



ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจ
ค้าปลีกขนาดย่อม: กรณีศึกษา ธุรกิจค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ
Factors Influencing the Intention to use the Store Management and Accounting
Software of Small Retail Businesses: Case Study of Retail Businesses
Participating in the Thongfah Pacharat Project

ชญาณนท์ คงทน
Chayanon Kongton

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of
Master of Business Administration
Prince of Songkla University

2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์



ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจ
ค้าปลีกขนาดย่อม: กรณีศึกษา ธุรกิจค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ
Factors Influencing the Intention to use the Store Management and Accounting
Software of Small Retail Businesses: Case Study of Retail Businesses
Participating in the Thongfah Pacharat Project

ชญาณนท์ คงทน
Chayanon Kongton

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of
Master of Business Administration
Prince of Songkla University
2564
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ชื่อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อม: กรณีศึกษา ธุรกิจค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ
ผู้เขียน	นางสาวชฎานนท์ คงทน
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

คณะกรรมการสอบ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ มณีมัย)

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตฤพล หุ่นโสภณ)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพัฒนา สุขรัตน์)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ มณีมัย)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพัฒนา สุขรัตน์)

..... กรรมการ
(ดร.นิพนธ์ โพธิ์วิจิตร)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

.....
(ศาสตราจารย์ ดร.ดำรงศักดิ์ ฟ้ารุ่งแสง)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ขอรับรองว่างานวิจัยนี้มาจากการศึกษาวิจัยของนักศึกษาเอง และได้แสดงความขอบคุณบุคคลที่มี
ส่วนช่วยเหลือแล้ว

ลงชื่อ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ มณีมัย)
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ลงชื่อ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพัฒธนา สุขรัตน์)
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ลงชื่อ

(นางสาวชฎานนท์ คงทน)
นักศึกษา

ข้าพเจ้าขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้ไม่เคยเป็นส่วนหนึ่งในการอนุมัติปริญญาในระดับใดมาก่อน และ
ไม่ได้ถูกใช้ในการยื่นขออนุมัติปริญญาในขณะนี้

ลงชื่อ

(นางสาวชฎานนท์ คงทน)

นักศึกษา

ชื่อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์บริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อม: กรณีศึกษา ธุรกิจค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ
ชื่อผู้เขียน	นางสาวชฎานนท์ คงทน
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2563

บทคัดย่อ

ในสถานการณ์ที่มีการแข่งขันทางธุรกิจอย่างรุนแรงในปัจจุบัน มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ธุรกิจร้านค้าปลีกต้องมีการปรับตัว โดยนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยสนับสนุนการดำเนินงานเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ แต่พบว่าผู้ประกอบการร้านค้าปลีกส่วนใหญ่ยังมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้น้อย ส่งผลให้การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีไม่มีประสิทธิภาพ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจร้านค้าปลีก กลุ่มตัวอย่างคือ ธุรกิจค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐในประเทศไทยที่ยังไม่มีการนำซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ จำนวน 475 ราย ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้วยสถิติบรรยาย และทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยด้านคุณภาพของข้อมูล คุณภาพของระบบ และคุณภาพของการบริการ มีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้การได้รับประโยชน์และการรับรู้การใช้งานที่ง่ายของซอฟต์แวร์ 2) การรับรู้การใช้งานที่ง่ายมีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้การได้รับประโยชน์ 3) การรับรู้การได้รับประโยชน์มีอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติในการเลือกใช้งานซอฟต์แวร์ อย่างไรก็ตามพบว่าการรับรู้การใช้งานที่ง่ายไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติในการเลือกใช้งานซอฟต์แวร์ และงานวิจัยนี้พบว่า 4) ทัศนคติในการเลือกใช้งานซอฟต์แวร์มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์ ผลการศึกษามีประโยชน์ต่อผู้ให้บริการซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีทั้งภาครัฐและเอกชนสำหรับนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาซอฟต์แวร์ให้เป็นไปตามความต้องการของผู้ใช้อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปกำหนดแนวทางในการส่งเสริมธุรกิจค้าปลีกให้มีการนำซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีมาใช้มากขึ้น

คำสำคัญ: คุณภาพของข้อมูล, คุณภาพของระบบ, คุณภาพของการบริการ, ความตั้งใจใช้งานระบบ, ร้านค้าปลีกขนาดย่อม, โครงการธงฟ้าประชารัฐ

Thesis Title	Factors Influencing the intention to use the store management and accounting software of small retail businesses: Case study of retail businesses participating in the Thongfah Pacharat Project.
Author	Miss Chayanon Kongton
Major Program	Business Administration
Academic Year	2020

ABSTRACT

In today's highly competitive business environment, the adaptability of retail businesses is imperative by applying information technology system as a supportive tool to ensure business continuity. However, most retailers are still using limited technology, causing inefficient store and accounting information management. The objective of this research was to study factors affecting the behavioral intention by retail businesses to use store and accounting management software. The sample consists of 475 retail businesses that participate in the Thongfah Pacharat Project in Thailand and have not yet implemented store management and accounting software to conduct their business operations. The businesses were selected based on quota sampling. The research instrument for data collection was an online questionnaire. General data were analyzed with descriptive statistics. Hypothesis testing was conducted by the analysis of the structural equation model.

The research results were as follows: 1) Information quality, system quality and service quality had a direct influence on perceived usefulness and perceived ease of use. 2) Perceived ease of use had a direct influence on perceived usefulness. 3) Perceived usefulness had a direct influence on the attitude towards online accounting use. However, perceived ease of use did not directly influence the attitude towards online accounting use. 4) The attitude towards online accounting use had a direct influence on behavioral intention. The findings can benefit store and accounting management software providers in both public and private sectors for the efficient development of software applications in accordance with the user requirements. In addition, related departments could apply the research results as

guidelines for encouraging retail businesses to adopt more store management and accounting software.

Keywords: Information Quality, System Quality, Service Quality, Behavioral Intention, Small Retail Businesses, Thongfah Pacharat Project.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีโดยได้รับความเมตตากรุณาอย่างยิ่งจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ มณีมัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพัฒธนา สุขรัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ซึ่งท่านได้ให้แนวคิด ให้คำปรึกษา คำแนะนำ คอยดูแลเอาใจใส่ ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขและติดตามความก้าวหน้าของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ด้วยดีตลอดมา ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณท่านอาจารย์เป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ดร.ชัชยา น้อยนารถ ที่ได้ให้คำปรึกษาและแนะนำการใช้โปรแกรม LISREL เพื่อการวิเคราะห์ในงานวิจัยครั้งนี้ และขอขอบพระคุณคณาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้วิทยาการต่าง ๆ ให้แก่ผู้วิจัย ตั้งแต่เริ่มเข้ามาศึกษา ณ สถาบันแห่งนี้ จนกระทั่งผู้วิจัยได้ทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ผู้ซึ่งให้การสนับสนุนและกำลังใจในการศึกษาครั้งนี้ รวมถึงเพื่อน ๆ รุ่นพี่ และผู้มีพระคุณทั้งหลายที่มีได้กล่าวถึง ขอขอบคุณที่คอยให้ความช่วยเหลือ และให้กำลังใจเสมอมา

ชฎานนท์ คงทน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(5)
ABSTRACT	(6)
กิตติกรรมประกาศ	(8)
รายการตาราง	(11)
รายการภาพประกอบ	(13)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	6
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	6
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 การบริหารจัดการธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อม	9
2.2 โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจร้านค้าปลีกขนาดย่อม	17
2.3 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24
2.4 การพัฒนาสมมติฐาน	38
2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย	45
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	46
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	46
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล	48
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	48
3.4 การวัดค่าตัวแปร	49
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	52
3.6 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย	53

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	58
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลและปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี	60
4.2 การวิเคราะห์ระดับทัศนคติและความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ	71
4.3 ผลการวิเคราะห์ลักษณะการกระจายและการแจกแจงของข้อมูลและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้	73
4.4 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลการวัด	78
4.5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์ที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์	83
4.6 ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม	92
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	93
5.1 สรุปผลการวิจัย	94
5.2 อภิปรายผล	95
5.3 ข้อเสนอแนะ	100
บรรณานุกรม	103
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	116
ภาคผนวก ข ผลการทดสอบความชัดเจนและความถูกต้องของเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ	124
ภาคผนวก ค ผลการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม LISREL	130
ประวัติผู้เขียน	157

รายการตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 การเปรียบเทียบการทำงานของซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี	22
2.2 แสดงสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	31
3.1 การสุ่มตัวอย่างธุรกิจค้าปลีกในโครงการธงฟ้าประชารัฐ	47
3.2 ผลการทดสอบหาความน่าเชื่อถือได้	57
4.1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม แยกตามเพศ	61
4.2 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม แยกตามอายุ	61
4.3 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม แยกตามระดับการศึกษา	61
4.4 ข้อมูลความคุ้นเคยกับการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	62
4.5 ข้อมูลระยะเวลาการประกอบธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม	63
4.6 ข้อมูลระยะเวลาที่ธุรกิจเข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ	63
4.7 ข้อมูลรายได้จากการประกอบธุรกิจต่อวัน	64
4.8 ข้อมูลรายได้จากการรับบัตรสวัสดิการแห่งรัฐต่อเดือน	64
4.9 ข้อมูลเทคโนโลยีที่นำมาใช้เพื่อการจ่ายหรือรับชำระค่าสินค้าและบริการ	65
4.10 ข้อมูลการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายของกิจการ	66
4.11 ข้อมูลการจัดทำบัญชีสินค้าคงเหลือของกิจการ	66
4.12 ข้อมูลสถานที่ตั้งของกิจการ	67
4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์	67
4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านคุณภาพของข้อมูล (IQ)	68
4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านคุณภาพของระบบ (SQ)	69
4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านคุณภาพของการบริการ (SEQ)	69
4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการรับรู้การได้รับประโยชน์ (PU)	70
4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการรับรู้การใช้งานที่ง่าย (PEOU)	71
4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านทัศนคติในการเลือกใช้งานซอฟต์แวร์	72
4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์	72
4.21 ผลการวิเคราะห์ลักษณะการกระจายและการแจกแจงของข้อมูล	74

รายการตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.22 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้	77
4.23 ค่าเมทริกซ์น้ำหนักองค์ประกอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์	83
4.24 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์	87
4.25 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	89
4.26 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลที่พัฒนาขึ้น	91

รายการภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
2.1 ภาพโปรแกรมที่แจกฟรีในโครงการของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า	19
2.2 ภาพรวมการทำงานร้านค้ากับการทำบัญชี ROBOT	19
2.3 ภาพการทำงานแบบ MESSAGING และ HYBRID	20
2.4 ภาพอุปกรณ์ในการใช้งาน	20
2.5 ภาพขั้นตอนการทำงานของ E-ACCOUNTING FOR SMES	21
2.6 โมเดลทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล	24
2.7 โมเดลทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี	25
2.8 ผังแนวคิดของทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM)	26
2.9 ผังแนวคิดของทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี 2 (TAM2)	27
2.10 โมเดลของ DELONE และ MCLEAN (1992)	28
2.11 โมเดลของ DELONE และ MCLEAN (2003)	29
2.12 กรอบแนวคิดการวิจัย	45
4.1 ผลการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดคุณภาพของข้อมูล	78
4.2 ผลการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดคุณภาพของระบบ	79
4.3 ผลการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดคุณภาพของการบริการ	79
4.4 ผลการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดการรับรู้การใช้งานที่ง่าย	80
4.5 ผลการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดการรับรู้การได้รับประโยชน์	81
4.6 ผลการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ	82
4.7 ผลการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดความตั้งใจใช้งานระบบ	82
4.8 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี	90
<p>ปลึกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ</p>	

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทในด้านการดำเนินธุรกิจ การประกอบธุรกิจในยุค 4.0 ถือว่าเป็นเรื่องที่ทำนายสำหรับผู้ประกอบการที่จะต้องมีการปรับแผนการดำเนินธุรกิจในรูปแบบเดิม ๆ เพื่อสร้างโอกาสและความอยู่รอดท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางด้านพฤติกรรมผู้บริโภค และยุคที่ดิจิทัลเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ผู้ประกอบการรายใหม่ที่กำลังเริ่มดำเนินธุรกิจ และผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลานาน จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนวิธีคิดและวิถีการดำเนินธุรกิจ โดยนำโมเดลทางธุรกิจแบบใหม่เข้ามาช่วยในการประกอบธุรกิจ การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อใช้ในการสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการต่าง ๆ เพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า การสื่อสาร ช่องทางการเข้าถึง และรวมไปถึงการบริหารจัดการหน้าร้านและการจัดทำบัญชี กระบวนการดังกล่าวถือเป็นเรื่องสำคัญในการประกอบธุรกิจทุกประเภท เพราะการบริหารจัดการหน้าร้าน การเงินและบัญชีนั้นถือเป็นกุญแจสู่ความมั่งคั่ง และการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการจะช่วยลดปัญหาการดำเนินการดำเนินงานที่ยุ่งยาก และทำให้กิจการสามารถมองเห็นผลกำไรขาดทุนและภาพรวมของธุรกิจได้อย่างชัดเจน สามารถนำไปสู่การลดต้นทุนเพื่อให้ธุรกิจมีผลกำไรที่เพิ่มขึ้นได้ โดยหลังจากที่เทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของคนเรามากขึ้น ระบบซอฟต์แวร์ต่าง ๆ ก็ได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยตอบสนองการดำเนินธุรกิจ ช่วยแก้ปัญหา และตอบโจทย์การทำงานของผู้ประกอบการ ในยุคที่เทคโนโลยีกำลังครอบคลุมวิถีชีวิตและการดำเนินงานจะทำให้การดำเนินธุรกิจนั้นเกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยสามารถใช้งานได้อย่างสะดวก รวดเร็ว แม่นยำ และมีทางเลือกที่เหมาะสมในการดำเนินธุรกิจ

ในอดีตร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional trade) เป็นธุรกิจการค้าที่มีบทบาทและมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยมาเป็นเวลานาน เพราะร้านค้าปลีกเป็นแหล่งการกระจายสินค้าขั้นสุดท้ายจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคด้วยลักษณะรูปแบบการประกอบธุรกิจขนาดเล็กจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นต่อการอุปโภคบริโภค มีสถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ขนาดของร้านค้าปลีก (โซ่หน่วย) ขึ้นอยู่กับความหนาแน่นของคนในชุมชนและการเป็นที่รู้จักของเจ้าของร้านกับคนในชุมชน ซึ่งการดำเนินธุรกิจประเภทนี้จะใช้เงินลงทุนที่ไม่สูง มีลักษณะการบริหารจัดการไม่ซับซ้อน เป็นธุรกิจที่ดำเนินการภายในครอบครัว และไม่มีเม็ดเงินนำเทคโนโลยีหรือซอฟต์แวร์การบริหารจัดการสมัยใหม่มาใช้ การพัฒนาของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โซ่หน่วย) ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันแทบจะไม่มีเปลี่ยนแปลงทั้งรูปแบบของร้านค้าและการจัดวางสินค้าที่ไม่มีระเบียบทำให้ไม่น่าดึงดูด รวมไปถึงการ

จัดการระบบงานภายในร้าน ไม่ว่าจะเป็นการจัดการเกี่ยวกับการขายและการจัดการในเรื่องของระบบบัญชี แม้ว่าในยุคปัจจุบันจะมีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและทันสมัย มีการเปิดกว้างและมีทางเลือกที่หลากหลายเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ขายและผู้บริโภค (สุชาติดา สุขพงษ์ไทย, 2559) ปัญหาและอุปสรรคของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ส่วนใหญ่จะเป็นในเรื่องความหลากหลายของประเภทสินค้าภายในร้านซึ่งร้านโชห่วยมักจะมีประเภทสินค้าที่มีความหลากหลายน้อยกว่าเมื่อเทียบกับห้างค้าปลีกสมัยใหม่ ไม่มีการตกแต่งร้านให้ดูทันสมัย ไม่มีการจัดวางสินค้าให้เป็นหมวดหมู่เพื่อให้ง่ายต่อการเลือกซื้อและดูเป็นระเบียบ ไม่มีการวิเคราะห์หาลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของตน เพื่อจะได้มีการจัดหาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และการพัฒนาร้านค้าปลีกยังไม่โดดเด่น ปัญหาและอุปสรรคอีกอย่างหนึ่งที่ธุรกิจร้านค้าปลีกส่วนใหญ่เผชิญคือ ไม่มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อช่วยอำนวยความสะดวก (สุจินดา เจริญศรีพงษ์, 2554) อย่างเช่น โปรแกรมบริหารจัดการหน้าร้านและบัญชี ขาดการจัดระบบสต็อกสินค้า ส่งผลให้ธุรกิจไม่ทราบถึงผลการดำเนินงานอย่างแท้จริง ตลอดจนไม่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของการแข่งขันอย่างรุนแรงได้

ซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจร้านค้าปลีกคือ การผสมผสานระหว่างซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ที่ใช้เพื่อรวมศูนย์การจัดการธุรกิจและเป็นตัวช่วยในการจัดการธุรกิจที่มีประโยชน์ในด้านของการจัดเก็บข้อมูลการขาย ช่วยให้การค้าปลีกมีความรวดเร็วในการคำนวณราคาสินค้า ลดความผิดพลาดในการคิดเงิน และตอบกลับไปยังลูกค้าผู้ใช้บริการ รวมไปถึงตัวผู้ประกอบการ แสดงข้อมูลและรายงานล่าสุดทันทีแบบเรียลไทม์เพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจ และนำไปใช้สำหรับการปรับเปลี่ยนหรือกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจต่อไป สามารถคำนวณเงินให้ถูกต้องและแม่นยำ อีกทั้งยังเป็นตัวช่วยบริหารสินค้าคงคลัง พนักงาน และการจัดทำบัญชีอีกด้วย ซึ่งกระบวนการดังกล่าวควรเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ เพราะสามารถช่วยลดแรงงานคนในการทำงานได้เป็นอย่างดี ปัจจุบันมีทั้งหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่ทำการพัฒนาซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีให้กับธุรกิจประเภทค้าปลีกมากมาย อย่างเช่น กรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้ร่วมกับ 5 หน่วยงานพันธมิตร ในการพัฒนาและเปิดแอปพลิเคชัน e-Accounting for SME ที่ช่วยทำให้การจัดทำบัญชีและรายงานทางการเงินให้เป็นเรื่องง่ายให้กับธุรกิจ SMEs ทั้งรูปแบบบุคคลธรรมดา และนิติบุคคล เป็นโปรแกรมที่รองรับกับธุรกิจประเภทค้าปลีกที่มีทั้งซื้อมาขายไปและงานบริการ และเป็นแอปพลิเคชันที่สามารถโหลดใช้ได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2561) ในส่วนของเอกชนก็มีหลายบริษัทที่โด่งดังในด้านการพัฒนาซอฟต์แวร์และเปิดตัวโปรแกรมสำหรับการบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีเพื่อจำหน่าย อย่างเช่น บริษัท NEXTECH โปรแกรม e-merchant บริษัทอี-เมอร์แซนท์ และ SabuySoft (สบายซอฟต์แวร์) เป็นต้น โปรแกรมต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นตัวช่วยให้การค้าปลีกเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและ

ประสบความสำเร็จจากการแข่งขันรุนแรงจากรอบด้าน ทำให้สามารถประเมินสถานะทางการเงินของกิจการ และเพื่อวางแผนการตัดสินใจทางธุรกิจได้อย่างถูกต้อง เป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งของธุรกิจประเภทค้าปลีกอย่างเป็นระบบรองรับเทคโนโลยีทั้งปัจจุบันและในอนาคตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งในเรื่องของการบริหารจัดการ การลดต้นทุนต่าง ๆ มีการนำเอาข้อมูลที่มีปริมาณมากในธุรกิจมาวิเคราะห์และพยากรณ์เพื่อทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Karthikeyan & Ravikumar, 2014) อย่างเช่น ข้อมูลลูกค้าในการซื้อสินค้า ซึ่งหากมีการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ก็จะทำให้ธุรกิจสามารถรู้ถึงพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าว่าสินค้าชนิดใดเป็นสินค้าขายดี หรือสินค้าตัวไหนควรต้องมีการจัดการส่งเสริมการขายเพื่อเป็นการกระจายสินค้า และเทคโนโลยีดังกล่าวสามารถวิเคราะห์ได้ถึงแนวโน้มต่าง ๆ เพื่อให้เจ้าของธุรกิจนำเอาข้อมูลในส่วนนี้มาใช้ในการคาดการณ์และวิเคราะห์การตัดสินใจในสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้างโอกาสทางการค้าหรือสร้างความได้เปรียบในทางการตลาดและอาจนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจอย่างมหาศาล (นพศักดิ์ ติสฺตยานนท์, 2550)

ในยุคการแข่งขันรุนแรง มีแรงขับเคลื่อน 4 ตัวที่เป็นตัวสร้างให้เกิดการแข่งขันรุนแรง (D' Aveni, 2010) ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของลูกค้าและความต้องการของลูกค้า คู่แข่งขัน การไม่มีพรมแดนทางพื้นที่และอุตสาหกรรม และการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีถือเป็นปัจจัยที่สำคัญมากในการนำเข้ามาปรับใช้กับการดำเนินงานของธุรกิจ นอกจากจะช่วยให้กระบวนการภายในกิจการนั้นทำงานได้อย่างสะดวกและรวดเร็วแล้ว ยังเป็นตัวช่วยในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอีกด้วย ธุรกิจทุกประเภทจึงต้องมีการปรับตัวโดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการประกอบธุรกิจ แต่การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจนั้นอาจต้องแลกมาด้วยต้นทุนการดำเนินธุรกิจที่สูง และนั่นก็เป็นปัญหาหลักที่ธุรกิจประเภทค้าปลีกส่วนใหญ่เผชิญ และสำหรับบางธุรกิจที่ต้องการใช้งานซอฟต์แวร์แบบไม่มีค่าใช้จ่ายหรือมีการเลือกใช้งานซอฟต์แวร์ของทางหน่วยงานภาครัฐ ก็อาจจะประสบปัญหาในเรื่องการให้บริการหลังการติดตั้งและการอบรมการใช้งาน ธุรกิจค้าปลีกส่วนใหญ่มีปัญหาในเรื่องการบริหารจัดการด้านบัญชี โดยมีเพียงการจดบันทึกรายรับ-รายจ่ายแบบง่าย ๆ ลงในสมุดบัญชีที่ทำเป็นรายวัน ไม่มีการเช็คสต็อกสินค้า ทำให้ยากต่อการประเมินการวิเคราะห์เงินสดหมุนเวียนและการค้นหาข้อมูลย้อนหลัง ปัญหาที่เกิดขึ้นจากปัจจัยดังกล่าวล้วนแต่มีผลกระทบต่อธุรกิจทั้งสิ้น ส่งผลให้ธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมหรือร้านโชห่วยมีแนวโน้มที่จะลดลงในอนาคต ด้วยสาเหตุการถูกแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดโดยธุรกิจร้านสะดวกซื้อ ทัศนียภาพของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปและการไม่ปรับตัวเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างธุรกิจค้าปลีก การปรับตัวของธุรกิจค้าปลีกในอนาคต นอกจากจะต้องมีการวางแผนร้านที่ดีแล้ว ธุรกิจจะต้องมีการสอดแทรกระบบเทคโนโลยีเข้ามาในการดำเนินธุรกิจ แต่ธุรกิจขนาดเล็กส่วนใหญ่ขาดองค์ความรู้ในเรื่องของเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศต่าง ๆ ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กอย่างร้านค้าปลีกส่วนใหญ่ไม่ยอมรับการนำเทคโนโลยีมาใช้ อาจเป็นเพราะไม่คุ้นเคย

กับการใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการมาก่อน ประกอบกับมองว่าการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เป็น เรื่องที่ย่างยากซับซ้อน และต้องอาศัยองค์ความรู้และประสบการณ์ รวมไปถึงต้นทุนในการนำเข้า เทคโนโลยีมาใช้

โครงการร้านธงฟ้าประชารัฐ จัดทำขึ้นตั้งแต่วันที่ 4 ตุลาคม 2560 เป็นนวัตกรรมที่มีแนวคิด มาจากยุทธศาสตร์ National e-Payment เพื่อนำมาช่วยเหลือประชาชนผู้มีรายได้น้อยที่ได้ขึ้น ทะเบียนกับกระทรวงการคลัง โดยใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการโอนเงินสวัสดิการแห่งรัฐให้กับ ผู้ที่เข้าเกณฑ์และผ่านการตรวจสอบ จากนั้นจะออกบัตรสวัสดิการให้กับประชาชนเพื่อช่วยในการลด ค่าครองชีพ โดยสามารถนำบัตรสวัสดิการที่ทางรัฐบาลออกให้ไปซื้อสินค้าที่ร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ ร้านธงฟ้าประชารัฐ รวมไปถึงใช้ชำระค่าบริการสำหรับการเดินทาง ผู้มีสิทธิ์จะเริ่มใช้สิทธิ์ครั้งแรกตาม วงเงินในบัตรสวัสดิการได้ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2560 เป็นต้นไป (กรมบัญชีกลาง, 2560) ผ่านเครื่องรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของหน่วยงานหรือร้านค้าที่กำหนด นโยบายดังกล่าวทำให้ ภาครัฐสามารถช่วยเหลือผู้เดือนร้อนได้ตรงกลุ่มเป้าหมายและเกิดประโยชน์สูงสุด โดยภาครัฐสามารถ วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานเกี่ยวกับการให้สวัสดิการในแต่ละ ประเภทให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงนำมาปรับปรุงขั้นตอนการดำเนินงานด้านการให้ สวัสดิการให้มีความเหมาะสมและตรงตามความต้องการของประชาชนในแต่ละพื้นที่ ทั้งนี้ทำให้ ขั้นตอนการกำกับติดตามและการตรวจสอบค่าใช้จ่ายสวัสดิการต่าง ๆ เป็นไปอย่างมีระบบ นอกจากนี้ ยังเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้จ่ายค่าสินค้าและบริการเพื่อ เตรียมพร้อมการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) โดยเปลี่ยนจากการชำระค่าสินค้าและ บริการด้วยเงินสดเป็นการชำระผ่านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐซึ่งเป็นระบบการชำระเงินแบบ อิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้าง พื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-Payment Master Plan) รัฐบาลมุ่งเน้นให้ประชาชนสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว และยังเป็น การช่วยลดปริมาณของเอกสารทางการเงินต่าง ๆ เพื่อเป็นการประหยัดทรัพยากรให้สิ้นเปลืองน้อยที่สุด (กรมบัญชีกลาง, 2560) ปัจจุบันกระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินการสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจ ฐานราก โดยมีการกระจายร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการให้ลงไปสู่ฐานรากให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ ผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐได้รับความสะดวกในการจับจ่ายซื้อสินค้า รวมถึงให้ได้สินค้าหลากหลาย มากขึ้น ร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐนั้นจะเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะสร้างความ เข้มแข็งให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐจึงควรมีศักยภาพในการบริหารจัดการเพื่อสร้างความเข้มแข็งและสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อให้ สามารถอยู่รอดได้ท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงของห้างค้าปลีกรายใหญ่ และธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่

ถึงแม้ในปัจจุบันจะมีทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนได้พัฒนาซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีมากมายเพื่อบริการธุรกิจค้าปลีก แต่ธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อมส่วนใหญ่ก็ยังไม่มีการนำซอฟต์แวร์ดังกล่าวเข้ามาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน จากอีเมลของส่วนส่งเสริมพัฒนาสำนักงานบัญชีคุณภาพ กองกำกับบัญชีธุรกิจกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่องจำนวนผู้ดาวน์โหลดและลงทะเบียนใช้งานแอปพลิเคชัน e-Accounting for SMEs ในปี 2563 (การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 เมษายน 2563) มีจำนวนทั้งสิ้น 2,070 ราย ในปี 2562 มีร้านค้าโชห่วยทั่วประเทศ จำนวน 443,123 ร้าน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2562) ซึ่งหากนำมาเปรียบเทียบกับจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้งานแอปพลิเคชัน e-Accounting for SMEs พบว่าจำนวนผู้ที่ลงทะเบียนใช้งานนั้นมีจำนวนที่น้อยมาก คิดเป็นร้อยละ 0.47 ของจำนวนร้านค้าปลีกทั่วประเทศ ปัจจุบันร้านค้าปลีกส่วนใหญ่จึงยังขาดการบริหารจัดการที่ดี ส่งผลให้ไม่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้เมื่อเปรียบเทียบกับห้างค้าปลีกสมัยใหม่

อย่างไรก็ตามการปิดตัวลงของร้านขายของชำในชุมชน หรือโชห่วยก็ยังคงเกิดขึ้นอยู่เป็นจำนวนมาก สาเหตุเพราะไม่อาจทัดทานการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรง ทั้งการแข่งขันจากธุรกิจค้าปลีกประเภทเดียวกันและธุรกิจค้าปลีกข้ามประเภท และยังคงเผชิญกับรูปแบบทางเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมในการทำธุรกิจมากขึ้น ผู้ประกอบการค้าปลีกจึงต้องมีการวางแผนหรือปรับวิธีการดำเนินธุรกิจ ทั้งในเรื่องของการเก็บข้อมูล การเลือกสินค้าและมีบริการที่ตรงใจคนซื้อ มีการจัดระเบียบแบ่งหมวดหมู่ให้สะดวกตา และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการวางแผนและการบริหารคลังสินค้าให้มีต้นทุนที่ลดลง รวมถึงการเพิ่มช่องทางการชำระเงินให้หลากหลายและทันสมัยมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัย จึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อม: กรณีศึกษาธุรกิจค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ เพื่อต้องการทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีเพื่อเป็นประโยชน์ให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในภาครัฐและเอกชนเพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาและการพัฒนาซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของร้านค้าปลีก และเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจประเภทค้าปลีกขนาดย่อมให้เป็นอย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพของข้อมูล ปัจจัยคุณภาพของระบบ และปัจจัยคุณภาพของการบริการต่อการรับรู้การใช้งานที่ง่ายและการรับรู้การได้รับประโยชน์ของซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี
- 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้การใช้งานที่ง่ายต่อการรับรู้การได้รับประโยชน์และทัศนคติในการเลือกใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี
- 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้การได้รับประโยชน์ต่อทัศนคติในการเลือกใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี
- 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทัศนคติในการเลือกใช้งานซอฟต์แวร์ต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตงานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อม: กรณีศึกษา ธุรกิจค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ” ประกอบด้วยขอบเขตงานวิจัย ดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อม: กรณีศึกษา ธุรกิจค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐโดยมีปัจจัยที่ทำการศึกษา ได้แก่ คุณภาพของข้อมูล คุณภาพของระบบ คุณภาพของการบริการ การรับรู้การได้รับประโยชน์ การรับรู้การใช้งานที่ง่าย ทัศนคติการเลือกใช้งานซอฟต์แวร์ และความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้ศึกษาจากกลุ่มประชากรที่เป็นธุรกิจร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐในประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 83,363 ร้าน (กระทรวงพาณิชย์, ม.ป.ป.) กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G* Power 3 (Erdfelder et al., 2007) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 217 ราย และสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เพื่อให้ทุกจังหวัดมีโอกาสได้ตอบแบบสอบถาม

ซึ่งกลุ่มตัวอย่างทั้ง 217 ราย จะเป็นธุรกิจร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐที่ไม่มีการใช้ซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1) ผลการวิจัยสามารถก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงทฤษฎี และในทางปฏิบัติโดยหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนสามารถนำข้อมูลจากงานวิจัยไปใช้ประกอบการวางแผนการพัฒนาซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี รวมไปถึงสามารถนำข้อมูลจากงานวิจัยไปกำหนดแนวทางส่งเสริมการใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี

2) เป็นแนวทางส่งเสริมให้ธุรกิจค้าปลีกร้านค้าปลีกนำซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีมาใช้ และเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) หมายถึง การที่บุคคลได้รับทราบข้อมูลหรือเห็นความสำคัญของเทคโนโลยี แล้วได้ประเมินถึงประโยชน์เพื่อใช้สำหรับการประกอบการตัดสินใจที่จะยอมรับและตัดสินใจนำเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ (สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร, 2555)

การรับรู้การได้รับประโยชน์ (Perceived Usefulness) หมายถึง ระดับความเชื่อของผู้ใช้ที่มีต่อระบบเทคโนโลยี ว่าระบบดังกล่าวสามารถก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองหรือองค์กร โดยมีความเชื่อว่าถ้านำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้จะช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Davis, 1989)

การรับรู้การใช้งานที่ง่าย (Perceived ease of Use) หมายถึง ระดับความเชื่อของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบเทคโนโลยี ว่าเทคโนโลยีดังกล่าวเป็นระบบที่สามารถใช้งานได้ง่าย ไม่มีความยุ่งยาก เรียนรู้ได้ง่ายด้วยตนเอง ไม่ต้องอาศัยความพยายามอย่างมากในการเข้าใจระบบและมีขั้นตอนการใช้งานที่สะดวกไม่ซับซ้อน (สรพรรค ภักดีศรี, 2556)

คุณภาพของข้อมูล (Information Quality) หมายถึง ระบบสารสนเทศที่มีลักษณะของข้อมูลที่มีคุณภาพ โดยคำนึงถึงความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูล รวมไปถึงความสามารถในการเรียกใช้ข้อมูลได้อย่างทันเวลา (ธนวรรณ สำนวนกลาง, 2559)

คุณภาพของระบบ (system Quality) หมายถึง การนำเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความน่าสนใจในรูปแบบ มีการตอบสนองที่รวดเร็ว มีความเสถียรภาพและมีประสิทธิภาพเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ (ธนวรรณสำนวนกลาง, 2559) ในงานวิจัยเรื่องนี้ หมายถึง คุณภาพของซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีที่มีประสิทธิภาพเพียงพอต่อผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก

คุณภาพของการบริการ (Service Quality) หมายถึง การให้บริการในรูปแบบของการให้ข้อมูล คำแนะนำ การรับแจ้งคำร้องขอ และดำเนินการตรวจสอบปัญหาหรือข้อเสนอแนะ (ธนวรรณสำนวนกลาง, 2559)

ร้านค้าปลีกในโครงการร้านธงฟ้าประชารัฐ (Retailing in the Thongfah Pacharat Project) หมายถึง ร้านค้าปลีกและร้านโชห่วยท้องถิ่น ที่มีการคมนาคมสะดวกและมีความพร้อมในการจำหน่ายสินค้าให้ผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐในแต่ละพื้นที่ มีการติดตั้งอุปกรณ์รับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (เครื่อง Electronic Data Capture: EDC) และการใช้โปรแกรมประยุกต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile Application: แอปพลิเคชันถุงเงินประชารัฐ) เพื่อใช้ในการรับชำระค่าสินค้าจากผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ (กระทรวงพาณิชย์, 2561)

ซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี (Store and Accounting Management System) หมายถึง ซอฟต์แวร์และอุปกรณ์ที่ใช้ทำการซื้อขายระหว่างผู้ขายและลูกค้า เป็นโปรแกรมบนคอมพิวเตอร์ซึ่งพัฒนามาจากหลักการของเครื่องคิดเงิน (Cash Register) ทำให้มีความสามารถต่าง ๆ เพิ่มเติมจากเครื่องเก็บเงิน โดยมีฟังก์ชันการใช้งานที่ช่วยให้ธุรกิจร้านค้าปลีกดำเนินไปได้อย่างราบรื่น รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งในด้านของการตัดสต็อกและดูความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของสินค้า รวมไปถึงการจัดการระบบบัญชีที่ยุ่งยากซับซ้อนให้กลายเป็นเรื่องง่าย และมีความสมบูรณ์ถูกต้อง

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้า และบัญชีของธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อม: กรณีศึกษา ธุรกิจค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ครอบคลุมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดจากการศึกษาดังนี้

2.1 การบริหารจัดการธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อม

2.1.1 ความหมายของการค้าปลีก

2.1.2 การบริหารจัดการค้าปลีก

2.1.3 ร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ

2.2 โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจร้านค้าปลีกขนาดย่อม

2.3 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล (Theory of Reasoned Action: TRA)

2.3.2 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

2.3.3 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี 2 (Technology Acceptance Model 2: TAM 2)

2.3.4 ทฤษฎีโมเดลแห่งความสำเร็จระบบสารสนเทศของ DeLone และ McLean

2.3.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4 การพัฒนาสมมติฐาน

2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 การบริหารจัดการธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อม

2.1.1 ความหมายของการค้าปลีก

ความหมายของการค้าปลีกมีหลากหลายตามการให้คำจำกัดความของผู้รู้ต่าง ๆ ดังนี้

จิลเบิร์ต (Gilbert, 2003, p. 6) ให้ความหมายการค้าปลีก หมายถึง ธุรกิจทั้งหลายที่จัดกิจกรรมต่าง ๆ ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจโดยตรงกับผู้บริโภคคนสุดท้าย (Final Consumer) บนพื้นฐานการจัดองค์กรขายสินค้าและบริการตามนัยการกระจายสินค้า คอตเลอร์ และคณะ (Kotler et al., 2003, p. 574) ให้ความหมายการค้าปลีก หมายถึง กิจกรรม

ต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการขายสินค้าและบริการไปยังผู้บริโภคคนสุดท้ายโดยตรงเพื่อการใช้ ส่วนตัวไม่ใช่เพื่อการทำธุรกิจ

ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ และวินัส อัครวิสุทธิถาวร (2554, น. 29) ให้ความหมายการค้าปลีก หมายถึง กิจกรรมที่ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการขายสินค้า หรือการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคคนสุดท้าย ทั้งนี้ ผู้ผลิตหรือผู้ค้าส่งอาจจะเป็นผู้ทำการค้าปลีกไปยังผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคจะซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อใช้ส่วนบุคคล หรือใช้ภายในครัวเรือน ไม่ใช่เป็นการซื้อสินค้าเพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้แก่บุคคลอื่น

สรุปความหมายธุรกิจค้าปลีก หมายถึง กิจกรรมทางธุรกิจที่ดำเนินเกี่ยวกับการจำหน่าย สินค้าและบริการผ่านทางช่องทางต่าง ๆ ให้กับผู้บริโภคคนสุดท้ายโดยตรง สำหรับนำไปใช้ส่วนตัว หรือในครัวเรือนไม่ใช่เพื่อการค้าปลีก

ธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อม เป็นการประกอบธุรกิจลักษณะของกิจการเจ้าของคนเดียว หมายถึง กิจการที่มีเจ้าของเพียงแคบุคคลเดียว เป็นกิจการที่มีขนาดเล็กมากกว่าธุรกิจประเภทอื่น ๆ เป็นธุรกิจที่เก่าแก่และมีอยู่ทั่วไปในประเทศ เจ้าของกิจการจะบริหารและดำเนินการคนเดียว ไม่ว่ากิจการ ประสบผลสำเร็จหรือขาดทุนก็จะได้รับผล ประโยชน์ และรับผิดชอบเพียงคนเดียว ขั้นตอน การดำเนินงานไม่สลับซับซ้อนและมีความคล่องตัวสูงในการตัดสินใจดำเนินงาน

ธุรกิจค้าปลีกในปี 2563 คาดว่ามีแนวโน้มหดตัวค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกัน ของปีก่อน เนื่องจากได้รับปัจจัยเชิงลบจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ส่งผลให้กำลังซื้อ ของคนในประเทศซบเซาลง รวมถึงการใช้จ่ายจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่หายไป ทั้งนี้ ศูนย์วิจัย ธนาคารออมสินประเมินว่าเหตุการณ์ดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อให้ภาพรวมรายได้ของธุรกิจค้าปลีก ปี 2563 หดตัวจากปี 2562 ประมาณร้อยละ -10.0 ถึง -13.6 อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการต้องมีการ ปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ เช่น เปลี่ยนช่องทางการขายเป็นออนไลน์ ปรับผลิตภัณฑ์ที่ขาย ให้เข้ากับสถานการณ์ และลดต้นทุน บริหารกระแสเงินสด รักษาสภาพคล่องของธุรกิจให้ยังสามารถ อยู่รอดต่อไปได้ เพื่อรอการฟื้นตัวของธุรกิจที่จะกลับมาภายหลังจากที่สถานการณ์การแพร่ระบาด คลี่คลายลง (ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน, 2563)

2.1.2 การบริหารจัดการค้าปลีก

การจัดการ หมายถึง กระบวนการของการวางแผน การจัดการองค์กร และการควบคุม เป็นความพยายามของสมาชิกในองค์กรและการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่าง มีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ที่องค์กรกำหนดไว้ หรือเป็นการออกแบบและรักษา

สภาพแวดล้อมที่บุคคลทำงานร่วมกันในกลุ่มให้บรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ (Certo, 2000, p. 555)

การจัดการร้านค้าปลีก หมายถึง กระบวนการวิเคราะห์สถานการณ์ค้าปลีก การวางแผนบริหารงานต่าง ๆ ในค้าปลีก การออกแบบกลยุทธ์ธุรกิจค้าปลีกในด้านต่าง ๆ และส่วนประสมการค้าปลีก (วารุณี ตันตวิวงศ์, 2552, น. 174)

การบริหารจัดการร้านค้าปลีก (Retailing management) เป็นขั้นตอนการวางแผนเพื่อใช้สำหรับการบริหารธุรกิจค้าปลีกให้บรรลุเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ และให้ธุรกิจสามารถดำเนินกิจกรรมการแลกเปลี่ยนสินค้าให้ตรงตามความต้องการและให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจสูงสุด การบริหารการค้าปลีกประกอบไปด้วย 5 ประการ ได้แก่ กระบวนการตัดสินใจการบริหารการค้าปลีก ท่าเลที่ตั้ง และการออกแบบร้านค้าปลีก การบริหารการตลาด การบริหารบุคคล และการบริหารการเงิน (ธเนศ เสตะจันทร์, 2552)

1) กระบวนการตัดสินใจการบริหารการค้าปลีก

กระบวนการตัดสินใจการบริหารการค้าปลีก มี 4 ขั้นตอน คือ การวิเคราะห์สถานการณ์ค้าปลีก การกำหนดกลยุทธ์ค้าปลีก การบริหารสินค้าและการบริหารร้านค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546, น. 24-30)

ขั้นที่ 1 การวิเคราะห์สถานการณ์ร้านค้าปลีก ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการบริหารการค้าปลีก จำเป็นต้องศึกษาสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกเพราะสภาพแวดล้อมบางประเภทอาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของธุรกิจ ผู้ประกอบการจึงต้องศึกษาและวิเคราะห์ เพื่อนำผลการวิเคราะห์มาใช้เป็นแนวทางในการปรับกลยุทธ์ของธุรกิจ (สาคร สุขศรีวงศ์, ม.ป.ป., น. 60-65)

ขั้นที่ 2 การกำหนดกลยุทธ์ร้านค้าปลีก เป็นการนำเอาข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มากำหนดกลยุทธ์ ทั้งในเรื่องการเลือกทำเลที่ตั้ง เพื่อธุรกิจสามารถประกอบกิจกรรมทางธุรกิจได้ การเลือกตำแหน่งที่ตั้งเป็นการพิจารณาเลือกตำแหน่ง หรือจุดที่เฉพาะเจาะจงของที่ตั้งธุรกิจ กลยุทธ์การตลาดค้าปลีก จะเป็นกลยุทธ์เกี่ยวกับการหาลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์ด้านการเงินก็เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสนใจเพราะการตัดสินใจด้านการเงินเป็นสิ่งสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์โครงสร้างองค์การและการบริหารทรัพยากรมนุษย์ รวมไปถึงระบบข้อมูลสารสนเทศทางการตลาดและการบริหารเครือข่ายผู้ขายสินค้า สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พิษณุ อิมวิญญาณ (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดการร้านค้าปลีกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค: การศึกษาร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า ความน่าสนใจของร้านสะดวกซื้อคือ กลยุทธ์ในการบริหารจัดการร้าน สามารถปรับตัวให้เข้ากับการแข่งขันในตลาดได้อย่างยั่งยืน

โดยการพัฒนา รูปแบบการจัดวางสินค้าภายในร้านให้เป็นระเบียบเรียบร้อย การคัดเลือกสินค้าที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค การสร้างคุณค่าในการบริการโดยมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ภายในกิจการ ตลอดจนการควบคุมมาตรฐานคุณภาพสินค้าและบริการให้เป็นสากล ดังนั้นรูปแบบร้านสะดวกซื้อ จึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสถานการณ์จะเป็นสิ่งกระตุ้นที่สำคัญทำให้เกิดรูปแบบร้านสะดวกซื้อแบบใหม่ รวมไปถึงสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ที่เป็นตัวขับเคลื่อนให้กลยุทธ์การค้าปลีกเปลี่ยนแปลงไป

ขั้นที่ 3 การบริหารสินค้า เป็นขั้นตอนที่ผู้ค้าปลีกพยายามที่จะนำเสนอสินค้าที่เหมาะสมด้วยปริมาณที่เหมาะสม สถานที่เหมาะสมและในเวลาที่เหมาะสม เพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้า โดยให้บรรลุเป้าหมายของธุรกิจ

ขั้นที่ 4 การบริหารร้านค้า เป็นภาระความรับผิดชอบของผู้ประกอบการร้านค้า ซึ่งมีหน้าที่ที่สำคัญ ได้แก่ การบริหารร้านค้า และการควบคุมต้นทุน กิจกรรมของธุรกิจการค้าปลีกที่เกี่ยวข้องกับการสรรหาพนักงาน และการควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ และมีหน้าที่วางแผนผังร้านค้า การออกแบบร้านค้าและการบริหารสินค้าให้เป็นที่รับรู้

2) ทำเลที่ตั้งและการออกแบบร้านค้าปลีก

ทำเลที่ตั้งของร้านมีผลต่อการประสบความสำเร็จของงาน นอกเหนือจากราคาสินค้า การบริการ และการตกแต่งร้านค้า การตั้งอยู่ในทำเลที่ถูกต้องจะช่วยให้มียอดขายที่เพิ่มขึ้นและมีผลกำไรที่ดี องค์กรประกอบในการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้ง ได้แก่ จำนวนประชากร ระดับรายได้ และฐานะทางสังคม อายุ-เพศของกลุ่มลูกค้า ศาสนา ข้อบังคับทางศาสนา หรือทางกฎหมายเส้นทางสัญจร ความสะดวกสบายในการเดินทางมาใช้บริการของร้าน ร้านค้าคู่แข่ง และร้านค้ารอบข้าง (วิโรจน์ วิชาสวัชรโยธิน, 2538, น. 68-72)

การออกแบบร้านค้าปลีก ควรคำนึงถึงเรื่องการวางแผนร้านค้า การตกแต่งร้านเป็นการสร้างภาพลักษณ์บรรยากาศทั้งภายใน และภายนอกของร้าน การวางแผนผังร้านค้าและการบริหารพื้นที่ขายให้เกิดประโยชน์สูงสุด

3) การบริหารการตลาด

การบริหารการตลาดเป็นการวางแผนเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด และบรรลุเป้าหมายของธุรกิจ ดังนั้นธุรกิจค้าปลีกจึงต้องศึกษา และตัดสินใจเกี่ยวกับประเด็นต่อไปนี้

1. ความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด และบรรลุเป้าหมายของธุรกิจ ดังนั้นธุรกิจค้าปลีกจึงต้องศึกษา และตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่องลูกค้า จากแนวคิดที่ว่าลูกค้าสำคัญที่สุด ธุรกิจค้าปลีกจึงต้องศึกษาลักษณะที่แตกต่างกันของผู้ที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้า ด้วยลักษณะที่ต่างกัน นี่จึงทำให้มีความต้องการที่แตกต่างกัน เมื่อธุรกิจสามารถค้นหาลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ จะทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายนั้นได้ (Kotler, 2003, pp. 287-299)

2. การเลือกสรรสินค้าและการจัดซื้อ ผู้ค้าปลีกต้องมีการเลือกรว่าจะซื้อสินค้าชนิดใดมาขาย โดยมีข้อกำหนดทางด้านการเงินที่จะใช้ในการซื้อสินค้า รวมทั้งขนาดของพื้นที่ในการวางสินค้าภายในร้าน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546, น. 144-149)

3. การบริหารสินค้าคงเหลือ วัตถุประสงค์ของการบริหารสินค้าคงเหลือ คือ การทำให้เชื่อมั่นว่า มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพคือ การทำงานให้เป็นไปตามกำหนดตารางเวลา การล่าช้าเพราะการขาดสินค้าอาจเป็นสาเหตุให้เสียโอกาสทางการขาย นั่นถือว่าการสูญเสียของธุรกิจ การบริหารสินค้าคงเหลือ สามารถสร้างยอดขายได้สูงสุด และเป็นการป้องกันสินค้าคงเหลือจากการถูกขโมย ถูกปล้น การเสื่อมสภาพหรือล้าสมัย การมีสถานที่เก็บสินค้าที่มีประสิทธิภาพ เป็นการช่วยทำให้เกิดผลต่อปริมาณ และคุณภาพของสินค้าคงเหลือ การลงทุนในสินค้าคงเหลือให้ต่ำที่สุด การควบคุมสินค้าคงเหลือที่มีประสิทธิผลจะทำให้ผู้ค้าปลีกมีสินค้าคงเหลือน้อยลง เมื่อมีสินค้าคงเหลือน้อยก็จะทำให้ต้นทุนต่ำลงด้วย (สมชาย หิรัญกิตติ, 2542, น. 208-215) สอดคล้องกับงานวิจัยของ พลทัต ช้อยเพ็ง (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบบริหารจัดการร้านค้าปลีกดิจิทัลเพื่อจัดจำหน่าย อะไหล่รถจักรยานยนต์ด้วยกรอบการทำงานโอดู จากการศึกษาพบว่า ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมส่วนใหญ่มักจะเก็บข้อมูลการซื้อขายในรูปแบบของเอกสาร โดยการจดบันทึกรายการสินค้าต่าง ๆ ลงในสมุดจดบันทึกประจำวัน การตรวจสอบข้อมูลย้อนหลังจึงเป็นไปได้ยาก ส่งผลให้เสียโอกาสทางการค้าเพราะการบริหารจัดการนั้นขาดมาตรฐานและไม่มี ความทันสมัย ปัญหาที่ร้านค้าปลีกเผชิญ คือปัญหาด้านการบริหารจัดการสินค้าในคลัง โดยขาด การวางแผนการจัดวางสินค้าในคลังให้เป็นหมวดหมู่ที่แน่นอน ง่ายต่อการตรวจสอบและค้นหา ทำให้ เกิดปัญหาในขั้นตอนการตรวจสอบจำนวนสินค้าที่แท้จริง และขาดการวางแผนการสั่งซื้อสินค้าในแต่ละ ครั้งทำให้เกิดปัญหาสินค้าไม่เพียงพอต่อการจำหน่ายทำให้เสียโอกาสในการขาย ดังนั้น หากมี การนำเอาเทคโนโลยีทางสารสนเทศเข้ามาช่วยจัดการข้อมูลต่าง ๆ ภายในกิจการอย่างเป็นระบบ อย่างเช่น ใช้ระบบคอมพิวเตอร์จัดเก็บฐานข้อมูลของสินค้า เพื่อให้สะดวกต่อการแก้ไขและค้นหา

ข้อมูลของสินค้า ทำให้การดำเนินงานนั้นมีความถูกต้องและรวดเร็ว และลดความผิดพลาดของขั้นตอนการขายสินค้า ธนิต โสรัตน์ (2552) กล่าวว่า ปัจจัยด้านเวลา ปริมาณสินค้าและการเงินมีความเกี่ยวข้องต่อการจัดการคลังสินค้า ต้นทุนของสินค้าในคลังจะเพิ่มขึ้นหรือลดลงนั้นเป็นผลมาจากการจัดการบริหารคลังสินค้า หากมีการบริหารที่มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลจะทำให้กิจการสามารถลดต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาสินค้าในคลังได้ สุภา จิรวฒนานนท์ (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง อิทธิพลของเทคโนโลยีต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการคลังสินค้าในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ จากการศึกษา พบว่า เทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการบริหารจัดการคลังสินค้า กล่าวคือ ถ้าธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่มีการนำเทคโนโลยีที่ดีเข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ย่อมส่งผลให้การบริหารจัดการคลังสินค้านั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4. การกำหนดราคา โดยคุณค่าของสินค้าจะขึ้นอยู่กับกับผลประโยชน์ที่ได้รับ เมื่อเปรียบเทียบกับค่าของเงิน ดังนั้นราคาจึงเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ใช้ในการวัดมูลค่าการแลกเปลี่ยน ระหว่างเงินกับสินค้าว่า มีความเหมาะสมกับมูลค่าในการใช้หรือไม่ (สรารธรรม์ เรื่องกัลปวงศ์, 2549, น. 189-193)

5. การสื่อสารการตลาดการค้าปลีก เป็นองค์ประกอบหนึ่งของส่วนประสมการตลาด ซึ่งทำหน้าที่ให้ข้อมูล ชูใจ และเตือนความทรงจำแก่ลูกค้า โดยมีมุ่งหวังให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดี ความเชื่อ หรือพฤติกรรมในการซื้อสินค้าของลูกค้า การสื่อสารการตลาดของผู้ค้าปลีกไปยังลูกค้าจะใช้เครื่องมือในการสื่อสารที่สำคัญ 5 ประการ คือ การโฆษณา (Advertising) การให้ข่าว (Publicity) การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) และการจัดบรรยากาศภายในร้าน (Store atmosphere) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546, น. 187-189)

