

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ

Factors Influencing the Acceptance of English Language Learning Websites

มธุมิศร์ ลิ้มสุวรรณ

Matumit Limsuwan

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Suan Sunadha Rajabhat University, Thailand

Corresponding Author, E-mail: s64563829071@ssru.ac.th

Received: August 14, 2024

Revised: April 29, 2025

Accepted: April 30, 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการยอมรับเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับในเทคโนโลยี และปัจจัยคุณภาพเว็บไซต์ ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และใช้จำนวน 400 คน ใช้การวิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 202 คน มีอายุ 21 – 30 ปี การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่เป็นพ่อบ้านหรือแม่บ้าน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 25,001 บาท 2) ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี มีความคิดเห็นในภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก โดย ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ส่วนใหญ่จะเน้นเรื่องสามารถทำการเรียนการสอนจากสถานที่ไหนก็ได้ ด้านความง่ายในการใช้งาน ส่วนใหญ่จะเน้นเรื่องง่ายต่อการใช้งานทำให้เกิดความต้องการเรียนรู้เพิ่มขึ้น ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน ส่วนใหญ่จะเน้นเรื่องเป็นเครื่องมือที่ดีในการช่วยเรียนรู้ได้ง่าย ด้านการนำมาใช้จริง ส่วนใหญ่จะเน้นเรื่องความสะดวกในการเรียน 3) ปัจจัยด้านคุณภาพเว็บไซต์ มีความคิดเห็นในภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก โดย ด้านข้อมูล ส่วนใหญ่จะเน้นเรื่องให้ข้อมูลความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เรียน ด้านการบริการ ส่วนใหญ่จะเน้นเรื่องมีการเรียนการสอนที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้เรียน ด้านระบบ ส่วนใหญ่จะเน้นเรื่องมีความยืดหยุ่นในการใช้งาน 4) ปัจจัยการยอมรับการใช้งานเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ มีความคิดเห็นในภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก โดยการยอมรับการใช้งานเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ ส่วนใหญ่จะเน้นเรื่องตอบโจทย์ความต้องการ และมีความสะดวกสบายให้กับผู้เรียน 5) ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แต่อาชีพ ไม่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ 6) ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี และปัจจัยด้านคุณภาพเว็บไซต์ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ ได้ร้อยละ 39.0 และมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ $\pm .598$

คำสำคัญ: การยอมรับ, เว็บไซต์, ภาษาอังกฤษ

Abstract

This research study investigates the factors influencing the acceptance of English language learning websites. The objectives of this quantitative study are 1) to examine demographic factors

affecting the acceptance of English language learning websites, and 2) to explore how technology acceptance and website quality factors influence the use of these websites. The sample consists of 400 residents in Bangkok. The analysis methods include frequency distribution, percentages, mean, one-way ANOVA, and multiple regression analysis. The research findings are as follows: 1) The majority of the sample were male (202 individuals), aged between 21 and 30, with most holding a bachelor's degree. The predominant occupation was homemaker, with an average monthly income exceeding 25,001 baht. 2) The technology acceptance factor was rated overall as high, with the perceived benefits highlighting the convenience of learning from any location, ease of use increasing the desire to learn, positive attitudes towards usage due to its effectiveness as a learning tool, and practical use being emphasized for its convenience. 3) The website quality factor was also rated overall as high, with the content being valued for providing beneficial knowledge to learners, the service aspect being appreciated for offering learning experiences tailored to learners' needs, and the system's flexibility being recognized. 4) The acceptance of English language learning websites was rated overall as high, with the primary focus on meeting users' needs and providing convenience. 5) Demographic factors such as gender, age, education level, and average monthly income significantly influenced the acceptance of English language learning websites at the 0.05 significance level, while occupation did not. 6) Technology acceptance and website quality factors together accounted for 39.0% of the variance in website acceptance, with a standard error of $\pm .598$.

