จะยอมรับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นวัตกรรมมาใช้ให้ดีที่สุดเท่าที่จะทำได้ การปฏิเสธนวัตกรรม (Rejection) หมายถึง การตัดสินใจที่จะไม่ยอมรับนวัตกรรมมาใช้ การตัดสินใจที่จะยอมรับหรือปฏิเสธนี้ ขึ้นอยู่กับความสามารถในการทดลองใช้ในปริมาณจำกัดของนวัตกรรม นวัตกรรมใดที่บุคคลสามารถทดลองใช้ได้จะทำให้บุคคลนั้นรู้สึกเสี่ยงภัยในการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมน้อยลง และนำไปสู่การยอมรับนวัตกรรมในที่สุด

4. ขั้นการลงมือปฏิบัติ (Implementation Stage) ในขั้นตอนที่ 1-3 เป็นขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับความคิดแต่ในขั้นตอนที่ 4 นี้เป็นขั้นตอนที่บุคคลผู้รับนวัตกรรมจะต้องลงมือปฏิบัติตามแนวทางหรือวิธีการของนวัตกรรมนั้น และขั้นตอนนี้จะสิ้นสุดลงเมื่อบุคคลมีการปฏิบัติในแนวทางใหม่นั้นอย่างเป็นกิจวัตรประจำวัน

5. ขั้นทบทวนการตัดสินใจ (Confirmation Stage) ในขั้นนี้บุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมที่ได้ทำไปแล้ว แต่ก็อาจมีการเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจนั้นได้อีก หากว่าได้รับข่าวสารที่ขัดแย้งหรือข่าวสารในแง่ลบเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น

Rogers และ Shoemaker (อ้างโดย สุวรรณ นิมเจริญ, 2543) ได้แบ่งโครงสร้างการยอมรับออกเป็น 3 ส่วน ใหญ่ ๆ คือ สิ่งที่มีอยู่เดิม (Antecedents) กระบวนการ (Process) และผล (Results)

1. สิ่งที่มีอยู่เดิม ในส่วนนี้ คือ สิ่งที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรซึ่งมีอยู่เดิมก่อนการเผยแพร่ นวัตกรรม แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1.1 ลักษณะบุคลิกภาพของบุคคล ได้แก่ ทักษะคิด ค่านิยม ความเชื่อมั่น ความสามารถทางสมอง ทักษะความคิดรวบยอด สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ฯลฯ ตลอดจนการติดต่อกับโลกภายนอก และการเป็นผู้นำทางความคิด ซึ่งเชื่อว่ามีผลทำให้เกิดความแตกต่างในการยอมรับ

1.2 การรับรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ได้แก่ ปทัสถานของระบบสังคมในด้านความไวในการยอมรับ นับเป็นสิ่งจูงใจที่สำคัญ ในขณะที่เดียวกันก็เป็นอุปสรรคต่อการยอมรับได้

2. กระบวนการ ส่วนนี้กล่าวถึงการพัฒนาด้านความคิดตั้งแต่การรับรู้ ความสนใจ ประเมินค่าและทดลอง จนถึงการยอมรับซึ่งเป็นขั้นสุดท้ายของกระบวนการ สิ่งสำคัญที่ช่วยกระตุ้นให้กระบวนการนี้ดำเนินไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ หรือยับยั้งให้ช้าลงและมีผลในทางตรงข้ามนั้นมีหลายอย่าง เช่น

2.1 ส่วนที่เกี่ยวกับตัวของบุคคลนั่นเอง

2.2 แหล่งให้ความรู้

2.3 การรับรู้เกี่ยวกับคุณลักษณะของวิทยาการแผนใหม่ ได้แก่ ประโยชน์ ความซับซ้อน ความสอดคล้องกับวิธีการที่ทำอยู่เดิม การให้ผลผลิตสูงกว่าเดิมและสามารถทดลองดูได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ผล ผลของนวัตกรรมเป็นองค์ประกอบสุดท้ายของการเปลี่ยนแปลงสังคมที่เกิดขึ้น หลังจากมีสิ่งประดิษฐ์ คือ นวัตกรรม มีการเผยแพร่ นวัตกรรม และผ่านกระบวนการยอมรับ นวัตกรรมไปจนถึงขั้นยืนยันทันที ได้แก่ การยอมรับ (Adoption) หรือเลิกใช้นวัตกรรม (Discontinue) ส่วนผลที่เกิดขึ้นเป็นไปทางด้านบวกหรือทางด้านลบ ย่อมขึ้นอยู่กับที่นวัตกรรมสามารถสนองตอบต่อความต้องการได้ดีเพียงใด ผลที่เกิดจากนวัตกรรมอาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ง่ายชัดเจน หรือเป็นไปโดยทางอ้อมแฝงอยู่ โดยที่สมาชิกในสังคมไม่อาจทราบถึงผลได้ชัดเจน ระยะเวลาที่เกิดผลนวัตกรรมจะเห็นได้ชัดหรือเร็วขึ้นอยู่กับประเภทสมาชิก สังคมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมมาเกี่ยวข้อง

ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม

จากการศึกษาพบว่า บุคคลมีการยอมรับนวัตกรรมแตกต่างกันทั้งด้านความรวดเร็วในการยอมรับ หรือความถาวรในการยอมรับ ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมนั้นมีหลายประการ ได้แก่ ปัจจัยที่เกี่ยวกับลักษณะของนวัตกรรม ปัจจัยเกี่ยวกับผู้รับนวัตกรรม ปัจจัยทางด้านระบบสังคม ปัจจัยทางการติดต่อสื่อสาร โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะของนวัตกรรม

เนื่องจากนวัตกรรมเป็นสิ่งใหม่ที่กำลังกำเนิดมาจากงานวิจัย (Research) และการพัฒนา (Development) รวมทั้งมาจากประสบการณ์ของผู้ใช้นวัตกรรมนั่นเอง ดังนั้นนวัตกรรมแต่ละอย่างจึงมีลักษณะเฉพาะตัวซึ่งสามารถนำมาใช้แก้ไขปัญหาหรือเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้ตามสถานการณ์และความต้องการของผู้ใช้นวัตกรรมนั้น ๆ ซึ่งไม่จำเป็นที่นวัตกรรมซึ่งใช้ได้ดีในที่แห่งหนึ่งจะได้ผลดีในที่อื่น ๆ ด้วย ขึ้นอยู่กับว่านวัตกรรมนั้น ๆ มีความเหมาะสมกับสถานการณ์นั้น ๆ หรือไม่ ดังนั้นลักษณะของนวัตกรรมจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการโน้มน้าวใจ (Persuasion) ให้เกิดการยอมรับ โดยนำไปใช้เป็นข้อมูลในการประเมินนวัตกรรมของผู้รับสารและตัดสินใจได้ว่า จะดำเนินการอย่างไรต่อไป

Rogers และ Shoemaker ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับว่า คุณลักษณะของนวัตกรรมตามที่ยอมรับรู้สึก เป็นปัจจัยสำคัญในการที่ยอมรับหรือปฏิเสธ นวัตกรรม แม้ว่านวัตกรรมจะเป็นสิ่งที่มีประโยชน์มากแต่ถ้าบุคคลเห็นว่าไม่ดี ไม่มีประโยชน์ก็ อาจจะปฏิเสธนวัตกรรมนั้น คุณลักษณะของนวัตกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อการยอมรับ ได้แก่

1.1 ความได้เปรียบเชิงเทียบ หมายถึง การที่ยอมรับนวัตกรรมรู้สึกว่าการที่นวัตกรรม นั้นดีกว่า มีประโยชน์มากกว่าสิ่งเก่า ๆ หรือวิธีปฏิบัติเก่าที่นวัตกรรมนั้นเข้ามาแทนที่ การวัด ประโยชน์เชิงเทียบอาจวัดในแง่เศรษฐกิจหรือในแง่อื่น ๆ ก็ได้ เช่น ความเชื่อถือของสังคม เกียรติยศ ความสะดวกสบายในการทำงาน เป็นต้น

1.2 ความเข้ากันได้ หมายถึง การที่ยอมรับนวัตกรรมรู้สึกว่าการที่นวัตกรรมนั้นเข้ากันได้ กับค่านิยมที่เป็นอยู่ เข้ากันได้กับความเชื่อทางสังคมและวัฒนธรรม ทศนคติ ความคิดหรือ ประสบการณ์เกี่ยวกับนวัตกรรมในอดีต ตลอดจนความต้องการของคน เป็นนวัตกรรมที่เข้ากับ ค่านิยมและบรรทัดฐานของสังคม

1.3 ความสลับซับซ้อน หมายถึง ระดับความยากง่ายตามความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายผู้รับนวัตกรรมในการที่จะเข้าใจหรือนำนวัตกรรมไปใช้ นวัตกรรมใดมีความ สลับซับซ้อน ยากต่อการเข้าใจและการใช้งาน นวัตกรรมนั้นก็จะได้รับการยอมรับช้า

1.4 การนำไปทดลองใช้ได้ หมายถึง ระดับที่นวัตกรรมสามารถนำไปทดลองใช้ นวัตกรรมใดที่สามารถแบ่งเป็นส่วนเพื่อนำไปทดลองใช้ จะได้รับการยอมรับเร็วกว่านวัตกรรมซึ่ง ไม่สามารถแบ่งไปทดลองใช้ได้ ทั้งนี้เพราะนวัตกรรมที่สามารถนำไปทดลองใช้ได้นี้ จะช่วยลด ความรู้สึกเสี่ยงต่อการยอมรับนวัตกรรมมาใช้ของกลุ่มเป้าหมายให้น้อยลง

1.5 การสังเกตเห็นผลได้ หมายถึง ระดับที่ผลของนวัตกรรมสามารถเป็นสิ่ง ที่สังเกตเห็นผลได้ ผลของนวัตกรรมที่สามารถสังเกตเห็นได้ง่ายและสามารถสื่อความหมายให้แก่ กลุ่มเป้าหมายได้ง่ายจะได้รับการยอมรับมากกว่านวัตกรรมที่สังเกตเห็นผลยาก ดังนั้นการทำให้ กลุ่มเป้าหมายยอมรับในนวัตกรรมทางด้านความคิด จึงทำได้ยากกว่าทำให้ยอมรับในนวัตกรรม ทางด้านวัตถุ จากแนวคิดด้านคุณลักษณะของนวัตกรรมได้ชี้ให้เห็นว่า การที่บุคคลจะยอมรับ นวัตกรรมใดมาใช้บุคคลนั้นจะพิจารณาถึงคุณลักษณะของนวัตกรรมตามแนวความคิดดังกล่าว ก่อนที่จะตัดสินใจรับนวัตกรรมมาใช้ และคุณลักษณะของนวัตกรรมเหล่านี้ไม่สามารถระบุได้ว่า คุณลักษณะข้อใดมีความสำคัญกว่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทและเนื้อหาของนวัตกรรมนั้น ๆ

นอกจาก Rogers และ Shoemaker แล้วผู้ที่กล่าวถึงคุณลักษณะของนวัตกรรมที่มีผลต่อการยอมรับ คือ Mathew B. Miles (อ้างโดย กนกวรรณ แสงจันทร์, 2 545) กล่าวถึงคุณสมบัติของนวัตกรรมที่มีผลต่อการยอมรับไว้ ดังนี้

1.1 ค่าใช้จ่ายในการจัดหา และการใช้นวัตกรรมนั้นต้องไม่แพงจนเกินไป นวัตกรรมใดที่อาศัยการลงทุนสูง สิ้นเปลืองแรงงานและเวลามากจะไม่ค่อยได้รับความนิยม ค่าใช้จ่ายเหล่านั้นอาจจะก่อให้เกิดหนี้สินในเรื่องค่าใช้จ่ายในการดูแลบำรุงรักษา โดยปกติแล้ว นวัตกรรมมักจะถูกเพ่งเล็งในด้านการลงทุนมาก โดยเฉพาะนวัตกรรมที่ใช้ในเชิงพาณิชย์ ดังนั้น หากการบำรุงรักษาลำบากและในการใช้ต้องมีค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องจะได้รับการยอมรับค่อนข้างลำบากกว่านวัตกรรมอื่น ๆ

1.2 ความสะดวกในการใช้นวัตกรรม เป็นสิ่งที่กำหนดได้ว่านวัตกรรมนั้น ๆ จะเป็นที่ยอมรับของสังคมมากน้อยเพียงใด ด้านนวัตกรรมนั้นไม่สามารถนำมาใช้ดำเนินการในการทำงานได้โดยสะดวก นวัตกรรมนั้น ๆ ก็ยากที่จะเป็นที่ยอมรับได้

1.3 เป็นนวัตกรรมสำเร็จรูป นวัตกรรมสำเร็จรูปเป็นชุด มีอุปกรณ์การใช้ครบถ้วน สมบูรณ์จะเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้งานได้ดีกว่าและเร็วกว่านวัตกรรมที่แยกออกเป็นส่วน ๆ ในการใช้ โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ก็เช่นกัน หากผู้ใช้ต้องหาโปรแกรมต่าง ๆ มาประกอบหรือติดตั้งเพิ่มเติมเพื่อใช้งานเองก็จะได้รับการยอมรับค่อนข้างยาก

1.4 ความง่ายของการใช้นวัตกรรม หากนวัตกรรมที่นำมาใช้นั้นยาก ต้องการเวลาในการเรียนรู้ฝึกฝน การยอมรับก็ย่อมต้องลดน้อยลง แต่หากเป็นนวัตกรรมที่ใช้ง่าย จะได้รับการยอมรับมากกว่า ทั้งนี้รวมถึง การมีคู่มือการใช้งาน การให้ความช่วยเหลือต่าง ๆ หากเกิดปัญหา

