



ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์ Otoptoday

Entrepreneurs' Satisfaction toward E-Commerce Website Otoptoday

ภควรินทร์ ณรงค์วุฒิกัสตร์¹ และสุมาลี สว่าง²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์ Otoptoday ได้แก่ คุณภาพระบบ คุณภาพเนื้อหา ความเชื่อถือไว้วางใจ และการสนับสนุนและบริการ (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ได้แก่ คุณภาพระบบ คุณภาพเนื้อหา ความเชื่อถือไว้วางใจ และการสนับสนุนและบริการ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 320 ราย ที่เป็นผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งลงทะเบียนรับรองการเป็นผู้ผลิตและเข้าร่วมโครงการในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการพยากรณ์ด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางด้านการสนับสนุนและบริการ และ ปัจจัยทางด้านความเชื่อถือไว้วางใจ มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และพบว่า ปัจจัยทางด้านการสนับสนุนและบริการ และ ปัจจัยด้านความเชื่อถือไว้วางใจมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยทางด้านคุณภาพระบบ ด้านคุณภาพเนื้อหาไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งาน และปัจจัยทางด้านคุณภาพระบบ ด้านคุณภาพเนื้อหา ไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการ

คำสำคัญ: พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

¹ นักศึกษาปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจผ่านอิเล็กทรอนิกส์ มหาวิทยาลัยรังสิต

² อาจารย์ที่ปรึกษา สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต



Abstract

This research aims to achieve the following goal; (1) To study the factors that influence the Use of the entrepreneurs toward electronic commerce website of Otoptoday, which is including Systems Quality, Content Quality, Trust and Support & Services (2) To study the factors that influence the Satisfaction of the entrepreneurs toward electronic commerce of Otoptoday, which is also covering Systems Quality, Content Quality, Trust and Support & Services. The data was collected from a sample of 320 cases of OTOP entrepreneurs who are registered and certified as a manufacturer participating in the electronic commerce project by means of questionnaires. The statistics used in the analysis were frequency, percentage, average, standard deviation and forecasting with multiple regression analysis. The results showed that Support & Services and Trust factors have a positive influence on the Usage and found that the Support & Services and factors of Trust have a positive influence toward the Satisfaction of the entrepreneurs. The level of statistical significance is .05. The factors in the System Quality and Content Quality do not have positive influences on the Usage. The factors in System Quality and Content Quality do not have positive influences on entrepreneurs' satisfaction.

Key words: E-Commerce, OTOP

1. บทนำ

ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ที่เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว กับการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย โดยมีเป้าหมายเป็นการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจให้เป็นตลาดฐานการผลิตเดียวกันได้อย่างเสรี ภายในปี 2558 ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงนี้ ไม่เว้นแม้แต่ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่เป็นสินค้าเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นด้วย ผู้ผลิต OTOP อาจได้รับผลกระทบจากสินค้าประเภทอุปโภคบริโภคในครัวเรือนจากคู่แข่ง ที่มีสินค้าคุณภาพต่ำและราคาต้นทุนต่ำกว่า หรือเป็นสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้ ทะลักเข้ามาจำหน่ายในประเทศได้มากขึ้น ทำให้ตลาดอยู่ในมือผู้บริโภคเพราะมีอำนาจต่อรองได้สูงกว่า จากการที่มีสินค้าให้เลือกได้หลากหลาย จนนำไปสู่ความกดดันเรื่องราคา ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวเพื่อประคองธุรกิจให้อยู่รอดท่ามกลางการแข่งขันที่ดุเดือดนี้ (ยุทธศักดิ์ สุภสร, 2558)

ยุคเศรษฐกิจที่เรียกว่า Digital Economy เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจโดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศหรือไอที ซึ่งมีอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก เข้ามาเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจ ที่เราเรียกกันว่า E-Commerce หรือการซื้อขายกันทางอินเทอร์เน็ต ก็เป็นลักษณะหนึ่งของ Digital Economy (นิรันดร์ ตามศักดิ์, 2558)