Keywords: Acceptance, Websites, English Language

บทนำ

ในปี พ.ศ. 2558 ประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนอย่างสมบูรณ์ ทั้งนี้เพื่อให้ประชากรของประชาคมอาเซียนสามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้มีการเตรียมความพร้อมด้านการใช้ภาษาอังกฤษให้สอดคล้องตามข้อตกลงของอาเซียนที่ให้มีการใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลและเป็นภาษาหลักของการทำงาน ทำให้หลายสถานศึกษามีนโยบายส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษแก่นักเรียน ให้สามารถใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นจึงมีการแสวงหาสื่อการสอนภาษาอังกฤษที่ดี เพื่อฝึกฝนทักษะของนักเรียนให้ดีขึ้น และด้วยความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จึงเกิดบริการแบบใหม่ของการเรียนรู้ คือการเรียนรู้ออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรือ ระบบอีเลิร์นนิง (e-Learning) ซึ่งผู้เรียนสามารถจัดการเวลาเรียนได้ด้วยตนเอง การจัดการเรียนการสอนด้วยระบบอีเลิร์นนิงมีผลการวิจัยสนับสนุนว่าสามารถนำมาทดแทน หรือใช้เสริมระบบการเรียนการสอนแบบเดิม (Traditional Instruction) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในระดับสูง (ธนัท อาจสินาค, 2548) เนื่องจากการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนในระบบอีเลิร์นนิงเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ผู้เรียนสามารถควบคุมกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเองโดยเรียนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีระบบบริหารจัดการการเรียนรู้ (Learning Management System: LMS) จึงทำให้การบริหารจัดการการเรียนการสอนในระบบอีเลิร์นนิงสามารถทำได้มีประสิทธิภาพ

ดังนั้นในปัจจุบันจึงเกิดธุรกิจบริการการสอนภาษาอังกฤษด้วยระบบอีเลิร์นนิงจำนวนมาก ซึ่งแต่ละแห่งมีหลักสูตรที่หลากหลาย ภาวะการแข่งขันทางธุรกิจค่อนข้างสูง ส่งผลให้มีมูลค่าทางการตลาดสูงขึ้นตามลำดับ จึงจะ

เห็นได้ว่ามีหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่จะส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ เพื่อให้ทราบว่าปัจจัยใดมีผลต่อการยอมรับการใช้งานเว็บไซต์ที่แตกต่างกัน เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจ สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางปรับปรุงระบบเว็บไซต์การเรียนการสอนภาษาอังกฤษให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการยอมรับเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับในเทคโนโลยี และปัจจัยคุณภาพเว็บไซต์ ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ

สมมุติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ
2. ปัจจัยการยอมรับในเทคโนโลยี และปัจจัยคุณภาพเว็บไซต์ ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

Schiffman and Wisenblit (2015) ได้กล่าวว่าการแบ่งส่วนตลาดประชากรทำได้ โดยการแบ่งกลุ่มของผู้บริโภคตาม อายุ รายได้ เชื้อชาติ เพศ การประกอบอาชีพ สถานภาพ ประเภท ขนาดของใช้ในครัวเรือน และที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ ตัวแปรเหล่านี้มีวัตถุประสงค์เชิงประจักษ์และสามารถชักถามหรือการสังเกตได้อย่างง่ายดาย สิ่งเหล่านี้ช่วยให้การตลาดได้จำแนกผู้บริโภคแต่ละประเภทตามที่กำหนดไว้ได้อย่างชัดเจน เช่น กลุ่มอายุ หรือกลุ่มรายได้ เช่นเดียวกับระดับชนชั้นทางสังคมที่จะถูกกำหนดโดยวัตถุประสงค์