4) การบริหารบุคคล

บุคลากรนั้นจะรวมเอากิจกรรมต่าง ๆ ไว้หลายอย่าง เริ่มตั้งแต่การคัดเลือก การฝึกอบรม การพิจารณาตอบแทน การควบคุมดูแลการปฏิบัติงาน การแก้ไขปรับปรุงเมื่อมีการร้องเรียนหรือมีปัญหาเกิดขึ้น ดังนั้นวัตถุประสงค์ของการบริหารบุคคลคือ การพัฒนาบุคคลหรือผู้ร่วมงานให้ทำหน้าที่ในร้านค้าปลีกให้เป็นที่พึงพอใจทั้งผู้ค้าและลูกค้าซึ่งฝ่ายบริหาร และคนงานทั้งหมดต้องให้ความร่วมมือและประสานงานกันอย่างใกล้ชิด (สุมนา อยุธยา, 2539, น. 83-92)

5) การบริหารการเงิน

การบริหารการเงิน เป็นงานที่สำคัญของการบริหารร้านค้าปลีก เพราะเป้าหมายหลักของการทำธุรกิจ คือ การสร้างความมั่นคงและสร้างผลตอบแทนสูงสุดให้แก่กิจการ เพื่อให้ธุรกิจมีมูลค่าเพิ่มขึ้น การบริหารการเงินมีประเด็นที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ (เยวากุล เกียรติสุนทร, 2546, น. 245-290)

1. หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ประกอบการ คือมีหน้าที่ในการวิเคราะห์และวางแผนทางการเงิน บริหารสินทรัพย์ และจัดหาทุน

2. เป้าหมายการบริหารการเงิน คือ การสร้างความมั่นคงสูงสุดให้แก่กิจการหรือผู้ถือหุ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย การบริหารการเงินจึงมีหลักในการบริหารงานการเงินให้สอดคล้องกับเป้าหมายกิจการ โดยพิจารณาจากเรื่อง ระยะเวลาคืนทุน กระแสเงินสด และความเสถียร

3. การจัดหาทุน ผู้ประกอบการจะต้องศึกษาว่ากิจการต้องการเงินทุนในการดำเนินธุรกิจเท่าไร และต้องนำไปใช้ในส่วนไหนบ้าง มีการจัดหาจากแหล่งใด อย่างเช่น เงินออมส่วนตัว ชักชวนคนอื่นมาเป็นหุ้นส่วน เงินกู้ยืมระบบ หรือจะเป็นเจ้าหนี้การค้าหรือสินเชื่อทางการค้า ฯลฯ

4. การบริหารลูกหนี้ การให้สินเชื่อแก่ลูกค้าเป็นต้นทุนของกิจการ ถ้ากิจการไม่สามารถบริหารจัดการสินเชื่อหรือลูกหนี้การค้าได้ จะมีปัญหาด้านสภาพคล่องและสมรรถภาพในการหากำไร การพิจารณาว่าสมควรขายเชื่อให้แก่ลูกค้าแต่ละรายหรือไม่ โดยมีแนวทางในการพิจารณาคุณลักษณะของลูกค้า โดยดูจากอุปนิสัยส่วนตัว ความสามารถในการชำระหนี้ รวมไปถึง สถานการณ์ทั่วไป อย่างเช่น สภาวะเศรษฐกิจ สังคม เป็นต้น

2.1.3 ร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ

ร้านค้าปลีกโครงการธงฟ้าประชารัฐของรัฐบาล มีเป้าหมายเพื่อช่วยลดภาระค่าครองชีพและเพิ่มกำลังซื้อให้กับผู้มีรายได้น้อย และยังช่วยเพิ่มยอดขายให้กับร้านค้าในชุมชนที่เข้าร่วมเป็น “ร้านธงฟ้าประชารัฐ” โดยรัฐบาลจะกระตุ้นให้เกิดการจับจ่ายใช้สอยสินค้าอุปโภคบริโภค รัฐบาลตั้งความหวังไว้ว่า การที่ประชาชนใช้บัตรสวัสดิการแห่งรัฐที่ร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ จะช่วยผลักดันให้เศรษฐกิจฐานรากขยายตัวได้ตามเป้าหมายที่ทางรัฐบาลตั้งไว้ และส่งผลให้มีเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจมากขึ้น

กระทรวงพาณิชย์มีแผนที่จะพัฒนาให้ร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐมีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ โดยเริ่มจากการยกระดับการให้บริการของร้านธงฟ้าประชารัฐให้ทันสมัย โดยประยุกต์ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ให้เข้ากับการบริการของร้านค้า เพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันที่ และทำให้ผู้ประกอบการทราบรายละเอียดของรายการสินค้าชนิดต่าง ๆ

ว่ามีรายการซื้อขายสินค้าชนิดใด จำนวนเท่าใด ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านการบริหารจัดการและกระจายสินค้าสู่ชุมชน ทั้งนี้ยังมีแผนที่จะฝึกอบรมให้แก่ผู้ประกอบการร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ เกี่ยวกับวิธีการทำธุรกิจ การพัฒนาร้านค้า การเพิ่มช่องการขายผ่านช่องทางออนไลน์ รวมไปถึงให้ความรู้ด้านภาษีและการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลโดยมีกำหนดระยะเวลาอบรม 5 วัน การจัดโครงการอบรมดังกล่าวจะทำให้ร้านค้าธงฟ้าประชารัฐสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ทำกิจการให้มีความเข้มแข็งมากขึ้น สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องแม้อยู่ในสถานะการณ์ที่มีการแข่งขันสูง ทำให้ผู้ประกอบการได้เห็นช่องทางและขยายโอกาสเข้าสู่ตลาดการค้าออนไลน์เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในยุคปัจจุบัน ในยุคที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไปจากเดิม พฤติกรรมการซื้อสินค้าในยุคก่อนจะนิยมการไปเลือกซื้อสินค้าที่ร้าน แต่ในยุคปัจจุบันมีผู้บริโภคจำนวนมากที่ชื่นชอบการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ และกระทรวงพาณิชย์ได้ผลักดันให้ร้านค้าได้รวมกลุ่มกันและสร้างเครือข่ายในการซื้อสินค้าเพื่อให้สามารถเจรจาต่อรองกับผู้ค้าส่งหรือผู้ผลิตสินค้าให้มาเข้าร่วมโครงการ และขอความร่วมมือให้ผู้ผลิตสินค้าปรับลดราคาสินค้าให้เหมาะสมเพื่อลดต้นทุนในการสั่งซื้อ นอกจากนี้ ยังเป็นการช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก โดยให้เกษตรกรและผู้ผลิตในชุมชนมีส่วนร่วมในการนำสินค้าจากเกษตรกรในท้องถิ่นมาจำหน่ายให้กับร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ ทำให้รายการสินค้าในร้านธงฟ้ามีความหลากหลาย และทำให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นอีกด้วย นายสนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ กล่าวว่า จะมีการดำเนินการกำกับดูแลและตรวจสอบร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทุกร้านที่เข้าร่วมโครงการปฏิบัติตามเงื่อนไขและหลักเกณฑ์ของการสมัครเข้าเป็นร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ หากมีการตรวจสอบแล้วพบว่าร้านค้าร้านใดมีการกระทำที่ผิดจากเงื่อนไขและหลักเกณฑ์ หรือเข้าข่ายการเอาเปรียบผู้บริโภค กระทรวงฯ จะดำเนินการขึ้นเด็ดขาดหากทางร้านมีการกระทำผิดจริง และจะทำการปลดออกจากโครงการ และยึดคืนเครื่องรูดบัตรสวัสดิการการทันที

ร้านค้าที่สามารถเข้าร่วมโครงการร้านธงฟ้าประชารัฐ จะต้องเป็นร้านค้าที่มีทำเลและสถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนที่การคมนาคมสะดวกและจำหน่ายสินค้าอยู่แล้ว ไม่เป็นร้านสาขาของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ระดับประเทศ ประเภทสินค้าที่จำหน่าย ได้แก่ สินค้าเพื่อการอุปโภคบริโภค สินค้าเพื่อการศึกษา และสินค้าประเภทวัตถุดิบเพื่อเกษตรกรรม ซึ่งร้านค้าจะต้องไม่เคยถูกเพิกถอนสิทธิการติดตั้งและไม่เคยปฏิเสธหรือขอคืนหรือยกเลิกการติดตั้งเครื่องรูดบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ หากเป็นร้านค้าหน่วยรถเคลื่อนที่ที่จะต้องดำเนินการโดยกระทรวงพาณิชย์ หลังจากที่ได้เข้าร่วมโครงการทางร้านค้าจะต้องติดป้ายสัญลักษณ์ "ธงฟ้าประชารัฐ" บริเวณหน้าร้านและชั้นวางสินค้าให้ง่ายต่อการมองเห็น และต้องติดตั้งเครื่องรูดบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ (EDC) จากธนาคารกรุงไทย หรือธนาคารอื่น ๆ ที่กรมบัญชีกลางกำหนดสำหรับการใช้รับชำระค่าสินค้าจากบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ต่อมาวันที่ 2-19

กรกฎาคม พ.ศ. 2561 กระทรวงพาณิชย์ได้ร่วมกับกระทรวงการคลัง และธนาคารกรุงไทย รับสมัครร้านค้าเพื่อใช้งาน แอปพลิเคชัน ผ่านโทรศัพท์มือถือ “ถุงเงินประชาชน” มีผู้สมัครเข้าและได้ส่งรายชื่อให้กับกรมบัญชีกลางเพื่ออนุมัติแล้ว 1.4 หมื่นราย ร้านค้าที่ต้องการเข้าร่วมโครงการต้องมีโทรศัพท์หรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ที่รองรับระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ Version Kitkat 4.4 ขึ้นไป หรือระบบปฏิบัติการ IOS Version 9.0 ขึ้นไป ซึ่งในการรับชำระค่าสินค้าได้ต้องมีการเชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ต (ศูนย์ข่าวกระทรวงพาณิชย์, 2561)

ธุรกิจค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการประชารัฐก็มีการบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาช่วยเหลือ กรมค้าภายใน มีการจัดอบรมอินเทอร์เน็ตร้านค้า เพื่อสร้างจุดแข็งเชื่อมโยงรายได้ให้ผู้ประกอบการ สร้างความยั่งยืนและเชื่อมโยงเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทั่วประเทศ นายวิชัย โภชนกิจ อธิบดีกรมการค้าภายในได้เปิดโครงการ “อบรมและเชื่อมโยงการเพิ่มศักยภาพร้านค้าธงฟ้าประชารัฐสู่ความยั่งยืน” ซึ่งเป็นการอบรมให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการร้าน โดยมีเป้าหมาย คือ ต้องการให้ความรู้กับร้านค้าในวิธีการและขั้นตอนต่าง ๆ อีกทั้ง ยังจัดให้มีการเชื่อมโยงเครือข่ายร้านค้าธงฟ้าทั่วประเทศกับผลิตภัณฑ์ชุมชน และผู้ผลิตสินค้ารายใหญ่ (Supplier) เพื่อให้ร้านค้ารายย่อยได้รับการพัฒนาศักยภาพ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้มีความเข้มแข็งสามารถยืนอยู่ได้ด้วยตนเอง (ประชาชาติธุรกิจ, 2562)

2.2 โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจร้านค้าปลีกขนาดย่อม

โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีเป็นระบบที่เขียนโปรแกรมบนคอมพิวเตอร์ซึ่งพัฒนามาจากหลักการของเครื่องคิดเงิน (Cash Register) โดยมีฟังก์ชันการใช้งานที่ช่วยให้ธุรกิจร้านค้าดำเนินไปได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น อย่างเช่น การตัดสต็อกและดูความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของสินค้า การบันทึกและสรุปรายรับ-รายจ่ายรายวัน รายสัปดาห์ หรือรายเดือน การออกใบเสร็จได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง การจัดการระบบสมาชิก การบันทึกข้อมูลการใช้งานเครื่องของพนักงาน รวมไปถึงการดูข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา เนื่องด้วยในปัจจุบันมีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนหลายหน่วยงานที่ได้ทำการพัฒนาซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีเพื่อมาแจกจ่ายและจำหน่ายให้กับธุรกิจค้าปลีก เพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีความสะดวกรวดเร็ว ถูกต้องมีประสิทธิภาพ และเป็นการช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ผู้วิจัยจึงได้แบ่งประเภทซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี ออกเป็น 2 กลุ่มได้แก่ ซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจร้านค้าที่ไม่มีค่าใช้จ่าย (หน่วยงานภาครัฐ) และซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจร้านค้าที่มีค่าใช้จ่าย (เอกชน)

2.2.1 ซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจร้านค้าที่ไม่มีค่าใช้จ่าย

ตัวอย่างเช่น โปรแกรม e-Accounting for SMEs (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2561)

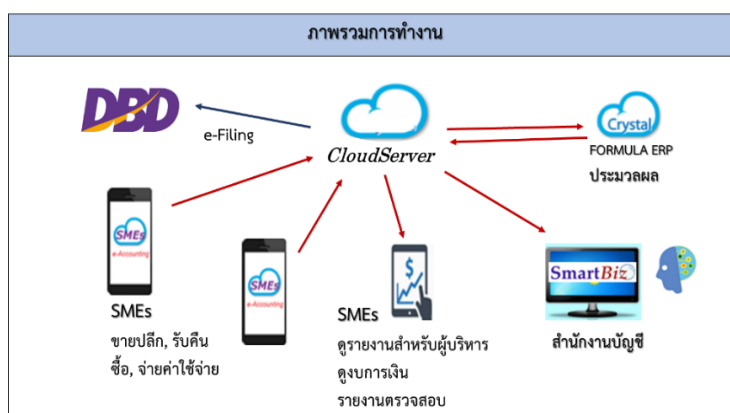
โปรแกรม e-Accounting for SMEs เป็นความร่วมมือระหว่าง กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ได้ร่วมกับ 5 หน่วยงานพันธมิตร ได้เล็งเห็นความสำคัญของการจัดทำระบบบัญชีของธุรกิจค้าปลีกว่าจะต้องมีความถูกต้อง ครบถ้วน และเป็นมาตรฐานสากล ซึ่งจะสะท้อนถึงศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันเมื่อเทียบกับคู่แข่งและช่วยยกคุณภาพให้ธุรกิจให้บรรลุเป้าหมาย สามารถดำรงธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน จึงได้จัดทำ e-Accounting for SMEs เพื่อรองรับธุรกิจประเภทซื้อมาขายไปและบริการ พัฒนาระบบที่มีการทำงานตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำแบบครบวงจรทั้งการเก็บข้อมูลการขายและการจ่ายเงิน มีรายงานเพื่อช่วยการบริหารกิจการได้รวดเร็ว โดยผู้ใช้งานไม่จำเป็นต้องมีความรู้ในด้านบัญชี แต่ก็สามารถดึงงบการเงินที่ถูกต้องตามมาตรฐาน เพื่อนำส่งในรูปแบบ DBD e-Filing ได้สะดวก e-Accounting for SMEs เหมาะกับกิจการที่เป็นบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล ใช้งานได้ทั้งบน Smartphone และ Tablet ทำงานแบบ hybrid ไม่ต้องต่ออินเทอร์เน็ตตลอดเวลา ด้วยการออกแบบการทำงานแบบ Messaging ทำให้ SMEs สามารถเก็บข้อมูลไว้กับกิจการได้เอง ไม่จำเป็นต้องมีไอที และยังได้รับความสะดวกในการทำงานด้วย Cloud Technology e-Accounting for SMEs เหมาะกับธุรกิจซื้อมา-ขายไป ธุรกิจบริการ ทั้งที่เป็นบุคคลธรรมดา หรือจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล หรือกิจการที่ยังไม่ถึงเกณฑ์ที่ต้องจดทะเบียนมูลค่าเพิ่ม เช่น ร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ ร้านขายสินค้า OTOP ร้านขายเสื้อผ้า สปา ร้านขายก๋วยเตี๋ยว ฯลฯ ระบบร้านค้าชุมชนและการทำบัญชีด้วย Robot Full loop cloud Accounting ประกอบไปด้วยงาน 2 ส่วน คือ การทำงานของ SMEs และ การทำงานของสำนักงานบัญชี การทำงานของ SMEs จะใช้โปรแกรมซื้อขายที่ใช้งานง่าย ชื่อว่า e-Accounting for SMEs ส่วนการทำงานของสำนักงานบัญชีเพื่อทำบัญชีให้ SMEs โดยรับข้อมูลจากโปรแกรม e-Accounting ประกอบด้วย

- 1) โปรแกรมเพื่อใช้ทำบัญชี คือ Smartbiz ซึ่งไม่มีค่าใช้จ่าย แต่ถ้าต้องการใช้งานร่วมกับ SmartbizRobot ต้องเป็น Smartbiz on Cloud Version 11 ขึ้นไป
- 2) โปรแกรมเพื่อรับข้อมูล Online จาก e-Accounting เพื่อใช้ในการทำบัญชี คือ Smartbiz Robot

โปรแกรมที่แจกฟรีในโครงการ	
<p>SMEs อาจจ้างสำนักงานบัญชีทำบัญชีให้ด้วยก็ได้ (ส่งข้อมูล Online Automatic ไปให้สำนักงานบัญชี)</p>  <p>ฟรี 2 user</p> <p>โปรแกรม e-Accounting on Mobile</p>	<p>สำนักงานบัญชี</p> <p>รับทำบัญชีได้ 50 SMEs ต่อ 1 เครื่อง*</p>  <p>โปรแกรม Smartbiz Accounting ฟรี</p> <p>โปรแกรม Smartbiz Robot ฟรี</p> <p>*สข. รับข้อมูล Online ได้ฟรี 1 กิจการ</p>

ภาพที่ 2.1 ภาพโปรแกรมที่แจกฟรีในโครงการของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า
ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2561

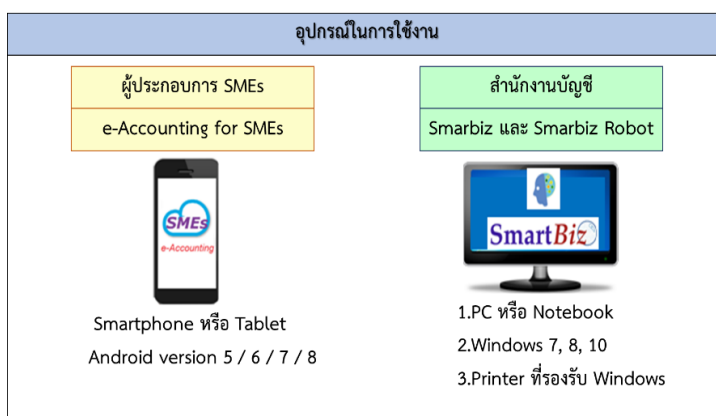
เมื่อ SMEs บันทึกรายการจากโปรแกรม e-Accounting ระบบจะส่งข้อมูลผ่านคลาวด์เซิร์ฟเวอร์และส่งต่อไปยัง Crystal Server ซึ่งมีโปรแกรม FORMULA ERP ทำการบันทึกบัญชีให้ตามหลักการบัญชี คำนวณต้นทุนและจัดทำรายงานสำหรับผู้บริหาร และงบการเงินในการบริหารส่งไปให้ SMEs ระบบจะทำงานแบบ Messaging คือ เป็นเหมือนบุรุษไปรษณีย์ทำการส่งจดหมาย (ข้อมูลของ SMEs) โดยไม่เห็นข้อมูลข้างใน และเมื่อส่งให้ SMEs เสร็จแล้ว ก็ไม่ได้เก็บข้อมูลไว้ที่คลาวด์เซิร์ฟเวอร์ SMEs จะได้รับความสะดวกในการทำงาน และยังเป็นเจ้าของข้อมูลของตนเอง สำหรับ SMEs ที่ใช้บริการจากสำนักงานบัญชีตาม solution นี้ ระบบก็จะส่งข้อมูลไปให้สำนักงานบัญชีโดยอัตโนมัติโดยที่สำนักงานบัญชีไม่ต้องเอารายการค้ำมาบันทึกซ้ำอีกครั้งลดการทำงานซ้ำซ้อน และ Re-key ผิดพลาด



ภาพที่ 2.2 ภาพรวมการทำงานร้านค้ากับการทำบัญชี Robot
ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2561

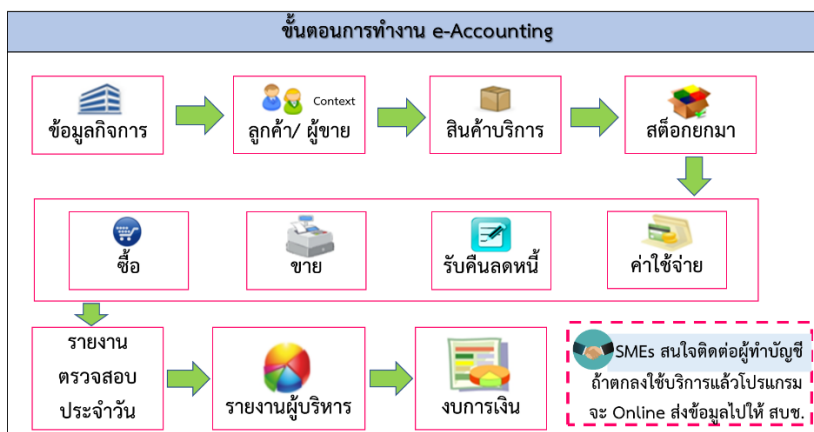


ภาพที่ 2.3 ภาพการทำงานแบบ Messaging และ Hybrid
ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2561



ภาพที่ 2.4 ภาพอุปกรณ์ในการใช้งาน
ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2561

ความสามารถเบื้องต้นของ e-Accounting for SMEs คือ บันทึกการขายซื้อ-ขาย รับคืน จ่ายค่าใช้จ่ายได้สะดวกบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ทำการซื้อ-ขาย โดยใช้บาร์โค้ด หรือเลือกจากแคตตาล็อก และถ่ายภาพสินค้าเก็บไว้ได้ และสามารถดูรายงานผู้บริหารงบการเงิน เช่น งบกำไรขาดทุน, งบแสดงฐานะทางการเงิน ฯลฯ ได้บนมือถือ มีระบบการทำงานทำงานแบบ Hybrid (Offline และ Online) ไม่จำเป็นต้องใช้อินเทอร์เน็ตตลอดเวลา และระบบการทำงานแบบ Messaging ทำให้ SMEs เป็นเจ้าของข้อมูล และสำรอง ข้อมูลเก็บไว้เอง สามารถสั่งล็อคห้ามแก้ไข การทำธุรกรรมที่ส่งเข้า Smartbiz ได้ และเจ้าของสามารถสั่ง Active, In active การเข้าใช้โปรแกรมของพนักงานได้จากโทรศัพท์เคลื่อนที่



ภาพที่ 2.5 ภาพขั้นตอนการทำงานของ e-Accounting for SMEs

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2561

ขั้นตอนแรกในการใช้งานโปรแกรม คือ การกรอกรายละเอียดกิจการของ SMEs และเพิ่มรายการสินค้า และบริการ จากนั้นเพิ่มรายชื่อติดต่อลูกค้า และผู้ขายโดยการกรอก TAX ID และรหัสสาขา โดยสามารถระบุพิกัดที่ตั้งร้านค้าของลูกค้า หรือผู้ขายได้ กรณีที่ SMEs มียอดสต็อกยกมาก่อนมาเริ่มใช้โปรแกรม e-Accounting ก็จะมีบันทึกยอดสต็อกยกมาได้ซึ่งจะทำเพียงครั้งเดียว หลังจากนั้น โปรแกรมจะคำนวณยอดสต็อกไปรอบบัญชีถัดไปให้อัตโนมัติหาก SMEs ยังไม่สามารถหา ยอดสต็อกยกมาได้ แต่จำเป็นต้องการขายสินค้าไปก่อน และสินค้าพร้อมขายในคลังสินค้า ก็สามารถทำการขายไปก่อนได้ แล้วจึงมาบันทึกยอดสต็อกยกมาในภายหลัง การซื้อสดสินค้าในแต่ละครั้งก็สามารถเลือกช่องทางการจ่ายเงินได้ ทั้งเงินสด ตัดยอดบัตรเครดิต และบัญชีพร้อมเพย์ของธนาคาร โดยสามารถถ่ายรูปและแนบบิลซื้อ เพื่อส่งให้สำนักงานบัญชีตรวจสอบรายการ ในการขายสดสินค้าสามารถพิมพ์บิลขาย แอร์ไฟล์ บันทึกเก็บไว้ และมีช่องรับคืนสินค้า ลดหนี้ ส่วนในเรื่องค่าใช้จ่ายของกิจการ กิจการสามารถลงรายละเอียดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ได้ในโปรแกรม ทั้งนี้ผู้ใช้งานสามารถเรียกดูรายงานตรวจสอบเพื่อดูรายการที่บันทึกเข้าไป โดยเข้าที่ “รายการทั้งหมด” ของเอกสารนั้น ๆ ในโปรแกรม e-Accounting มีรายงานสำหรับผู้บริหาร โดยทำการร้องขอไปยังเครื่องแม่ข่ายแอปพลิเคชันให้ส่งรายงานมาให้ ในด้านของงบการเงินนอกจากผู้ประกอบการจะสามารถเรียกดูงบการเงินด้วยโทรศัพท์มือถือแล้ว ยังสามารถส่งไฟล์งบการเงินไปให้คนอื่น สามารถเลือกแอร์ไฟล์ไปด้วยแอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่ได้ทำงานติดตั้งไว้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ เช่น Line, Yahoo mail, Gmail ฯลฯ และกิจการสามารถติดต่อใช้บริการสำนักงานบัญชีที่ใช้ smartbiz version on cloud ได้ โดยจะมีเมนูเป็นสื่อกลางให้ SMEs สามารถติดต่อใช้บริการทำบัญชีจากสำนักงานบัญชี หรือบุคคลภายนอกที่ให้บริการทำบัญชีด้วย Smartbiz Cloud version โดยมีลำดับรายชื่อสำนักงานบัญชีขึ้นมา (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2561)

2.2.2 ซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจร้านค้าที่มีค่าใช้จ่าย

(เอกชน)

ปัจจุบันมีหลายบริษัทที่ได้พัฒนาซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี เพื่อการจำหน่ายให้กับธุรกิจค้าปลีก ผู้วิจัยจึงมีการยกตัวอย่างการทำงานของโปรแกรมการบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในแต่ละบริษัทที่มีชื่อเสียง ดังนี้

ตารางที่ 2.1 การเปรียบเทียบการทำงานของซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี

ชื่อโปรแกรม	การทำงาน
Business Plus POS บริษัท บิซิเนส แอนด์ เทคโนโลยี จำกัด	ระบบสามารถรองรับได้ทั้งการขายแบบตลอด 24 ชั่วโมงและมีระบบร้านแบบเปิด-ปิดเป็นเวลา ทำรายการขายโดยใช้สแกนเนอร์ อ่านบาร์โค้ดหรือกดรหัสสินค้าจากแป้นพิมพ์ รองรับการรับชำระค่าสินค้าได้หลายช่องทาง เช่น เงินสด บัตรเครดิต เช็ค เป็นต้น ทางร้านสามารถกำหนดรูปแบบใบกำกับภาษีอย่างย่อได้เอง และพิมพ์ใบกำกับภาษีแบบเต็มรูปได้ มีรายงานวิเคราะห์การขายตามวัน เวลา ตามเครื่อง หรือตามแคชเชียร์ (Business Plus, 2562)
SabuySoft	ระบบรองรับการใช้งานแบบออนไลน์พร้อมกันหลายสาขาทั่วประเทศประมวลผลข้อมูลได้แบบเรียลไทม์แม้สัญญาณอินเทอร์เน็ตขัดข้อง สามารถเรียกดูข้อมูลออนไลน์ได้บนระบบปฏิบัติการทั้ง iOS และ Android ร้านค้าสามารถทำรายการขายได้อย่างรวดเร็ว มีระบบทำสต็อกสินค้าทั้งแบบหน้าร้านและหลังร้าน สามารถกำหนดจุดสั่งซื้อโดยระบบจะมีการแจ้งเตือนเมื่อสินค้าใกล้หมด สามารถป้อนข้อมูลได้หลายภาษา มีระบบป้องกันการทุจริตได้ 100% รองรับระบบ Touch Screen แสดงรูปสินค้า ระบบมีฟังก์ชันที่หลากหลายและครอบคลุม เช่น มีระบบทำค่าใช้จ่าย ระบบการขายแบบสมาชิก ระบบสั่งซื้อสินค้า-ขายสินค้า ระบบคลังสินค้า เสนอราคา การเงิน ระบบแบบเปิดกะ-ปิดกะ ระบบพิมพ์บาร์โค้ดของสินค้า ฯลฯ นอกจากนี้ระบบยังสามารถเช็คอายุสินค้าที่อยู่ในคลังได้โดยการพิมพ์หมายเลข Serial Number ของสินค้า มีระบบงานประเภทรับซ่อมและเคลมสินค้า สามารถติดตามสถานะงานซ่อมได้ทุกขั้นตอน ตั้งแต่ช่างผู้รับซ่อม ขั้นตอนการซ่อมจนถึงการรับคืน และสามารถออกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ เช่น ใบกำกับภาษี ใบส่งของใบเสร็จรับเงิน ใบลดหนี้ รายงานภาษีซื้อ-ภาษีขาย ความเคลื่อนไหวของสินค้าและวัตถุดิบ รวมไปถึงรายงานสรุปผลต่าง ๆ (SabuySoft, 2559)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ชื่อโปรแกรม	การทำงาน
Choco	ระบบสามารถทำงานได้ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ สามารถตรวจสอบยอดขายได้แบบเรียลไทม์แม้อยู่ในพื้นที่ที่อินเทอร์เน็ตไม่เสถียร ใช้ได้ในอุปกรณ์ที่เป็นระบบปฏิบัติการ iOS และ Android ใช้ได้กับกิจการที่มีหลายสาขา มีระบบสต็อกสินค้ามากกว่า 1 คลังและดูรายการสินค้าในสต็อกได้ทันทีแบบเรียลไทม์ มีรายงานยอดสินค้าคงเหลือประกอบสามารถออกรายงานความเคลื่อนไหวยอดสินค้าได้อย่างรวดเร็ว รองรับรายการขายด้วยการใช้รหัสบาร์โค้ด สามารถกำหนดให้มีการแจ้งเตือนได้เมื่อถึงจำนวนขั้นต่ำ ผู้ประกอบการสามารถเรียกดูรายงานสรุปยอดขายและรายการสินค้าขายดีผ่านระบบ SMS และ Email รายวัน (chococrm, 2562)
NanoPOS บริษัท เคเอส 1689 จำกัด	สามารถกำหนดจำนวนขั้นต่ำของสต็อก และมีระบบการแจ้งเตือนเมื่อขายสินค้าถึงขั้นสุดท้ายและเมื่อขายสินค้าถึงจุดสั่งซื้อได้ มีระบบคำนวณเงินทอนพร้อมกับเก็บข้อมูลแบบแยกส่วนระหว่างการขายแบบเงินสดกับการขายแบบบัตรเครดิต สามารถออกรายงานสินค้าคงเหลือและรายงานขายโดยกำหนดช่วงของการออกรายงานขายได้ไม่ว่าจะเป็นแบบแยกตามวัน เดือน ปี หรือช่วงวัน (KS1689, 2562)
AKK Softtech บริษัท เอเคเค ซอฟต์แวร์ จำกัด	รองรับระบบการขายแบบหลายประเภท ได้แก่ การขายปลีก ขายส่ง ขายหน้าร้าน รองรับระบบซื้อมา-ขายไป พร้อมระบบควบคุมสินค้าคงคลัง เมื่อเพิ่มรายการสินค้าสามารถเพิ่มจำนวนสต็อกของสินค้า จุดสั่งซื้อ ต้นทุนของสินค้าได้ทันที ตัดสต็อกแบบ FIFO สามารถรองรับการดูรายงาน (Smart Report) สำหรับผู้บริหาร ผ่านอุปกรณ์มือถือ หรือ Tablet ได้โดยระบบ Cloud (AKK Softtech, 2558)
bSoft POS	มีระบบตัดสต็อกอัตโนมัติ และมีการแจ้งเตือนเมื่อสินค้าในสต็อกเหลือน้อยกว่ากำหนด สามารถดูข้อมูลย้อนหลังการขายทั้งหมด รวมไปถึงการอัปเดตสต็อก และการคืนสินค้า สรุปยอดขายรายวัน สามารถแสดงรายงานสรุปยอดขายในรูปแบบกราฟ และรายงานปกติ รองรับการส่งออกข้อมูล เป็นไฟล์ในรูปแบบของ โปรแกรม Excel และไฟล์เอกสารอย่าง PDF (bsoft888, 2562)

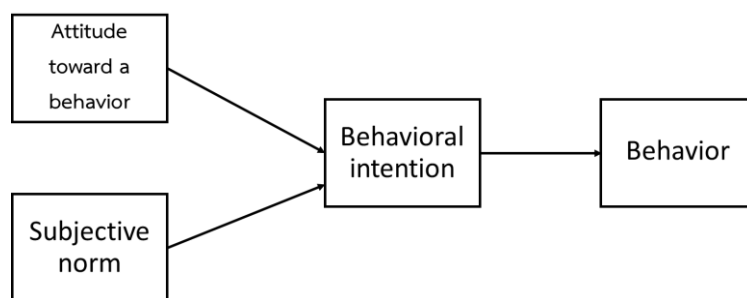
ภาพรวมการทำงานของโปรแกรมการบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี คือ การจัดการรวบรวมรายการขายในแต่ละวัน รวมไปถึงการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง ด้วยรูปแบบการใช้งานที่ง่าย ครอบคลุมทุกฟังก์ชัน รวดเร็ว แม่นยำ ลดความผิดพลาดในการคิดเงินในเวลาที่เราเร่งด่วน จะช่วยแก้ปัญหาการบริหารสินค้าคงคลัง ให้มีความถูกต้องแม่นยำ มีการตัดสต็อกทันทีเมื่อมีการขายสินค้า ทำให้รู้จำนวนสินค้าคงเหลือ มีระบบการคำนวณยอดการรับเงิน ทอนเงินหน้าร้านให้โดยอัตโนมัติ และสามารถออกรายงานสรุปผลการดำเนินงานเพื่อใช้ในการตัดสินใจของผู้ประกอบการสำหรับนำไปใช้เพื่อกำหนดกลยุทธ์ของธุรกิจต่อไป

อย่างไรก็ตามเมื่อมีการนำระบบเทคโนโลยีออนไลน์มาใช้ก็มีข้อเสีย เช่น การนำระบบคลาวด์มาประยุกต์ใช้กับระบบบัญชี ส่งผลให้ข้อมูลบัญชีเป็นสาธารณะสามารถนำข้อมูลไปใช้โดยผู้ไม่ประสงค์ดีและอาจสร้างความเสียหายให้กับผู้ประกอบการ (จิตาภรณ์ สันจรรย์ศักดิ์, 2563)

2.3 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล (Theory of Reasoned Action: TRA)

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีนั้นได้มีการศึกษาและทำนายพฤติกรรมกรยอมรับเทคโนโลยีของมนุษย์ โดยทฤษฎีที่ได้เริ่มต้นศึกษาและทำนายพฤติกรรมกรยอมรับเทคโนโลยีของมนุษย์นั้นคือ ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล ของ Ajzen และ Fishbein (1975) โดยทฤษฎี TRA ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อและทัศนคติของมนุษย์ และได้อธิบายพฤติกรรมของบุคคลไว้ว่า การที่บุคคลจะแสดงพฤติกรรมลงมือทำสิ่งใดนั้น สามารถอธิบายได้จากการวัดความเชื่อ (Beliefs) ทัศนคติ (Attitudes) และความตั้งใจกระทำ (Intention) ซึ่งผลของความตั้งใจกระทำจะส่งผลให้เกิดการกระทำขึ้น แต่เนื่องด้วยทฤษฎี TRA นั้นมีข้อจำกัดในเรื่องของการแสดงถึงพฤติกรรมในการยอมรับเทคโนโลยีเกินไป จึงมีนักวิจัยได้ทำการพัฒนาทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีแบบใหม่ขึ้นมาที่สามารถแก้ข้อจำกัดในด้านนี้ได้

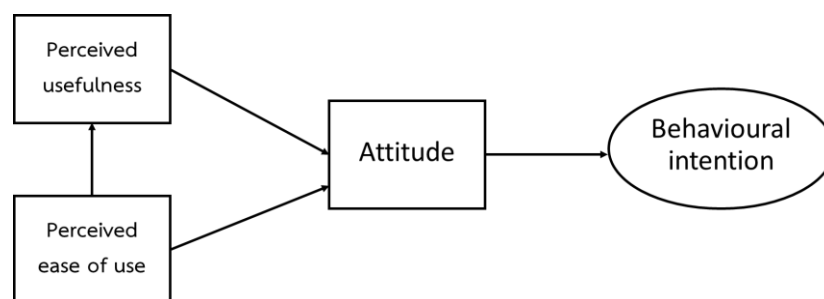


ภาพที่ 2.6 โมเดลทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล

ที่มา: Ajzen & Fishbein, 1975

2.3.2 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

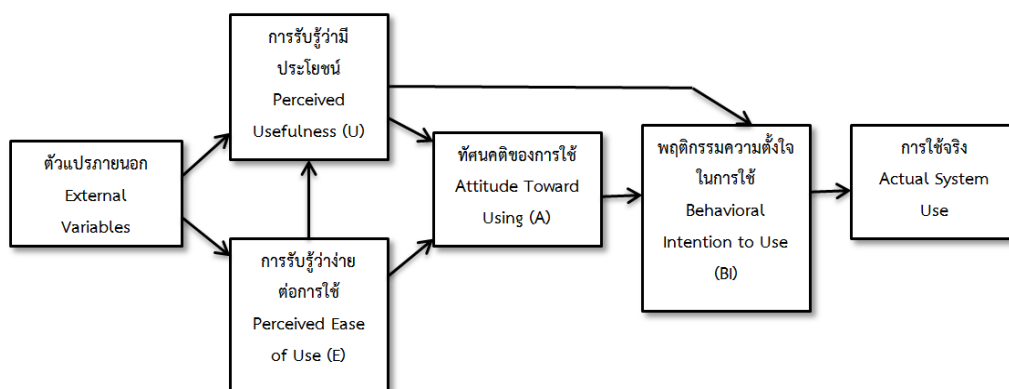
ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) เป็นทฤษฎีที่คิดค้นโดย Davis, Bagozzi, & Warshaw (1989) ที่ขยายองค์ความรู้และพัฒนาต่อยอดมาจากทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล (Theory of Reasoned Action: TRA) โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ได้นำข้อจำกัดของทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผลมาพัฒนาให้สามารถอธิบายถึงความตั้งใจที่จะยอมรับเทคโนโลยีได้อย่างละเอียดมากยิ่งขึ้น หลักการของทฤษฎี TAM จะอธิบายเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยีของมนุษย์ โดยพฤติกรรมความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีจะส่งผลต่อการยอมรับและการใช้งานเทคโนโลยีนั้น ซึ่งประกอบไปด้วย 4 ปัจจัยหลัก ได้แก่ ปัจจัยการรับรู้การใช้งานที่ง่าย (Perceived usefulness) ปัจจัยการรับรู้การได้รับประโยชน์ (Perceived ease of use) ปัจจัยทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude) และปัจจัยด้านความตั้งใจแสดงพฤติกรรม (Behavioral intention)



ภาพที่ 2.7 โมเดลทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี

ที่มา: Davis, Bagozzi, & Warshaw, 1989

ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) เป็นการอธิบายการเชื่อมโยงกันระหว่างตัวแปร 2 ตัว ประกอบด้วยตัวแปรการรับรู้การมีประโยชน์ (Perceived Usefulness) และตัวแปรการรับรู้การใช้งานที่ง่าย (Perceived Ease of Use) ซึ่งตัวแปรทั้ง 2 เป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติการใช้งานระบบ (Attitude Toward Using) ซึ่งส่งผลกระทบต่อความตั้งใจของพฤติกรรมที่จะใช้ระบบ (Behavioral Intention to Use) และพฤติกรรมการยอมรับใช้งานจริง (Actual Usage Behavior) ตามลำดับ เมื่อบุคคลมีความเชื่อเกี่ยวกับความง่ายในการใช้งานและประโยชน์ของนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ว่าการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศจะช่วยเพิ่มสมรรถภาพและประสิทธิภาพในการดำเนินงานมากยิ่งขึ้น การที่บุคคลรับรู้เทคโนโลยีที่นำมาใช้นั้นก่อให้เกิดประโยชน์ หากมีการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้จะทำให้ได้ผลลัพธ์จากการดำเนินงานมีคุณภาพดีขึ้น หรือทำให้ผลการดำเนินงานมีความถูกต้อง และรวดเร็วยิ่งขึ้น จะนำมาซึ่งการเกิดพฤติกรรมความสนใจและให้การยอมรับและใช้งานเทคโนโลยี

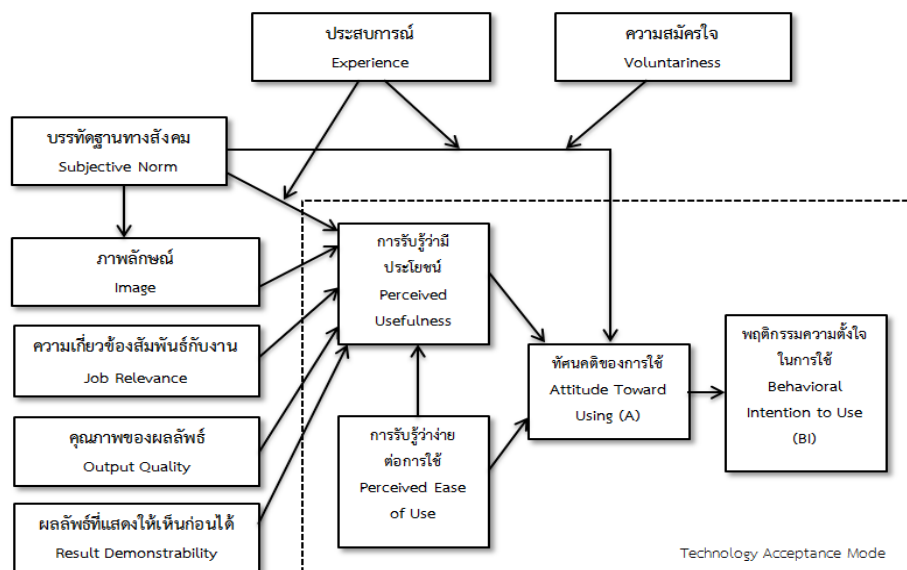


ภาพที่ 2.8 ผังแนวคิดของทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM)

ที่มา: Davis, 1989

2.3.3 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี 2 (Technology Acceptance Model 2: TAM 2)

ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี 2 (Technology Acceptance Model 2: TAM 2) เกิดจากการพัฒนาทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) (Fred Davis, 1989) ที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นทฤษฎีที่มีประโยชน์สำหรับนำมาใช้ในการศึกษาและวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผู้ใช้งานระบบสารสนเทศ แต่ทฤษฎีดังกล่าวถือว่ายังมีข้อบกพร่องอยู่ กล่าวคือ ทฤษฎี TAM มุ่งเน้นให้ความสนใจที่การรับรู้และทัศนคติของผู้ใช้งานระบบเป็นสำคัญ เพื่อเป็นการลดข้อบกพร่องดังกล่าว Venkatesh และ Davis (2000) ได้พัฒนาทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี 2 (TAM 2) ขึ้นมาเพื่อช่วยในการพยากรณ์พฤติกรรมการใช้ระบบสารสนเทศของมนุษย์ได้อย่างชัดเจนมากขึ้น โดยมีการปรับปรุงตัวแปรภายนอกและปัจจัยที่เกิดก่อนที่จะส่งผลกระทบต่อปัจจัยการรับรู้การได้รับประโยชน์และปัจจัยการรับรู้การใช้งานที่ง่ายของนวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้ปัจจัยดังกล่าวมีความทันสมัยและสอดคล้องกันมากยิ่งขึ้น โดยได้คำนึงถึงปัจจัยด้านบรรทัดฐานของสังคม (Subjective Norm) และความสมัครใจของผู้ใช้งาน (Voluntariness) นอกจากนี้ยังคำนึงถึงภาพลักษณ์ที่ดี (Image) ของนวัตกรรม และความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับงาน (Job Relevance) การแสดงผลลัพธ์ที่มีคุณภาพ (Output Quality) มีความสมเหตุสมผลและพิสูจน์ได้ (Results Demonstrability)



ภาพที่ 2.9 ฟังแนวคิดของทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี 2 (TAM2)

ที่มา: Venkatesh & Davis, 2000

การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้ (Perceive Ease of Use) หมายถึง การรับรู้ถึงความง่ายในการนำเทคโนโลยีนั้นมาใช้ งาน ไม่ต้องอาศัยความรู้ความสามารถในการใช้งานมากนัก ผู้ใช้ที่คาดหวังว่าเทคโนโลยีที่จะนำมาใช้นั้น ต้องมีขั้นตอนการใช้งานที่ง่าย เรียนรู้ได้ด้วยตัวเองและไม่ต้องใช้ความพยายามที่จะใช้งาน

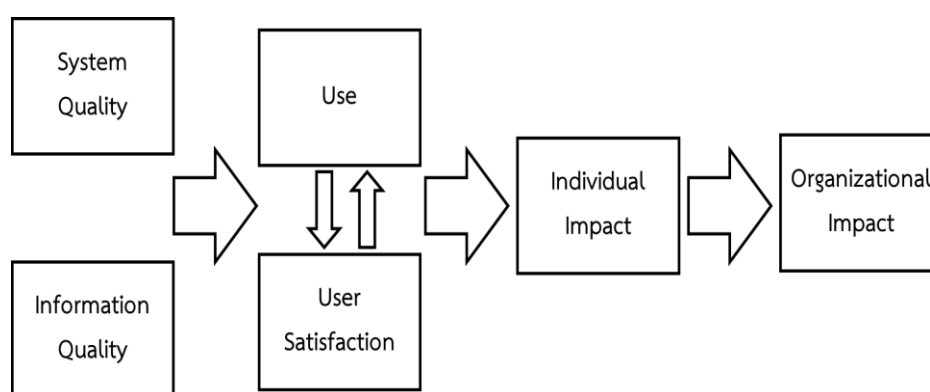
การรับรู้ประโยชน์ (Perceive Usefulness) หมายถึง การรับรู้ว่าระบบเทคโนโลยีที่นำมาใช้นั้นก่อให้เกิดประโยชน์ และถ้าหากมีการนำระบบเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาขึ้นมาใหม่มาใช้ จะทำให้การดำเนินงานนั้นมีประสิทธิภาพดีขึ้น ซึ่งการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจใช้งานระบบสารสนเทศ

ทัศนคติที่มีต่อการใช้ (Attitude toward use) หมายถึง ทัศนคติของผู้ใช้ที่มีต่อเทคโนโลยีเป็นเจตนาที่เกิดขึ้นจากผลของการรับรู้การได้รับประโยชน์และการรับรู้การใช้งานที่ง่ายของระบบ ซึ่งหากผู้ใช้รับรู้ว่ามีประโยชน์ต่อการทำงานและมีขั้นตอนการใช้งานที่ง่าย จะส่งผลให้ผู้ใช้เกิดทัศนคติด้านบวกต่อระบบนั้น ซึ่งจะส่งผลต่อไปยังพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งานเทคโนโลยี (Ajzen & Fishbein, 1980)

ความตั้งใจใช้งานระบบ (Intention to use) หมายถึง ความตั้งใจของผู้ใช้ที่พยายามนำเทคโนโลยีมาใช้ งาน และความเป็นไปได้ที่ผู้ใช้จะยอมรับและใช้งานเทคโนโลยีต่อเนื่อง

2.3.4 ทฤษฎีโมเดลแห่งความสำเร็จระบบสารสนเทศของ DeLone และ McLean

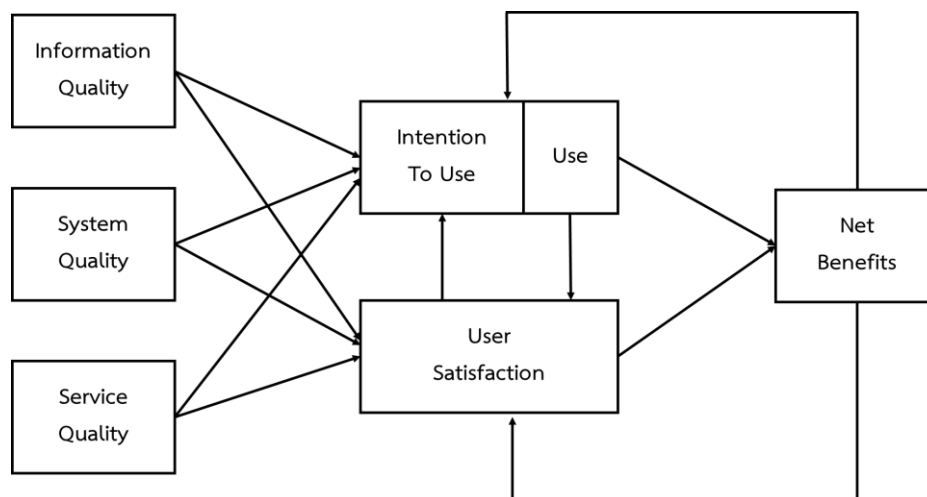
DeLone และ McLean (1992) ได้จัดสร้างโมเดลแห่งความสำเร็จของระบบสารสนเทศ ซึ่งพบว่าปัจจัยที่กำหนดความสำเร็จของระบบสารสนเทศ ประกอบไปด้วย 6 ปัจจัย คือ คุณภาพระบบ (System Quality) คุณภาพสารสนเทศ (Information Quality) การใช้งาน (Use) ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (User Satisfaction) ผลที่ผู้ใช้งานได้รับ (Individual Impact) และผลที่องค์กรได้รับ (Organizational Impact) โดยกล่าวว่า ปัจจัยคุณภาพระบบและคุณภาพสารสนเทศเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยการใช้งานและปัจจัยความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ซึ่งทั้งสองปัจจัยนี้มีอิทธิพลต่อกันและกัน และจากนั้นจะส่งผลต่อปัจจัยด้านผลกระทบต่อบุคคล และปัจจัยด้านผลกระทบต่อบุคคลจะมีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านผลกระทบต่อองค์กรเป็นอันดับสุดท้าย ดังภาพที่ 2.10



ภาพที่ 2.10 โมเดลของ DeLone และ McLean (1992)

ที่มา: DeLone & McLean, 1992

DeLone และ McLean (2003) นำเสนอโมเดลการวัดความสำเร็จของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Model of Information System Success) โดยเริ่มศึกษาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1992 จนได้รับการยอมรับและประกาศใช้อย่างแพร่หลายในปี ค.ศ. 2003 เพื่อเป็นต้นแบบในการวัดความสำเร็จของเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยประกอบด้วย 6 ปัจจัย ได้แก่ คุณภาพระบบ (System Quality) คุณภาพสารสนเทศ (Information Quality) คุณภาพบริการ (Service Quality) ความตั้งใจในการใช้งาน (Intention to Use) หรือการใช้งาน (Use) ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (User Satisfaction) และประโยชน์ที่ผู้ใช้งานได้รับ (Net Benefit) ดังภาพที่ 2.11



ภาพที่ 2.11 โมเดลของ DeLone และ McLean (2003)

ที่มา: DeLone & McLean, 2003

คุณภาพระบบ (System Quality) หมายถึง การประมวลผลข้อมูลที่มีความถูกต้องและมีประสิทธิภาพ ระบบที่มีคุณภาพจะเป็นตัวชี้วัดของกระบวนการระบบสารสนเทศส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน โดยคำนึงถึงความสะดวกในการใช้งาน (Convenience of Access) เวลาที่ใช้ในการตอบสนอง (Response Time) ความง่ายในการใช้งาน (Ease of Use) ความมีเสถียรภาพ (Reliability) และความปลอดภัย (Security) DeLone และ McLean (2003) ได้กล่าวถึงความหมายคุณภาพของระบบ 5 มิติ ได้แก่

1) ความง่ายต่อการใช้งาน (Ease of use) หมายถึง ระดับความเชื่อที่ผู้ใช้งานมีต่อระบบสารสนเทศ ว่าระบบดังกล่าวจะมีขั้นตอนการใช้งานที่ง่ายและไม่ต้องใช้เวลาพยายามมากในการที่จะเรียนรู้และเข้าใจ

2) ความปลอดภัยในการใช้งาน (Security) หมายถึง มีระบบการป้องกันข้อมูลที่น่าเชื่อถือทุกขั้นตอนของการใช้งานมีความปลอดภัยทั้งการจัดเก็บข้อมูลหรือการถ่ายโอนข้อมูล มีระบบป้องกันการเข้าถึงของข้อมูลจากผู้ไม่หวังดีโดยไร้ความกังวล

3) ความมีเสถียรภาพ (Reliability) หมายถึง ความมั่นคงของระบบสารสนเทศภายใต้เงื่อนไขต่าง ๆ

4) ความรวดเร็วในการตอบสนอง (Response Time) หมายถึง เวลาหรือความเร็วที่ใช้ในการตอบสนองความต้องการเมื่อผู้ใช้เรียกใช้ข้อมูล ที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว ทันเวลา และสม่ำเสมอ

5) ความง่ายในการเข้าถึง (Convenience of Access) หมายถึง ความง่ายและความสะดวกในการเข้าถึงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คุณภาพสารสนเทศ (Information Quality) หมายถึงสารสนเทศที่เหมาะสมสำหรับการใช้งานตรงตามความต้องการของผู้ใช้ เป็นข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน แม่นยำ จริงและทันสมัย โดยข้อมูลนั้นมีความเกี่ยวเนื่องกัน