1.5 ความสอดคล้องกับลักษณะสังคม หากนวัตกรรมที่สร้างขึ้นมีลักษณะต่างจากสังคมที่ใช้นวัตกรรมนั้นมาก ๆ จะมีผลต่อการไม่ยอมรับนวัตกรรมนั้น เนื่องจากนวัตกรรมใดก็ตามที่มีลักษณะเดียวกับสังคมนั้นจะทำให้เกิดการยอมรับมากกว่านวัตกรรมที่แตกต่างหรือแปลกใหม่สำหรับสังคมมากเกินไป คือ นวัตกรรมที่สร้างขึ้นต้องมีความสอดคล้องกับสังคม

2. ปัจจัยเกี่ยวกับผู้รับนวัตกรรม

การที่บุคคลจะยอมรับนวัตกรรมหรือไม่ ปัจจัยหนึ่งก็คือตัวของผู้รับนวัตกรรมนั่นเอง เพราะถึงแม้ว่านวัตกรรมและเทคโนโลยีจะมีลักษณะที่ดีและเหมาะสมเพียงใด แต่ผู้รับนวัตกรรมนั้นไม่มีความพร้อมที่จะยอมรับและปฏิบัติ นวัตกรรมนั้นก็ไร้ความหมาย ปัจจัยเกี่ยวกับผู้รับนวัตกรรมนั้น ได้แก่

2.1 สถานภาพทางเศรษฐกิจสังคม (Socioeconomic) ผลงานวิจัยเป็นจำนวนมากที่ศึกษาภูมิหลังของประชากรที่เกี่ยวกับสถานภาพทางเศรษฐกิจ สังคมของตัวบุคคลว่าจะมีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีหรือไม่ ซึ่งการวิจัยส่วนใหญ่จะเน้นศึกษานวัตกรรมหรือเทคโนโลยีเฉพาะเรื่อง และผลการวิจัยส่วนใหญ่ก็มีแนวโน้มแสดงว่าสถานภาพทางเศรษฐกิจ ได้แก่ เพศ การศึกษา รายได้ ฐานะทางเศรษฐกิจ อาชีพ ตลอดจนการมีตำแหน่งเป็นผู้นำในสังคมล้วนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ ซึ่งจากการศึกษาของ Rogers และ Shoemaker สรุปได้ว่า ในด้านสถานะทางสังคมนั้น ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วมีสถานภาพทางสังคมสูงกว่า มีรายได้และทรัพย์สินมากกว่า มีอาชีพดีกว่าและมีระดับการดำรงชีวิตที่ดีกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า อีกทั้งจะเป็นเจ้าของทรัพย์สินในสิ่งที่เป็นหน่วยใหญ่กว่า และมีการกระทำที่ใช้ความเชื่อชาญฉลาดมากกว่า ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า

2.2 คุณลักษณะของบุคลิกภาพ (Personality) เป็นลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลที่ได้รับการสั่งสมกันมาตั้งแต่เล็กจนโต จากการหล่อหลอมของครอบครัว ขนบธรรมเนียมประเพณี จนกระทั่งถึงสถาบันการศึกษา เป็นส่วนที่ทำให้เกิดบุคลิกภาพ เช่น อาจจะเป็นคนที่อ่อนโยน แข็งกระด้าง การยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น การต่อต้านสังคม เป็นต้น ลักษณะทางบุคลิกภาพย่อมเป็นส่วนที่เกื้อหนุนหรือต่อต้านการยอมรับนวัตกรรม

Rogers ได้ให้ความหมายของคำว่า อัตราการยอมรับ (Rate of Adoption) คือ ความเร็วที่สัมพันธ์กันกับการยอมรับของสมาชิกในระบบสังคมนั้น อัตราการยอมรับปกติจะวัดจากความยาวนานของเวลาและเปอร์เซ็นต์ของสมาชิกของระบบสังคม ในการยอมรับนวัตกรรมนั้นมีการแบ่งบุคคลตามความเร็วเข้าในการยอมรับนวัตกรรมได้เป็น 5 พวก ดังแสดงในตารางที่ 1 คือ

- | | |
|--|-------------------|
| 1. พวกนำการเปลี่ยนแปลง (Innovators) | ประมาณร้อยละ 2.5 |
| 2. พวกที่ยอมรับเร็ว (Early Adopters) | ประมาณร้อยละ 13.5 |
| 3. พวกที่ยอมรับเร็วปานกลาง (Early Majority) | ประมาณร้อยละ 34.0 |
| 4. พวกที่ยอมรับช้า (Late Majority) | ประมาณร้อยละ 34.0 |
| 5. พวกที่ยอมรับช้าที่สุด (Late Adopters or Laggards) | ประมาณร้อยละ 6.0 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 คุณลักษณะและพฤติกรรมของผู้ยอมรับนวัตกรรม

ประเภทของผู้รับ	ค่านิยม	คุณลักษณะส่วนตัว	พฤติกรรมการสื่อสาร ความรู้	ความสัมพันธ์ทาง สังคม
ผู้นำการยอมรับ (Innovators) 2.5%	ค่านิยมการกล้าได้ กล้าเสีย	อายุน้อยที่สุด และมี สถานภาพทางสังคม เศรษฐกิจสูงที่สุดและ มักมีความสามารถ เฉพาะทางสูงมาก	มีการติดต่อและความ สัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับ แหล่งความรู้ทางวิทย มีปฏิสัมพันธ์กับผู้นำ การยอมรับคนอื่น ๆ สามารถที่จะใช้แหล่ง ความรู้ที่มีใช้บุคคล มากกว่าคนอื่น	เป็นผู้นำทางด้าน ความคิดเห็นใน บางครั้ง และมีการ ติดต่อกว้างขวาง
ผู้ยอมรับเร็ว (Early Adopters) 13.5 %	มักได้รับการยกย่อง และนับถือจากคน อื่น และ เป็น แบบอย่างแก่คน ทั่วไป	สถานภาพทางสังคม อยู่ในระดับสูงและมี ความสามารถเฉพาะ ทางสูง	มีการติดต่อระหว่าง ผู้นำสูง	เป็นผู้นำทางด้าน ความคิดเฉพาะใน หน่วยของตน
ผู้ยอมรับปานกลาง (Early Majority) 34%	มักสุขุมรอบคอบจะ ยอมรับก็ต่อเมื่อ บุคคลคนในกลุ่ม เคียวกับตนได้ ยอมรับไปแล้ว	สถานภาพทางด้าน สังคม เศรษฐกิจอยู่ใน ระดับธรรมดา	มีการติดต่อระหว่าง ผู้นำบ้างพอสมควร	เป็นผู้นำทางด้าน ความคิดบ้างบาง โอกาส
ผู้ยอมรับค่อนข้างช้า (Late Majority) 34%	มักระแวง สงสัย ก่อนจะยอมรับ	สถานภาพทางสังคม ค่อนข้างต่ำ	มักได้รับอิทธิพลด้าน ความคิดจากบุคคลอื่น และใช้ประโยชน์จาก การติดต่อสื่อสารน้อย	ไม่ชอบที่จะแสดง ความคิดเห็น
ผู้ยอมรับช้า (Laggards) 16%	ยึดมั่นในประเพณี ดั้งเดิมติดฝังอยู่แต่ ในอดีต	มีความถนัดเฉพาะ เล็กน้อยมีสถานภาพ ทางสังคมต่ำ	การติดต่อสื่อสารโดย ส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่ม เพื่อนและญาติ	การแสดงความ เป็นผู้นำน้อยมาก และมักจะเก็บตัว

ที่มา : เสาวลักษณ์, 2545

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ปัจจัยทางด้านระบบสังคม

ระบบสังคม คือหน่วยที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการแก้ปัญหาาร่วมกัน เพื่อให้เกิดความสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย เมื่อพูดถึงระบบสังคมเราศึกษาไปถึงคุณสมบัติเฉพาะของบุคคลที่อยู่ในระบบนั้น ดังนั้นระบบสังคมจะประกอบไปด้วยความสัมพันธ์ที่เกิดระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคลหรือองค์กร ซึ่งประกอบกันเป็นโครงสร้างของสังคม ดังที่ วาทิต ระถิ (2531) กล่าวว่า ลักษณะโครงสร้างทางสังคม ได้แก่ สถานภาพทางสังคมของบุคคล แบบอย่างของพฤติกรรมที่เป็นที่ยอมรับของสมาชิกในสังคม ซึ่งนับว่ามีอิทธิพลต่อการยอมรับอย่างยิ่ง กล่าวคือ บุคคลที่มีลักษณะยึดติดกับวัฒนธรรม ธรรมเนียม ประเพณีดั้งเดิม ไม่คุ้นเคยกับการตัดสินใจอาศัยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ไม่อาจเชื่อมโยงผลที่เกิดจากการทดลองใช้นวัตกรรมไปยังการปฏิบัติจริง ลังเลไม่กล้าตัดสินใจด้วยตนเอง การยอมรับนวัตกรรมจะช้ากว่าบุคคลที่อยู่ในสังคมแบบทันสมัย มีค่านิยมที่เอื้ออำนวยต่อการเปลี่ยนแปลงและการยอมรับสิ่งใหม่

4. ปัจจัยทางการติดต่อสื่อสาร

ความแตกต่างในด้านพฤติกรรมการสื่อสาร ผู้ยอมรับนวัตกรรมในฐานะที่เป็นสมาชิกของสังคม จะมีพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างตนเองกับบุคคลอื่น ๆ ในสังคมที่ต่างกัน ซึ่งจากการศึกษาของ Rogers และ Shoemaker พบว่าตัวแปรทางด้านพฤติกรรมการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรม ได้แก่ การมีส่วนร่วมในสังคมของผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วจะมีส่วนร่วมและเข้าเป็นส่วนหนึ่งของสังคมได้ดีกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า ด้านความเป็นสากล ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วจะไม่ผูกพันกับท้องถิ่นมากนักและมักมีกลุ่มอ้างอิงเป็นบุคคลภายนอกสังคม อีกทั้งผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วจะมีการเข้าถึงสื่อมวลชน การแสวงหาข่าวสาร และมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมมากกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมช้า

กระบวนการยอมรับนวัตกรรม

ในการแพร่กระจายนวัตกรรมไปสู่สังคมนั้น นวัตกรรมจะถูกนำไปใช้หรือยอมรับโดยบุคคล Rogers (อ้างโดย สุวรรณ นิมเจริญ, 2543) ได้สรุปทฤษฎีและรายงานการวิจัยเกี่ยวกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรม 5 ขั้นตอน ดังนี้คือ

1. ขั้นตื่นตัวหรือรับทราบ (Awareness) เป็นขั้นแรกที่บุคคลรับรู้ว่ามีความคิดใหม่ สิ่งใหม่ หรือวิธีปฏิบัติใหม่ ๆ เกิดขึ้นแล้ว นวัตกรรมมีอยู่จริงแต่ยังไม่มีข้อมูลรายละเอียดของสิ่งนั้นอยู่

2. ขั้นสนใจ (Interest) เป็นขั้นที่บุคคลจะรู้สึกสนใจในนวัตกรรมนั้นทันทีที่เขาเห็นว่าตรงกับปัญหาที่เขาประสบอยู่หรือตรงกับความสนใจ และจะเริ่มหาข้อเท็จจริงและข่าวสารมากขึ้น โดยอาจสอบถามจากเพื่อนซึ่งได้เคยทดลองทำมาแล้ว หรือเสาะหาความรู้จากผู้ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมนั้น ๆ เพื่อสนองตอบความอยากรู้อยากเห็นของตนเอง

3. ขั้นประเมินผล (Evaluation) ในขั้นตอนนี้บุคคลจะพิจารณาว่า นวัตกรรมนั้นจะมีความเหมาะสมกับเขาหรือไม่ จะให้ผลคุ้มค่าเพียงใด หลังจากที่ได้ศึกษานวัตกรรมนั้นมาระยะหนึ่งแล้ว นวัตกรรมนั้นมีความยากและข้อจำกัดสำหรับเขาเพียงใด และจะปรับให้เข้ากับสถานการณ์ได้อย่างไร แล้วจึงตัดสินใจว่าจะทดลองใช้ความคิดใหม่ ๆ นั้นหรือไม่

4. ขั้นทดลอง (Trial) เป็นขั้นตอนที่บุคคลได้ผ่านการไตร่ตรองมาแล้วและตัดสินใจที่จะทดลองปฏิบัติตามความคิดใหม่ ๆ ซึ่งอาจทดลองเพียงบางส่วนหรือทั้งหมด การทดลองปฏิบัตินี้เป็นเพียงการยอมรับนวัตกรรมชั่วคราว เพื่อดูผลว่าควรตัดสินใจยอมรับโดยถาวรหรือไม่

5. ขั้นยอมรับปฏิบัติ (Adoption) ถ้าการทดลองของบุคคลได้ผลเป็นที่น่าพอใจ ก็จะยอมรับความคิดใหม่ ๆ อย่างเต็มที่และขยายการปฏิบัติออกไปเรื่อย ๆ อย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งนวัตกรรมนั้นกลายเป็นวิธีการที่เขายึดถือปฏิบัติโดยถาวรต่อไป ซึ่งถือเป็นขั้นสุดท้ายของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างถาวร

ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการยอมรับนี้ได้มีการนำแนวคิดไปใช้อย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวางแผน โครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอ การใช้และการประเมินผล เทคโนโลยีใหม่ ๆ สำหรับคนกลุ่มต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม บุคคลยอมรับนวัตกรรมไปแล้วก็มีโอกาสที่จะเลิกการยอมรับนวัตกรรมได้เช่นเดียวกัน

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Description Research) และการศึกษาเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งเน้นถึงการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ และการยอมรับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ของผู้ประกอบการขนาดย่อม