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

วนิดา ตะนุรักษ์ (2559) ได้สรุปถึงความสัมพันธ์ในแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ คือ ปัจจัยที่กำหนดการรับรู้ในแต่ละบุคคลว่าเทคโนโลยีมีส่วนช่วยพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานให้ง่าย สะดวก และ รวดเร็ว มีความถูกต้องแม่นยำขึ้น พร้อมทั้งเป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการใช้ การรับรู้ ว่า ระบบมีความง่ายต่อการใช้งาน คือ ปัจจัยที่กำหนดในเชิงปริมาณ หรือความสำเร็จที่ได้รู้ ว่า ตรงกับความต้องการ หรือสิ่งที่คาดหวังได้มากน้อยเพียงใด เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากระบบสารสนเทศ ทักษะคติต่อการใช้งานได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ ว่ามีประโยชน์และการรับรู้ว่าจะมีความง่ายต่อการใช้งาน ส่งผลให้เกิดความตั้งใจ แสดงถึงพฤติกรรมการใช้งานได้รับอิทธิพลจากทักษะคติต่อการใช้งาน และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ส่งผลให้เกิดการยอมรับการใช้งานของระบบรวมไปถึงการเกิดความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

3. แนวคิดด้านคุณภาพของเว็บไซต์

ภุริพันธ์ คุชิตสุภะเสฏฐ์ (2559 อ้างใน นนฐรุจ อุปลัมภ์, 2561) กล่าวโดยสรุปได้ว่า คุณภาพเว็บไซต์ หมายถึง สิ่งที่เป็นไปตามความต้องการของลูกค้าที่แสดงผ่านเว็บไซต์ โดยคำนึง วัตถุประสงค์ ประโยชน์ ความเพลิดเพลิน เพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้เข้ามาในเว็บไซต์การปรากฏทางไกล หมายถึง แนวคิดที่นำเสนอบนเว็บไซต์พาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์แบบเสมือนจริงด้วยเทคนิคการสร้างภาพวัตถุต่าง ๆ จากระยะไกลด้วยเทคโนโลยีมัลติมีเดีย เพื่อให้ผู้บริโภคได้สัมผัสถึงสินค้าหรือบริการก่อนการตัดสินใจซื้อ

4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ e-Learning

ศุภชัย สุชนะนรินทร์และกรรณก วงศ์พานิช (2545) ได้กล่าวว่า e-Learning มีลักษณะการเรียนรู้แบบออนไลน์ หมายถึง ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ ทุกเวลา ผู้เรียนและผู้สอนสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ ทำให้เรียนการสอนเป็นการเรียนที่สามารถโต้ตอบกันได้เหมือนการเรียนในห้องเรียนปกติ การนำเสนอข้อมูลจะอยู่ในลักษณะของมัลติมีเดีย หรือลักษณะการแสดงผลเป็น รูปภาพ กราฟ เสียงและภาพเคลื่อนไหวได้ ทำให้เรียนการสอนน่าสนใจมากขึ้น นอกจากนี้ e-Learning ยังมีลักษณะเป็นการเรียนระยะไกล หรือ Distance Learning คือผู้เรียนและผู้สอนไม่จำเป็นต้องเห็นหน้ากันก็สามารถจัดกิจกรรมการเรียนการสอนได้โดยอาศัยคอมพิวเตอร์และเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้เกิดลักษณะการเรียนรู้ที่เรียกว่าเป็น Self-learning หรือผู้เรียนเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง ช่วยให้ผู้เรียนมีอิสระในการเรียนและมีความคล่องตัวในการเรียนมากขึ้น

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

บดินทร์ภัทร์ สิงห์โต (2558) ได้ให้ความหมายของ กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไป พฤติกรรมผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจ ทั้งด้านจิตใจ (ความรู้สึกนึกคิด) และพฤติกรรมทางกายภาพ การซื้อเป็นกิจกรรมด้านจิตใจ และกายภาพ ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง กิจกรรมเหล่านี้ทำให้เกิดการซื้อ และเกิดพฤติกรรมการซื้อตามบุคคลอื่น ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Buying decision process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