คุณภาพบริการ (Service Quality) หมายถึงทัศนคติที่เกิดขึ้นในระยะยาวเกี่ยวกับการประเมินผลการปฏิบัติงานทั้งหมด (Douglas, 2007)

ความตั้งใจในการใช้งาน (Intention to Use) หรือการใช้งาน (Use) หมายถึง การแสดงพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกถึงความพร้อมหรือความเป็นไปได้ที่จะใช้งานเทคโนโลยี (Fishbein & Ajzen, 2010)

ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (User Satisfaction) หมายถึง ผลที่เกิดจากความรู้สึก อารมณ์ หรือทัศนคติของบุคคลแต่ละคนหลังจากการได้ลองสัมผัสหรือใช้งานระบบสารสนเทศต่าง ๆ ซึ่งในแต่ละบุคคลจะเกิดความพึงพอใจที่แตกต่างกัน บุคคลใดที่มีทัศนคติที่ดีก็จะก่อให้เกิดความพึงพอใจในการใช้งาน แต่ถ้าบุคคลใดเกิดทัศนคติที่ไม่ดีก็จะก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจในการใช้งาน

ประโยชน์ที่ผู้ใช้งานได้รับ (Net Benefit) หมายถึง ความแตกต่างระหว่างผลกระทบทั้งทางบวกและลบของประสบการณ์ของลูกค้า บุคลากร องค์กร ตลาดอุตสาหกรรม และสังคม ซึ่งประโยชน์ที่ผู้ใช้งานได้รับนั้นไม่สามารถวัดได้โดยตรง ต้องวัดผ่านคุณภาพระบบ คุณภาพสารสนเทศ และคุณภาพการให้บริการ (DeLone & McLean, 2003)

2.3.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาขอบเขตงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยี พบว่ามีผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาต่อยอดโมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) และทฤษฎีโมเดลแห่งความสำเร็จระบบสารสนเทศ โดยกำหนดตัวแปรต่าง ๆ เพื่อนำมาปรับใช้ให้เข้ากับงานวิจัยที่จะศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 2.2 แสดงสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัย	ชื่อเรื่อง	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	ตัวแปรที่ศึกษา
จิตรสินี ทอง จำนงค์ (2557)	ปัจจัยที่ส่งผลต่อ การยอมรับการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสารของ พนักงาน กระทรวง เทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสาร	แบบจำลองการ ยอมรับใช้เทคโนโลยี (TAM) และทฤษฎี พฤติกรรมตามแผน (TPB)	ศึกษาตัวแปรทั้งหมด 4 ตัวแปร คือ 1) ด้านคุณภาพของสารสนเทศ 2) ด้านคุณภาพของระบบ 3) ด้านการซึมซับเทคโนโลยี/ นวัตกรรม 4) ด้านการยอมรับใช้เทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสาร
ชนพล แสง สุวรรณ (2562)	การยอมรับและ ใช้งานสมาร์ต กริดเทคโนโลยี ของผู้บริโภค	แบบจำลองการ ยอมรับใช้เทคโนโลยี (TAM) ร่วมกับทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับการ ยอมรับเทคโนโลยี เช่น ทฤษฎีการ แพร่กระจายนวัตกรรม (DOI) แบบจำลอง ทฤษฎีแรงจูงใจ (MM) ทฤษฎีปัญญาทาง สังคม (SCT)	ตัวแปรที่ส่งผลทางบวก ได้แก่ การ รับรู้ถึงความสอดคล้อง (Perceive Compatibility) การรับรู้ความเข้าใจ (Perceive understanding) การ รับรู้ถึงความมั่นคงทางการผลิตไฟฟ้า (Perceive Power Supply Reliability) การรับรู้ถึงการประหยัด ค่าไฟฟ้า (Perceive Electricity Rate Saving) ตัวแปรที่ส่งผลทาง ลบ ได้แก่ การรับรู้ถึงเรื่องต้นทุนและ ภาษี (Perceive Cost and Tariff) การรับรู้ถึงเรื่องประสิทธิภาพในการ ใช้งาน (Perceive Performance Concern) การรับรู้ถึงความเสี่ยงต่อ สุขภาพ (Perceive Health Concern) การรับรู้ถึงความ ปลอดภัยทางอินเทอร์เน็ตและข้อมูล ส่วนบุคคล (Perceive Internet and privacy safety)

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

ผู้วิจัย	ชื่อเรื่อง	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	ตัวแปรที่ศึกษา
ณิชาธิ์ กิตติ คุณศิริ และ จารุณี วงศ์ลิมปิยะ รัตน์ (2562)	ปัจจัยที่ส่งผลต่อ การยอมรับ เทคโนโลยี ปัญญาประดิษฐ์ แชทบอท บริบท ประเทศไทย	แบบจำลองการ ยอมรับเทคโนโลยี (TAM)	1) ปัจจัยสมรรถภาพของสื่อ 2) ปัจจัยความเข้ากันได้ของ เทคโนโลยี 3) ปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้ งาน 4) ปัจจัยการรับรู้ตัวตน 5) ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ในการใช้ งาน 6) ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง
ธีระ กุลสวัสดิ์ (2557)	การยอมรับ อีเลิร์นนิ่งของนิสิต ระดับปริญญาตรีใน มหาวิทยาลัยบูรพา	บูรณาการโมเดล ตามทฤษฎี โมเดล การยอมรับ เทคโนโลยี (TAM) และโมเดลตาม ทฤษฎีพฤติกรรม ตามแผน (TPB)	1) การรับรู้ความง่ายต่อการใช้ 2) การรับรู้การมีประโยชน์ 3) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง 4) การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม 5) เจตคติต่อการใช้
อุบลวรรณ ขุนทอง; ศิริเดช คำสุพรหม และ นพพร ศรีรววิ ไล (2557)	ปัจจัยความสำเร็จ ของการใช้ระบบ การวางแผน ทรัพยากรองค์กร ด้านการบัญชีและ การเงินที่มีต่อการ เปลี่ยนแปลง บทบาทของนัก บัญชีและนักการ เงินและส่งผลให้ เกิดประสิทธิภาพ การดำเนินงานใน องค์กรธุรกิจไทย	ทฤษฎีการวัด ความสำเร็จของ ระบบ Delone & McLean	สภาพแวดล้อมทางระบบสารสนเทศ ประกอบด้วย 1) คุณภาพของระบบ 2) คุณภาพของสารสนเทศ 3) คุณภาพการให้บริการ

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

ผู้วิจัย	ชื่อเรื่อง	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	ตัวแปรที่ศึกษา
ภัทราวดี วงศ์ สุเมธ; สมพร พุทธาพิทักษ์ ผล; วิไลลักษณ์ เสรี ตระกูล และ อภิญญา อิง อาจ (2560)	โมเดลแบบ ผสมผสานด้านการ ยอมรับระบบการ เรียนผ่านเว็บของ ผู้สอน ด้านเทคโนโลยี คอมพิวเตอร์และ สารสนเทศใน มหาวิทยาลัยไทย	ผสมผสานแนวคิด และทฤษฎี 4 เรื่อง ได้แก่ TAM, D & M IS Success Model, Diffusion Of Innovations และแนวคิดด้าน จิตวิทยา	โมเดลประกอบไปด้วยตัวแปรการ วิจัยจำนวนทั้งสิ้น 12 ตัวแปร จำแนกเป็น 4 กลุ่มปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านระบบสารสนเทศ จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ คุณภาพ ของสารสนเทศ คุณภาพในการ ดำเนินงานของระบบและคุณภาพใน การให้บริการของหน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง 2) ปัจจัยเชิงพฤติกรรมของผู้ใช้ จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ การรับรู้ ประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ การรับรู้ ความง่ายในการใช้ ความตั้งใจในการ ใช้ และการยอมรับและการใช้งาน ระบบ 3) ปัจจัยด้านลักษณะของนวัตกรรม จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ ความ สอดคล้องของนวัตกรรมกับความ ต้องการของผู้ใช้ โอกาสในการ ทดลองใช้หรือมีประสบการณ์ในการ ใช้ และลักษณะหรือความสามารถ ที่สังเกตเห็นได้อย่างชัดเจนของ นวัตกรรม 4) ปัจจัยด้านจิตวิทยา จำนวน 2 ตัว แปร ได้แก่ บรรทัดฐานทางสังคม และความสามารถในการใช้งาน คอมพิวเตอร์ของบุคคล

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

ผู้วิจัย	ชื่อเรื่อง	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	ตัวแปรที่ศึกษา
สุรสิทธิ์ บุญชู นนท์ และกรวิษ เหล่าพิทักษ์ โยธิน (2562)	อิทธิพลของ คุณภาพระบบ สารสนเทศ คุณภาพบริการ และคุณภาพ ข้อบังคับ ต่อความง่ายต่อการ ใช้งาน การรับรู้ ประโยชน์ และการ ยอมรับการใช้งาน ระบบการเชื่อมโยง ข้อมูล อิเล็กทรอนิกส์ของ เจ้าหน้าที่ศุลกากร กรมศุลกากร ประเทศไทย	ผสมผสานทฤษฎี TAM และ D & M IS Success Model	1) คุณภาพของระบบสารสนเทศ ที่ประกอบด้วย มิติคุณภาพ สารสนเทศ และมีคุณภาพของ ระบบ 2) คุณภาพบริการ 3) คุณภาพข้อบังคับ 4) ความง่ายต่อการใช้งาน 5) การรับรู้ประโยชน์ 6) การยอมรับการใช้งาน
ณัฐพล เพิ่ม พงศ์เจริญ และอัญญา ดิษฐานนท์ (2563)	การพัฒนาโมเดล การยอมรับ เทคโนโลยีดิจิทัลใน ภาคอุตสาหกรรม การผลิต	ทฤษฎีการยอมรับ เทคโนโลยี (TAM) และแบบจำลองการ ผนวกทฤษฎีการ ยอมรับและการใช้ เทคโนโลยี (The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model: UTAUT)	1) ปัจจัยบริบทด้านเทคโนโลยี 2) ปัจจัยบริบทขององค์กร SME _s 3) ปัจจัยบริบทด้านสภาพแวดล้อม 4) ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ 5) ปัจจัยการรับรู้การใช้งานง่าย 6) ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ดิจิทัล

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

ผู้วิจัย	ชื่อเรื่อง	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	ตัวแปรที่ศึกษา
ธนาภา ทิมาร์ตัน และอรพรรณ คง มาลัย (2562)	โมเดลสนับสนุน การยอมรับ เทคโนโลยีทาง การเงิน บริบท ธนาคารพาณิชย์	แบบจำลองการ ยอมรับเทคโนโลยี (TAM)	1) คุณภาพของข้อมูล 2) คุณภาพระบบ 3) ความต้องการของลูกค้า 4) ต้นทุนของลูกค้า 5) ความสะดวก 6) การสื่อสาร
นพเดช อยู่พร้อม (2558)	ปัจจัยที่ส่งผลต่อ การยอมรับ เทคโนโลยีระบบ eDLTV ของบุคลากรทาง การศึกษาใน จังหวัดจันทบุรี	แบบจำลองการ ยอมรับเทคโนโลยี (TAM)	ปัจจัยการสนับสนุนขององค์กร ได้แก่ 1) ปัจจัยการฝึกอบรม 2) ปัจจัยเกี่ยวข้องกับงาน 3) ปัจจัยประสบการณ์ 4) ปัจจัยคุณภาพระบบ 5) ปัจจัยการรับรู้ว่ายางานง่าย 6) ปัจจัยการรับรู้ว่ามีประโยชน์ 7) ปัจจัยความตั้งใจที่จะใช้ระบบ
Charles K. Ayo; Victor W. Mbarika & Aderonke A. Oni (2015)	The Influence of Trust and Risk on Intention to Use E- Democracy in Nigeria	แบบจำลองการ ยอมรับเทคโนโลยี (TAM) และทฤษฎี พฤติกรรมตามแผน (TPB)	ตัวแปรต้นได้แก่ 1) การรับรู้ประโยชน์ 2) การรับรู้พฤติกรรมควบคุม 3) บรรทัดฐานอัตนัย 4) การรับรู้การใช้งานง่าย 5) ความเสี่ยงทางสังคม 6) ความเสี่ยงด้านเวลา 7) ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ 8) ความเสี่ยงทางการเงิน 9) ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ตัวแปรตามได้แก่ 1) ทักษะคติ 2) ความตั้งใจ

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

ผู้วิจัย	ชื่อเรื่อง	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	ตัวแปรที่ศึกษา
Ming-Chi Lee (2009)	Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit	แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) และทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB)	ตัวแปรต้น ได้แก่ 1) การรับรู้ความสะดวกในการใช้งาน 2) การรับรู้ประโยชน์ 3) การรับรู้ความเสี่ยง 4) การรับรู้ประโยชน์ 5) การรับรู้พฤติกรรมควบคุม 6) บรรทัดฐาน ตัวแปรตาม ได้แก่ 1) ทักษะคติ 2) ความตั้งใจ
Anu Manchanda & Saurabh Mukherjee (2014)	An Empirical Application of Delone and Mclean Model In Evaluating Decision Support System In The Banking Sector of Oman	โมเดลแห่งความสำเร็จของระบบสารสนเทศ	ตัวแปรต้น ได้แก่ 1) คุณภาพของระบบ 2) คุณภาพของข้อมูล 3) คุณภาพของบริการ ตัวแปรตาม ได้แก่ 1) ความตั้งใจที่จะใช้ 2) ความพึงพอใจของผู้ใช้ 3) การใช้ 4) ผลประโยชน์สุทธิ
Jiabao LIN; Shuang XIAO & Yuzhi CAO (2010)	Predicting and Explaining the Adoption of Mobile Banking	แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) และ โมเดลแห่งความสำเร็จของระบบสารสนเทศ	ตัวแปรต้น ได้แก่ 1) คุณภาพข้อมูล 2) คุณภาพของระบบ 3) คุณภาพการบริการ ตัวแปรตาม ได้แก่ 1) การรับรู้ประโยชน์ 2) การรับรู้การใช้งานที่ง่าย 3) ความตั้งใจ

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

ผู้วิจัย	ชื่อเรื่อง	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	ตัวแปรที่ศึกษา
Carlos Roca, J., José García, J. and José de la Vega, J. (2009)	The Importance of Perceived Trust, Security and Privacy in Online Trading Systems	ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ซึ่งได้ศึกษาต่อเนื่องมาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (TRA) และใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB)	มุ่งเน้นศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ 1) การรับรู้ถึงประโยชน์ 2) การรับรู้การใช้งานที่ง่าย 3) การรับรู้ถึงความไว้วางใจ 4) การรับรู้ถึงความเป็นส่วนตัว 5) การรับรู้ถึงความปลอดภัย 6) เจตนาเชิงพฤติกรรม
C Ruiz-Mafe, S Sanz-Blas, & J Aldás-Manzano (2009)	Drivers and Barriers to Online Airline Ticket Purchasing	ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM)	ศึกษาปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการซื้อ ซึ่งมีผลมาจากปัจจัยย่อยอีก 5 ประการ ได้แก่ 1) ความเป็นส่วนตัว (Privacy Risk) 2) ผลจากการกระทำ (Performance Risk) 3) สังคม (Social Risk) 4) เวลา (Time Loss Risk) 5) ทางด้านจิตใจของผู้ใช้งาน (Psychological Risk)
J. V. Chen, Y. Chen & Capistrano (2013)	Process quality and collaboration quality on B2B e-commerce	แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) และ ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (IDT)	1) ปัจจัยการรับรู้การได้รับประโยชน์ 2) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ 3) ความสอดคล้องและเหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวัน 4) การรับรู้ถึงความเสี่ยงที่ได้รับจากการใช้งาน

ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาในแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) (Davis, 1989) โดยทฤษฎีดังกล่าวนี้มีปัจจัยหลักได้แก่ ตัวแปรภายนอก คือ การรับรู้การได้รับประโยชน์ ซึ่งหมายถึงระดับความเชื่อของผู้ใช้งานเทคโนโลยี ว่าเทคโนโลยีนั้นจะช่วยให้การดำเนินงานนั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และการรับรู้การใช้งานที่ง่าย ซึ่งหมายถึง ระดับความเชื่อของผู้ใช้งานเทคโนโลยีว่าสามารถใช้งานได้ง่ายโดยไม่ต้องใช้ความพยายามอย่างมาก และเมื่อผู้ใช้งานรับรู้ถึงความง่ายก็จะส่งผลต่อไปยังทัศนคติในการใช้ เมื่อผู้ใช้งานเกิดทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยี ก็จะส่งผลไปยังพฤติกรรมที่มีแนวโน้มจะใช้ จากนั้นจึงนำไปสู่การใช้งานจริงในที่สุด และได้นำแนวคิดแบบจำลองที่กล่าวถึงความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (IS Success Model) (DeLorean & McLean, 2003) ประกอบไปด้วย 3 ปัจจัยที่สำคัญ คือ คุณภาพของข้อมูลสารสนเทศ, คุณภาพของระบบ และคุณภาพของการบริการ ปัจจัยดังกล่าวเป็นการวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อคุณภาพของสารสนเทศ ขั้นตอนการใช้งาน และประโยชน์ที่ผู้ใช้งานได้รับจากระบบสารสนเทศ นอกจากนี้ความพึงพอใจของผู้ใช้งานก็ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการวัดความสำเร็จของระบบสารสนเทศอีกด้วย

2.4 การพัฒนาสมมติฐาน

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อม จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า มีปัจจัยหลายด้านที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานระบบสารสนเทศ เช่น ปัจจัยด้านคุณภาพของข้อมูล คุณภาพของระบบ และคุณภาพการบริการ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการรับรู้การได้รับประโยชน์ และการรับรู้การใช้งานที่ง่าย ซึ่งส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานซอฟต์แวร์ อันนำไปสู่ความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์ในที่สุด ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของ จิตราพร บุญยงค์ และอรพรรณ คงมาลัย (2561) ศึกษาการพัฒนาโมเดลการยอมรับทางการเงิน บริบทการซื้อขายหุ้นผ่านแอปพลิเคชัน Streaming บนมือถือ โดยศึกษาปัจจัยด้านการวัดความสำเร็จของระบบสารสนเทศ ประกอบไปด้วย คุณภาพของข้อมูล คุณภาพของระบบ และคุณภาพของบริการ ซึ่งเป็นตัวแปรที่ส่งผลทางอ้อมไปสู่การยอมรับใช้งานโดยจะส่งผ่านการรับรู้ประโยชน์และการรับรู้การใช้งานง่าย และส่งผลทางตรงต่อทัศนคติของผู้ใช้งาน

2.4.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์

จากงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ของระบบสารสนเทศมีอิทธิพลมาจากปัจจัยด้านคุณภาพของข้อมูล โดย Lederer, Maupin, Sena และ Zhuang (2000) ได้ศึกษาทฤษฎี TAM ในส่วนของเว็บไซต์ (World Wide Web) พบว่า คุณภาพของข้อมูลที่มีความครบถ้วนของข้อมูล มีความถูกต้อง และการเหมาะสมกับเวลา จะส่งผลอย่างยิ่งต่อการรับรู้เว็บไซต์มีประโยชน์ และจากงานวิจัยของ ธนวรรณ สำนักกลาง (2559) ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงิน รูปแบบ "M - Banking" พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพของข้อมูล (Information Quality) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ จะเห็นได้ว่า หากซอฟต์แวร์มีการนำเสนอข้อมูลที่มีความครบถ้วนสมบูรณ์ มีความถูกต้องและทันเวลาเมื่อต้องการ จะทำให้ผู้ใช้งานตระหนักถึงคุณภาพของข้อมูล ซึ่งนำไปสู่การรับรู้ถึงประโยชน์ของซอฟต์แวร์ จึงเป็นที่มาของการตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 (H1) คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อการรับรู้การได้รับประโยชน์

จากงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ของระบบสารสนเทศมีอิทธิพลมาจากปัจจัยด้านคุณภาพของระบบ โดย Landrum, Prybutok, Strutton และ Zhang (2008) ศึกษาการมีประโยชน์เทียบกับการใช้งานของระบบข้อมูลบนเว็บไซต์ในโมเดลความสำเร็จทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของ DeLone และ McLean พบว่า คุณภาพของระบบส่งผลให้เกิดการได้รับประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ใช้ งานวิจัยของ ธนวรรณ สำนักกลาง (2559) ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงิน รูปแบบ "M - Banking" ผลการวิเคราะห์ พบว่าคุณภาพของระบบเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัย ด้านการรับรู้ประโยชน์ และงานวิจัยของ ภัทราวดี วงศ์สุเมธ และคณะ (2560) ศึกษาเรื่อง โมเดลแบบผสมผสานด้านการยอมรับระบบการเรียนผ่านเว็บของผู้สอนด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และสารสนเทศในมหาวิทยาลัยไทย พบว่า คุณภาพของสารสนเทศ และตัวแปรคุณภาพในการดำเนินงานของระบบ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ จะเห็นได้ว่า หากซอฟต์แวร์มีการใช้งานที่ง่ายและระบบมีความน่าเชื่อถือจะทำให้ผู้ใช้งานตระหนักถึงคุณภาพของระบบ ซึ่งนำไปสู่การรับรู้ถึงประโยชน์ของซอฟต์แวร์ จึงเป็นที่มาของการตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 (H2) คุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อการรับรู้การได้รับประโยชน์

จากงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ของระบบสารสนเทศมีอิทธิพลมาจากปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการ ซึ่งเป็นประเด็นที่คำนึงถึงความน่าเชื่อถือของการบริการ และการให้ความเชื่อมั่น โดย Landrum, Prybutok, Strutton และ Zhang (2008) ศึกษาการมีประโยชน์เทียบกับการใช้งานของระบบข้อมูลบนเว็บไซต์ในโมเดลความสำเร็จทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ของ DeLone และ McLean พบว่า คุณภาพของการบริการ ส่งผลให้เกิดการได้รับประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ใช้ Wisner และ Comey (2001, p. 240) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับความเป็นเลิศของการบริการ ผู้บริโภคจะมีการประเมินคุณค่าก่อนที่จะตัดสินใจซื้อและเลือกใช้บริการก่อน การสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า โดยการนำเสนอการบริการที่มีคุณภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญ และจากงานวิจัยของ ธนวรรณ สำนวนกลาง (2559) ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงิน รูปแบบ "M - Banking" ผลการวิเคราะห์ พบว่าปัจจัยคุณภาพของการบริการมีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านการรับรู้การได้รับประโยชน์ จะเห็นได้ว่า ถ้าผู้ใช้งานรับรู้ว่าคุณภาพการบริการของซอฟต์แวร์มีการบริการที่ดี สามารถให้คำแนะนำ ตามคำร้องขอของผู้ใช้บริการได้ จะทำให้ผู้ใช้งานตระหนักถึงคุณภาพของการบริการ ซึ่งนำไปสู่การรับรู้ถึงประโยชน์ของซอฟต์แวร์ จึงเป็นที่มาของการตั้งสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 3 (H3) คุณภาพของการบริการมีอิทธิพลต่อการรับรู้การได้รับประโยชน์

จากงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ของระบบสารสนเทศมีอิทธิพลมาจากปัจจัยด้านการรับรู้การใช้งานที่ง่าย และได้รับการยืนยันจากวิจัยหลายเรื่อง (Chen & Tseng, 2012; Motaghian et al., 2013; Pituch & Lee, 2006; Sanchez & Hueros, 2010; Venkatesh & Davis, 2000; W. Wang & C. Wang, 2009) และจากงานวิจัยของ จักรพงษ์ สีสานาศิริ และธัญวรัตน์ สุวรรณะ (2561) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า เมื่อผู้รับรู้ว่าการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟนสามารถทำได้โดยง่าย จะส่งผลให้ผู้ใช้นั้นเกิดการรับรู้ถึงประโยชน์ของการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟน ธนวรรณ สำนวนกลาง (2559) ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงิน รูปแบบ "M - Banking" ผลการวิเคราะห์ พบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลต่อการรับรู้การได้รับประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานระบบที่เกิดจากการใช้งานระบบ เนื่องจากการที่บุคคลมีความเชื่อว่าระบบหรือเทคโนโลยีมีรูปแบบที่ง่าย

ต่อการใช้งาน จะมีส่วนช่วยให้บุคคลนั้นเชื่อว่าสามารถใช้เทคโนโลยีดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามที่คาดหวัง ส่งผลให้บุคคลเกิดการรับรู้และเชื่อว่าระบบหรือเทคโนโลยีนั้นมีประโยชน์ ต่อการดำเนินงานของตน อีระ กุลสวัสดิ์ (2557) พบว่า การรับรู้ว่าอีเลิร์นนิ่งง่ายต่อการใช้ มีอิทธิพล ทางตรงต่อการรับรู้ว่าอีเลิร์นนิ่งมีประโยชน์ กล่าวคือ เมื่อนิสิตรับรู้ว่ายีเลิร์นนิ่งง่ายต่อการใช้ ก็ส่งผลต่อการอยากที่จะเรียนรู้ และเมื่อเรียนรู้แล้วก็เกิดการรับรู้ว่ายีเลิร์นนิ่งนั้นมีประโยชน์ต่อ ตัวนิสิต จะเห็นได้ว่า ถ้าผู้ใช้งานรับรู้ว่ายูเอเอ็กซ์นั้นใช้งานง่าย ไม่ต้องอาศัยความพยายามมากในการ ใช้งาน จะทำให้ผู้ใช้งานตระหนักถึงการใช้งานครึ่งที่ง่าย ซึ่งนำไปสู่การรับรู้ถึงประโยชน์ของซอฟต์แวร์ จึงเป็นที่มาของการตั้งสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 4 (H4) การรับรู้การใช้งานที่ง่ายมีอิทธิพลต่อการรับรู้การได้รับประโยชน์

2.4.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้การใช้งานง่าย

จากงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า การรับรู้ถึงการใช้งานครึ่งที่ง่ายของ ระบบสารสนเทศมีอิทธิพลมาจากปัจจัยด้านคุณภาพของข้อมูล โดย Pituch และ Lee, 2006; Motaghian et al., 2013; W. Wang และ C. Wang, (2009) กล่าวว่า ปัจจัยภายนอกที่มีความสำคัญต่อการยอมรับนวัตกรรมของผู้ใช้เทคโนโลยี คือ ปัจจัยคุณภาพของสารสนเทศ ซึ่งปัจจัย ดังกล่าวจะส่งอิทธิพลผ่านทางรับรู้ความง่ายในการใช้ ณัฐสพันธ์ เผ่าพันธ์ (2551) กล่าวว่า การพัฒนาเทคโนโลยีและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ให้สามารถใช้งานครึ่งที่ง่าย ไม่ซับซ้อน จะทำให้ผู้ใช้งาน เกิดการรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยีนั้นและนำมาเป็นทางเลือกใหม่ในการใช้งาน และงานวิจัยของ ธนวรรณ สำนวนกลาง (2559) ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงิน รูปแบบ "M - Banking" พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพของข้อมูล เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ใช้เกิดการรับรู้ความง่ายใน การใช้งาน จะเห็นได้ว่า หากซอฟต์แวร์มีการนำเสนอข้อมูลที่มีความครบถ้วนสมบูรณ์ มีความถูกต้อง และทันเวลาเมื่อต้องการ จะทำให้ผู้ใช้งานตระหนักถึงคุณภาพของข้อมูล ซึ่งนำไปสู่การรับรู้ถึงการ ใช้งานครึ่งที่ง่ายของซอฟต์แวร์ จึงเป็นที่มาของการตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 5 (H5) คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อการรับรู้การใช้งานที่ง่าย

จากงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า การรับรู้ถึงการใช้งานครึ่งที่ง่าย ของระบบสารสนเทศมีอิทธิพลมาจากปัจจัยด้านคุณภาพของระบบ โดย Delone และ Mclean,

(1992) กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือระบบ รูปแบบของระบบ (Design) การตอบสนองของระบบ (Feedback) และความรวดเร็วของระบบมีอิทธิพลต่อการรับรู้ความง่าย และ Wixom และ Todd (2005) ได้พัฒนาโมเดลการรวมกันในความเชื่อที่พิเศษและทัศนคติเกี่ยวกับการสร้างระบบโดยใช้ TAM และความพึงพอใจของผู้ใช้ พบว่า คุณภาพของระบบส่งผลให้เกิดความพึงพอใจของระบบ และส่งผลให้เกิดการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และงานวิจัยของ ธนวรรณ สำนักกลาง (2559) ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงิน รูปแบบ "M - Banking" ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานได้แก่ ปัจจัยคุณภาพของระบบ (System Quality) จะเห็นได้ว่า หากซอฟต์แวร์มีการใช้งานที่ง่ายและระบบมีความน่าเชื่อถือจะทำให้ผู้ใช้งานตระหนักถึงคุณภาพของระบบ ซึ่งนำไปสู่การรับรู้ถึงการใช้งานที่ง่ายของซอฟต์แวร์ จึงเป็นที่มาของการตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 6 (H6) คุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อการรับรู้การใช้งานที่ง่าย

จากงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า การรับรู้ถึงการใช้งานที่ง่ายของระบบสารสนเทศมีอิทธิพลมาจากปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการ โดยพบว่า คุณภาพการบริการเป็นคุณภาพที่ผู้ใช้ระบบสารสนเทศได้รับการช่วยเหลือ แนะนำ แก้ไขที่เกี่ยวข้องกับปัญหาของระบบสารสนเทศจากผู้ให้บริการระบบสารสนเทศเป็นการตอบสนองจากผู้ให้บริการ โดยคุณภาพของการบริการยังชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลที่มีต่อความง่ายในการใช้งาน (Ma & Dubé, 2011; Parasuraman et al., 1985; Zeithaml et al., 1996) และงานวิจัยของ ธนวรรณ สำนักกลาง (2559) ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงิน รูปแบบ "M - Banking" ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานได้แก่ ปัจจัยคุณภาพของการบริการ จะเห็นได้ว่า ถ้าผู้ใช้งานรู้ว่าหน่วยงานผู้ให้บริการของซอฟต์แวร์มีการบริการที่ดี สามารถให้คำแนะนำ ตามคำร้องขอของผู้ใช้บริการได้ จะทำให้ผู้ใช้งานตระหนักถึงคุณภาพของการบริการ ซึ่งนำไปสู่การรับรู้ถึงการใช้งานที่ง่ายของซอฟต์แวร์ จึงเป็นที่มาของการตั้งสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 7 (H7) คุณภาพของการบริการมีอิทธิพลต่อการรับรู้การใช้งานที่ง่าย

2.4.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ

จากงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า ทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบสารสนเทศมีอิทธิพลมาจากปัจจัยด้านการรับรู้การได้รับประโยชน์ โดย Khalifa และ Limayem (2003) กล่าวว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ คือ การรับรู้การได้รับประโยชน์ ซึ่งจะเป็นแรงจูงใจหลักที่จะทำให้ผู้ใช้ผู้นั้นยอมรับการใช้เทคโนโลยี Davis (1989) กล่าวว่า การรับรู้การได้รับประโยชน์จะอยู่ในระดับมากที่สุดเมื่อเทคโนโลยีนั้นทำให้การทำงานประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพ ซึ่งหากผู้ใช้รับรู้ถึงประโยชน์ก็จะมีแนวโน้มที่จะนำเทคโนโลยีมาใช้ ดังนั้น การรับรู้การได้รับประโยชน์จึงเป็นตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติในการใช้งาน และงานวิจัยของ ปัญญาทรัพย์ ปัญญาไว และรวีพรรณ สุภาวรรณ (2559) ศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี และประเทศแหล่งกำเนิดสินค้าที่ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้การใช้งานที่ง่ายส่งผลต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order ชาญชัย อรรคชาติ (2557) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการยอมรับเทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้งเพื่อประยุกต์ใช้ในการบริการระบบบัญชีออนไลน์ สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในมุมมองของผู้ทำบัญชี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้การได้รับประโยชน์จากการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติในการเลือกใช้บริการบัญชีออนไลน์ผ่านเทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้งของผู้ทำบัญชีอย่างมีนัยสำคัญ จะเห็นได้ว่า หากผู้ใช้บริการได้รับรู้ว่าซอฟต์แวร์นั้นมีประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการหรือองค์กร จะทำให้ผู้ใช้งานตระหนักถึงการได้รับประโยชน์ ซึ่งนำไปสู่การเกิดทัศนคติที่ดีต่อการเลือกใช้งานซอฟต์แวร์ จึงเป็นที่มาของการตั้งสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 8 (H8) การรับรู้การได้รับประโยชน์มีอิทธิพลต่อทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ

จากงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า ทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบสารสนเทศมีอิทธิพลมาจากปัจจัยด้านการรับรู้การใช้งานที่ง่าย โดย Khalifa และ Limayem (2003) กล่าวว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ คือ การรับรู้การใช้งานที่ง่าย ซึ่งจะเป็นแรงจูงใจหลักที่จะทำให้ผู้ใช้ผู้นั้นยอมรับการใช้เทคโนโลยี และงานวิจัยของ ชาญชัย อรรคชาติ (2557) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการยอมรับเทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้ง

เพื่อประยุกต์ใช้ในการบริการระบบบัญชีออนไลน์ สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในมุมมองของผู้ทำบัญชี ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติในการเลือกใช้ระบบบัญชีออนไลน์ผ่านเทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้งของผู้ทำบัญชีอย่างมีนัยสำคัญ จักรพงษ์ สีสานาศรี และธัญวรัตน์ สุวรรณะ (2561) ได้วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟน ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จากการศึกษา พบว่าปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการทำธุรกรรม และปัญญาจทรัพย์ ปัญญาไว และวิพรรณ สุภาวรรณ (2559) ศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี และประเทศแหล่งกำเนิดสินค้าที่ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้การใช้งานที่ง่าย ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order จะเห็นได้ว่า หากผู้ใช้บริการได้รับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและไม่ต้องอาศัยความพยายามมากในการใช้ จะทำให้ผู้ใช้งานตระหนักถึงความง่ายในการใช้งาน ซึ่งนำไปสู่การเกิดทัศนคติที่ดีต่อการเลือกใช้งานซอฟต์แวร์ จึงเป็นที่มาของการตั้งสมมติฐานดังนี้

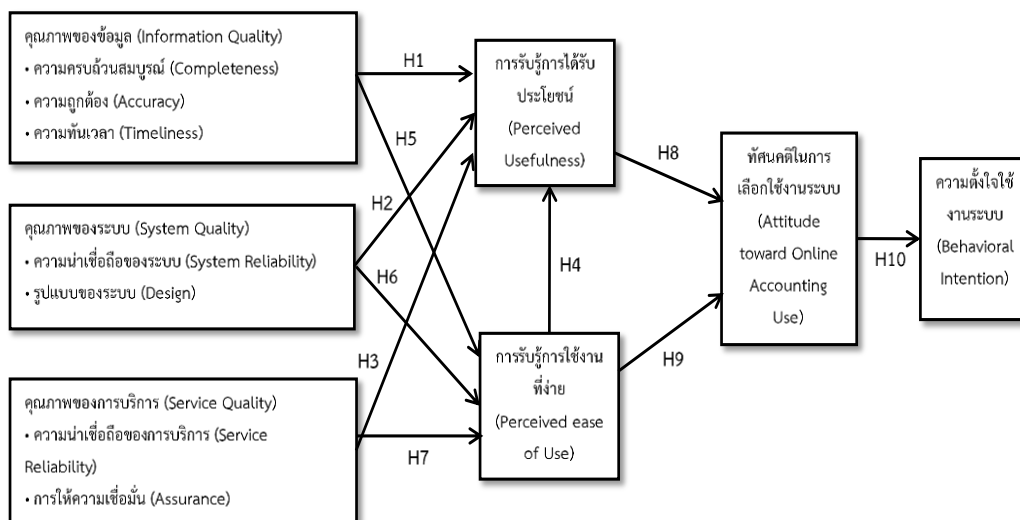
สมมติฐานที่ 9 (H9) การรับรู้การใช้งานที่ง่ายมีอิทธิพลต่อทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ

2.4.4 อิทธิพลของทัศนคติต่อความตั้งใจใช้งานระบบ

จากงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า ความตั้งใจใช้งานระบบสารสนเทศ มีอิทธิพลมาจากปัจจัยด้านทัศนคติในการเลือกใช้งาน โดย Sondakh (2017) ได้ทำการศึกษาเรื่องความตั้งใจตามพฤติกรรมในการใช้ระบบบริการภาษีอิเล็กทรอนิกส์ โดยประยุกต์ใช้แบบจำลอง TAM ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติต่อการใช้งาน มีผลในทางบวกและมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งาน และงานวิจัยของ ชาญชัย อรรถผาติ (2557) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการยอมรับเทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้ง เพื่อประยุกต์ใช้ในการบริการระบบบัญชีออนไลน์ สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในมุมมองของผู้ทำบัญชี ผลการวิจัยพบว่า เมื่อผู้ทำบัญชีเกิดทัศนคติที่ดีในการเลือกใช้ระบบบัญชีออนไลน์จะส่งผลให้ผู้ทำบัญชีมีพฤติกรรม การตัดสินใจเลือกใช้ระบบบัญชีออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญ จะเห็นได้ว่า หากผู้ใช้บริการเกิดทัศนคติที่ดีต่อการเลือกใช้งาน จะนำไปสู่การเกิดความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์ จึงเป็นที่มาของการตั้งสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 10 (H10) ทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานระบบ

2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2.12 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้า และบัญชีของธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อม: กรณีศึกษา ธุรกิจค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งในขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.4 การวัดค่าตัวแปร

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

3.5.2 การวิเคราะห์เชิงอนุมาน

3.6 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากร (Population) คือ ร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐในประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 83,363 ร้าน (กระทรวงพาณิชย์, ม.ป.ป.) ประกอบไปด้วย ภาคกลางจำนวน 20,507 ร้าน ภาคเหนือจำนวน 10,319 ร้าน ภาคตะวันออกจำนวน 4,423 ร้าน ภาคตะวันตกจำนวน 2,920 ร้าน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 31,460 ร้านและภาคใต้จำนวน 13,734 ร้าน

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง (Sampling) คือ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐในประเทศไทยที่ไม่มีการนำซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G* Power 3 (Erdfelder et al., 2007) โดยกำหนดขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.15 หมายถึง มีขนาดอิทธิพลในระดับกลาง (medium) ที่ระดับนัยสำคัญ ทางสถิติ

เท่ากับ 0.05 (นิพจน์พหุคูณ สนิทเหลือ และคณะ, 2562) ค่าอำนาจทดสอบ (Power of test) เท่ากับ 0.95 จำนวนตัวแปรสังเกตได้ เท่ากับ 19 ตัวแปร ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 217 ราย และสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เพื่อให้ร้านค้าทุกจังหวัดมีโอกาสได้ตอบแบบสอบถาม

ผลลัพธ์จากโปรแกรม G* Power 3

F tests - Linear Multiple regression: Fixed Model, R2 deviation from zero Analysis:

A Priori: Compute required sample size, given α , power, and effect size

Input: Effect size $w = 0.15$

α err prob = 0.05

Power ($1 - \beta$ err prob) = 0.95

Number of predictors = 19

Output: Noncentrally parameter $\lambda = 32.5500000$

Critical F = 1.6395969

Numerator df = 19

Denominator df = 197

Total sample size = 217

Actual power = 0.9503271

วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งเป็น 6 ภาค จะเป็นพื้นที่ที่ใช้ในการส่งแบบสอบถามออนไลน์โดยกำหนดโควตาให้แต่ละภาคดังนี้

ตารางที่ 3.1 การสุ่มตัวอย่างธุรกิจค้าปลีกในโครงการธงฟ้าประชารัฐ

ร้านค้าปลีกในโครงการธงฟ้า ประชารัฐ	จำนวนประชากร (ร้าน)	จำนวนตัวอย่าง (ร้าน)
ภาคกลาง	20,507	53
ภาคเหนือ	10,319	27
ภาคตะวันออก	4,423	12
ภาคตะวันตก	2,920	8
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	31,460	82
ภาคใต้	13,734	35
รวม	83,363	217

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์, ม.ป.ป.

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อม: กรณีศึกษา ธุรกิจค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ” มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

3.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้รวบรวมจากการแจกแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) จากธุรกิจร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ โดยผู้วิจัยได้รวบรวมแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 475 ราย

3.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจร้านค้าปลีก เพื่อให้ผลการศึกษาที่ได้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถามออนไลน์ (Online questionnaire) รูปแบบคำถามเป็นลักษณะคำถามปลายปิด (Close-Ended Questions) และคำถามปลายเปิด (Open-ended question) ที่สร้างขึ้นจากการรวบรวมแนวคิดทางทฤษฎีเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยนำข้อคำถามที่สร้างขึ้นเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาและปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบเนื้อหาความสอดคล้องระหว่างแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ เพื่อนำมาสร้างและพัฒนาข้อคำถามในแบบสอบถามให้สอดคล้องตามขอบเขตของงานวิจัยนี้ และสามารถตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้ครบถ้วนสมบูรณ์ โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลและข้อมูลด้านธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ ที่ไม่มีการนำซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา ความคุ้นเคยกับการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ ระยะเวลาที่ธุรกิจเข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ

รายได้รวมจากการประกอบธุรกิจ รายได้รวมการขายสินค้าจากการรับบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ระบบเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในกิจการเพื่อการรับชำระค่าสินค้าและบริการ วิธีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย บัญชีสินค้าคงเหลือ และสถานที่ตั้งกิจการ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ แบ่งเป็น 3 ด้านหลักดังต่อไปนี้

1. ด้านคุณภาพของข้อมูล (Information Quality)
2. ด้านคุณภาพของระบบ (System Quality)
3. ด้านคุณภาพของการบริการ (Service Quality)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินระดับการรับรู้การได้รับประโยชน์ และระดับการรับรู้การใช้งานที่ง่ายจากระบบ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินระดับทัศนคติต่อการเลือกใช้ระบบ

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจใช้ระบบในอนาคต

ส่วนที่ 6 คำถามปลายเปิด (Open-ended question)

3.4 การวัดค่าตัวแปร

โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยีเพื่อนำมาพัฒนาข้อคำถามเพื่อการวิจัยในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจร้านค้าปลีก ที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ ดังนี้

ด้านคุณภาพของข้อมูล (Information Quality) ใช้มาตราวัดตามแนวทางของลิเคิร์ทสเกล (Likert Scale) ประกอบไปด้วย ความครบถ้วนสมบูรณ์ (Completeness) ความถูกต้อง (Accuracy) และความทันเวลา (Timeliness) มีข้อคำถามทั้งหมด 4 ข้อ ได้แก่ มีการออกรายงานต่างๆ ที่ครบถ้วนสมบูรณ์ (อัครพล จินาคม และคณะ, 2558) ระบบให้ข้อมูลที่มีความถูกต้อง ระบบให้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือเป็นไปตามมาตรฐานและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และระบบแสดงข้อมูลการใช้งาน ณ เวลาปัจจุบัน (จิตรสินี ทองจำนงค์, 2557)

ด้านคุณภาพของระบบ (system Quality) ใช้มาตราวัดตามแนวทางของลิเคิร์ทสเกล (Likert Scale) ประกอบไปด้วย ความน่าเชื่อถือของระบบ (System Reliability) รูปแบบของระบบ (Design)) มีข้อความทั้งหมด 6 ข้อ ได้แก่ ระบบมีหมวดหมู่การทำงานที่ครอบคลุม ระบบมีขั้นตอนการใช้งานที่ง่ายไม่ซับซ้อน ระบบมีการประมวลผลที่รวดเร็ว ระบบรองรับการใช้งานได้ทุกอุปกรณ์ มีระบบรักษาความปลอดภัยในการเข้าถึงข้อมูล และมีการปรับปรุงระบบให้ทันสมัยอยู่เสมอ (ธนวรรณ สำนักกลาง, 2559)

ด้านคุณภาพของการบริการ (Service Quality) ใช้มาตราวัดตามแนวทางของลิเคิร์ทสเกล (Likert Scale) ประกอบไปด้วย ความน่าเชื่อถือของการบริการ (Service Reliability) และการให้ความเชื่อมั่น (Assurance) มีข้อความทั้งหมด 4 ข้อ ได้แก่ หน่วยงานผู้ให้บริการมีการให้ข้อมูลที่ละเอียด ชัดเจน และครบถ้วน มีการอบรมการใช้งานระบบในครั้งแรกและให้คำแนะนำการใช้งานอย่างต่อเนื่อง มีการดูแลให้การช่วยเหลืออย่างรวดเร็วเมื่อระบบมีปัญหาหรือขัดข้อง และหน่วยงานผู้ให้บริการมีการแสดงความรับผิดชอบต่อกรณีที่เกิดความผิดพลาดขึ้นกับระบบหรืออุปกรณ์ (ธนวรรณ สำนักกลาง, 2559)

ด้านการรับรู้การได้รับประโยชน์ (Perceived Usefulness) ใช้มาตราวัดตามแนวทางของลิเคิร์ทสเกล (Likert Scale) มีข้อความทั้งหมด 3 ข้อ ได้แก่ การใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้า และบัญชีช่วยให้การดำเนินธุรกิจง่ายขึ้น (ศศิจันทร์ ปัญจทวี, 2560) การใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยลดภาระการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย และการใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน (ชาญชัย อรรถผาติ, 2557)

ด้านการรับรู้การใช้งานที่ง่าย (Perceived ease of Use) ใช้มาตราวัดตามแนวทางของลิเคิร์ทสเกล (Likert Scale) มีข้อความทั้งหมด 3 ข้อ ได้แก่ การเรียนรู้วิธีการใช้งานโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีเป็นเรื่องง่ายสำหรับท่าน (อรรธรณ สุขยานี, 2558) ท่านเชื่อว่าโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีใช้งานง่าย (ชาญชัย อรรถผาติ, 2557) และท่านสามารถเรียนรู้การใช้งานโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีได้ด้วยตนเอง

ด้านทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ (Attitude toward Online Accounting Use)

ใช้มาตราวัดตามแนวทางของลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) มีข้อความทั้งหมด 3 ข้อ ได้แก่ ท่านอยากทดลองใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี ท่านต้องการเรียนรู้วิธีการใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี (ศิริจันทร์ ปัญจทวี, 2560) และท่านต้องการนำโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีมาช่วยในการดำเนินธุรกิจ (ชาญชัย อรรคผาติ, 2557)

ด้านการตัดสินใจเลือกใช้ระบบ (Behavioral Intention) ใช้มาตราวัดตามแนวทางของ

ลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) มีข้อความทั้งหมด 3 ข้อ ได้แก่ หากมีโอกาส ท่านตั้งใจจะใช้งานโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคต (นพเดช อยู่พร้อม, 2558) ท่านคาดว่าจะใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคตอันใกล้นี้ และท่านวางแผนจะใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคตอันใกล้นี้ (ชาญชัย อรรคผาติ, 2557)

แบบสอบถามในส่วนที่ 2-5 ของงานวิจัยในครั้งนี้ ใช้มาตราวัดตามแนวทางของลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) โดยกำหนดให้มีคำตอบ 5 ตัวเลือกโดยเกณฑ์การประเมินผลในแต่ละอัตราภาคชั้น (Class Interval) สามารถใช้สูตรการคำนวณความกว้างของช่วงแต่ละชั้น (Likert, 1967) ได้ดังนี้

$$\text{พิสัย} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{พิสัย} = \frac{5-1}{5}$$

$$\text{พิสัย} = 0.8$$

ดังนั้นความกว้างของอัตราภาคชั้น เท่ากับ 0.8 นำมาจัดช่วงคะแนนเฉลี่ยและเกณฑ์โดยมีความหมายดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับปัจจัยมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามการเห็นด้วยกับปัจจัยมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับปัจจัยปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับปัจจัยน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับปัจจัยน้อยที่สุด

โดยในแต่ละคำถามมีระดับการให้คะแนนแต่ละความคิดเห็นดังนี้

<u>ระดับความคิดเห็น</u>	<u>ระดับคะแนน</u>
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยเรียบร้อยแล้ว จึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์ประมวลผลทางสถิติ โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3.5.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาเป็นการนำเสนอรายละเอียดของข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนำเสนอข้อมูลด้วยการแสดงค่าร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.5.2 การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

การวิเคราะห์เชิงอนุมานเป็นการทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Independent Variables) และตัวแปรตาม (Dependent Variables) โดยการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งทางตรงและทางอ้อมของตัวแปรแฝง (Latent Variables) เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยการวิเคราะห์ด้วย โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เป็นวิธีทางสถิติใช้ในการตรวจสอบความสัมพันธ์ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (causal relationship) ระหว่างตัวแปรภายนอกและตัวแปรภายใน (หรือระหว่างตัวแปรแฝง) ซึ่งอาจเป็นแบบทางเดียวและแบบเส้นเชิงบวก (recursive and linear additive) หรือแบบสองทางและแบบเส้นเชิงบวก (non- recursive and linear additive) และ โมเดลการวัด (measurement model) โดยอาจวัดจากความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สังเกตได้

(Observed Variables) กับตัวแปรแฝง (Latent Variables) หรือวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงตั้งแต่สองตัวขึ้นไป

3.6 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย

เพื่อให้แบบสอบถามในงานวิจัยครั้งนี้มีคุณภาพ ผู้วิจัยจึงได้ทดสอบคุณภาพของแบบสอบถาม 2 ด้าน ดังนี้

3.6.1 การหาความเที่ยงตรง (Content Validity)

ผู้วิจัยมีการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษาและปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ 4 ท่านที่มีความเกี่ยวข้องกับบริบทงานที่ศึกษาเกี่ยวกับคำถามในแต่ละข้อเพื่อพิจารณาตรวจสอบเนื้อหาและโครงสร้างของแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ผศ.ดร.อัจฉรา หลีระพงค์ และดร.อรชนก ช่องสมบัติ หลักสูตรบัญชีบัณฑิต ได้แก่ อาจารย์จิรวรรณ ลินไชย และอาจารย์ผกาแก้ว พรหมศิริ โดยผู้วิจัยได้ขอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในแต่ละข้อว่ามีเนื้อหาที่ตรงตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยในครั้งนี้อยู่หรือไม่ หลังจากนั้นนำมาหาค่าดัชนี ความสอดคล้อง IOC (Item Objective Congruence Index) โดยเลือกเฉพาะค่าข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์งานวิจัย ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปมาใช้ ส่วนข้อที่มีค่า IOC น้อยกว่า 0.50 จะนำมาปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมให้เหมาะสมตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีความเที่ยงตรงมากที่สุด และครอบคลุมวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่ได้ตั้งไว้ โดยใช้สูตร ดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ $\sum R$ = ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อคำถามแต่ละข้อ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยกำหนดคะแนนที่ผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

- 1 หมายถึง ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจข้อคำถามว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย
- 1 หมายถึง ข้อคำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

จากผลการประเมินความสอดคล้อง (IOC) พบว่าค่าความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ เท่ากับ 0.54 ประกอบไปด้วย ข้อมูลส่วนบุคคลเท่ากับ 0.60 คุณภาพของข้อมูล เท่ากับ 0.81 คุณภาพของระบบเท่ากับ 0.50 คุณภาพของการบริการเท่ากับ 0.56 การรับรู้การได้รับประโยชน์ เท่ากับ 0.83 การรับรู้การใช้งานที่ง่าย เท่ากับ 0.33 ทศนคติในการเลือกใช้งานระบบ เท่ากับ 0.50 และการตัดสินใจเลือกใช้ระบบ เท่ากับ 0.19 และผู้วิจัยได้นำข้อคำถามมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา ดังนี้

ข้อมูลส่วนบุคคล มีข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์ จำนวน 9 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ ระยะเวลาที่ธุรกิจเข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ รายได้รวมจากการประกอบธุรกิจ รายได้รวมการขายจากการรับบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ วิธีการจัดทำบัญชีและบริหารจัดการร้านค้า และจังหวัดที่ตั้งของกิจการ มีข้อคำถามที่ต้องปรับปรุง 3 ข้อ ได้แก่ ความคุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยี การนำโปรแกรมคอมพิวเตอร์หรือแอปพลิเคชันบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจและระบบมีหมวดหมู่การทำงานที่ครอบคลุม โดยผู้วิจัยได้ปรับปรุงข้อคำถามเป็นการนำระบบเทคโนโลยีใดเข้ามาใช้เพื่อการจ่ายหรือรับชำระค่าสินค้าและบริการ วิธีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายและวิธีการจัดทำบัญชีสินค้าคงเหลือ

คุณภาพของข้อมูล มีข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์ จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ระบบมีการออกรายงานต่าง ๆ ที่ครบถ้วนสมบูรณ์ ระบบให้ข้อมูลที่มีความถูกต้อง ระบบให้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ และระบบแสดงข้อมูลการใช้งาน ณ เวลาปัจจุบัน ผู้วิจัยจึงได้ใช้ข้อคำถามทั้ง 4 ข้อดังกล่าวมาใช้ในการเก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม

คุณภาพของระบบ มีข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์ จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ระบบสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง ระบบมีการอัพเดทเวอร์ชันการใช้งานให้ใหม่อยู่เสมอ สามารถรองรับระบบการใช้งานได้ทุกอุปกรณ์ และมีระบบรักษาความปลอดภัยในการใช้บริการ มีข้อคำถามที่ต้องปรับปรุง 2 ข้อ ได้แก่ มีรูปแบบที่ดึงดูดในการใช้งานและมีการจัดการในการเข้าถึงระบบได้ง่าย โดยผู้วิจัยได้มีการ