กลุ่มประชากรเป้าหมาย

กลุ่มประชากรเป้าหมายที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่ใช้โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ ของบริษัทแกรนด์ แพลนเน็ต เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด จากรายชื่อร้านค้าที่ลงทะเบียนเปิดร้านค้าออนไลน์กับบริษัท จำนวน 95 ร้าน และทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อการศึกษาครั้งนี้เป็นจำนวน 54 ร้าน โดยผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ผู้ประกอบการขนาดย่อมที่ประกอบธุรกิจต่าง ๆ ซึ่งมีผลการสำรวจจากศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ว่ามีการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขั้นก้าวหน้ามากที่สุด ดังนี้ ธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ธุรกิจคอมพิวเตอร์ ธุรกิจเครื่องนุ่งห่มและเครื่องสำอาง ธุรกิจขายดอกไม้ ธุรกิจหัตถกรรม ของขวัญและของแต่งบ้าน ธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง ธุรกิจอัญมณี ธุรกิจบันเทิง ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจหนังสือและสิ่งพิมพ์ และธุรกิจอื่น ๆ

การออกแบบการวิจัย

เพื่อให้ทราบลักษณะทั่วไปของผู้ถูกสัมภาษณ์ ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ และการยอมรับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ของผู้ประกอบการขนาดย่อม โดยการศึกษาข้อมูลในส่วนนี้ จะใช้การสำรวจภาคสนามด้วยการออกแบบสอบถาม จากการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ และเอกสารวิชาการต่าง ๆ

แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นแหล่งข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการ โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ โดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านคุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านคุณลักษณะของโปรแกรม ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง ส่วนที่ 4 การยอมรับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ และส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ แนวทางในการปรับปรุงและแก้ปัญหาของการใช้โปรแกรม โดยใช้ช่วงเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2550 – เดือนมกราคม พ.ศ. 2551

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นแหล่งข้อมูลที่ได้จาก เอกสารอ้างอิงทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ วารสาร ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และข้อมูลจากผู้ให้บริการ โปรแกรม คือ บริษัทแกรนด์แพลนเน็ต เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด

การกำหนดแบบจำลอง ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา และสถิติที่ใช้วิเคราะห์ผล
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยเรื่องการยอมรับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ของผู้ประกอบการขนาดย่อม จากแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถนำมาเป็นกรอบ และแนวทางในการศึกษาวิจัย จึงได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาตามแผนภาพที่ 1 ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการยอมรับการใช้งานโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ตัวแปรด้านประชากรที่ศึกษา ประกอบด้วยตัวแปรการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ รูปแบบการบริหารธุรกิจ และปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ตัวแปรด้านปัจจัยทางคุณลักษณะของโปรแกรม ประกอบด้วย ลักษณะการชำระค่าบริการโปรแกรม และระดับความถี่ของการเกิดปัญหาเนื่องจากการใช้งานโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ ตัวแปรปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อม ประกอบด้วยจำนวนครั้งที่ได้รับการอบรม จำนวนครั้งของการขอความช่วยเหลือจากฝ่ายเทคนิคของผู้ให้บริการ และระดับของการช่วยเหลือจากฝ่ายเทคนิค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ การยอมรับการใช้งานโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์โดยกำหนดให้มี 4 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ไม่ยอมรับ กลุ่มที่มีการยอมรับในระดับน้อย กลุ่มที่มีการยอมรับในระดับปานกลาง และกลุ่มที่มีการยอมรับในระดับมาก

กรอบที่ใช้ในการวัดค่า

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1.1 ปัจจัยทางคุณลักษณะของประชากร ประกอบด้วย

- ระดับการศึกษาของผู้ประกอบการ วัดจากค่าจริงเป็นระดับการศึกษาสูงสุดในวันสัมภาษณ์ ให้มีมาตรวัดเป็นแบบเรียงลำดับ
- ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบการ วัดจากค่าจริง มีหน่วยเป็นบาท ให้มีมาตรวัดเป็นแบบเรียงลำดับ
- ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ วัดจากค่าจริงนับตั้งแต่เริ่มกิจการจนถึงปัจจุบัน มีหน่วยเป็นปีและนำมาจัดกลุ่มข้อมูลให้มีมาตรวัดเป็นแบบเรียงลำดับ
- รูปแบบการบริหารธุรกิจ วัดจากค่าจริง เป็นจำนวนผู้เป็นเจ้าของธุรกิจ ให้มีมาตรวัดเป็นแบบเรียงลำดับ
- ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ก่อนการใช้โปรแกรม ให้มีมาตรวัดแบบเรียงลำดับ

1.2 ปัจจัยทางคุณลักษณะของโปรแกรม ให้มีมาตรวัดแบบเรียงลำดับ

- ลักษณะการชำระค่าบริการโปรแกรม
- ระดับความถี่ในการเกิดปัญหาเนื่องจากการใช้งานโปรแกรม

1.3 ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อม วัดจากค่าจริงและนำมาจัดกลุ่มข้อมูลให้มีมาตรวัดแบบเรียงลำดับ ประกอบด้วย

- จำนวนครั้งที่ได้รับการอบรมจากผู้ให้บริการ
- จำนวนครั้งที่ขอความช่วยเหลือจากผู้ให้บริการ
- ระดับของการให้ความช่วยเหลือจากฝ่ายเทคนิคของผู้ให้บริการ

2. ตัวแปรตาม ได้แก่

การยอมรับการใช้งานโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ ของผู้ประกอบการขนาดย่อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมุติฐานของการศึกษา

ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ สามารถแยกเป็นสมมุติฐานได้ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 ปัจจัยทางประชากร ได้แก่ ตัวแปรระดับการศึกษา ระดับรายได้ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ รูปแบบการบริหารธุรกิจ และปัญหาในการดำเนินธุรกิจ มีผลต่อการยอมรับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์

สมมุติฐานที่ 2 ปัจจัยทางคุณลักษณะของโปรแกรม ได้แก่ ลักษณะการชำระค่าบริการ โปรแกรม และระดับความถี่ของการเกิดปัญหาเนื่องจากการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ มีผลต่อการยอมรับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์

สมมุติฐานที่ 3 ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อม ได้แก่ จำนวนครั้งที่ได้รับการอบรม จำนวนครั้งของการขอความช่วยเหลือจากฝ่ายเทคนิคของผู้ให้บริการ และระดับของการช่วยเหลือจากฝ่ายเทคนิคที่ผู้ใช้โปรแกรมได้รับเมื่อเกิดปัญหา มีผลต่อการยอมรับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ จะนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูล และทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows โดยมีการวิเคราะห์ ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบการบรรยาย การนำเสนอข้อมูลในรูปของตาราง การคำนวณ และตีความหมาย รวมทั้งระเบียบวิธีวิจัยเบื้องต้นเกี่ยวกับความหมาย การคำนวณหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแจกแจงความถี่ เพื่อจะศึกษาถึงข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้งาน โปรแกรม ลักษณะการใช้งานของโปรแกรม และข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้งาน ซึ่งจะทำการทราบถึงลักษณะโดยรวมของผู้ใช้งาน

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทำการทดสอบสมมุติฐานการวิจัย โดยใช้สถิติ Chi-Square ของ Pearson เพื่อดูความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ตัวแปรด้านประชากร ตัวแปรด้านคุณลักษณะของโปรแกรม และตัวแปรด้านสภาพแวดล้อม ที่มีผลต่อตัวแปรตาม คือ การยอมรับการใช้งาน โปรแกรม โดยดูระดับความเชื่อมั่นหรือค่านัยสำคัญ (Significant) ที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อสร้างร้านค้าออนไลน์

บริษัทแกรนด์ แพลนเน็ต เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด

บริษัทแกรนด์ แพลนเน็ต เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด เป็นบริษัทที่ให้บริการเกี่ยวกับเว็บไซต์ บริการสร้างธุรกิจเว็บไซต์สำเร็จรูปหรือร้านค้าออนไลน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการสร้างผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรืออีคอมเมิร์ซในการเริ่มต้นสร้างธุรกิจออนไลน์ ให้มีความเข้าใจพื้นฐานความรู้ด้านต่าง ๆ ตั้งแต่เริ่มแรก รวมถึงวิธีการ เทคนิค และกลยุทธ์ต่าง ๆ

บริษัทแกรนด์ แพลนเน็ต เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ก่อตั้งโดย คุณทรงยศ คันธมานนท์ ซึ่งเป็นบุคคลที่มีประสบการณ์ทางด้านอินเทอร์เน็ตมาเป็นเวลานาน จึงได้เห็นความก้าวหน้าและการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของอินเทอร์เน็ตมาโดยตลอด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้งานเว็บไซต์ต่าง ๆ ซึ่งมีการเพิ่มจำนวนขึ้นเป็นอย่างมากในปัจจุบัน เนื่องจากความสะดวกในการใช้งานและง่ายในการค้นหาข้อมูล อย่างไรก็ตามจากข้อมูลที่ได้ศึกษาพบว่า ปัจจุบันมีเว็บไซต์จำนวนมากเปิดขึ้นและปิดตัวลงไปในระยะเวลาไม่นาน เนื่องจากปัญหาของการพัฒนาเว็บไซต์ส่วนใหญ่คือ เรื่องเนื้อหาและความยุ่งยากทางเทคนิคต่าง ๆ ที่ทำให้เจ้าของเว็บไซต์หรือเว็บมาสเตอร์ส่วนใหญ่ไม่สามารถดูแลและจัดการให้เว็บไซต์ก้าวหน้าไปได้ในระยะยาว ทำให้เว็บไซต์ดังกล่าวปิดตัวลงหรือตายไป (ไม่เคลื่อนไหวหรือไม่พัฒนาต่อ) รวมทั้งยังมีผู้ประกอบการอีกเป็นจำนวนมากที่ต้องการมีเว็บไซต์เป็นของตนเอง แต่ไม่มีความพร้อมทางด้านความรู้ เวลา และค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง จึงทำให้ไม่สามารถทำการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อใช้ดำเนินธุรกิจขึ้นมาได้

คุณทรงยศและทีมงานซึ่งมีความเชี่ยวชาญทางการออกแบบเว็บไซต์จึงได้คิดค้นและพัฒนาเทคโนโลยีระบบเว็บไซต์สำเร็จรูปหรือระบบร้านค้าออนไลน์พร้อมใช้งานขึ้นมา ในปี 2543 และเริ่มเปิดบริการในช่วงแรกซึ่งเป็นช่วงทดลองประมาณเดือนมีนาคม พ.ศ. 2544 หลังจากที่ระบบเว็บไซต์สำเร็จรูปทำงานได้เป็นอย่างดีและเริ่มมีผู้สนใจสมัครใช้บริการเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ คุณทรงยศจึงได้ตัดสินใจพัฒนาและเพิ่มทุนเว็บสำเร็จรูป ReadyPlanet.com ลงสู่ตลาดไอทีอย่างเต็มรูปแบบ เมื่อเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2544 เพื่อจะได้ทำการพัฒนาระบบให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในปี 2548 บริการของเรคดี แพลนเน็ต คอทคอม (ReadyPlanet.com) มีส่วนแบ่งการตลาดของระบบร้านค้าออนไลน์ถึง 55 เปอร์เซ็นต์ของตลาดโดยรวม ปัจจุบันถือได้ว่าบริษัทแกรนด์ แพลนเน็ต เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด เป็นผู้ให้บริการระบบการสร้างร้านค้าออนไลน์รายใหญ่ที่สุดในประเทศ โดยมีสมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก

เป้าหมายในระยะยาว ทางบริษัทมีความคิดที่จะพัฒนาธุรกิจอินเทอร์เน็ตของไทยให้สามารถก้าวไกลไปในระดับโลก เพื่อเป็นการสนับสนุนและเสริมสร้างศักยภาพให้คนไทย รวมถึงธุรกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดเล็ก (SME) ของไทยให้เจริญก้าวหน้าสามารถแข่งขันได้กับต่างประเทศ

ความเป็นมาของโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อสร้างร้านค้าออนไลน์