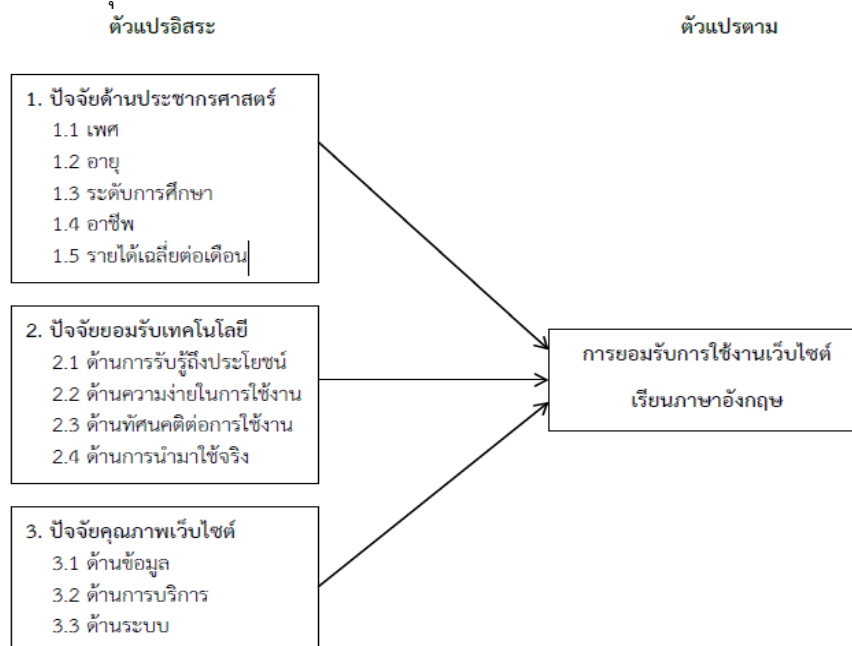
ศศิจันทร์ ปัญจทวี (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศกรณีศึกษาสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่ามี 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยการได้รับการสนับสนุนการใช้ระบบสารสนเทศจากผู้บังคับบัญชา ปัจจัยความคาดหวังจากประสิทธิภาพของเทคโนโลยีสารสนเทศ และปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศ ตามลำดับ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศ คือ ปัจจัยด้านสถานภาพทั่วไป ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ระบบสารสนเทศ และปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งานระบบสารสนเทศ

อภิญา รบไว (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวต่อเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้การยอมรับเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต่างกัน โดยปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยยอมรับเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยคือ คุณภาพระบบเว็บไซต์ ความไว้วางใจในการใช้งานเว็บไซต์ อิทธิพลด้านสังคม และความคาดหวังจากความพยายามใช้งานเว็บไซต์ ในขณะที่ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติยอมรับเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยคือความไว้วางใจในการใช้งานเว็บไซต์ และความเคยชินของผู้ใช้งานเว็บไซต์

มนธิชา เจียมผ่อง และธาดาธิเบศร์ ภูทอง (2561) ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานเว็บไซต์สุขภาพของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเว็บไซต์สุขภาพขึ้นอยู่กับความรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมากที่สุด โดยการเรียนรู้ถึงประโยชน์ ส่งผลเพียงเล็กน้อยเท่านั้น โดยที่การเรียนรู้คุณภาพของข้อมูลสุขภาพออนไลน์ ส่งผลเชิงบวกกับการเชื่อมั่นไว้วางใจ และความเชื่อมั่นไว้วางใจส่งผลทางบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน นอกจากนี้ยังเป็นการขยายกรอบทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีไปยังปัจจัยอื่นๆ อีกด้วย

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานเว็บไซต์
ภาษาอังกฤษ ผู้วิจัยจึงได้สรุปเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนและรายละเอียด ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร 5,459,505 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2567)

ตัวอย่างที่ใช้ศึกษาคือ กลุ่มผู้ใช้งานที่ลงทะเบียนบนเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ จำนวน 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวนดังกล่าวโดยใช้ตารางของสำเร็จรูปของ (Yamane.,1967).ณ.ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ซึ่งตัวอย่างที่ได้นั้น ผู้วิจัยเลือกใช้ตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดตัวอย่าง