ปรับปรุงข้อความ 6 ข้อ เพื่อใช้ในการวิจัยได้แก่ ระบบมีหมวดหมู่การทำงานที่ครอบคลุม ระบบมีขั้นตอนการใช้งานที่ง่ายไม่ซับซ้อน ระบบมีการประมวลผลที่รวดเร็ว รองรับการใช้งานได้ทุกอุปกรณ์ มีระบบรักษาความปลอดภัยในการเข้าถึงข้อมูล และการปรับปรุงระบบให้ทันสมัยอยู่เสมอ

คุณภาพของการบริการ มีข้อความที่ผ่านเกณฑ์ จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ หน่วยงานผู้ให้บริการมีความเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ หน่วยงานผู้ให้บริการให้บริการตรงตามความต้องการอย่างรวดเร็วและทันเวลา มีการติดตามผลการแก้ไขปัญหาข้อซักถาม และมีการแสดงความรับผิดชอบต่อกรณีที่เกิดความผิดพลาดขึ้นกับระบบหรืออุปกรณ์ โดยผู้วิจัยได้มีการปรับปรุงข้อความ 4 ข้อ เพื่อใช้ในการวิจัย ได้แก่ หน่วยงานผู้ให้บริการมีการให้ข้อมูลที่ละเอียด ชัดเจน และครบถ้วน มีการอบรมการใช้งานระบบในครั้งแรกและให้คำแนะนำการใช้งานอย่างต่อเนื่อง มีการดูแลให้การช่วยเหลืออย่างรวดเร็วเมื่อระบบมีปัญหาหรือขัดข้อง และหน่วยงานผู้ให้บริการมีการแสดงความรับผิดชอบต่อกรณีที่เกิดความผิดพลาดขึ้นกับระบบหรืออุปกรณ์

การรับรู้การได้รับประโยชน์ มีข้อความที่ผ่านเกณฑ์ จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ หน่วยงานผู้ให้บริการให้ข้อมูลละเอียด ชัดเจนและครบถ้วน มีประโยชน์และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจที่ดี และลดความผิดพลาดในการคำนวณเงิน และทำให้การขายดำเนินไปอย่างสะดวกและรวดเร็ว โดยผู้วิจัยได้มีการปรับปรุงข้อความ 3 ข้อ เพื่อใช้ในการวิจัย ได้แก่ การใช้โปรแกรมการบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยให้การดำเนินธุรกิจง่ายขึ้น การใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยลดภาระการทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายและการใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

การรับรู้การใช้งานที่ง่าย มีข้อความที่ผ่านเกณฑ์ จำนวน 1 ข้อ คือ มีรูปแบบที่ง่าย และไม่ยุ่งยากในการเรียนรู้ มีข้อความที่ต้องปรับปรุง 2 ข้อ ได้แก่ ช่วยให้ทราบถึงผลการดำเนินงานของธุรกิจอย่างแท้จริง และมีขั้นตอนที่ง่ายต่อการใช้งาน โดยผู้วิจัยได้มีการปรับปรุงข้อความ 3 ข้อ เพื่อใช้ในการวิจัย ได้แก่ การเรียนรู้วิธีการใช้งานโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีเป็นเรื่องง่ายสำหรับท่าน ท่านเชื่อว่าโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีใช้งานง่าย และท่านสามารถเรียนรู้การใช้งานโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีได้ด้วยตนเอง

ทัศนคติในการเลือกใช้ระบบ มีข้อความที่ผ่านเกณฑ์ จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีมีความน่าสนใจที่จะนำมาใช้ในการประกอบธุรกิจ และความเชื่อมั่นต่อระบบว่าเป็นระบบที่มีประโยชน์และสะดวก ง่ายต่อการทำงาน มีข้อความที่ต้องปรับปรุง 1 ข้อ คือ

มีรูปแบบการใช้งานที่ง่ายและสะดวกต่อการนำไปใช้ทดแทนวิธีการเก็บข้อมูลรายการค้าและบัญชีรูปแบบเดิมในกิจการ โดยผู้วิจัยได้มีการปรับปรุงข้อคำถาม 3 ข้อ เพื่อใช้ในการวิจัย ได้แก่ ท่านอยากทดลองใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี ท่านต้องการเรียนรู้วิธีการใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี และท่านต้องการนำโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีมาช่วยในการดำเนินธุรกิจ

ความตั้งใจใช้งานระบบ มีข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์ จำนวน 1 ข้อ คือ ท่านมีความสนใจในการใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี มีข้อคำถามที่ต้องปรับปรุง 3 ข้อ ได้แก่ ท่านจะใช้งานโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคต ท่านจะใช้งานโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีที่ไม่มีค่าจ่าย และท่านจะซื้อโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของบริษัทเอกชนมาใช้ โดยผู้วิจัยได้มีการปรับปรุงข้อคำถาม 3 ข้อ เพื่อใช้ในการวิจัย ได้แก่ หากมีโอกาส ท่านตั้งใจจะใช้งานโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคต ท่านคาดว่าจะใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคตอันใกล้นี้ และท่านวางแผนจะใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคตอันใกล้นี้

3.6.2 การหาค่าความน่าเชื่อถือได้ (Reliability)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่มีการปรับปรุงแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญและอาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้ให้คำแนะนำไปทำการทดสอบโดยการเก็บข้อมูลเบื้องต้นกับธุรกิจค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ จำนวน 30 ราย โดยทั้ง 30 รายนี้ไม่ได้อยู่ในกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ เพื่อนำคำถามในส่วนของ การประเมินค่ามาวิเคราะห์ค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธี Cronbach's Alpha Method และนำข้อบกพร่องที่ได้จากการวิเคราะห์ในแต่ละข้อคำถามมาแก้ไขและปรับปรุงเพื่อให้ได้ข้อคำถามที่มีความสมบูรณ์มากขึ้นก่อนที่จะนำไปใช้เพื่อเก็บข้อมูลจริงจากกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดระดับความน่าเชื่อถือของคำถาม ต้องมีค่า Alpha ไม่ต่ำกว่า 0.8 ในแต่ละกลุ่มตัวแปรในข้อคำถาม

ตารางที่ 3.2 ผลการทดสอบหาความน่าเชื่อถือได้ (Reliability)

ปัจจัย	จำนวนข้อคำถาม ชี้วัด	Cronbach's Alpha
คุณภาพของข้อมูล (Information Quality)	4	0.971
คุณภาพของระบบ (System Quality)	6	0.928
คุณภาพของการบริการ (Service Quality)	4	0.964
การรับรู้การได้รับประโยชน์ (Perceived Usefulness)	3	0.925
การรับรู้การใช้งานที่ง่าย (Perceived Ease of Use)	3	0.946
ทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ (Attitude toward Online Accounting Use)	3	0.968
ความตั้งใจใช้งานระบบ (Behavioral Intention)	3	0.957
รวม	22	0.951

ผลการทดสอบความเที่ยงตรงของข้อมูลในแบบสอบถามจากการหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.951 ในแต่ละปัจจัยอยู่ในช่วง 0.925 ถึง 0.971 สรุปได้ว่าข้อคำถามในแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้มีความเที่ยงตรงของข้อมูลสูงกว่าที่เกณฑ์ที่กำหนด ดังนั้น จึงพิจารณาได้ว่าข้อคำถามมีความเที่ยงตรงเพียงพอสามารถนำไปใช้ในการสำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยในครั้งนี้ได้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อม: กรณีศึกษา ธุรกิจค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ” เป็นการวิจัยที่ใช้โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ เพื่อระบุและศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ และเพื่อศึกษาระดับทัศนคติและความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลและปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ

4.2 การวิเคราะห์ระดับทัศนคติและความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ

4.3 ผลการวิเคราะห์ลักษณะการกระจายและการแจกแจงของข้อมูลและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้

4.4 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลการวัด

4.5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานระบบที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4.6 ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม

เพื่อให้การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถทำความเข้าใจได้ง่ายและมีความสะดวกยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์และความหมายที่ใช้แทนค่าสถิติและตัวแปรต่าง ๆ ในการนำเสนอ ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลผลการวิจัย

M	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)
CV	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (Coefficient of Variation)
KU	หมายถึง	ค่าความโด่ง (Kurtosis)
SD	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
SK	หมายถึง	ค่าความเบ้ (Skewness)
b	หมายถึง	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบคะแนนดิบ (Estimate)
β	หมายถึง	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Solution)
r	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)
R^2	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of Determination)
SE	หมายถึง	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error)
t	หมายถึง	ค่าสถิติ t-value
DE	หมายถึง	อิทธิพลทางตรงเชิงบวก (Direct Effect)
IE	หมายถึง	อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect)
TE	หมายถึง	อิทธิพลรวม (Total Effect)
AGFI	หมายถึง	ค่าดัชนีความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว (Adjust Goodness of Fit Index)
CFI	หมายถึง	ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index)
χ^2	หมายถึง	ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square)
df	หมายถึง	องศาอิสระ (Degree of Freedom)
GFI	หมายถึง	ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Good of Fit Index)
p	หมายถึง	ค่าความน่าจะเป็นทางสถิติ (p-value)
RMSEA	หมายถึง	ค่าความคาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (Root Mean Squared Error of Approximation)
SRMR	หมายถึง	ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือมาตรฐาน (Standardized Root Mean Squared Residual)
TLI	หมายถึง	ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Tucker-Lewis Index)
IQ	หมายถึง	คุณภาพของข้อมูล (Information Quality)
IQ1	หมายถึง	ความครบถ้วนสมบูรณ์ (Completeness)

IQ2	หมายถึง	ความถูกต้อง (Accuracy)
IQ3	หมายถึง	ความทันเวลา (Timeliness)
SQ	หมายถึง	คุณภาพของระบบ (system Quality)
SQ1	หมายถึง	ความน่าเชื่อถือของระบบ (System Reliability)
SQ2	หมายถึง	รูปแบบของระบบ (Design)
SEQ	หมายถึง	คุณภาพของการบริการ (Service Quality)
SEQ1	หมายถึง	ความน่าเชื่อถือของการบริการ (Service Reliability)
SEQ2	หมายถึง	การให้ความเชื่อมั่น (Assurance)
PEOU	หมายถึง	การรับรู้การใช้งานที่ง่าย (Perceived ease of Use)
PU	หมายถึง	การรับรู้การได้รับประโยชน์ (Perceived Usefulness)
ATOA	หมายถึง	ทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ (Attitude toward Online Accounting Use)
BI	หมายถึง	ความตั้งใจใช้งานระบบ (Behavioral Intention)

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลและปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งาน ซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อนำมาใช้อธิบายคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลทั่วไปมี 12 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา ความคุ้นเคยกับการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ ระยะเวลาที่ธุรกิจเข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ รายได้รวมจากการประกอบธุรกิจโดยประมาณ รายได้รวมการขายสินค้าจากการรับบัตรสวัสดิการแห่งรัฐโดยประมาณ ระบบเทคโนโลยีที่นำมาใช้เพื่อการจ่ายหรือรับชำระค่าสินค้าและบริการ วิธีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย วิธีการจัดทำบัญชีสินค้าคงเหลือและสถานที่ตั้งกิจการ โดยตารางด้านล่างแสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percent) ของแบบสอบถามงานวิจัยจำนวน 475 ราย

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม แยกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	197	41.5
หญิง	278	58.5
รวม	475	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 รองลงมาคือ เพศชาย มีจำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม แยกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-29 ปี	42	8.8
30-39 ปี	146	30.7
40-49 ปี	161	33.9
50-59 ปี	98	20.6
60 ปีขึ้นไป	28	5.9
รวม	475	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 40-49 ปี จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 33.9 รองลงมาคือ อายุ 30-39 ปี จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7 อายุ 50-59 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6 อายุ 20-29 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม แยกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	20	4.2
มัธยมศึกษาตอนต้น	25	5.3
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	70	14.7
ปวส./อนุปริญญา	83	17.5
ปริญญาตรี	257	54.1
ปริญญาโท	20	4.2
รวม	475	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีจำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 54.1 รองลงมาคือระดับปวส./อนุปริญญา จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ในส่วนของระดับประถมศึกษาและระดับปริญญาโทมีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2

ตารางที่ 4.4 ข้อมูลความคุ้นเคยกับการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	คุ้นเคย		ไม่คุ้นเคย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โทรศัพท์มือถือ	474	99.8	1	0.2
แท็บเล็ต	190	40.0	285	60.0
คอมพิวเตอร์	217	45.7	258	54.3
โน้ตบุ๊ก	161	33.9	314	66.1

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคุ้นเคยกับการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

โทรศัพท์มือถือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คุ้นเคยกับการใช้โทรศัพท์มือถือ จำนวน 474 คน คิดเป็นร้อยละ 99.8 และไม่คุ้นเคยกับการใช้โทรศัพท์มือถือ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2

คอมพิวเตอร์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่คุ้นเคยกับการใช้คอมพิวเตอร์ จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 และคุ้นเคยกับการใช้คอมพิวเตอร์ จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7

แท็บเล็ต ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่คุ้นเคยกับการใช้แท็บเล็ต จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 60 และคุ้นเคยกับการใช้แท็บเล็ต จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 40

โน้ตบุ๊ก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่คุ้นเคยกับการใช้โน้ตบุ๊กจำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 66.1 และคุ้นเคยกับการใช้โน้ตบุ๊กจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 33.9

ตารางที่ 4.5 ข้อมูลระยะเวลาการประกอบธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระยะเวลาในการประกอบ ธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
1-3 ปี	32	6.7
4-6 ปี	121	25.5
7-9 ปี	104	21.9
10 ปีขึ้นไป	218	45.9
รวม	475	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่าระยะเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบธุรกิจส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วง 10 ปีขึ้นไป จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 45.9 รองลงมาคือระยะเวลาช่วง 4-6 ปี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 ระยะเวลาช่วง 7-9 ปี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 21.9 และระยะเวลาช่วง 1-3 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ข้อมูลระยะเวลาที่ธุรกิจเข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ

ระยะเวลาที่ธุรกิจเข้าร่วม โครงการธงฟ้าประชารัฐ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	3	0.6
1-2 ปี	191	40.2
มากกว่า 2 ปี	281	59.2
รวม	475	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่าส่วนใหญ่ธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามเข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐอยู่ในช่วงระยะเวลามากกว่า 2 ปี จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 59.2 รองลงมาคือ 1-2 ปี จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 40.2 และต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ข้อมูลรายได้จากการประกอบธุรกิจต่อวัน

รายได้รวมจากการประกอบ ธุรกิจ/วัน (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000	177	37.3
5,000-10,000	216	45.5
10,001-15,000	36	7.6
15,001-20,000	23	4.8
20,001-25,000	4	0.8
25,001-30,000	9	1.9
มากกว่า 30,000	10	2.1
รวม	475	100

จากตารางที่ 4.7 พบว่าส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้จากการประกอบธุรกิจต่อวัน 5,000-10,000 บาท จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคือ รายได้น้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 รายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 รายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 รายได้มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 รายได้ 25,001-30,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 และรายได้ 20,001-25,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ข้อมูลรายได้จากการรับบัตรสวัสดิการแห่งรัฐต่อเดือน

รายได้รวมจากการรับบัตร สวัสดิการแห่งรัฐ/เดือน (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000	102	21.5
5,000-10,000	89	18.7
10,001-15,000	58	12.2
15,001-20,000	39	8.2
20,001-25,000	32	6.7
25,001-30,000	35	7.4
มากกว่า 30,000	120	25.3
รวม	475	100

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้จากการรับบัตรสวัสดิการแห่งรัฐต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 รองลงมาคือ รายได้น้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 รายได้ 5,000-10,000 บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 รายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 รายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2 รายได้ 25,001-30,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 และรายได้ 20,001-25,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ข้อมูลเทคโนโลยีที่นำมาใช้เพื่อการจ่ายหรือรับชำระค่าสินค้าและบริการ

เทคโนโลยีสำหรับ จ่าย/รับชำระ ค่าสินค้าและบริการ	ใช้		ไม่ใช้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แอปพลิเคชันธนาคาร	416	87.6	59	12.4
QR Code	119	25.1	356	74.9
แอปพลิเคชันเงินพระราชรัฐ	341	71.8	134	28.2
เครื่องรูด EDC	205	43.2	270	56.8

จากตารางที่ 4.9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามนำระบบเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อการจ่ายหรือรับชำระค่าสินค้าและบริการ ดังนี้

แอปพลิเคชันธนาคาร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชันธนาคาร จำนวน 416 คน คิดเป็นร้อยละ 87.6 และไม่ใช้แอปพลิเคชันธนาคาร จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4

แอปพลิเคชันเงินพระราชรัฐ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชันเงินพระราชรัฐ จำนวน 341 คน คิดเป็นร้อยละ 71.8 และไม่ใช้แอปพลิเคชันธนาคาร จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2

เครื่องรูด EDC ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ใช้เครื่องรูด EDC จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 และใช้เครื่องรูด EDC จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 43.2

QR Code ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ใช้ QR Code จำนวน 356 คน คิดเป็นร้อยละ 74.9 และใช้ QR Code จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 25.1

ตารางที่ 4.10 ข้อมูลการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายของกิจการ

บัญชีรายรับ-รายจ่าย	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	198	41.7
จดบันทึกรายการอย่างง่าย	208	43.8
จดบันทึกรายการอย่างละเอียด	27	5.7
ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์อย่างง่าย	42	8.8
รวม	475	100

จากตารางที่ 4.10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายของกิจการด้วยวิธีการจดบันทึกรายการอย่างง่าย จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาคือไม่มีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์อย่างง่าย จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และจดบันทึกรายการอย่างละเอียด จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ข้อมูลการจัดทำบัญชีสินค้าคงเหลือของกิจการ

บัญชีสินค้าคงเหลือ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	367	77.3
จดบันทึกรายการอย่างง่าย	69	14.5
จดบันทึกรายการอย่างละเอียด	16	3.4
ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์อย่างง่าย	23	4.8
รวม	475	100

จากตารางที่ 4.11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีการจัดทำบัญชีสินค้าคงเหลือของกิจการจำนวน 367 คน คิดเป็นร้อยละ 77.3 รองลงมาคือ การจดบันทึกรายการอย่างง่าย จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์อย่างง่าย จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และจดบันทึกรายการอย่างละเอียด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ข้อมูลสถานที่ตั้งของกิจการ

ภาค	จำนวน	ร้อยละ
ภาคเหนือ	53	11.2
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	112	23.6
ภาคกลาง	146	30.7
ภาคตะวันออก	42	8.8
ภาคตะวันตก	33	7.0
ภาคใต้	89	18.7
รวม	475	100

จากตารางที่ 4.12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบกิจการอยู่ในภาคกลาง จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7 รองลงมาคือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 23.6 ภาคใต้ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 ภาคเหนือ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 ภาคตะวันออก จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และภาคตะวันตก จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 7 ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้า และบัญชีของธุรกิจร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย (Means) เพื่อให้ทราบระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ซึ่งเป็นค่าที่แสดงถึงการกระจายของข้อมูล ซึ่งผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น			
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับ
คุณภาพของข้อมูล (IQ)	3.59	1.184	มาก	5
คุณภาพของระบบ (SQ)	3.89	1.028	มาก	2
คุณภาพของการบริการ (SEQ)	4.09	0.981	มาก	1

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น			
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับ
การรับรู้การได้รับประโยชน์ (PU)	3.75	1.140	มาก	3
การรับรู้การใช้งานที่ง่าย (PEOU)	3.27	1.188	ปานกลาง	7
ทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ (ATOA)	3.66	1.153	มาก	4
ความตั้งใจใช้งานระบบ (BI)	3.43	1.275	มาก	6
รวม	3.67	1.136	มาก	-

จากตารางที่ 4.13 พบว่าระดับความคิดเห็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.136 เมื่อพิจารณาแต่ละปัจจัยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ คุณภาพการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.981 คุณภาพของระบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.028 การรับรู้การได้รับประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.140 ทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.153 คุณภาพของข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.184 ความตั้งใจใช้งานระบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.275 และการรับรู้การใช้งานที่ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.188

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านคุณภาพของข้อมูล (IQ)

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น			
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับ
ความครบถ้วนสมบูรณ์ (IQ1)	3.56	1.287	มาก	2
ความถูกต้อง (IQ2)	3.70	1.080	มาก	1
ความทันเวลา (IQ3)	3.51	1.184	มาก	3
รวม	3.59	1.184	มาก	-

จากตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นด้านคุณภาพของข้อมูล พบว่าค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม

เท่ากับ 1.184 โดยตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความถูกต้องของข้อมูล อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.080 รองลงมาคือ ความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูล อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.287 และความทันเวลา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.184 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านคุณภาพของระบบ (SQ)

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น			
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับ
ความน่าเชื่อถือของระบบ (SQ1)	3.89	1.111	มาก	1
รูปแบบของระบบ (SQ2)	3.89	0.945	มาก	1
รวม	3.89	1.028	มาก	-

จากตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นด้านคุณภาพของระบบ พบว่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.89 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 1.028 โดยตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 2 ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 โดยความน่าเชื่อถือมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.111 และ รูปแบบของระบบมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.945

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านคุณภาพของการบริการ (SEQ)

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น			
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับ
ความน่าเชื่อถือของการบริการ (SEQ1)	4.02	0.962	มาก	2
การให้ความเชื่อมั่น (SEQ2)	4.15	0.999	มาก	1
รวม	4.09	0.981	มาก	-

จากตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นด้านคุณภาพของการบริการ พบว่าค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.981 โดยตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การให้ความเชื่อมั่นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.999 รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือ

ของการบริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.962 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการรับรู้การได้รับประโยชน์ (PU)

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น			
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับ
การใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยให้การดำเนินธุรกิจง่ายขึ้น	3.69	1.102	มาก	3
การใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยลดภาระการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย	3.74	1.175	มาก	2
การใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน	3.81	1.143	มาก	1
รวม	3.75	1.140	มาก	-

จากตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้การได้รับประโยชน์ พบว่าค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 1.140 โดยหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.143 รองลงมาคือ การใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยลดภาระการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.175 และการใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยให้การดำเนินธุรกิจง่ายขึ้น มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.102 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการรับรู้การใช้งานที่ง่าย (PEOU)

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น			
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับ
การเรียนรู้วิธีการใช้งานโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีเป็นเรื่องง่าย	3.35	1.095	ปานกลาง	1
เชื่อว่าโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีใช้งานง่าย	3.22	1.218	ปานกลาง	3
สามารถเรียนรู้การใช้งานโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีได้ด้วยตนเอง	3.23	1.250	ปานกลาง	2
รวม	3.27	1.188	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้การใช้งานที่ง่าย พบว่าค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 1.188 โดยหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การเรียนรู้วิธีการใช้งานโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีเป็นเรื่องง่าย อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.095 รองลงมาคือ สามารถเรียนรู้การใช้งานโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีได้ด้วยตนเอง อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.250 และเชื่อว่าโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีใช้งานง่าย มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.218 ตามลำดับ

4.2 การวิเคราะห์ระดับทัศนคติและความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ระดับทัศนคติและความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย 2 ส่วน คือ การวิเคราะห์ระดับทัศนคติในการใช้ซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี และการวิเคราะห์ระดับความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี

4.2.1 การวิเคราะห์ระดับทัศนคติในการใช้ซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านทัศนคติในการเลือกใช้งานซอฟต์แวร์

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น			
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับ
อยากทดลองใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี	3.68	1.098	มาก	1
ต้องการเรียนรู้วิธีการใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี	3.61	1.163	มาก	2
ต้องการนำโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีมาช่วยในการดำเนินธุรกิจ	3.68	1.197	มาก	1
รวม	3.66	1.153	มาก	-

จากตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นด้านทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ พบว่าค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 1.153 โดยหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ต้องการนำโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีมาช่วยในการดำเนินธุรกิจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.197 และอยากทดลองใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.098 และต้องการเรียนรู้วิธีการใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.163 ตามลำดับ

4.4.2 การวิเคราะห์ระดับความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น			
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับ
หากมีโอกาส ท่านตั้งใจจะใช้งานโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคต	3.76	1.171	มาก	1

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

ปัจจัย	ระดับความคิดเห็น			
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับ
คาดว่าจะใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี ในอนาคตอันใกล้	3.35	1.293	ปานกลาง	2
วางแผนจะใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี ในอนาคตอันใกล้	3.17	1.360	ปานกลาง	3
รวม	3.43	1.275	มาก	-

จากตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นด้านความตั้งใจใช้งานระบบ พบว่าค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 1.275 โดยหัวข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ หากมีโอกาสตั้งใจจะใช้งานโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคต อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.171 รองลงมาคือ คาดว่าจะใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคตอันใกล้ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.293 และวางแผนจะใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคตอันใกล้ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.360 ตามลำดับ

4.3 ผลการวิเคราะห์ลักษณะการกระจายและการแจกแจงของข้อมูล และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้

4.3.1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะการกระจายและการแจกแจงของข้อมูล

การวิเคราะห์ความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หรือความตรงของโมเดลตัวแปรสังเกตได้ จะต้องมีลักษณะการกระจายและมีการแจกแจงปกติ โดยค่าสถิติที่นำมาวิเคราะห์ เพื่อแสดงลักษณะการกระจายและการแจกแจงของตัวแปรสังเกตได้ ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (CV) ค่าความเบ้ (SK) และค่าความโด่ง (KU) ซึ่งมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ลักษณะการกระจายและการแจกแจงของข้อมูล

ตัวแปร	CV (%)	SK	KU
คุณภาพของข้อมูล (IQ)			
ความครบถ้วนสมบูรณ์ (IQ1)	36.15	-0.50	-0.85
ความถูกต้อง (IQ2)	29.19	-0.54	-0.60
ความทันเวลา (IQ3)	33.73	-0.35	-0.72
คุณภาพของระบบ (SQ)			
ความน่าเชื่อถือของระบบ (SQ1)	28.56	-0.71	-0.38
รูปแบบของระบบ (SQ2)	24.29	-0.80	-0.08
คุณภาพของการบริการ (SEQ)			
ความน่าเชื่อถือของการบริการ (SEQ1)	23.93	-1.01	0.66
การให้ความเชื่อมั่น (SEQ2)	24.07	-1.14	0.75
การรับรู้การได้รับประโยชน์ (PU)			
การใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยให้การดำเนินธุรกิจง่ายขึ้น (PU1)	29.86	-0.59	-0.37
การใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยลดภาระการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย (PU2)	31.42	-0.65	-0.51
การใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน (PU3)	30.00	-0.71	-0.38
การรับรู้การใช้งานที่ง่าย (PEOU)			
การเรียนรู้วิธีการใช้งานโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีเป็นเรื่องง่าย (PEOU1)	32.69	-0.24	-0.54
เชื่อว่าโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีใช้งานง่าย (PEOU2)	37.83	-0.18	-0.95
สามารถเรียนรู้การใช้งานโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีได้ด้วยตนเอง (PEOU3)	38.70	-0.19	-0.99