ในช่วงปี 2000 เป็นปีที่วงการไอทีเพิ่งจะผ่านวิกฤตการณ์ระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งโดยส่วนใหญ่ก็ผ่านไปได้ด้วยดีแทบไม่ค่อยพบปัญหาสำคัญใดๆ สำหรับวงการอินเทอร์เน็ตในช่วงนั้นกำลังได้รับความนิยมอย่างสูง มีเว็บไซต์เกิดขึ้นมากมาย การโฆษณาออนไลน์ได้รับความนิยม เว็บไซต์ที่มีคนเข้าเว็บจำนวนมากต่อวัน สามารถจะทำได้เป็นจำนวนมากจากการขายโฆษณา หลายๆ เว็บไซต์มีผู้สนใจซื้อกิจการต่อเป็นจำนวนเงินหลายล้านบาท บางเว็บไซต์เป็นหลักหลายสิบล้าน ประกอบกับในช่วงนั้นมีเงินทุนจากต่างประเทศเริ่มเข้ามาลงทุนทำธุรกิจคอทคอมในประเทศไทยจำนวนมาก ทำให้มีผู้สนใจอยากมีเว็บไซต์ของตนเองเพิ่มขึ้น รวมทั้งตัวคุณทรงยศ คันธมานนท์ ประธานบริษัทแกรนด์ แพลนเน็ต เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด ที่เกิดความสนใจและพัฒนาเว็บไซต์ของตนเองขึ้นมา แต่หลังจากได้ทำการพัฒนาเว็บไซต์ก็ได้พบกับความยุ่งยากหลายด้าน ทั้งทางด้านความสวยงามของเว็บไซต์ การจัดการด้านเนื้อหาของเว็บไซต์ หรือการเขียน โปรแกรมในบางส่วนของเว็บไซต์เพื่อผลลัพธ์ที่ต้องการ เช่น ระบบเว็บบอร์ด ระบบแสดงสินค้า ระบบตะกร้าสินค้าแบบฟอร์มติดต่อกลับ รวมทั้งปัญหาการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ให้มีผู้เข้าเยี่ยมชม ทำให้คุณทรงยศรู้สึกว่าการทำเว็บไซต์ให้ประสบความสำเร็จไม่ใช่เรื่องง่าย เนื่องจากผู้พัฒนาเว็บไซต์ส่วนใหญ่มุ่งเน้นแต่การจัดทำเว็บไซต์และไม่ได้ทำการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ คุณทรงยศจึงเกิดความสนใจบริการเกี่ยวกับบริการจัดทำเว็บไซต์ ที่ช่วยให้มีเว็บไซต์ได้โดยไม่ต้องทำเอง เพียงแต่มีแนวความคิดและมีเวลาประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ ซึ่งในช่วงนั้นบริการเกี่ยวกับเว็บไซต์ ที่ใกล้เคียงกับความต้องการของคุณทรงยศ มีเพียงแต่เครื่องมือสร้างเว็บออนไลน์ เช่น geocities.com หรือบริการอื่นๆ ที่ใกล้เคียงกัน ระบบการสร้างเว็บไซต์ในช่วงนั้นยังมีความสามารถที่ทำอะไรได้ไม่มากซึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำเป็นต้องออกแบบเว็บไซต์และจัดทำองค์ประกอบแทบทั้งหมด จึงไม่ค่อยแตกต่างกับการใช้โปรแกรม Frontpage หรือ Dreamweaver ดังนั้นคุณทรงยศจึงได้เริ่มให้บริการโปรแกรมเว็บไซต์สำเร็จรูปหรือเว็บไซต์อัตโนมัติ ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกกับผู้ประกอบการที่ต้องการมีเว็บไซต์เป็นของตนเอง แต่เขียนโปรแกรมเพื่อสร้างไม่เป็น โดยมีรูปแบบที่สำเร็จรูปหรือโปรแกรมอัตโนมัติในการสร้างเว็บไซต์ ผู้ใช้งานเพียงใส่ข้อมูลลงในแบบฟอร์มที่ต้องการกรอก ระบบก็จะทำงานให้โดยอัตโนมัติ ผู้กรอกข้อมูลไม่ต้องเขียนโปรแกรมเพื่อสร้างเว็บไซต์ด้วยตนเอง ทำให้ผู้ที่มีพื้นฐานทางคอมพิวเตอร์บ้างเล็กน้อยก็สามารถที่จะทำได้ พร้อมทั้งให้ชื่อบริการว่า ReadyPlanet.com บริการเว็บสำเร็จรูปพร้อมใช้



ภาพที่ 2 โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์

ที่มา : www.readyplanet.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อสร้างร้านค้าออนไลน์

โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อสร้างร้านค้าออนไลน์ เป็นโปรแกรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำเร็จรูปที่ทำงานบนระบบออนไลน์ซึ่งสามารถช่วยสร้างร้านค้าที่พร้อมขายสินค้าบนอินเทอร์เน็ต ได้ภายในระยะเวลาไม่นาน ทั้งนี้โดยอาศัยการทำงานของโปรแกรมที่ทำงานร่วมกับระบบฐานข้อมูล ทำให้ระบบสามารถจัดสร้างหน้าร้าน หน้าแสดงสินค้าและหน้าที่แสดงรายละเอียดอื่น ๆ เช่น หน้าแสดงข้อมูลจำเพาะของร้านค้า (About Us) หน้าจัดรายการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หน้าแสดงนโยบายการจัดส่งสินค้า การคืนสินค้า หรือการขายต่าง ๆ ซึ่งโปรแกรมจะเป็นระบบที่ช่วยในการสร้างร้านค้า ระบบตะกร้า ระบบคำนวณค่าขนส่ง ระบบรับชำระเงิน ระบบส่งเสริมการตลาด และระบบรายงานผลการขายได้โดยอัตโนมัติ

องค์ประกอบของโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อสร้างร้านค้าออนไลน์

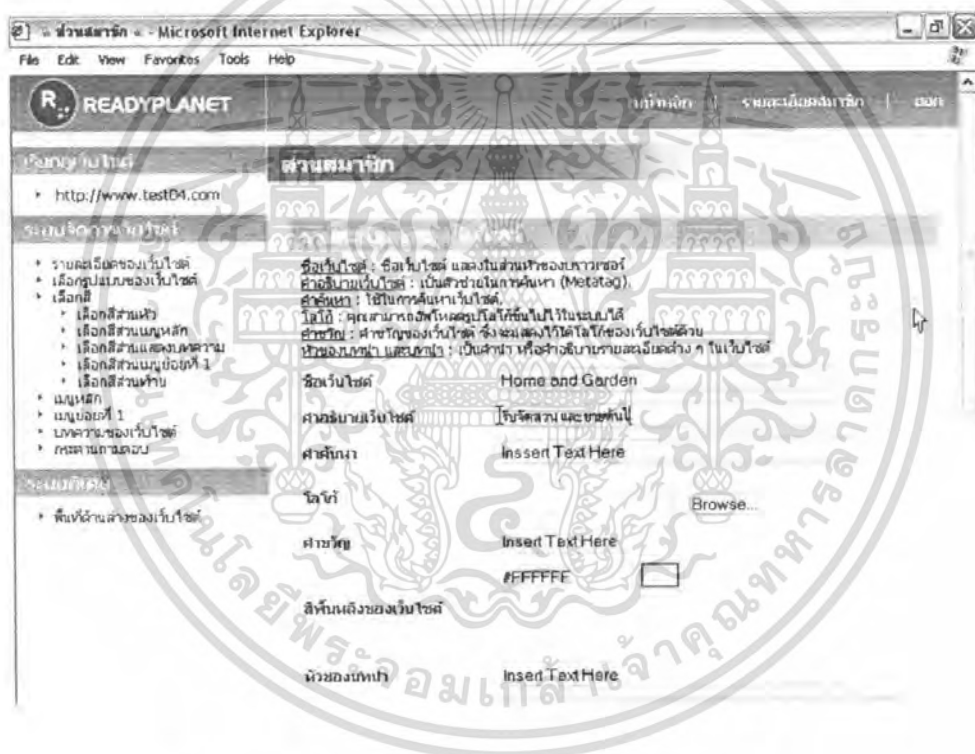
องค์ประกอบที่สำคัญของโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อสร้างร้านค้าออนไลน์ที่ทำให้ระบบสามารถทำงานได้ตามวัตถุประสงค์ มีดังนี้

1. ส่วนลงทะเบียนเพื่อเปิดร้าน

เป็นหน้าจอที่มีแบบฟอร์มสำหรับรับข้อมูลเบื้องต้น เช่น ชื่อร้าน ชื่อผู้เป็นเจ้าของร้านค้า หมายเลขโทรศัพท์ ที่อยู่ของร้านค้า และอีเมล เป็นต้น ซึ่งในส่วนนี้จะทำงานร่วมกับระบบชำระเงินค่าสมาชิก ซึ่งหากชำระเงินด้วยบัตรเครดิต โดยเมื่อบัตรผ่านการอนุมัติวงเงิน ระบบก็จะทำงานเปิดร้านให้โดยอัตโนมัติ โดยมีการกำหนดร้านค้าและรหัสผ่านให้ทันที ทำให้ผู้ที่ประสงค์จะเปิดร้านค้าสามารถทำการเปิดร้านได้ภายในเวลาไม่กี่นาที

2. ส่วนรับข้อมูลเพื่อการควบคุมรูปแบบการทำงานและข้อมูลทั่วไป

หลังจากร้านถูกเปิดขึ้น โดยอัตโนมัติแล้ว ระบบจะนำข้อมูลผู้ลงทะเบียนเข้าสู่แบบฟอร์มการกรอกข้อมูลเพิ่มเติมของร้านค้าโดยละเอียด ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาของร้าน นโยบายการขาย นโยบายการส่งเสริมการตลาด นโยบายการคืนสินค้า นโยบายการส่งมอบสินค้า และนโยบายในสิ่งที่ร้านค้าไม่รับผิดชอบ หรือที่เรียกว่า Disclaimer

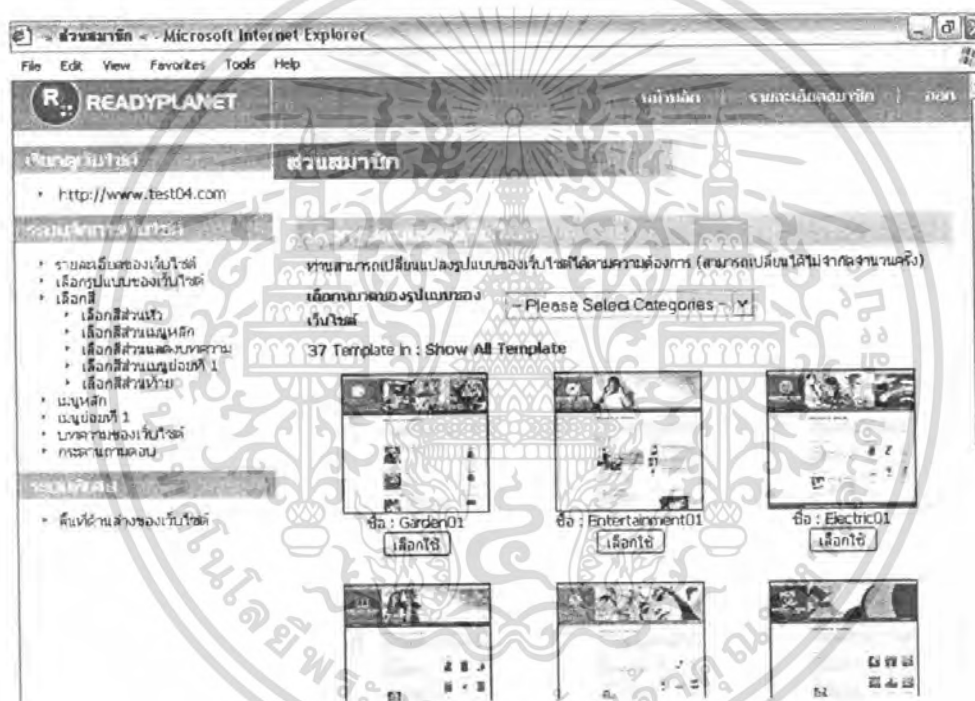


ภาพที่ 3 หน้าจอใส่รายละเอียดและแก้ไขข้อมูลของร้านค้าออนไลน์
ที่มา : www.readyplanet.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ส่วนที่ควบคุมรูปแบบร้านค้า

นอกจากนี้ ยังมีส่วนที่ควบคุมรูปแบบร้านค้าอีกด้วย อันได้แก่ การเลือกรูปแบบของร้านค้า การเลือกระบบตะกร้าสินค้า หรือ Shopping Cart การเลือกรูปแบบของการคำนวณการขนส่ง (เช่น คำนวณก่อน หรือคำนวณหลังการซื้อสินค้า เป็นต้น) การเลือกบริษัทขนส่ง การเลือกระบบชำระเงิน รวมทั้งการกำหนดหมวดหมู่ของสินค้าด้วย



ภาพที่ 4 หน้าจอการเลือกรูปแบบของร้านค้าออนไลน์
ที่มา : www.readyplanet.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ส่วนรับข้อมูลสินค้า

ความจริงแล้วส่วนนี้จะทำงานร่วมกับสองส่วน คือ ส่วนแรกทำงานร่วมกับการกำหนดหมวดหมู่ของสินค้าที่กระทำไว้แล้ว ในส่วนที่ 2 และอีกส่วนหนึ่งคือ การกำหนดคุณลักษณะของสินค้าซึ่งเป็นส่วนย่อยที่แยกระบบไว้ต่างหาก ซึ่งจะต้องมีการเข้าไปกำหนดลักษณะไว้เสียก่อนก่อนที่จะเข้ามาเพิ่มเติมข้อมูลในส่วนของสินค้า เพราะคุณลักษณะที่เพิ่มเติมไว้นี้ จะเป็นตัวเลือกให้แก่สินค้าแต่ละตัว

ระบบร้านค้า / จัดการสินค้า		ข้อมูลประชาสัมพันธ์	ระบบชำระเงิน
		อ. เก็บสินค้า	อ. เก็บหมวดหมู่
<ul style="list-style-type: none"> ☑ Suction Blast Machines (6) <ul style="list-style-type: none"> ☑ Standard Machines (3) ☑ Custom Made Machines (3) ☑ Dust Collector System (1) ☑ Pressure Blast Machines (2) ☑ Mass Finishing Machines (3) ☑ Abrasive & Blasting Media (11) 			
[Suction Blast Machines] สินค้าทั้งหมด 6 รายการ			
ชนิด	ชื่อสินค้า		รายละเอียด
<input type="checkbox"/> Turn-Table Type [unit]	Turn-Table Type		Suitable for componen...
<input type="checkbox"/> Roller Type [unit]	Roller Type		Using autom... to control ...
<input type="checkbox"/> Glass Etching Machine [unit]	Glass Etching Machine		The Glass Et... glass et ...
<input type="checkbox"/> BP-100 [unit]	SUCTION BLAST MACHINE [Model : BP-100]		The blasting parts or ...
<input type="checkbox"/> SD-550 [unit]	SUCTION BLAST MACHINE [Model : SD-550]		The suction blast die ...
<input type="checkbox"/> SD-800 / 1000 / 1200 [unit]	SUCTION BLAST MACHINE [Model : SD-800 / 1000 / 1200]		The suction blast die ...