N แทน ขนาดประชากร

e แทน ระดับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างกลุ่ม ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

5,459,505 คน แทนค่าด้วย N

จากสูตรข้างต้น แทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{5,459,505}{1 + 5,459,505(0.05)^2}$$

$$n = 399.99$$

$$n \approx 400$$

ดังนั้น ผลจากการคำนวณจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 400 คน

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามโดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับการสร้างแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนต่อไปนี้ คือ

ขั้นที่ 1 ผู้วิจัยขอความร่วมมือ และอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาภายในแบบสอบถามรวมทั้งวิธีการ

ตอบแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม

ขั้นที่ 2 ผู้วิจัยเก็บข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย โดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูล (Online Questionnaire) และสอบถามเป็นรายบุคคลผ่านตัวแบบสอบถามที่เป็นเอกสาร รวมถึงส่งแบบสอบถามผ่านทาง E-mail และ ชุมชนเครือข่ายสังคม online เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ เป็นต้น

ขั้นที่ 3 รวบรวมเก็บแบบสอบถาม และประเมินจำนวนแบบสอบถามที่ได้กลับมามีความสมบูรณ์และมีจำนวนครบตามที่ได้ออกแบบไว้ คือ 400 ชุดหรือไม่

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทางการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อวิเคราะห์หาค่าสถิติ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้การพรรณนาข้อมูล เพื่ออธิบายข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยวิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ ด้วยการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านเว็บไซต์ที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ ด้วยการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์การตัดสินใจการยอมรับการใช้งานเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ ด้วยการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์สมมติฐานของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ ด้วยการวิเคราะห์ (Independent Samples t-test และ One-way ANOVA)

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์สมมติฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์และการแปลความหมายได้ดังนี้

1) ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 อายุ อยู่ในช่วงอายุ 21–30 ปี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 มีอาชีพเป็นแม่บ้านหรือพ่อบ้าน จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้ สูงกว่า 25,001 บาท จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 ตามลำดับ

2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ในด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ทั้งนี้ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์แต่ละเรื่อง ได้แก่ สามารถทำการเรียนการสอนจากที่สถานที่ไหนก็ได้ ($\bar{X} = 3.71$) ลดข้อผิดพลาดในการเรียนการสอน ($\bar{X} = 3.55$) และทำให้ประสิทธิภาพในการเรียนการสอนดีขึ้น ($\bar{X} = 3.52$) นั้นเป็นลำดับสุดท้าย

3) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านความง่ายในการใช้งาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ในด้านความง่ายในการใช้งาน ทั้งนี้ ด้านความง่ายในการใช้งาน ได้แก่ ง่ายต่อการใช้งาน ทำให้ท่านเกิดความต้องการเรียนรู้เพิ่มขึ้น ($\bar{X} = 3.78$) ช่วยให้สะดวก รวดเร็ว และง่ายในการเรียนรู้ ($\bar{X} = 3.61$) ตามลำดับ ผู้เรียนสามารถทำความเข้าใจการเรียนการสอนได้ง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ($\bar{X} = 3.56$) นั้นเป็นลำดับสุดท้าย

4) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านทัศนคติต่อการใช้งาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ในด้านทัศนคติต่อการใช้งาน ทั้งนี้ ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน ได้แก่ การใช้งานเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษเป็นเครื่องมือที่ดีในการช่วยเรียนรู้ได้ง่ายขึ้น ($\bar{X} = 3.80$) มีความรู้สึกประทับใจจากการใช้งานเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ ($\bar{X} = 3.60$) ตามลำดับ เป็นการพัฒนาการเรียนการสอน ทำให้เกิดความสุขสนทนและมีความน่าสนใจในการเรียน ($\bar{X} = 3.56$) นั้นเป็นลำดับสุดท้าย

5) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการนำมาใช้จริง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ในด้านการนำมาใช้จริง ทั้งนี้ ด้านการนำมาใช้จริง ได้แก่ มีความต้องการที่จะใช้เว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษเพื่อความสะดวกในการเรียน ($\bar{X} = 3.56$) มีความต้องการจะเปลี่ยนแปลงรูปแบบการเรียนจากระบบห้องเรียนมาเป็นการใช้เว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ ($\bar{X} = 3.55$) ตามลำดับ มีความสนใจที่จะเรียนรู้และพัฒนาทักษะด้วยเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ ($\bar{X} = 3.54$) นั้นเป็นลำดับสุดท้าย

6) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยคุณภาพเว็บไซต์ด้านข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ในด้านข้อมูล ทั้งนี้ ด้านข้อมูล แต่ละเรื่อง ได้แก่ ให้ข้อมูลความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เรียน ($\bar{X} = 3.67$) ให้ข้อมูลความรู้ที่เป็นปัจจุบัน ($\bar{X} = 3.60$) ตามลำดับ ให้ข้อมูลความรู้ที่มีความถูกต้อง ($\bar{X} = 3.59$) นั้นเป็นลำดับสุดท้าย

7) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยคุณภาพเว็บไซต์ด้านการบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ในด้านการบริการ ทั้งนี้ ด้านการบริการ ได้แก่ มีการเรียนการสอนที่เหมาะสมกับความต้องการของฉัน ($\bar{X} = 3.49$) มีระบบช่วยเหลือในการใช้งานเว็บไซต์ สำหรับคนที่ไม่เคยใช้งานมาก่อน ($\bar{X} = 3.48$) ตามลำดับอนุญาตให้ส่งความคิดเห็นด้านการให้บริการของเว็บไซต์ ($\bar{X} = 3.29$) นั้นเป็นลำดับสุดท้าย

8) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยคุณภาพเว็บไซต์ด้านระบบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ในด้านระบบ ทั้งนี้ ด้านระบบ ได้แก่ มีความยืดหยุ่นในการใช้งาน ($\bar{X} = 3.81$) มีการจัดหมวดหมู่สำหรับการเรียนรู้และสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย ($\bar{X} = 3.61$) ตามลำดับ มีการออกแบบหน้าเว็บไซต์ที่เหมาะสมเป็นเว็บสำหรับการเรียนการสอน ($\bar{X} = 3.46$) นั้นเป็นลำดับสุดท้าย

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนดไว้ ด้วยระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลมาใช้วิเคราะห์และทดสอบสมมติฐานการวิจัยซึ่งสามารถนำผลมาอภิปรายได้ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยประชากรศาสตร์มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ ผลการศึกษาพบว่า เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ แตกต่างกันไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Schiffman and Wisenblit (2015) กล่าวถึง การแบ่งส่วนตลาดประชากรทำได้โดยการแบ่งกลุ่มของผู้บริโภคตาม อายุ รายได้ เชื้อชาติ เพศ การประกอบอาชีพ สถานภาพ ประเภท ขนาดของใช้ในครัวเรือน และที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ ตัวแปรเหล่านี้มีวัตถุประสงค์ เชิงประจักษ์และสามารถชักถามหรือการสังเกตได้อย่างง่ายดายสิ่งเหล่านี้ช่วยให้นักการตลาดได้จำแนกผู้บริโภคแต่ละประเภทตามที่กำหนดไว้ได้อย่างชัดเจน เช่น กลุ่มอายุ หรือกลุ่มรายได้ เช่นเดียวกับระดับชนชั้นทางสังคมที่จะถูกกำหนดโดยวัตถุประสงค์