เว็บไซต์ <http://www.otoptoday.com> จึงเป็นทางรอดอย่างหนึ่งกล่าวคือ การใช้เว็บไซต์ที่จะทำให้เปิดกว้างไปสู่ตลาดโลก มีโอกาสทางการตลาดที่มากขึ้น เพราะเว็บไซต์เปรียบเสมือนหน้าร้านที่ใคร ๆ ก็สามารถเห็นได้ ซึ่งการจัดทำเว็บไซต์ E-Commerce ก็เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า ช่วยในเรื่องประชาสัมพันธ์สินค้า ช่วยลดต้นทุนการบริหารงาน และเพื่อความทันสมัยของยุคที่มีแนวโน้มการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค และสามารถขายสินค้าได้ทุกที่ ทุกเวลา ตามความต้องการ โดยไม่จำเป็นต้องเปิดหน้าร้านจริงหรือรอขายตามงานแสดงสินค้า ซึ่งถ้าหากเว็บไซต์นี้สามารถทำให้เกิดความพึงพอใจได้ ก็จะทำให้เกิดการค้าขายกันอย่างต่อเนื่อง และการที่เว็บไซต์จะพัฒนาความพึงพอใจได้ ก็จะต้องพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศของเว็บไซต์ในด้านคุณภาพของระบบ พัฒนาด้านคุณภาพเนื้อหา พัฒนาด้านความเชื่อถือไว้วางใจ และ พัฒนาด้านการสนับสนุนและบริการ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการใช้งานของผู้ประกอบการ เพราะเมื่อมีเว็บไซต์ดีคนจึงเข้ามาใช้งาน ซึ่งจะนำไปสู่ความพึงพอใจของเว็บไซต์ <http://www.otoptoday.com> ดังนั้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะทำการศึกษาลงถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานและความพึงพอใจของผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานพหามัชชียอิเล็กทรอนิกส์เว็บไซต์ Otoptoday ได้แก่ คุณภาพระบบ คุณภาพเนื้อหา ความเชื่อถือไว้วางใจ และ การสนับสนุนและบริการ

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการ OTOP ได้แก่ คุณภาพระบบ คุณภาพเนื้อหา ความเชื่อถือไว้วางใจ และ การสนับสนุนและบริการ

3. ระเบียบวิธีการวิจัย

3.1 กลุ่มประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการ OTOP ที่ลงทะเบียนรับรองการเป็นผู้ผลิตไว้กับอำเภอ หรือ เขต หรือ จังหวัด และเป็นผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการในระบบพหามัชชียอิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์ Otoptoday จังหวัดละ 20 รายจากทั้งหมด 76 จังหวัด คิดเป็นจำนวนทั้งหมด 1,520 ราย โดยมีข้อมูลประกอบไปด้วย

ชื่อ-ที่อยู่ผู้ประกอบการ เบอร์โทรศัพท์ และอีเมล (e-mail) ที่ติดต่อได้ ตามลำดับ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2 มีนาคม 2558: <http://www.otoptoday.com/ecommerce>) ได้กำหนดการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก และใช้สูตร ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) จะได้กลุ่มตัวอย่าง อย่างน้อย 317 ราย จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีค่า ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและ การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 320 ราย

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ แบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วน คือ (1) คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ได้แก่ ประเภทสินค้าที่ผลิต ระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการ ยอดขายปีที่ผ่านมา ลักษณะของผู้ประกอบการ ภูมิภาคที่ตั้งของกิจการ โดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบแบบคำตอบเดียว (2) คำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ต่อปัจจัยเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ คุณภาพระบบ คุณภาพเนื้อหา ความเชื่อถือไว้วางใจ และการสนับสนุนและบริการ (3) คำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นในการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และ (4) คำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ประกอบการ (Delone & Mclean's Model of IS Success, 1992 and Molla & Licker of E-Commerce Success Model, 2001) คำถามส่วนที่ 2 – 4 เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (1 = มีการรับรู้หรือมีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด และ 5 = มีการรับรู้หรือมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด) แบบสอบถามได้ให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของแต่ละข้อ และได้ค่า IOC มากกว่า 0.50 ขึ้นไปทุกข้อ จึงได้ทดลองแจกแบบสอบถาม จำนวน 30 ชุด เพื่อทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2540) และได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแบบสอบถามมากกว่า 0.70 ขึ้นไปทุกข้อ

3.3 การวิเคราะห์ทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามจะถูกประมวลด้วยสถิติเบื้องต้นและใช้ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

3.3.1 ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3.3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยเทคโนโลยีสารสนเทศทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และความพึงพอใจของผู้ประกอบการ โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.3.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐานคือวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัว และตัวแปรตาม 1 ตัว โดยผลที่ได้จากการวิเคราะห์สามารถสรุปได้เป็นความสัมพันธ์ ที่อยู่ในรูปของสมการเส้นตรง เพื่อให้สามารถอธิบายและเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัวว่า ตัวแปรใดมีอิทธิพลต่อการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และความพึงพอใจของผู้ประกอบการ (ธวัชชัย งามสันติวงศ์, 2543)