ภาพที่ 5 หน้าจอการจัดการสินค้า

ที่มา : www.readyplanet.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ส่วนปรับปรุงข้อมูลการซื้อขายสินค้า

ในส่วนนี้จะเป็นการรวบรวมข้อมูลการซื้อขายสินค้าที่ถูกค้าเข้ามาทั้งหมด ซึ่งผู้ที่เป็นเจ้าของร้านค้าสามารถเข้าไปปรับปรุงข้อมูลได้ เช่น ในกรณีสินค้าหมด ไม่สามารถจัดส่งได้หรือแจ้งความคืบหน้าในการดำเนินการให้แก่ผู้ซื้อทราบ เป็นต้น ซึ่งหากมีการจัดส่งสินค้าไปแล้วผู้ที่เป็นเจ้าของร้านก็ควรที่จะทำการแจ้งเลขขนส่ง ให้ผู้ซื้อทราบด้วย เพื่อที่ผู้ซื้อจะได้ไปตรวจสอบกับบริษัทขนส่งสินค้าได้ว่า สินค้าไปถึงจุดใดแล้ว ในส่วนนี้ นอกจากจะมีการอนุญาตให้เข้าไปตรวจสอบข้อมูลการสั่งซื้อหรือปรับปรุงข้อมูลแล้ว ระบบยังมีการอนุญาตให้ลบข้อมูลที่ไม่ถูกต้องออกด้วย เพื่อจะได้ไม่ถูกนำไปรวมในการแสดงรายงานผลสถิติ ซึ่งอาจจะนำมาซึ่งการตีความหมายผิดพลาดได้

6. ส่วนแสดงสถิติการขายสินค้า

ส่วนนี้ จะทำงานร่วมกับส่วนรับข้อมูลสินค้า นั่นคือ เป็นการนำเอาข้อมูลด้านการขายทั้งหมดมาแสดงผลในเชิงสถิติ เช่น แสดงยอดขายรายเดือน แยกตามปริมาณการขาย หรือ สินค้าแต่ละประเภทที่ขาย เป็นต้น ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะทำให้เจ้าของร้านค้าทราบความเคลื่อนไหวโดยตลอดว่าสินค้าตัวใดขายดีหรือไม่ดี ควรมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอย่างไร

การบริหารร้านค้าด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อสร้างร้านค้าออนไลน์

กล่าวกันว่า การสร้างร้านค้าเพื่อเปิดทำการขายสินค้าบนเว็บไซต์นั้น ความจริงแล้วดูเหมือนมีเรื่องจะต้องเตรียมมากมาย แต่ในทางปฏิบัติจริงนั้น สิ่งที่ยุ่งยากซับซ้อนมากกว่าคือการดูแลบำรุงรักษา และปรับตัวตามสภาพที่เปลี่ยนแปลงทางการตลาด ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความยุ่งยากซับซ้อนมาก เพราะอย่างน้อยก็จะต้องมีการปรับแต่งให้ทันสมัย หรือให้เว็บดึงดูดความสนใจอยู่เสมอ ในขณะเดียวกัน เมื่อตรวจพบความต้องการของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไป ก็ต้องสามารถดำเนินการในเรื่องนี้ได้อย่างรวดเร็ว มิฉะนั้นแล้วก็จะสูญเสียลูกค้าให้กับคู่แข่งได้

1. การปรับปรุงข้อมูลและความถี่ในการปรับปรุง

ข้อมูลสำคัญที่ร้านค้าต้องปรับปรุงอยู่เสมออย่างสม่ำเสมอ ก็คือ รายการสินค้าและเวลา ซึ่งควรจะเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ทางการตลาด โดยทั่ว ๆ ไปแล้ว ก็ต้องมีการนำเสนอสินค้าใหม่ ออกมาเป็นระยะ ๆ เพราะกล่าวกันว่าทุกครั้งที่ถูกค้าเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ ลูกค้าเหล่านั้นควรจะได้คุณค่าหรือประสบการณ์ใหม่เพิ่มขึ้นด้วย

2. การเลือกรูปแบบร้าน

ความจริงแล้วในภาคปฏิบัติ เรื่องของรูปแบบร้านค้านั้น ไม่ใช่สิ่งสำคัญมากนัก เมื่อเทียบกับสินค้าและราคาที่น่ามาเสนอขาย ทั้งนี้เพราะรูปแบบทั่วไปขอเพียงเรียบง่าย คุดิและน่าเชื่อถือ ก็ถือว่าเพียงพอแล้ว และที่สำคัญมากกว่านั้นก็คือสามารถดาวน์โหลดภาพและข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งโดยทั่วไปจะต้องไม่เกิน 30 วินาที ต้องสารลดดาวน์โหลดลงมาได้หมด

3. การรับคำสั่งซื้อและการดำเนินการ

เมื่อได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าแล้ว ควรจะมีการตรวจสอบคำสั่งซื้อให้ดีเสียก่อนว่า การซื้อนั้นสมเหตุสมผลหรือไม่ เช่น ลูกค้าที่สั่งซื้อมาเป็นลูกค้าของร้านค้ามาก่อนหรือไม่ หรือเป็นผู้ซื้อที่อยู่ในประเทศหรือต่างประเทศที่สมเหตุสมผลแก่การสั่งซื้อหรือไม่ อีเมลที่ใช้เป็นอีเมลฟรีหรือไม่

4. การปรับปรุงข้อมูลเมื่อขายได้

ในที่นี้หมายถึง การเข้าไปปรับปรุงข้อมูลเพื่อแจ้งความคืบหน้าในการดำเนินการ เช่น ขณะนี้ท่านอยู่ในระหว่างการผลิต หรือได้จัดส่งสินค้าออกไปแล้ว ด้วยการขนส่งใด เลขที่ใบขนส่ง หมายเลขใด ลูกค้าจะสามารถไปติดตามได้ที่ใด เพราะหากปล่อยให้ลูกค้ารอคอยเป็นเวลานานโดยไม่ทราบข่าวคราวใด ๆ จากร้านค้าก็อาจจะส่งผลให้ลูกค้ายกเลิกบัตรเครดิตของตนได้

5. การส่งมอบสินค้า

ในทางปฏิบัติปัญหาที่พบมากที่สุด คือ การที่หีบห่อไม่ได้มาตรฐาน เช่น ไม่ได้ห่อหุ้มวัสดุกันกระแทกที่แข็งแรงพอ ทำให้สินค้าแตกหัก ส่งผลให้เกิดความเสียหายมากเพราะนอกจากสูญเสียสินค้าแล้ว ก็ยังต้องเสียค่าขนส่งไปโดยเปล่าประโยชน์ หรืออาจต้องส่งสินค้าพร้อมค่าขนส่งใหม่ไปซดเซยอีก แต่ที่สำคัญกว่านั้น คือ จะสูญเสียความไว้วางใจจากลูกค้า ทำให้เสียโอกาสทางการตลาดที่น่าจะมีอีกในอนาคต

6. การติดตามลูกค้าเมื่อส่งมอบสินค้า

เมื่อส่งสินค้าให้บริษัทขนส่งไปดำเนินการจัดส่งแล้ว ใจว่าผู้ที่เป็นเจ้าของร้านจะหมดหน้าที่ เพราะการติดตามหรือให้บริการหลังการขายสินค้านั้นถือว่ามีความสำคัญยิ่ง ทั้งนี้เนื่องจากการค้าบนระบบอินเทอร์เน็ตจะเป็นการค้าแบบตัวต่อตัว ซึ่งจะต้องให้ความสำคัญดูแลลูกค้าทุกคนเป็นอย่างดี เพราะลูกค้าเหล่านั้นจะกลับมาซื้อสินค้าอีกและก็สามารถบอกต่อให้มีการซื้อเพิ่มอีกได้

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการศึกษาการยอมรับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ของผู้ประกอบการขนาดย่อม ได้แบ่งการวิเคราะห์ผลการศึกษออกเป็น 5 ส่วนดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งาน ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ ส่วนที่ 3 ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ ส่วนที่ 4 การยอมรับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ และส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะในสิ่งที่ผู้ใช้งานโปรแกรมต้องการเพิ่มเติม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งาน

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์พบว่า เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.6 ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 75.9 ในด้านประเภทธุรกิจพบว่า ธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.2 รองลงมาได้แก่ ธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 16.7 ธุรกิจหัตถกรรม ของขวัญและของแต่งบ้าน คิดเป็นร้อยละ 14.8 ส่วนธุรกิจอื่น ๆ ได้แก่ ธุรกิจรับซ่อมนาฬิกา ออกแบบและตกแต่งภายใน และผลิตภัณฑ์อาหาร รวมกันคิดเป็นร้อยละ 11.1 กลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 65,000 บาท และมีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.2 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ส่วนใหญ่ประมาณ 1-4 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.6 ผู้ประกอบการโดยส่วนใหญ่ยังมีการนำโปรแกรมมาใช้เพื่อดำเนินธุรกิจในระยะเวลาไม่นานนัก นั่นคือ ระยะเวลาประมาณ 2-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.2 และระยะเวลาน้อยกว่าหนึ่งปีถึงหนึ่งปี คิดเป็นร้อยละ 33.3 รูปแบบการบริหารธุรกิจของผู้ประกอบการเกินกว่าครึ่งหนึ่งเป็นเจ้าของเพียงคนเดียว รองลงมาคือ เป็นเจ้าของกิจการร่วมกันสองคน คิดเป็นร้อยละ 25.9 และมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ สูงมากที่สุดถึงร้อยละ 68.5 รองลงมาคือ ปัญหาด้านความน่าเชื่อถือจากลูกค้า คู่ค้า หรือตัวแทนจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 25.9 (ตารางที่ 2)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 ร้อยละของลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (N = 54)

ลักษณะ	ร้อยละ
เพศ	
ชาย	44.4
หญิง	55.6
ระดับการศึกษา	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	1.9
ปริญญาตรี	75.9
ปริญญาโท	22.2
ประเภทธุรกิจ	
ค้าปลีก ค้าส่ง	22.2
การท่องเที่ยว	16.7
หัตถกรรม ของขวัญ และของแต่งบ้าน	14.8
ธุรกิจอื่น ๆ	11.1
(ผลิตภัณฑ์อาหาร ซ่อมนาฬิกา ออกแบบและตกแต่ง รับจัดทำแอนิเมชัน)	
เครื่องนุ่งห่มและเครื่องสำอาง	7.4
อัญมณี	7.4
บันเทิง	5.6
หนังสือ และสิ่งพิมพ์	5.6
คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์เสริม	3.7
ร้านอาหาร	3.7
ขายดอกไม้	1.9
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	
ไม่เกิน 45,000 บาท	22.2
45,001 – 55,000 บาท	9.3
55,001 – 65,000 บาท	16.7
มากกว่า 65,000 บาท	51.9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ลักษณะ	ร้อยละ
ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	
1 – 4 ปี	56.6
5 ปีขึ้นไป	43.4
ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ โดยใช้โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์	
น้อยกว่า 1 ปี	33.3
2 – 3 ปี	35.2
4 – 5 ปี	20.4
มากกว่า 5 ปี	11.1
รูปแบบการบริหารธุรกิจ	
เจ้าของธุรกิจคนเดียว	53.7
เจ้าของธุรกิจ 2 คน	25.9
เจ้าของธุรกิจตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป	20.4
ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ก่อนการใช้โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์	
เงินลงทุน	5.6
การตลาด และการประชาสัมพันธ์	68.5
ความน่าเชื่อถือจากลูกค้า คู่ค้า หรือตัวแทนจำหน่าย	25.9
รวม	100.0

ผู้ประกอบการใหม่หรือผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจไม่เกิน 4 ปี ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับการนำร้านค้าออนไลน์มาใช้ในการดำเนินธุรกิจมากกว่าผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลานาน พิจารณาจากผลการศึกษา จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการใหม่ซึ่งดำเนินธุรกิจเป็นระยะเวลา 1-2 ปี แทบทั้งหมด มีการนำร้านค้าออนไลน์มาใช้พร้อม ๆ กับการเริ่มดำเนินธุรกิจ คือใช้ร้านค้าออนไลน์ประมาณ 1 ปี และผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจประมาณ 3-4 ปี โดยส่วนใหญ่มีการนำร้านค้าออนไลน์มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เป็นระยะเวลาไม่เกิน 3 ปี (ตารางที่ 3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจกับระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจโดยใช้ร้านค้าออนไลน์ (N = 54)

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจโดยใช้ร้านค้าออนไลน์				รวม
	น้อยกว่า 1 - 1 ปี	2-3 ปี	4-5 ปี	มากกว่า 5 ปี	
1-2 ปี	12 (100.0)	0 -	0 -	0 -	12 (100.0)
3-4 ปี	5 (26.3)	10 (52.6)	4 (21.1)	0 -	19 (100.0)
5-6 ปี	1 (10.0)	4 (40.0)	4 (40.0)	1 (10.0)	10 (100.0)
7 ปีขึ้นไป	0 -	5 (38.5)	3 (23.1)	5 (38.5)	13 (100.0)
รวม	18 (33.3)	19 (35.2)	11 (20.4)	6 (11.1)	54 (100.0)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของโปรแกรมที่ผู้ประกอบการใช้งาน

ค่าใช้จ่ายในการใช้โปรแกรม

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้โปรแกรมส่วนใหญ่มีการชำระค่าบริการ 1 ปี ซึ่งมีอัตราไม่ต่างกันมากนักกับผู้ชำระค่าบริการเป็นราย 2 ปี และมีการใช้โปรแกรมแพ็คเกจ Bronze มากที่สุด ทั้งในผู้ชำระค่าบริการ 1 ปี ราคา 3,300 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.6 และผู้ชำระค่าบริการ 2 ปี ราคา 4,700 บาท ร้อยละ 24.1 รองลงมาคือ แพ็คเกจ Silver โดยผู้ชำระค่าบริการ 1 ปี ราคา 8,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.7 และผู้ชำระค่าบริการ 2 ปี ราคา 13,500 บาท ร้อยละ 18.5 (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้โปรแกรม

รายการ	ร้อยละ
ลักษณะการชำระค่าบริการ (N = 54)	
ชำระค่าบริการ 1 ปี	53.7
ชำระค่าบริการ 2 ปี	46.3
ค่าใช้จ่ายในการใช้โปรแกรม 1 ปี (N = 29)	
Bronze 3,300 บาท	29.6
Silver 8,500 บาท	16.7
Gold 18,500 บาท	1.9
Vela Commerce 9,500 บาท	5.6
ค่าใช้จ่ายในการใช้โปรแกรม 2 ปี (N = 25)	
Bronze 4,700 บาท	24.1
Silver 13,500 บาท	18.5
Gold 22,900 บาท	1.9
Vela Commerce 14,500 บาท	1.9