2. ปัจจัยการยอมรับในเทคโนโลยี และปัจจัยคุณภาพเว็บไซต์ ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ ร้อยละ 39.0 และมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ $\pm .598$ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กัญญาภัทร ไสวอมร (2563) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมบริการธนาคารออนไลน์ในการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสุพรรณบุรี คือ ปัจจัยยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ 1) ด้านประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น 2) ด้านความเข้ากันได้ 3) ด้านความสลับซับซ้อน 4) ด้านการทดลองใช้ได้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ประวีร์ มานพ และพัชรหทัย จารุทวีผลนุกูล (2563) กล่าวว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพของเว็บไซต์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) คือ ปัจจัยยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ 1) ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ 2) ด้านความง่ายในการใช้งาน 3) ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน 4) ด้านการนำมาใช้จริง และ 5) ด้านความตั้งใจที่จะใช้งาน ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ มัสลิน ใจคุณ (2561) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และการตลาดผ่านสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางเพชบุ๊ก โลฟ (Facebook LIVE) ของกลุ่มผู้บริโภค Generations X, Y, Z คือ ปัจจัยยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ 1) ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ 2) ด้านความง่ายในการใช้งาน ความไว้วางใจ 3) การตลาดผ่านสังคมออนไลน์ 4) ความบันเทิง (Entertainment) 5) ความเฉพาะเจาะจง (Customization) 6) การบอกปากต่อปาก (Word of Mouth: WOM) 7) การยอมรับเทคโนโลยี 8) ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ธาตานิเบศร์ ภูทอง (2561) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการแบ่งปันข้อมูลประสบการณ์การท่องเที่ยว คือ ปัจจัยคุณภาพเว็บไซต์ ได้แก่ 1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ 2) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน 3) อิทธิพลทางสังคม 4) ความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้งาน ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ นนรรุจ อุปลัมภ์ (2561) กล่าวว่า ปัจจัยด้านคุณภาพเว็บไซต์ ความต้องการส่วนบุคคล กลุ่มอ้างอิงทางสังคม และภาพลักษณ์ตราสินค้า ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเว็บไซต์จัดหางาน ของกลุ่มมิลเลนเนียล (อายุ 21 – 25 ปี) ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ 1) คุณภาพเว็บไซต์ 2) ความต้องการส่วนบุคคล 3) กลุ่มอ้างอิงทางสังคม ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ มนธิชา เจียมผ่อง และ ธาตานิเบศร์ ภูทอง (2561) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานเว็บไซต์สุขภาพของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร คือ ปัจจัยคุณภาพเว็บไซต์ ได้แก่ 1) การรับรู้คุณภาพของข้อมูลสุขภาพออนไลน์ 2) ความเชื่อมั่นไว้วางใจ 3) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ สุจิตรา ด่วงทอง (2564) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี คือ ปัจจัยคุณภาพเว็บไซต์ ได้แก่ 1) คุณภาพของข้อมูล 2) การรับรู้ประโยชน์ 3) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ อภิญญา รบไว (2561) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวต่อเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่ง