4. ผลการวิจัย

4.1 สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางด้านคุณภาพระบบ ด้านคุณภาพเนื้อหา ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ และด้านการสนับสนุนและบริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของ เว็บไซต์ Otoptoday ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ ปัจจัยด้านการสนับสนุนและบริการ และปัจจัยด้านความเชื่อถือไว้วางใจ มีระดับนัยสำคัญ .05 และมีความสอดคล้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์ สามารถเขียนเป็นสมการเบื้องต้นได้ คือ การใช้งาน = $b_0 + b_1(\text{คุณภาพระบบ}) + b_2(\text{คุณภาพเนื้อหา}) + b_3(\text{ความเชื่อถือไว้วางใจ}) + b_4(\text{การสนับสนุนและบริการ})$ และเขียนเป็นสมการถดถอยได้ คือ การใช้งาน = $1.234 + .423(\text{การสนับสนุนและบริการ}) + .252(\text{ความเชื่อถือไว้วางใจ})$ ส่วนปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และไม่มีความสอดคล้อง คือ ปัจจัยทางด้านคุณภาพระบบ และปัจจัยด้านคุณภาพเนื้อหา

4.2 สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางด้านคุณภาพระบบ ด้านคุณภาพเนื้อหา ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ และด้านการสนับสนุนและบริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการ OTOP จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการ คือ ปัจจัยด้านการสนับสนุนและบริการ และปัจจัยด้านความเชื่อถือไว้วางใจ มีระดับนัยสำคัญ .05 และมีความสอดคล้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์ เขียนเป็นสมการเบื้องต้นได้ คือ ความพึงพอใจ = $b_0 + b_1(\text{คุณภาพระบบ}) + b_2(\text{คุณภาพเนื้อหา}) + b_3(\text{ความเชื่อถือไว้วางใจ}) + b_4(\text{การสนับสนุนและบริการ})$ และเขียนเป็นสมการถดถอยได้ คือ ความพึงพอใจ = $1.628 + .408(\text{การสนับสนุนและบริการ}) + .192(\text{ความเชื่อถือไว้วางใจ})$ ส่วนปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการและไม่มีความสอดคล้อง คือ ปัจจัยทางด้านคุณภาพระบบ และปัจจัยด้านคุณภาพเนื้อหา



ตารางที่ 1: สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H1 ปัจจัยทางด้านคุณภาพระบบ ด้านคุณภาพเนื้อหา ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ และด้านการสนับสนุนและบริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์ OTOPTODAY	
1.1 ปัจจัยด้านคุณภาพระบบ มีอิทธิพลทางบวก ต่อการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์ OTOPTODAY	ไม่สอดคล้อง
1.2 ปัจจัยด้านคุณภาพเนื้อหา มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์ OTOPTODAY	ไม่สอดคล้อง
1.3 ปัจจัยด้านความเชื่อถือไว้วางใจ มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์ OTOPTODAY	สอดคล้อง
1.4 สารสนเทศในมิติด้านการสนับสนุนและบริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์ OTOPTODAY	สอดคล้อง
H2 ปัจจัยด้านคุณภาพระบบ ด้านคุณภาพเนื้อหา ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการสนับสนุนและบริการ และด้านการใช้งาน มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการ	
2.1 ปัจจัยด้านคุณภาพระบบ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการ	ไม่สอดคล้อง
2.2 ปัจจัยด้านคุณภาพเนื้อหา มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการ	ไม่สอดคล้อง
2.3 ปัจจัยด้านความเชื่อถือไว้วางใจ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการ	สอดคล้อง
2.4 ปัจจัยด้านการสนับสนุนและบริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการ	สอดคล้อง

5. การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

5.1 จากสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางด้านคุณภาพระบบ ด้านคุณภาพเนื้อหา ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ และด้านการสนับสนุนและบริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของ เว็บไซต์ Otoptoday พบว่ามี 2 ปัจจัยคือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งาน ปัจจัยด้านการสนับสนุนและบริการ และปัจจัยด้านความเชื่อถือไว้วางใจ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยดังนี้

5.1.1 ปัจจัยด้านการสนับสนุนและบริการมีอิทธิพลต่อการใช้งานที่เกี่ยวข้องกับ ผู้ให้บริการระบบสามารถให้บริการได้ตามระยะเวลาที่แจ้งไว้ และมั่นใจว่าผู้ให้บริการสามารถอธิบายในข้อสงสัยต่าง ๆ ให้เข้าใจได้ ที่สอดคล้องกับ พุทธารักษ์ ปลั่งแสงมาศ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการใช้ระบบงาน Image-enabled Workflow Application กรณีศึกษา ศูนย์ปฏิบัติการเอกสารสัญญาของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แล้วพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพบริการส่งผลต่อการใช้งาน คือ มีเจ้าหน้าที่ดูแลระบบสามารถให้บริการได้ตามระยะเวลาที่กำหนด และเชื่อว่าเจ้าหน้าที่ดูแลระบบสามารถให้คำแนะนำเมื่อพบข้อสงสัยในการใช้งานได้ ที่ระดับนัยสำคัญ .01