ฟังก์ชันของโปรแกรม ที่ผู้ใช้งานนำมาพิจารณาในการเลือกใช้โปรแกรม

กลุ่มตัวอย่างนำฟังก์ชันของโปรแกรม ด้านการได้รับ โดเมนเนมเป็นของตนเอง และในด้าน จำนวนรูปแบบร้านค้าและความสวยงามของรูปแบบร้านค้า มาพิจารณาเพื่อเลือกใช้โปรแกรมในระดับมากที่สุด

ขนาดพื้นที่การใช้งาน อีเมลที่ใช้ชื่อ โดเมนเนมต่อท้าย แบบฟอร์มติดต่อกลับ ระบบรายงาน สถิติผู้เข้าชม และระบบแสดงสินค้า กลุ่มตัวอย่างนำมาพิจารณาเพื่อเลือกใช้โปรแกรมในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างนำฟังก์ชันของโปรแกรม ด้านบริการลงทะเบียนรับข้อมูลข่าวสาร ระบบเว็บ บอร์ด บริการป้ายโฆษณา ระบบตะกร้าสินค้า ระบบ POP Mail ระบบสมาชิก และระบบอัลบั้มรูป มาพิจารณาเพื่อเลือกใช้โปรแกรมในระดับปานกลาง (ตารางที่ 5)

การใช้บริการเสริมจากบริษัทผู้ให้บริการโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานโปรแกรม ใช้บริการเสริมจากบริษัทผู้ให้บริการโปรแกรมในด้านการ โปรโมทเว็บไซต์ผ่านทาง Search Engine เช่น Google, Yahoo มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.9 รองลงมาคือ การเข้าอบรมหลักสูตรต่าง ๆ ของบริษัท ร้อยละ 27.8 และ การให้บริการโลโก้สำเร็จรูป ร้อยละ 25.9 ส่วนในด้าน ชุดตราสัญลักษณ์ทางธุรกิจ และ ระบบการชำระเงินออนไลน์ผ่านผู้ให้บริการ กลุ่มตัวอย่างใช้บริการค่อนข้างน้อย คือร้อยละ 5.6 และร้อยละ 1.9 ตามลำดับ (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 5 ร้อยละของระดับการพิจารณาเลือกใช้โปรแกรมของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามฟังก์ชันของโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ (N = 54)

ฟังก์ชันของโปรแกรม	ระดับการพิจารณาฟังก์ชันของโปรแกรม เพื่อเลือกใช้โปรแกรม					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. ขนาดพื้นที่การใช้งาน	18.5	42.6	31.5	7.4	0	100
2. การได้โดเมนเนมของตนเอง	48.1	44.4	5.6	1.9	0	100
3. จำนวนรูปแบบร้านค้าและความสวยงามของรูปแบบร้านค้า	51.9	40.7	7.4	0	0	100
4. อีเมลที่ใช้ชื่อ โดเมนเนมต่อท้าย	16.7	44.4	31.5	3.7	3.7	100
5. การสร้างแบบฟอร์มติดต่อกลับ	16.7	46.3	25.9	9.3	1.9	100
6. การลงทะเบียนรับข้อมูลข่าวสาร	16.7	27.8	46.3	7.4	1.9	100
7. ระบบเว็บบอร์ด	20.4	22.2	44.4	11.1	1.9	100
8. ระบบรายงานสถิติผู้เข้าชม	22.2	57.4	20.4	0	0	100
9. บริการป้ายโฆษณา	13.0	31.5	50.0	5.6	0	100
10. ระบบแสดงสินค้า	37.0	38.9	20.4	1.9	1.9	100
11. ระบบตะกร้าสินค้า	25.9	25.9	31.5	7.4	9.3	100
12. ระบบ POP Mail	0	37.0	46.3	9.3	7.4	100
13. ระบบสมาชิก	11.1	29.6	51.9	1.9	5.6	100
14. ระบบอัลบั้มรูป	16.7	27.8	53.7	0	1.9	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 6 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการใช้บริการเสริมจากบริษัทผู้ให้บริการ (N = 54)

การใช้บริการเสริมจากบริษัทผู้ให้บริการ โปรแกรม	ไม่ใช้	ใช้	รวม
โลโก้สำเร็จรูป	74.1	25.9	100
ชุดตราสัญลักษณ์ธุรกิจ	94.4	5.6	100
หลักสูตรอบรมจากทางบริษัท	72.2	27.8	100
ระบบการชำระเงินออนไลน์กับผู้ให้บริการ PaysBuy	98.1	1.9	100
การโปรโมทเว็บไซต์ผ่านทาง Search Engine เช่น Google , Yahoo	61.1	38.9	100

รูปแบบการชำระเงินของร้านค้าออนไลน์

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่าง โดยส่วนใหญ่มีรูปแบบการชำระเงินของร้านค้าออนไลน์ โดยการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร ถึงร้อยละ 74.1 รองลงมาคือการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต ซึ่งมีอัตราเท่ากับ การชำระเงินกับพนักงานโดยตรง ร้อยละ 25.9 ส่วนการชำระเงินผ่านผู้ให้บริการ PaysBuy และการโอนเงินผ่านไปรษณีย์มีอัตราส่วนน้อยมาก ร้อยละ 1.9 (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรูปแบบการชำระเงินของร้านค้าออนไลน์ (N = 54)

รูปแบบการชำระเงินของร้านค้าออนไลน์	ไม่ใช้	ใช้	รวม
ชำระเงินออนไลน์ผ่านบัตรเครดิต	74.1	25.9	100
ชำระเงินออนไลน์ผ่านผู้ให้บริการ (PaysBuy)	98.1	1.9	100
ชำระเงินโดยการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร	25.9	74.1	100
ชำระเงินโดยการโอนเงินผ่านไปรษณีย์	98.1	1.9	100
ชำระเงินกับพนักงาน โดยตรง	74.1	25.9	100

ความถี่ของปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้งานโปรแกรม

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเกินกว่าครึ่งหนึ่งประสบกับปัญหาจากการใช้งานโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ มีความถี่ในระดับนาน ๆ ครั้ง ไม่เคยพบปัญหาจากการใช้งานเลย ร้อยละ 24.1 พบปัญหาจากการใช้งานมีความถี่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 13 ส่วนการพบปัญหาจากการใช้งานโปรแกรมมีความถี่ในระดับบ่อยมาก ร้อยละ 3.7 (ตารางที่ 8)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ของปัญหาที่เกิดจากการใช้งาน (N = 54)

ความถี่ของปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้งาน โปรแกรม	ร้อยละ
ไม่เคย	24.1
นาน ๆ ครั้ง	59.3
ปานกลาง	13.0
บ่อยมาก	3.7
รวม	100

ปัญหาที่พบจากการใช้งานโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างถึงครึ่งหนึ่งมีปัญหา คือไม่เข้าใจวิธีการหรือขั้นตอนการใช้งาน โปรแกรม รองลงมา ปัญหาที่เกี่ยวกับเครือข่ายขัดข้องหรือช้าไม่สามารถใช้งานได้ คิดเป็นร้อยละ 31.5 ปัญหาด้านโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์หรือบริการเสริมอื่น ๆ ไม่สนับสนุนกับระบบปฏิบัติการของเครื่องคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 5.6 และปัญหาด้านอื่น ๆ เช่น รูปแบบของร้านค้าที่บริษัทมีให้ยังไม่ตรงกับความต้องการใช้งานของผู้ประกอบการบางประเภทธุรกิจ และระบบ e-mail ขัดข้องใช้งานไม่ได้ คิดเป็นร้อยละ 3.7 (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัญหาที่พบจากการใช้งาน โปรแกรม (N = 54)

ปัญหาที่พบจากการใช้งานโปรแกรม	ไม่พบ	พบ	รวม
ไม่เข้าใจวิธีการ หรือขั้นตอนการใช้งานโปรแกรม	50.0	50.0	100
เครือข่ายขัดข้อง หรือช้าไม่สามารถใช้งานได้	68.5	31.5	100
โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์หรือบริการเสริมอื่น ๆ	94.4	5.6	100
ไม่สนับสนุนกับระบบปฏิบัติการของเครื่องคอมพิวเตอร์ อื่น ๆ ได้แก่	96.3	3.7	100
รูปแบบร้านค้าที่มีให้เลือกไม่ตรงกับความต้องการใช้งาน ระบบ e-mail มีปัญหา ไม่สามารถใช้งานได้			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีแก้ปัญหา เมื่อเกิดปัญหาจากการใช้งานโปรแกรม

เมื่อพบปัญหาจากการใช้งาน กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่จะใช้วิธีแก้ปัญหาโดยการปรึกษาเจ้าหน้าที่ของบริษัท คิดเป็นร้อยละ 70.4 รองลงมาจะทำการค้นคว้าด้วยตนเอง ร้อยละ 14.8 และปรึกษาผู้ที่มีความรู้ หรือเคยใช้โปรแกรม ร้อยละ 3.7 (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิธีการแก้ปัญหา (N = 54)

ปัญหาที่พบจากการใช้งาน โปรแกรม	ไม่ใช้	ใช้	รวม
ค้นคว้าด้วยตนเอง	85.2	14.8	100
ปรึกษาผู้ที่มีความรู้ / เคยใช้โปรแกรม	96.3	3.7	100
ปรึกษาเจ้าหน้าที่ของบริษัท	29.6	70.4	100

ส่วนที่ 3 ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์

ความสนใจในหลักสูตรการอบรมของบริษัทผู้ให้บริการ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่าง โดยส่วนใหญ่ มีความสนใจในหลักสูตรการอบรมต่าง ๆ จากบริษัทผู้ให้บริการ โดยให้ความสนใจหลักสูตรการอบรมเรื่องเทคนิคการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ในสัดส่วนที่มากที่สุด ถึงร้อยละ 68.5 รองลงมาคือหลักสูตรเรื่องเทคนิคการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ผ่าน Google และการพัฒนาเว็บไซต์ให้ประสบความสำเร็จซึ่งมีสัดส่วนเท่ากัน ร้อยละ 59.3 และเทคนิคการปรับแต่งเว็บไซต์ มีผู้สนใจร้อยละ 51.9 (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสนใจหลักสูตรการอบรมของบริษัท (N = 54)

หลักสูตรการอบรม	ไม่สนใจ	สนใจ	รวม
เทคนิคการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์	31.5	68.5	100
เทคนิคการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ผ่าน Google	40.7	59.3	100
การพัฒนาเว็บไซต์ให้ประสบความสำเร็จ	40.7	59.3	100
เทคนิคการปรับแต่งเว็บไซต์ ReadyPlanet	48.1	51.9	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเข้ารับการฝึกอบรม และการขอความช่วยเหลือจากบริษัทผู้ให้บริการ

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยเข้ารับการฝึกอบรมจากบริษัทผู้ให้บริการ โดยมีผู้ที่เคยเข้ารับการฝึกอบรมเพียงร้อยละ 38.9 แบ่งเป็น การเข้ารับการฝึกอบรมจำนวน 1 ครั้ง ร้อยละ 25.9 และการเข้ารับการฝึกอบรมจำนวน 2 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 11.1 หลังได้รับการอบรมแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจในหลักสูตรการอบรมในระดับปานกลางและระดับเข้าใจมาก เป็นสัดส่วนที่เท่ากัน ร้อยละ 16.7 และมีความเข้าใจการอบรมในระดับเล็กน้อย ร้อยละ 3.7

ในด้านของการขอความช่วยเหลือจากฝ่ายเทคนิคของบริษัท ส่วนใหญ่เคยขอความช่วยเหลือ คิดเป็นร้อยละ 81.5 โดยการขอความช่วยเหลือจำนวน 2 ครั้ง 3 ครั้ง และ 4 ครั้งขึ้นไปมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือ ไม่เกินร้อยละ 25 และครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างได้รับความช่วยเหลือจากฝ่ายเทคนิคของผู้ให้บริการในระดับปานกลาง ได้รับความช่วยเหลือในระดับสูง ร้อยละ 29.6 ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่มีความเห็นว่า บริษัทผู้ให้บริการมีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำหรือช่วยเหลืออย่างพอเพียง ร้อยละ 88.9 ส่วนที่เห็นว่าไม่พอเพียง ร้อยละ 11.1 (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเข้ารับการฝึกอบรมจากบริษัทและการขอความช่วยเหลือจากบริษัทผู้ให้บริการ

รายการ	ร้อยละ
การเข้ารับการฝึกอบรมจากบริษัทผู้ให้บริการ โปรแกรม (N = 54)	
เคย	38.9
ไม่เคย	61.1
จำนวนครั้งของการเข้ารับการอบรม (N = 20)	
1 ครั้ง	25.9
2 ครั้ง ขึ้นไป	11.1
ความเข้าใจในการเข้ารับการอบรม (N = 20)	
เข้าใจเล็กน้อย	3.7
เข้าใจปานกลาง	16.7
เข้าใจมาก	16.7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 12 (ต่อ)

รายการ	ร้อยละ
การขอความช่วยเหลือจากฝ่ายเทคนิคของบริษัทผู้ให้บริการ (N = 54)	
เคย	81.5
ไม่เคย	18.5
จำนวนครั้งของการขอความช่วยเหลือ (N = 44)	
1-3 ครั้ง	56.6
4 ครั้งขึ้นไป	43.4
ระดับของการให้ความช่วยเหลือจากฝ่ายเทคนิคของผู้ให้บริการ (N = 43)	
ได้รับความช่วยเหลือในระดับปานกลาง	50.0
ได้รับความช่วยเหลือในระดับสูง	29.6
ความพอใจในการมีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำ หรือช่วยเหลือ (N = 54)	
ไม่พอใจ	11.1
พอใจ	88.9

