

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะใช้เว็บไซต์เพื่อที่จะซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
หน่วยกิต	12
ผู้เขียน	นายธนพล อาคมารังสรรค์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.วิทิตา จงสุขชัยสิทธิ์ รศ.ดร.วิเชียร ชูติมาสกุล
หลักสูตร	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	ธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์
คณะ	เทคโนโลยีสารสนเทศ
พ.ศ.	2553

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจเพื่อที่จะศึกษาวิเคราะห์และหาระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะใช้เว็บไซต์เพื่อที่จะซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยเริ่มจากการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะใช้เว็บไซต์เพื่อที่จะซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยรวบรวมจากงานวิจัยและวรรณกรรมซึ่งสรุปออกมาในรูปของแบบจำลอง (Model) ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัย 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านคุณภาพของข้อมูล (Information Quality) ปัจจัยด้านคุณภาพของระบบ (System Quality) ปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการ (Service Quality) ซึ่งปัจจัยทั้ง 3 ปัจจัยนี้จะมีปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้เว็บไซต์เพื่อที่จะซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และหลังจากที่รวบรวมข้อมูลเสร็จก่อนนำแบบสอบถามไปใช้ในการทดลองได้มีการทดสอบเพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามซึ่งผลที่ได้จากการทดสอบได้ค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.7 หลังจากนั้นได้นำแบบสอบถามไปแจกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะใช้เว็บไซต์เพื่อที่จะซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางคือ ความทันสมัยของข้อมูลและ ฟังก์ชันเว็บไซต์ที่เหมาะสม ส่วนปัจจัยที่มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากได้แก่ ความถูกต้องของข้อมูล ความเกี่ยวข้องของข้อมูล ข้อมูลอ่านแล้วเข้าใจได้ง่าย ข้อมูลมีความสมบูรณ์ครบถ้วน ข้อมูลราคาที่น่าสนใจ ความไว้วางใจได้ เว็บไซต์ใช้งานได้ง่าย ประโยชน์ของเว็บไซต์ หลักฐานทางกายภาพ ข้อมูลส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค และช่องทางในการติดต่ออื่นๆ

Thesis Title	Factors of Intention to Use Website to Purchase the One Tambon One Product
Thesis Credit	12
Candidate	Mr. Tanapol Attamarungson
Thesis Advisors	Dr. Vithida Chongsuphajaisiddhi Assoc. Prof. Dr. Wichian Chutimaskul
Program	Master of Science
Field of Study	Electronic Business
Faculty	School of Information Technology
B.E.	2553

Abstract

The purpose of this survey research is to determine the level of importance of factors affecting intention to use the site to buy One Tambon One Product, starting from the study of factors that affect intention to use the site to buy One Tambon One Product were collected from the research literature, which conclude in the form of models. The developed Model consists of 3 factors as follows: Information Quality, System Quality and Service Quality, as well as a group of subfactors. The questionnaire was tested to determine its reliability before using in the experiment, which result shows the score to be more than 0.7. The questionnaire was then distributed to a sample group of 400 people. The results from the data analysis showed that the factors affecting the consumers' intention to buy One Tambon One Product via website that have medium priority were Timeliness and Functionality. The factors that were considered very important by the consumers were Accuracy, Relevance, Understandability, Completeness, Attractive price, Reliability, User - friendliness, Usefulness, Physical Evidence, Promotion for Consumer and Other Channels of Communication.