5.1.2 ปัจจัยด้านความเชื่อถือไว้วางใจมีอิทธิพลต่อการใช้งานคือ มีความวางใจระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ที่สอดคล้องกับ สัตยชัย อุปะเดียง (2553) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร แล้วพบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ เว็บไซต์มีการรักษาความปลอดภัยในข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งานสามารถสร้างความมั่นใจในการใช้งาน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

5.2 จากสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางด้านคุณภาพระบบ ด้านคุณภาพเนื้อหา ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ และด้านการสนับสนุนและบริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการ เว็บไซต์ Otoptoday พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ มี 2 ปัจจัยคือ ปัจจัยด้านการสนับสนุนและบริการ และปัจจัยด้านความเชื่อถือไว้วางใจ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยดังนี้

5.2.1 ปัจจัยด้านการสนับสนุนและบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจคือ สิ่งที่สัมผัสได้ คือ มีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการ อย่างเอาใจใส่ ที่สอดคล้องกับ ชีราวุฒิ วงศ์อินทร์ (2554) ที่ศึกษาเรื่อง โมเดลเชิงสาเหตุคุณภาพการให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต แล้วพบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการในมิติที่สัมผัสได้ คือ มีพนักงานไอทีที่มีมนุษยสัมพันธ์ ที่มีอิทธิพลในทางบวกต่อความพึงพอใจของนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.2.2 ปัจจัยด้านความเชื่อถือไว้วางใจมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจคือ ระบบมีการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับ ชีราวุฒิ วงศ์อินทร์ (2554) ที่ศึกษาเรื่อง โมเดลเชิงสาเหตุคุณภาพการให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต แล้วพบว่า คุณภาพการให้บริการในมิติการรับประกันคือ มีระบบรักษาความปลอดภัยของการให้บริการด้านข้อมูลที่มีอิทธิพลในทางบวกต่อความพึงพอใจของนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

6. บทสรุป

ผลการทดสอบสมมติฐานตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ ปัจจัยด้านการสนับสนุนและบริการ และ ปัจจัยด้านความเชื่อถือไว้วางใจ มีระดับ



นัยสำคัญ .05 และมีความสอดคล้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์ ส่วนปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และไม่มีความสอดคล้อง คือ ปัจจัยทางด้านคุณภาพระบบ และปัจจัยด้านคุณภาพเนื้อหา

ผลการทดสอบสมมติฐานตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการ คือ ปัจจัยด้านการสนับสนุนและบริการ และ ปัจจัยด้านความเชื่อถือไว้วางใจ มีระดับนัยสำคัญ .05 และมีความสอดคล้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์ ส่วนปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการและไม่มีความสอดคล้อง คือ ปัจจัยทางด้านคุณภาพระบบ และปัจจัยด้านคุณภาพเนื้อหา

เอกสารอ้างอิง

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2558). *เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Otoptoday*. สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2558, จาก <http://www.otoptoday.com/ecommerce>
- ธวัชชัย งามสันติวงศ์. (2543). *SPSS FOR WINDOWS หลักการและวิธีใช้คอมพิวเตอร์ในงานสถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: 21 เซ็นจูรี่.
- ธีราวุฒิ วงศ์อินทร์. (2554). *โมเดลเชิงสาเหตุคุณภาพการให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต*. (การศึกษาเฉพาะบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- นිරนุช ตามศักดิ์. (2558). *Digital Economy: รู้ทัน เข้าใจ และนำไปใช้*. สืบค้นเมื่อ 21 พฤษภาคม 2558, จาก <http://www.most.go.th/main/index.php/product/sciencetalk/4054-digital-economy-html>
- พุทธรักษ์ ปลั่งแสงมาศ. (2551). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการใช้ระบบงาน Image-enabled Workflow Application กรณีศึกษา: ศูนย์ปฏิบัติการเอกสารสัญญาของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)*. (การศึกษาอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ยุทธศักดิ์ สุภสร. (2558). *โอกาสและผลกระทบของ OTOP กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)*. สืบค้นเมื่อ 2 พฤษภาคม 2558, จาก <http://www.sme.go.th/Lists/EditorInput/DispF.aspx?List=15dca7fb-bf2e-464e-97e5-440321040570&ID=1760>.
- สัญญาชัย อุปะเดียน. (2553). *ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร*. (การศึกษาเฉพาะบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2540). *เทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์: หลักการ วิธีการและประยุกต์*. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Alemayehu Molla and Pual S. Licker. (2001). E-Commerce Systems Success: An Attempt to Extend and Respecify the DeLone and Maclean Model of IS Success. *Electronic Commerce Research*. 2001, 131-141.
- DeLone, W. H., and McLean, E. R. (1992). Information Systems Success: The Quest for the Dependent Variable. *Information Systems Research*. 1992 (3), 60-95.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper and Row Publication.