ส่วนที่ 4 การยอมรับการใช้งานโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์

วัตถุประสงค์ในการสร้างร้านค้าออนไลน์

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการสร้างร้านค้าออนไลน์เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาด เป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 51.9 มีวัตถุประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าและลดต้นทุนการบริหารจัดการ เป็นอันดับที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 37 และร้อยละ 38.9 ตามลำดับ ส่วนวัตถุประสงค์ในด้านการประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้เป็นวัตถุประสงค์เพื่อการสร้างร้านค้าเป็นลำดับที่ 2 ร้อยละ 37 ส่วนวัตถุประสงค์ในการสร้างร้านค้าออนไลน์เป็นลำดับสุดท้าย คือเพื่อตามกระแสนิยมและความทันสมัย ร้อยละ 64.8 (ตารางที่ 13)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับการเพิ่มขึ้นของยอดขายของธุรกิจเนื่องจากร้านค้าออนไลน์

ในด้านของความเห็นว่าการสร้างร้านค้าออนไลน์มีส่วนทำให้ยอดขายของธุรกิจเพิ่มขึ้นในระดับใด ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าร้านค้าออนไลน์มีส่วนทำให้ยอดขายของธุรกิจเพิ่มขึ้นมากกว่า 20% คิดเป็นร้อยละ 61.1 และที่มีความเห็นว่าร้านค้าออนไลน์ทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นในระดับ 6-10% ร้อยละ 18.5 ส่วนที่มีความเห็นว่าการสร้างร้านค้าออนไลน์ไม่มีผลต่อยอดขายกับมีส่วนทำให้ยอดขายของธุรกิจเพิ่มเพียง 1-5% มีสัดส่วนเท่ากัน ร้อยละ 7.4 (ตารางที่ 14)

ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่เห็นว่า ได้รับประโยชน์จากการใช้โปรแกรมเพื่อการสร้างร้านค้าออนไลน์ในด้านรูปแบบร้านค้ามีความสวยงาม น่าเชื่อถือ ด้านระบบใช้งานได้ง่าย และด้านความสะดวก ไม่ต้องลงโปรแกรมอื่นเพิ่มที่เครื่องคอมพิวเตอร์ ในระดับมาก

ส่วนการได้รับประโยชน์ในด้านการประหยัดเวลา ใช้เวลาน้อยในการสร้างร้านค้าออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าได้รับประโยชน์ในระดับมากที่สุด (ตารางที่ 15)

การยอมรับการใช้งานโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานทั้งหมด มีการยอมรับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ โดยส่วนใหญ่มีระดับการยอมรับในระดับยอมรับ คิดเป็นร้อยละ 63 มีการยอมรับในระดับยอมรับมาก ร้อยละ 35.2 และการยอมรับในระดับยอมรับน้อย ร้อยละ 1.9 (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 13 ร้อยละของลำดับความสำคัญของวัตถุประสงค์เพื่อการสร้างร้านค้าออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง (N = 54)

วัตถุประสงค์	ลำดับความสำคัญ					
	1	2	3	4	5	รวม
เพิ่มช่องทางการตลาด	51.9	31.1	7.4	9.3	0	100
อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า	11.1	22.2	37.0	29.6	0	100
ลดต้นทุนการบริหารจัดการ	9.3	3.7	38.9	16.7	31.5	100
ประชาสัมพันธ์สินค้า / บริการ	27.8	37.0	3.7	27.8	3.7	100
ตามกระแสนิยมและความทันสมัย	0	5.6	13.0	16.7	64.8	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตเห็น่าใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 14 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามยอดขายที่เพิ่มขึ้น (N = 54)

ยอดขายของธุรกิจเพิ่มขึ้น	ร้อยละ
ไม่เพิ่ม	7.4
1 – 5%	7.4
6 – 10%	18.5
11 – 15%	5.6
มากกว่า 20%	61.1
รวม	100.0

ตารางที่ 15 ร้อยละของระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้โปรแกรม (N = 54)

ประโยชน์ที่ได้รับ	ระดับความคิดเห็น				รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	
รูปแบบร้านค้ามีความสวยงาม น่าเชื่อถือ	16.7	57.4	22.2	3.7	100
ระบบใช้งานได้ง่าย	24.1	53.7	22.2	0	100
มีความสะดวก ไม่ต้องลงโปรแกรมเพิ่ม	42.6	46.3	11.1	0	100
ประหยัดเวลา ใช้เวลาน้อยในการสร้างร้าน	42.6	40.7	14.8	1.9	100

ตารางที่ 16 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการยอมรับการใช้งาน โปรแกรม (N = 54)

การยอมรับ	ร้อยละ
ยอมรับน้อย	1.9
ยอมรับ	63.0
ยอมรับมาก	35.2
รวม	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานโปรแกรม

การทดสอบความสัมพันธ์ที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ กับตัวแปรปัจจัยทางประชากร ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ รูปแบบการบริหารธุรกิจ และปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ปัจจัยทางคุณลักษณะของโปรแกรม ได้แก่ ลักษณะการชำระค่าบริการ โปรแกรม และความถี่ในการเกิดปัญหาเนื่องมาจากการใช้งาน โปรแกรม ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการใช้งาน ได้แก่ จำนวนครั้งที่ได้รับการอบรม จำนวนครั้งที่ขอความช่วยเหลือจากฝ่ายเทคนิคของผู้ให้บริการ และระดับการช่วยเหลือจากฝ่ายเทคนิคของผู้ให้บริการเมื่อมีปัญหา

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานโปรแกรม

จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรกับการยอมรับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์พบว่า การศึกษา ระดับรายได้ของผู้ประกอบการ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ รูปแบบการบริหารธุรกิจ และปัญหาในการดำเนินธุรกิจก่อนการใช้ร้านค้าออนไลน์ ไม่มีผลต่อการยอมรับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ เนื่องจากค่านัยสำคัญ (Significant) มีค่ามากกว่า 0.05 (ตารางที่ 17)

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางคุณลักษณะของโปรแกรมที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานโปรแกรม

จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางคุณลักษณะของโปรแกรมกับการยอมรับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์พบว่า ลักษณะการชำระค่าบริการ โปรแกรมมีผลต่อการยอมรับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ เนื่องจากค่านัยสำคัญ (Significant) มีค่าเท่ากับ 0.05 ส่วนความถี่ของการประสบปัญหาในการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ไม่มีผลต่อการยอมรับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ เนื่องจากค่านัยสำคัญ (Significant) มีค่ามากกว่า 0.05 (ตารางที่ 18)

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานโปรแกรม

จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมกับการยอมรับการใช้งานโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์พบว่า จำนวนครั้งของการขอความช่วยเหลือและระดับของการช่วยเหลือจากฝ่ายเทคนิคของผู้ให้บริการมีผลต่อการยอมรับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ เนื่องจากมีค่านัยสำคัญ (Significant) น้อยกว่า 0.05 และน้อยกว่า 0.01 ตามลำดับ ส่วนจำนวนครั้งของการได้รับการอบรมไม่มีผลต่อการยอมรับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ เนื่องจากค่านัยสำคัญ (Significant) มีค่ามากกว่า 0.05 (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 17 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ (N = 54)

ปัจจัยทางประชากร	ระดับสถิติ	
	χ^2	Sig.
การศึกษา	0.637	0.425
รายได้	0.714	0.398
ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	1.028	0.311
รูปแบบการบริหารธุรกิจ	1.217	0.544
ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ	0.643	0.423

ตารางที่ 18 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางคุณลักษณะของโปรแกรมที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ (N = 54)

ปัจจัยทางคุณลักษณะของโปรแกรม	ระดับสถิติ	
	χ^2	Sig.
ลักษณะการชำระค่าบริการ โปรแกรม	3.819	0.05
ความถี่ของการประสบปัญหาในการใช้งานโปรแกรม	0.067	0.795

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 19 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งาน
โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ (N = 54)

ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อม	ระดับสถิติ	
	χ^2	Sig.
จำนวนครั้งของการได้รับการอบรม	0.471	0.642
จำนวนครั้งของการขอความช่วยเหลือ	5.828	0.016
ระดับของการช่วยเหลือจากฝ่ายเทคนิค ของผู้ให้บริการเมื่อมีปัญหา	17.374	0.00



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

การศึกษาเรื่องการยอมรับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ของผู้ประกอบการขนาดย่อม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ ตลอดจนปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและนำโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์มาใช้ พร้อมทั้งข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ให้ตรงกับการยอมรับการใช้งานของผู้ประกอบการขนาดย่อม โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการขนาดย่อมที่ใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ จากบริษัทผู้ให้บริการ โปรแกรม คือ บริษัทแกรนด์ แพลนเน็ต เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ผู้ใช้งานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีการประกอบธุรกิจประเภทต่าง ๆ กันออกไปซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วจะประกอบธุรกิจการค้าปลีกและค้าส่ง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 65,000 บาท รูปแบบการบริหารธุรกิจโดยมากเป็นเจ้าของธุรกิจเพียงคนเดียวและดำเนินธุรกิจเป็นระยะเวลา 1-4 ปี มีการนำโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์มาใช้เพื่อดำเนินธุรกิจ โดยส่วนใหญ่เป็นระยะเวลาไม่เกิน 3 ปี และพบว่าปัญหาในการดำเนินธุรกิจก่อนการนำโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์มาใช้ดำเนินธุรกิจ คือ ปัญหาด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการ

ผู้ประกอบการที่ใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ เป็นจำนวนเกินครึ่งมีการชำระค่าบริการเป็นราย 1 ปี และนิยมเลือกใช้โปรแกรมแพ็คเกจ Bronze ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในราย 1 ปีเท่ากับ 3,300 บาท และค่าใช้จ่ายราย 2 ปี เท่ากับ 4,700 บาท ในส่วนของการพิจารณาเลือกใช้โปรแกรมนั้น ฟังก์ชันของโปรแกรม ที่ผู้ใช้งานนำมาพิจารณาเพื่อเลือกใช้โปรแกรมในระดับมากที่สุด คือ การได้โดเมนเนมที่อยู่ร้านค้าเป็นของตนเองและพิจารณาจากจำนวนรูปแบบร้านค้าและการที่รูปแบบร้านค้ามีความสวยงาม น่าเชื่อถือ ส่วนการใช้บริการเสริมจากบริษัทผู้ให้บริการ ผู้ใช้งานมีความสนใจใช้บริการด้านการ โปรโมทร้านค้าผ่านทางเสิร์ชเอนจินมากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปแบบการชำระเงินของร้านค้าออนไลน์ส่วนใหญ่ชำระเงินโดยการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร ส่วนการชำระเงินผ่านผู้ให้บริการหรือการโอนเงินผ่านไปรษณีย์นั้นมีอยู่ในสัดส่วนที่น้อยมาก ผู้ใช้งานโดยส่วนใหญ่ประสบกับปัญหาจากการใช้งาน โปรแกรมมีความถี่ในระดับนาน ๆ ครั้ง ปัญหาที่พบบ่อยที่สุดคือผู้ใช้งานไม่เข้าใจวิธีการ หรือขั้นตอนการใช้งาน โปรแกรม รวมถึงปัญหาในเรื่องเครือข่ายขัดข้องไม่สามารถใช้งานได้ ทั้งนี้เมื่อเกิดปัญหาเกี่ยวกับการใช้งาน โปรแกรม ผู้ใช้งานแทบทั้งหมดจะปรึกษาเจ้าหน้าที่ของทางบริษัท นอกจากนั้นจะใช้การเรียนรู้ด้วยตนเอง และปรึกษาผู้ที่มีความรู้หรือเคยใช้โปรแกรม

ผู้ใช้งานโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์โดยส่วนใหญ่มีความสนใจในหลักสูตรการอบรมของบริษัทผู้ให้บริการ ซึ่งหลักสูตรการอบรมในเรื่องเทคนิคการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ เป็นหลักสูตรการอบรมที่ผู้ใช้งานให้ความสนใจมากที่สุด แต่จากการศึกษาพบว่าผู้ใช้งานเพียงจำนวนน้อยที่เคยเข้ารับการอบรมจากบริษัทผู้ให้บริการ สำหรับผู้ที่เคยเข้ารับการอบรม ส่วนใหญ่เข้ารับการอบรมจำนวน 1 ครั้ง และมีความเข้าใจในการอบรมในระดับปานกลางและระดับมาก สำหรับเรื่องของการขอความช่วยเหลือจากฝ่ายเทคนิคของผู้ให้บริการนั้น ผู้ใช้งานเกือบทั้งหมดเคยขอความช่วยเหลือ ซึ่งจำนวนครั้งที่ได้ขอความช่วยเหลือ จำนวน 2 ครั้ง 3 ครั้ง และ 4 ครั้งขึ้นไป มีอัตราใกล้เคียงกันและส่วนใหญ่ได้รับความช่วยเหลือจากฝ่ายเทคนิคของผู้ให้บริการในระดับปานกลาง ทั้งนี้ผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีความเห็นว่าบริษัทผู้ให้บริการมีเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำหรือช่วยเหลืออย่างพอเพียง

ผู้ใช้งานโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์มีวัตถุประสงค์หลักในการสร้างร้านค้าออนไลน์เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาด วัตถุประสงค์ลำดับที่ 2 เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ ผู้ใช้งานโปรแกรมมีความเห็นว่าประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ในด้านรูปแบบร้านค้ามีความสวยงามน่าเชื่อถือ ด้านระบบใช้งานได้ง่าย และด้านความสะดวกไม่ต้องลงโปรแกรมเพิ่มที่เครื่องคอมพิวเตอร์อยู่ในระดับมาก ส่วนประโยชน์ในด้านการประหยัดเวลาใช้เวลาน้อยในการสร้างร้านค้าออนไลน์ ผู้ใช้งานส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นประโยชน์ในระดับมากที่สุด ในด้านการยอมรับการใช้งานโปรแกรม ผู้ใช้งานทั้งหมดมีการยอมรับการใช้งาน โดยมีการยอมรับการใช้งานโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ในระดับยอมรับ ระดับยอมรับมาก และระดับยอมรับน้อยตามลำดับ