ประเทศไทย คือ ปัจจัยคุณภาพเว็บไซต์ ได้แก่ 1) ด้านความน่าเชื่อถือของแหล่งที่มาข้อมูล 2) ด้านคุณภาพของเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 3) ด้านวัฒนธรรมของผู้ใช้งานเว็บไซต์ 4) ด้านคุณภาพระบบเว็บไซต์ 5) ด้านความไว้วางใจในการใช้งานเว็บไซต์ 6) ด้านอิทธิพลด้านสังคม 7) ด้านความคาดหวังจากความพยายามใช้งานเว็บไซต์ และ 8) ด้านความเคยชิน องค์ความรู้ที่เกิดขึ้นจากการศึกษาและวิจัยนี้ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี 1) การรับรู้ถึงประโยชน์ การเรียนการสอนผ่านเทคโนโลยีช่วยให้ผู้เรียนสามารถเรียนจากที่ใดก็ได้ ซึ่งทำให้เกิดความสะดวกและเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงการเรียนรู้มากขึ้น 2) ความง่ายในการใช้งานเทคโนโลยีที่ใช้งานง่ายสร้างแรงจูงใจให้ผู้เรียนต้องการเรียนรู้มากขึ้น 3) ทักษะต่อการใช้งาน ผู้เรียนมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานเทคโนโลยี เนื่องจากช่วยให้การเรียนรู้เป็นเรื่องที่ง่ายขึ้น 4) การนำมาใช้จริงความสะดวกในการใช้งานเทคโนโลยี เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการนำมาใช้จริงในการเรียนการสอนและปัจจัยคุณภาพของเว็บไซต์ 1) ข้อมูล เว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์และตรงตามความต้องการของผู้เรียนช่วยส่งเสริมประสบการณ์การเรียนรู้ 2) การบริการ การมีการเรียนการสอนที่ตรงกับความต้องการของผู้เรียนเป็นปัจจัยที่สำคัญ 3) ระบบ ระบบของเว็บไซต์ควรมีความยืดหยุ่นเพื่อรองรับการใช้งานที่หลากหลายและตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ รวมถึงปัจจัยภายนอกเพิ่มเติม เช่น ปัจจัยทางวัฒนธรรมและสังคม ที่อาจมีอิทธิพลต่อการยอมรับเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและลึกซึ้งยิ่งขึ้นในการวางแผนพัฒนาเว็บไซต์
2. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาการใช้งานเว็บไซต์เรียนภาษาอังกฤษในบริบทระดับนานาชาติ เพื่อเปรียบเทียบและนำผลการวิจัยมาปรับใช้ในการพัฒนาเว็บไซต์ในประเทศไทยให้มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
3. ควรทำการศึกษาต่อยอดโดยการเจาะลึกไปในกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ เช่น นักเรียนระดับมัธยมศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัย หรือกลุ่มผู้ใหญ่ที่ทำงานแล้ว เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้อาจมีความต้องการและพฤติกรรมการใช้งานที่แตกต่างกัน ซึ่งจะช่วยให้สามารถพัฒนาเนื้อหาและฟีเจอร์ของเว็บไซต์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กัญญาภัทร ไสวอมร. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมบริการธนาคารออนไลน์ในการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสุพรรณบุรี (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ธนัท อางสินาค. (2548). การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนแบบ e-learning กับวิธีการสอนแบบปกติ วิชาสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้ (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ธาดาธิเบศร์ ภูทอง. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการแบ่งปันข้อมูลประสบการณ์การท่องเที่ยว. *Veridian E-Journal*, 11(2), 2077-2099.
- บดินทร์ภัทร สิงห์โต. (2558). พฤติกรรมการเลือกซื้อและปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าตลาดนัดสวนจตุจักร (ปริญญาานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ประวีร์ มานพ และ พัชรหทัย จารุทวีผลนุกูล. (2563). ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพของเว็บไซต์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ(องค์การมหาชน). *เอกสารการประชุมผลงานการวิจัยและวิชาการ นวัตกรรมธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ*, 788-805.
- มนธิชา เจียมผ่อง และธาดาธิเบศร์ ภูทอง. (2561). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานเว็บไซต์สุขภาพของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร. *เอกสารการประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4*, 89-99.
- มัสลิน ใจคุณ. (2561). การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และการตลาดผ่านสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook LIVE) ของกลุ่มผู้บริโภค Generations X, Y, Z (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
- วนิดา ตะนุรักษ์. (2559). อิทธิพลของทัศนคติต่อการใช้งาน และปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีของพนักงานอุตสาหกรรมการค้าส่งและค้าปลีกไทย. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 22(1), 41-53.
- ศศิจันทร์ ปัญจทวี. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศ กรณีศึกษาสถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตเชียงใหม่ (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- ศุภชัย สุขะนินทร์และกรนก วงศ์พานิช. (2545). *เปิดโลก e-Learning การเรียนการสอนบนอินเทอร์เน็ต*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ด ยูเคชั่น.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2567). *สำมะโนประชากรและเคหะ ปี พ.ศ. 2567*. สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2567, จาก <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/service/servstat.html>
- อภิญา รวไ. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวต่อเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Customer behavior* (11th ed.). New Jersey: Prentice Hall.