ผลการศึกษาจากผู้ใช้งานโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ โดยวิเคราะห์ถึงการยอมรับการใช้งานโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์พบว่า ในด้านของปัจจัยทางประชากร ปัญหาในการดำเนินธุรกิจก่อนการใช้ร้านค้าออนไลน์มีผลต่อการยอมรับการใช้งานโปรแกรม ส่วนทางด้านของปัจจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทางคุณลักษณะของตัวแปรพบว่า ลักษณะการชำระค่าบริการมีผลต่อการยอมรับการใช้งานโปรแกรม ส่วนในด้านปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานโปรแกรมพบว่า จำนวนครั้งของการขอความช่วยเหลือและระดับของการให้ความช่วยเหลือจากฝ่ายเทคนิคของผู้ให้บริการ มีผลต่อการยอมรับการใช้งานโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของโปรแกรมพบว่า ในการดำเนินธุรกิจผ่านระบบร้านค้าออนไลน์ ผู้ใช้งานต้องดำเนินการผ่านระบบเครือข่ายของบริษัทผู้ให้บริการซึ่งมีผู้ลงทะเบียนใช้งานเป็นจำนวนมาก ดังนั้นในบางครั้งจึงอาจเกิดปัญหาเครือข่ายขัดข้อง หรือช้าไม่สามารถใช้งานได้ ทำให้ผู้ใช้งานหรือผู้ที่กำลังตัดสินใจใช้โปรแกรมเพื่อสร้างร้านค้าออนไลน์เกิดความไม่มั่นใจถึงความสามารถในการรองรับจำนวนผู้ใช้งานที่อาจเพิ่มขึ้นในอนาคต รวมทั้งความสามารถด้านอื่น ๆ ของโปรแกรม บริษัทผู้ให้บริการจึงควรให้ความสำคัญในการตรวจสอบถึงปัญหาและความต้องการของผู้ใช้งาน พร้อมทั้งสร้างทัศนคติที่ดีและความมั่นใจในการทำงานของระบบร้านค้าออนไลน์ให้แก่ผู้ใช้งานระบบ

2. จากการศึกษาในส่วนของการยอมรับการใช้งานพบว่า มีผู้ใช้บริการส่วนหนึ่งไม่เข้าใจวิธีการหรือขั้นตอนการใช้งานของโปรแกรม ทำให้ประสบกับปัญหาในการจัดการและบริหารร้านค้าออนไลน์ บริษัทผู้ให้บริการจึงควรพัฒนาคู่มือการใช้งานให้ผู้ใช้มีความเข้าใจได้ง่ายขึ้น รวมถึงควรจัดให้มีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญระบบสำหรับแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการใช้งาน และตอบคำถามเกี่ยวกับระบบในด้านต่าง ๆ ไว้อย่างเพียงพอ จะช่วยให้ผู้ใช้งานเกิดการยอมรับการใช้งานโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์มากยิ่งขึ้น

3. ในด้านของข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ พบว่าปัจจุบันมีธุรกิจรูปแบบใหม่ ๆ เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก จึงอาจทำให้รูปแบบร้านค้าซึ่งเป็นรูปแบบสำเร็จรูปที่บริษัทผู้ให้บริการมีอยู่ไม่เพียงพอ หรือไม่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งานมากนัก ผู้ให้บริการจึงควรตรวจสอบข้อมูลประเภทธุรกิจที่ลงทะเบียนเปิดร้านกับทางบริษัทว่า มีธุรกิจประเภทใดเพิ่มขึ้นบ้าง และความต้องการรูปแบบร้านค้าหรือฟังก์ชันการทำงานของโปรแกรมควรเน้นในด้านใด ทั้งนี้เพื่อจะได้มีรูปแบบร้านค้าใหม่ ๆ ที่ครอบคลุมและตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้ใช้งาน ซึ่งจะเป็นการเพิ่มประเภทธุรกิจที่จะเข้ามาลงทะเบียนเปิดร้านกับบริษัทในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

กนกวรรณ แสงจันทร์. 2545. การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการนำระบบงานคอมพิวเตอร์มาใช้ในการบริหารงานโรงเรียนของผู้บริหารโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดงานการประถมศึกษาจังหวัด ในเขตการศึกษา 1. กรุงเทพมหานคร : วิทยาลัยนพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

นัยนา ยุติศาสตร์. 2545. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับระบบการวิเคราะห์อันตรายและการควบคุมจุดวิกฤตของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม. กรุงเทพมหานคร : วิทยาลัยนพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ปนัดดา อินทรารุช. 2543. การยอมรับมาตรฐาน ISO 14001 ของพนักงาน: ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัทอินเตร์เนชั่นแนล คิวริตี้ ฟุตแวร์ จำกัด. กรุงเทพมหานคร: วิทยาลัยนพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

มรุตฤณ พุ่มโพธิ์. 2548. การยอมรับการใช้โทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ตของพนักงานในองค์กรเขต กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร : ปัญหาพิเศษ, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

วาทีต ระดี. 2531. การยอมรับและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการศึกษาของครูผู้สอนโรงเรียนประถมศึกษา ในจังหวัดมหาสารคาม. ขอนแก่น : วิทยาลัยนพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยขอนแก่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิวัฒน์ ตติยพันธ์. 2548. การยอมรับการใช้งานระบบการจัดการเพื่อนำส่งสินค้าทางอากาศแบบ
เร่งด่วนผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต. กรุงเทพมหานคร : ปัญหาพิเศษ, สถาบันเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. 2545. อีคอมเมิร์ซไทย: สถิติและบทวิเคราะห์รายสาขาธุรกิจ.
กรุงเทพมหานคร : หจก.พิมพ์งาม.

สุวรรณ นิมิเจริญ. 2543. การยอมรับของคณาจารย์มหาวิทยาลัยบูรพาต่อการเป็นมหาวิทยาลัยใน
กำกับรัฐบาล. ชลบุรี : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยบูรพา.

เสาวลักษณ์ ฤกษ์เมือง. 2545. การยอมรับการใช้งานโปรแกรมสำเร็จรูปประเภทวางแผนทรัพยากร
องค์กร. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้า
คุณทหารลาดกระบัง.

<http://www.ecommerce.or.th/> 20 กรกฎาคม 2550

<http://www.readyplanet.com/> 20 กรกฎาคม 2550

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. อัญมณี
8. บ้านเช่า
9. ร้านอาหาร
10. หนังสือและสิ่งพิมพ์
11. ธุรกิจอื่น ๆ โปรดระบุ.....

1.4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ไม่เกิน 45,000 บาท
2. 45,001 - 55,000 บาท
3. 55,001 - 65,000 บาท
4. มากกว่า 65,000 บาท

1.5) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ.....ปี

1.6) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจโดยใช้โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์
.....ปี.....เดือน

1.7) รูปแบบการบริหารธุรกิจของท่าน อยู่ในลักษณะ

1. เป็นเจ้าของธุรกิจคนเดียว
2. เป็นเจ้าของธุรกิจ 2 คน
3. เป็นเจ้าของธุรกิจตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป

1.8) ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ก่อนการใช้โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์

1. เงินลงทุน
2. การตลาด การประชาสัมพันธ์
3. ความน่าเชื่อถือจากลูกค้า คู่ค้า หรือตัวแทนจำหน่าย
4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของโปรแกรมที่ผู้ประกอบการใช้งาน

2.1) ลักษณะการชำระค่าบริการ

1. ชำระค่าบริการ 1 ปี
2. ชำระค่าบริการ 2 ปี (กรุณาข้ามไปตอบข้อ 2.3)

2.2) ค่าใช้จ่ายในการใช้โปรแกรม 1 ปี

1. Bronze 3,300 บาท
2. Silver 8,500 บาท
3. Gold 18,500 บาท
4. Vela Lite 5,800 บาท
5. Vela Commerce 9,500 บาท

2.3) ค่าใช้จ่ายในการใช้โปรแกรม 2 ปี

1. Bronze 4,700 บาท
2. Silver 13,500 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ 3. Gold 22,900 บาท เพื่อการศึกษา 4. Vela Lite 8,900 บาท ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น 5. Vela Commerce 14,500 บาท อย่างไรก็ตามถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4) ฟังก์ชันการใช้งานของโปรแกรม ที่ท่านนำมาพิจารณาในการเลือกใช้โปรแกรมเพื่อสร้างร้านค้าออนไลน์

ฟังก์ชันการทำงาน	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ขนาดพื้นที่การใช้งาน					
2. การได้โดเมนเนมเป็นของตนเอง					
3. จำนวนรูปแบบ (Template) ของร้านค้าและความสวยงามของรูปแบบร้านค้า					
4. อีเมลที่ใช้ชื่อโดเมนเนมต่อท้าย					
5. บริการสร้างแบบฟอร์มติดต่อกลับ					
6. บริการลงทะเบียนรับข้อมูลข่าวสาร					
7. ระบบเว็บบอร์ด (Web board)					
8. ระบบรายงานสถิติผู้เข้าชม (Stat Counter)					
9. บริการป้ายโฆษณา (Banner)					
10. ระบบแสดงสินค้า (Product Catalog)					
11. ระบบตะกร้าสินค้า (Shopping Cart) สั่งซื้อทางอีเมลล์และบัตรเครดิต					
12. ระบบ POP Mail					
13. ระบบสมาชิก (Member Login)					
14. ระบบอัลบั้มรูป (Photo Gallery)					

2.5) ท่านใช้บริการเสริมใดจากบริษัทผู้ให้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. โลโก้สำเร็จรูป
2. ชุดตราสัญลักษณ์ธุรกิจ
3. หลักสูตรอบรมจากทางบริษัท
4. ระบบการชำระเงินออนไลน์กับผู้ให้บริการ PaysBuy
5. การโปรโมทเว็บไซต์ผ่านทาง Search Engine เช่น Google , Yahoo

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6) ร้านค้าออนไลน์ของท่านมีรูปแบบการชำระเงินแบบ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ชำระเงินออนไลน์ผ่านบัตรเครดิต
2. ชำระเงินออนไลน์ผ่านผู้ให้บริการ (PaysBuy)
3. ชำระเงินโดยการโอนผ่านบัญชีธนาคาร
4. ชำระเงินโดยการโอนผ่านไปรษณีย์
5. ชำระเงินกับพนักงานโดยตรง
6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

2.7) ท่านประสบกับปัญหาในการใช้โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์บ่อยครั้งเพียงใด

1. ไม่เคย
2. นาน ๆ ครั้ง
3. ปานกลาง
4. บ่อยมาก

2.8) ปัญหาที่ท่านพบจากการใช้งานโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ไม่เข้าใจวิธีการ หรือขั้นตอนการใช้งานโปรแกรม
2. เครื่องช้าขัดข้อง หรือเข้าไม่สามารถใช้งานได้
3. โปรแกรมสร้างร้านค้าหรือบริการเสริมอื่น ๆ
ไม่สนับสนุนกับระบบปฏิบัติการของเครื่องคอมพิวเตอร์
4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

2.9) เมื่อท่านเกิดปัญหาจากการใช้โปรแกรม ท่านใช้วิธีใดแก้ไข (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ค้นคว้าด้วยตนเอง
2. ปรึกษาผู้ที่มีความรู้ / เคยใช้งานโปรแกรม
3. ปรึกษาเจ้าหน้าที่บริษัท
4. อื่น ๆ.....

ส่วนที่ 3 ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานโปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์

3.1) ท่านมีความสนใจในหลักสูตรการอบรมใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. เทคนิคในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์
(Search Engine Optimization Course)
2. เทคนิคในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ผ่าน Google
(Google Adwords Advertising Course)
3. การพัฒนาเว็บไซต์ให้ประสบความสำเร็จ
(Website - how to succeed)
4. เทคนิคการปรับแต่งเว็บไซต์ ReadyPlanet
(Advance ReadyPlanet Web Master)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์โดย บริษัท ออมก้า จำกัด ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3) ท่านคิดว่าประโยชน์ที่ท่านได้รับจากการใช้โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ ต่อไปนี้ อยู่ในระดับใด

ประโยชน์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. รูปแบบร้านค้ามีความสวยงาม น่าเชื่อถือ					
2. ระบบใช้งานได้ง่าย สามารถบริหารร้านค้าได้ด้วยตนเอง					
3. มีความสะดวก ไม่ต้องลงโปรแกรมเพิ่มที่เครื่องคอมพิวเตอร์					
4. ประหยัดเวลา ใช้เวลาน้อยในการสร้างร้านค้าออนไลน์					
5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					

4.4) ท่านคิดว่าท่านยอมรับการใช้งาน โปรแกรมสร้างร้านค้าออนไลน์ในระดับใด

1. ไม่ยอมรับ 2. ยอมรับน้อย
3. ยอมรับ 4. ยอมรับมาก

4.5) กรณีที่ท่านไม่ยอมรับ โปรดระบุเหตุผล (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ระบบการทำงานยากต่อการใช้งาน
2. ขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้งานโปรแกรม
3. มีปัญหาเกิดขึ้นบ่อยครั้ง
4. ความช่วยเหลือในการแก้ไขปัญหายังไม่เพียงพอ
5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อสร้างร้านค้าออนไลน์

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่าน ที่กรุณาได้ให้ข้อมูลและความคิดเห็นที่จะเป็นประโยชน์สูงสุดต่อการศึกษานี้
การดำเนินการค้า
ไม่ว่าครั้งใด ๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้