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

ตัวแปร	CV (%)	SK	KU
ทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ (ATOA)			
อยากทดลองใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี (ATOA1)	29.84	-0.53	-0.43
ต้องการเรียนรู้วิธีการใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี (ATOA2)	32.22	-0.44	-0.75
ต้องการนำโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีมาช่วยในการดำเนินธุรกิจ (ATOA3)	32.53	-0.63	-0.49
ความตั้งใจใช้งานระบบ (BI)			
หากมีโอกาสตั้งใจจะใช้งานโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคต (BI1)	31.14	-0.69	-0.42
คาดว่าจะใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคตอันใกล้ (BI2)	38.60	-0.32	-0.98
วางแผนจะใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคตอันใกล้ (BI3)	42.90	-0.20	-1.15

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (CV) ของข้อมูลมีค่าใกล้เคียงกัน คืออยู่ระหว่าง 29.84 - 42.90 แสดงว่า ข้อมูลมีลักษณะการกระจายไม่แตกต่างกันมาก สำหรับตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าสัมประสิทธิ์การกระจายสูงสุด คือ วางแผนจะใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคตอันใกล้ (BI3) และตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าสัมประสิทธิ์การกระจายต่ำสุด คือ อยากทดลองใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี (ATOA1) เมื่อพิจารณาค่าความเบ้ (SK) และค่าความโด่ง (KU) ของตัวแปรสังเกตได้ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงระหว่าง -1.00 ถึง 1.00 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ยอมรับได้ (Kline, 2011, p. 63) จากตารางพบว่า ตัวแปรทุกตัวที่นำมาวิเคราะห์มีการแจกแจงปกติทุกตัว และขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้มีขนาดใหญ่เพียงพอ (Hair et al., 2010, p. 71) ที่ประมาณค่าพารามิเตอร์ของประชากรจะมีความคงเส้นคงวา จากผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด พบว่า ตัวแปรข้างต้นมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยัน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลต่อไปได้

2. ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรในการวิจัย เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 19 ตัวแปร จากตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.22 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้

	IQ1	IQ2	IQ3	SQ1	SQ2	SEQ1	SEQ2	PEOU1	PEOU2	PEOU3	PU1	PU2	PU3	ATOA1	ATOA2	ATOA3	BI1	BI2	BI3	
IQ1	1.00																			
IQ2	.538**	1.00																		
IQ3	.422**	.644**	1.00																	
SQ1	.340**	.452**	.484**	1.00																
SQ2	.436**	.538**	.584**	.786**	1.00															
SEQ1	.429**	.470**	.491**	.578**	.615**	1.00														
SEQ2	.381**	.439**	.448**	.579**	.611**	.776**	1.00													
PEOU1	.418**	.424**	.479**	.494**	.532**	.492**	.437**	1.00												
PEOU2	.395**	.416**	.468**	.436**	.516**	.466**	.413**	.799**	1.00											
PEOU3	.401**	.386**	.466**	.451**	.549**	.478**	.449**	.793**	.881**	1.00										
PU1	.326**	.412**	.435**	.432**	.541**	.488**	.445**	.536**	.547**	.559**	1.00									
PU2	.339**	.410**	.401**	.409**	.464**	.441**	.407**	.577**	.539**	.545**	.648**	1.00								
PU3	.400**	.475**	.495**	.455**	.543**	.508**	.511**	.637**	.561**	.572**	.681**	.777**	1.00							
ATOA1	.440**	.494**	.554**	.530**	.603**	.545**	.541**	.680**	.678**	.716**	.574**	.555**	.634**	1.00						
ATOA2	.417**	.458**	.521**	.524**	.612**	.547**	.539**	.662**	.671**	.721**	.586**	.554**	.616**	.857**	1.00					
ATOA3	.419**	.484**	.521**	.519**	.611**	.537**	.547**	.620**	.652**	.681**	.593**	.547**	.631**	.837**	.920**	1.00				
BI1	.379**	.483**	.515**	.513**	.583**	.500**	.504**	.612**	.623**	.633**	.540**	.539**	.611**	.754**	.766**	.773**	1.00			
BI2	.397**	.417**	.504**	.492**	.558**	.471**	.495**	.645**	.656**	.705**	.497**	.493**	.550**	.751**	.781**	.743**	.794**	1.00		
BI3	.347**	.386**	.461**	.456**	.532**	.456**	.457**	.625**	.631**	.692**	.474**	.466**	.513**	.720**	.748**	.704**	.709**	.922**	1.00	

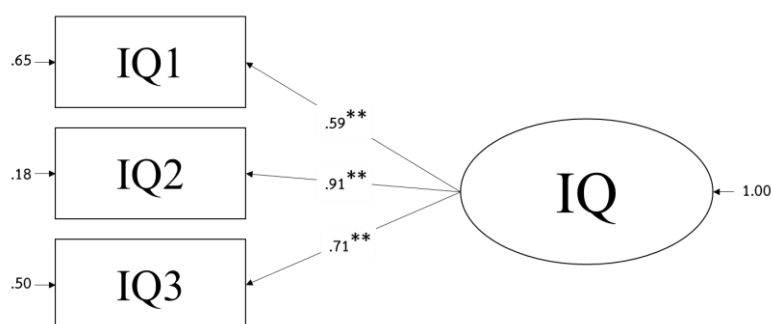
** $p < .01$

จากตารางที่ 4.22 ผลการตรวจสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.326-0.922 ตัวแปรทุกคู่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรความครบถ้วนสมบูรณ์ (IQ1) และการใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยให้การดำเนินธุรกิจง่ายขึ้น (PU1) มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด ($r = 0.326$) ขณะที่ตัวแปรคาดว่าจะใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคตอันใกล้ (BI2) วางแผนจะใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคตอันใกล้ (BI3) มีความสัมพันธ์กันสูงสุด ($r = 0.922$)

4.4 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลการวัด

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดตัวแปร 7 ตัว ได้แก่ คุณภาพของข้อมูล (IQ) คุณภาพของระบบ (SQ) คุณภาพของการบริการ (SEQ) การรับรู้การใช้งานที่ง่าย (PEOU) การรับรู้การได้รับประโยชน์ (PU) ทักษะคติในการเลือกใช้งานระบบ (ATOA) และความตั้งใจใช้งานระบบ (BI) ดังนี้

4.4.1 โมเดลการวัดคุณภาพของข้อมูล (IQ) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัว ได้แก่ ความครบถ้วนสมบูรณ์ (IQ1) ความถูกต้อง (IQ2) และความทันเวลา (IQ3) ดังภาพที่ 4.1



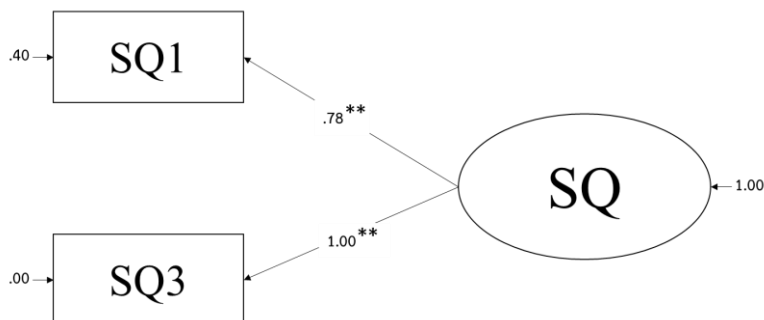
หมายเหตุ ** $p < 0.01$, $\chi^2 = 0.00$, $df = 1$, $p = 0.98$, RMSEA = 0.00

ภาพที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดคุณภาพของข้อมูล

จากภาพที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดคุณภาพของข้อมูล พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งพิจารณาได้จากค่า $\chi^2 = 0.00$, $df = 1$, $p = 0.98$, RMSEA = 0.00 น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรมีค่าเป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว โดยตัวแปรคุณภาพของข้อมูลในด้านความครบถ้วนสมบูรณ์ (IQ1)

ความถูกต้อง (IQ2) และความทันเวลา (IQ3) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.59, 0.91 และ 0.71 ตามลำดับ แสดงว่าตัวแปรทั้ง 3 ตัว เป็นองค์ประกอบของตัวแปรแฝงการวัดคุณภาพของข้อมูล

4.1.2 โมเดลการวัดคุณภาพของระบบ (SQ) ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ 2 ตัว ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของระบบ (SQ1) และรูปแบบของระบบ (SQ2) ดังภาพที่ 4.2

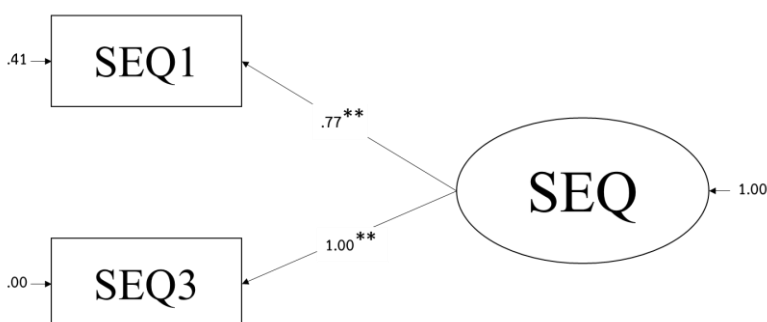


หมายเหตุ ** $p < 0.01$, $\chi^2 = 0.80$, $df = 1$, $p = 0.37$, RMSEA = 0.00

ภาพที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดคุณภาพของระบบ

จากภาพที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดคุณภาพของระบบ พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งพิจารณาได้จากค่า $\chi^2 = 0.80$, $df = 1$, $p = 0.37$, RMSEA = 0.00 น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรมีค่าเป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว โดยตัวแปรคุณภาพของระบบในด้านความน่าเชื่อถือของระบบ (SQ1) และรูปแบบของระบบ (SQ2) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.78 และ 1.00 ตามลำดับ แสดงว่าตัวแปรทั้ง 2 ตัว เป็นองค์ประกอบของตัวแปรแฝงการวัดคุณภาพของระบบ

4.1.3 โมเดลการวัดคุณภาพของการบริการ (SEQ) ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ 2 ตัว ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของการบริการ (SEQ1) และการให้ความเชื่อมั่น (SEQ2) ดังภาพที่ 4.3

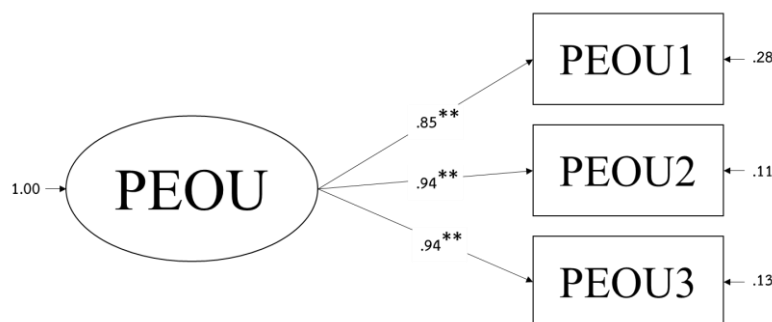


หมายเหตุ ** $p < 0.01$, $\chi^2 = 0.69$, $df = 1$, $p = 0.41$, RMSEA = 0.00

ภาพที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดคุณภาพของการบริการ

จากภาพที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดคุณภาพของการบริการ พบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งพิจารณาได้จากค่า $\chi^2 = 0.69$, $df = 1$, $p = 0.41$, $RMSEA = 0.00$ น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรมีค่าเป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว โดยตัวแปรคุณภาพของการบริการในด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ (SEQ1) และการให้ความเชื่อมั่น (SEQ2) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.77 และ 1.00 ตามลำดับ แสดงว่าตัวแปรทั้ง 2 ตัว เป็นองค์ประกอบของตัวแปรแฝงการวัดคุณภาพของการบริการ

4.1.4 โมเดลการวัดการรับรู้การใช้งานที่ง่าย (PEOU) ประกอบด้วย 3 ประเด็นได้แก่ การเรียนรู้วิธีใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีเป็นเรื่องที่ง่าย (PEOU1) มีความเชื่อว่าซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีใช้งานง่าย (PEOU2) และสามารถเรียนรู้การใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีได้ด้วยตนเอง (PEOU3) ดังภาพที่ 4.4

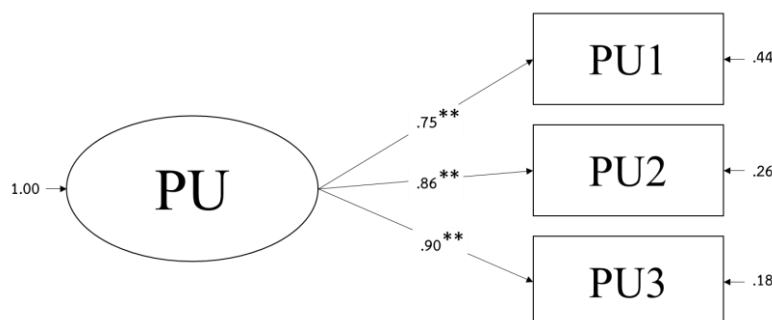


หมายเหตุ ** $p < 0.01$, $\chi^2 = 0.01$, $df = 1$, $p = 0.92$, $RMSEA = 0.00$

ภาพที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดการรับรู้การใช้งานที่ง่าย

จากภาพที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดการรับรู้การใช้งานที่ง่าย พบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งพิจารณาได้จากค่า $\chi^2 = 0.01$, $df = 1$, $p = 0.92$, $RMSEA = 0.00$ น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรมีค่าเป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว โดยตัวแปรการรับรู้การใช้งานที่ง่าย (PEOU) ในด้านการเรียนรู้วิธีใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีเป็นเรื่องที่ง่าย (PEOU1) มีความเชื่อว่าซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีใช้งานง่าย (PEOU2) และสามารถเรียนรู้การใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีได้ด้วยตนเอง (PEOU3) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.85, 0.94 และ 0.94 ตามลำดับ แสดงว่าทั้ง 3 ประเด็นเป็นองค์ประกอบของตัวแปรการรับรู้การใช้งานที่ง่าย

4.1.5 โมเดลการวัดการรับรู้การได้รับประโยชน์ (PU) ประกอบด้วย 3 ประเด็น ได้แก่ การใช้ซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยให้การดำเนินธุรกิจง่ายขึ้น (PU1) การใช้ซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยลดภาระการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย (PU2) และ การใช้ซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน (PU3) ดังภาพที่ 4.5

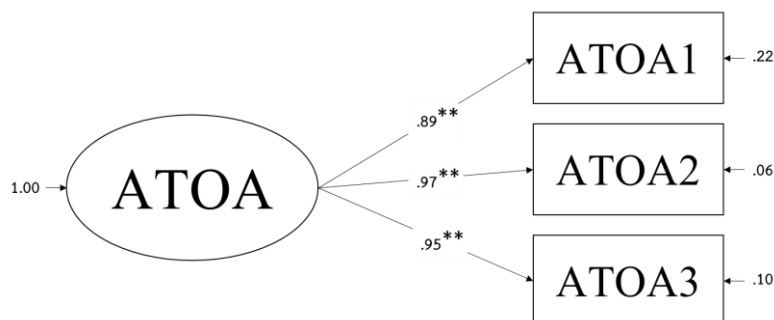


หมายเหตุ ** $p < 0.01$, $\chi^2 = 0.01$, $df = 1$, $p = 0.91$, RMSEA = 0.00

ภาพที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดการรับรู้การได้รับประโยชน์

จากภาพที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดการรับรู้การได้รับประโยชน์ พบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งพิจารณาได้จากค่า $\chi^2 = 0.01$, $df = 1$, $p = 0.91$, RMSEA = 0.00 น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรแต่ละตัวมีค่าเป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว โดยตัวแปรการรับรู้การได้รับประโยชน์ (PU) ในด้านการใช้ซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยให้การดำเนินธุรกิจง่ายขึ้น (PU1) การใช้ซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยลดภาระการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย (PU2) และ การใช้ซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน (PU3) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.75, 0.86 และ 0.90 ตามลำดับ แสดงว่าทั้ง 3 ประเด็นเป็นองค์ประกอบของตัวแปรการรับรู้การได้รับประโยชน์

4.1.6 โมเดลการวัดทัศนคติในการเลือกใช้งานซอฟต์แวร์ (ATO) ประกอบด้วย 3 ประเด็น ได้แก่ อยากรทดลองใช้ซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี (ATO1) ต้องการเรียนรู้วิธีการใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี (ATO2) และต้องการนำซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีมาช่วยในการดำเนินธุรกิจ (ATO3) ดังภาพที่ 4.6

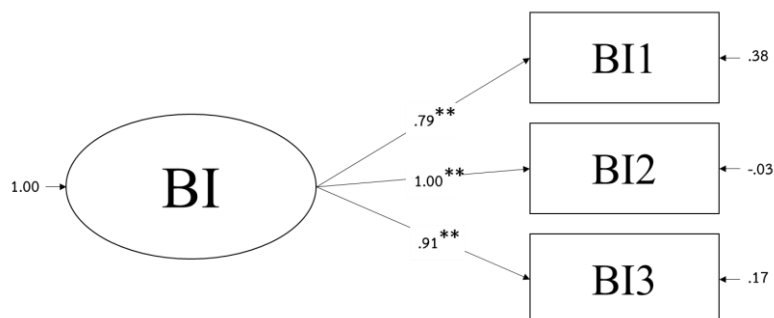


หมายเหตุ ** $p < 0.01$, $\chi^2 = 0.06$, $df = 1$, $p = 0.80$, RMSEA = 0.00

ภาพที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ

จากภาพที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดทัศนคติในการเลือกใช้งานซอฟต์แวร์ พบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งพิจารณาได้จากค่า $\chi^2 = 0.06$, $df = 1$, $p = 0.80$, RMSEA = 0.00 น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรมีค่าเป็นบวก และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว โดยตัวแปรทัศนคติในการเลือกใช้งานซอฟต์แวร์ (ATOA) ในด้านอยากทดลองใช้ซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี (ATOA1) ต้องการเรียนรู้วิธีการใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี (ATOA2) และต้องการนำซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีมาช่วยในการดำเนินธุรกิจ (ATOA3) มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.89, 0.97 และ 0.95 ตามลำดับ แสดงว่าทั้ง 3 ประเด็นเป็นองค์ประกอบของตัวแปรทัศนคติในการเลือกใช้งานซอฟต์แวร์

4.1.7 โมเดลการวัดความตั้งใจใช้งานระบบ (BI) ประกอบด้วย 3 ประเด็นได้แก่ หากมีโอกาสตั้งใจจะใช้ระบบบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคต (BI1) คาดว่าจะใช้ระบบบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคตอันใกล้ (BI2) และวางแผนจะใช้ระบบบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคตอันใกล้ (BI3) ดังภาพที่ 4.7



หมายเหตุ ** $p < 0.01$, $\chi^2 = 0.43$, $df = 1$, $p = 0.52$, RMSEA = 0.00

ภาพที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดความตั้งใจใช้งานระบบ

จากภาพที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดความตั้งใจใช้งานระบบ พบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งพิจารณาได้จากค่า $\chi^2 = 0.43$, $df = 1$, $p = 0.52$, $RMSEA = 0.00$ น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรมีค่าเป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัว โดยตัวแปรความตั้งใจใช้งานระบบ (BI) ในด้านหากมีโอกาสตั้งใจจะใช้ระบบบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคต (BI1) คาดว่าจะใช้ระบบบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคตอันใกล้ (BI2) และวางแผนจะใช้ระบบบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคตอันใกล้ มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.79, 1.00 และ 0.91 ตามลำดับ แสดงว่าทั้ง 3 ประเด็นเป็นองค์ประกอบของตัวแปรความตั้งใจใช้งานระบบ

4.5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์ที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์ในตอนนี้ นำเสนอแผนภาพและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรใน ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ ตามสมมติฐาน พร้อมทั้งเสนอค่าสถิติแสดงค่าขนาดอิทธิพลและความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนี้

ตารางที่ 4.23 ค่าเมทริกซ์น้ำหนักองค์ประกอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์

ตัวแปร	เมทริกซ์น้ำหนักองค์ประกอบ				r^2
	b	SE	t	β	
คุณภาพของข้อมูล (IQ)					
ความครบถ้วนสมบูรณ์ (IQ1)	0.87**	0.54	14.80	0.68	0.46
ความถูกต้อง (IQ2)	0.84**	0.39	18.90	0.78	0.61
ความทันเวลา (IQ3)	0.98**	0.31	19.81	0.83	0.69
คุณภาพของระบบ (SQ)					
ความน่าเชื่อถือของระบบ (SQ1)	0.92**	0.30	21.49	0.83	0.70
รูปแบบของระบบ (SQ2)	0.89**	0.12	25.61	0.94	0.88
คุณภาพของการบริการ (SEQ)					
ความน่าเชื่อถือของการบริการ (SEQ1)	0.86**	0.20	23.27	0.89	0.80
การให้ความเชื่อมั่น (SEQ2)	0.87**	0.24	22.50	0.87	0.76

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

ตัวแปร	เมทริกซ์น้ำหนักองค์ประกอบ				r^2
	b	SE	t	β	
การรับรู้การได้รับประโยชน์ (PU)					
การใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยให้การดำเนินธุรกิจง่ายขึ้น (PU1)	0.76**	0.52	-	0.69	0.48
การใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยลดภาระการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย (PU2)	0.78**	0.50	16.55	0.66	0.44
การใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน (PU3)	0.85**	0.45	18.31	0.74	0.55
การรับรู้การใช้งานที่ง่าย (PEOU)					
การเรียนรู้วิธีการใช้งานโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีเป็นเรื่องง่าย (PEOU1)	0.97**	0.23	-	0.88	0.77
เชื่อว่าโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีใช้งานง่าย (PEOU2)	1.09**	0.19	25.18	0.90	0.81
สามารถเรียนรู้การใช้งานโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีได้ด้วยตนเอง (PEOU3)	1.14**	0.17	25.87	0.91	0.83
ทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ (ATOA)					
อยากทดลองใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี (ATOA1)	1.01**	0.15	-	0.92	0.85
ต้องการเรียนรู้วิธีการใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี (ATOA2)	1.07**	0.15	34.27	0.92	0.85
ต้องการนำโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีมาช่วยในการดำเนินธุรกิจ (ATOA3)	1.08**	0.18	31.90	0.90	0.82
ความตั้งใจใช้งานระบบ (BI)					
หากมีโอกาสตั้งใจจะใช้งานโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคต (BI1)	1.01**	0.26	-	0.86	0.74
คาดว่าจะใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคตอันใกล้นี้ (BI2)	1.12**	0.25	27.45	0.87	0.75
วางแผนจะใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคตอันใกล้นี้ (BI3)	1.12**	0.32	22.51	0.83	0.68

จากตารางที่ 4.23 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของคุณภาพของข้อมูล (IQ) ทั้งหมด 3 องค์ประกอบ มีค่าเป็นบวก และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จัดเรียงตามค่าน้ำหนักองค์ประกอบจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความทันเวลา (IQ3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.98 อธิบายความแปรปรวนของคุณภาพของข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 69 ความครบถ้วนสมบูรณ์ (IQ1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.87 อธิบายความแปรปรวนของคุณภาพของข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 46 และความถูกต้อง (IQ2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.84 อธิบายความแปรปรวนของคุณภาพของข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 61

ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของคุณภาพของระบบ (SQ) ทั้งหมด 2 องค์ประกอบ มีค่าเป็นบวก และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จัดเรียงตามค่าน้ำหนักองค์ประกอบจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความน่าเชื่อถือของระบบ (SQ1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.92 อธิบายความแปรปรวนของคุณภาพของระบบ คิดเป็นร้อยละ 70 และรูปแบบของระบบ (SQ2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.89 อธิบายความแปรปรวนของคุณภาพของระบบ คิดเป็นร้อยละ 88

ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของคุณภาพของการบริการ (SEQ) ทั้งหมด 2 องค์ประกอบ มีค่าเป็นบวก และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จัดเรียงตามค่าน้ำหนักองค์ประกอบจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การให้ความเชื่อมั่น (SEQ2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.87 อธิบายความแปรปรวนของคุณภาพของการบริการ คิดเป็นร้อยละ 76 และความน่าเชื่อถือของการบริการ (SEQ1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.86 อธิบายความแปรปรวนของคุณภาพของการบริการ คิดเป็นร้อยละ 80

ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของการรับรู้การได้รับประโยชน์ (PU) ทั้งหมด 3 องค์ประกอบ มีค่าเป็นบวก และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จัดเรียงตามค่าน้ำหนักองค์ประกอบจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน (PU3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.85 อธิบายความแปรปรวนของการรับรู้การได้รับประโยชน์ คิดเป็นร้อยละ 55 การใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยลดภาระการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย (PU2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.78 อธิบายความแปรปรวนของการรับรู้การได้รับประโยชน์ คิดเป็นร้อยละ 44 และ การใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยให้การดำเนินงานธุรกิจง่ายขึ้น (PU1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.76 อธิบายความแปรปรวนของการรับรู้การได้รับประโยชน์ คิดเป็นร้อยละ 48

ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของการรับรู้การใช้งานที่ง่าย (PEOU) ทั้งหมด 3 องค์ประกอบ มีค่าเป็นบวก และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จัดเรียงตามค่าน้ำหนักองค์ประกอบจากมากไปหาน้อย ดังนี้ สามารถเรียนรู้การใช้งานโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีได้ด้วยตนเอง (PEOU3)

มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 1.14 อธิบายความแปรปรวนของการรับรู้การใช้งานที่ง่าย คิดเป็นร้อยละ 83 เชื่อว่าโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีใช้งานง่าย (PEOU2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 1.09 อธิบายความแปรปรวนของการรับรู้การใช้งานที่ง่าย คิดเป็นร้อยละ 81 และการเรียนรู้วิธีการใช้งานโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีเป็นเรื่องง่าย (PEOU1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.97 อธิบายความแปรปรวนของการรับรู้การใช้งานที่ง่าย คิดเป็นร้อยละ 77

ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ (ATOA) ทั้งหมด 3 องค์ประกอบ มีค่าเป็นบวก และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จัดเรียงตามค่าน้ำหนักองค์ประกอบจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ต้องการนำโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีมาช่วยในการดำเนินธุรกิจ (ATOA3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 1.08 อธิบายความแปรปรวนของทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ คิดเป็นร้อยละ 82 ต้องการเรียนรู้วิธีการใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี (ATOA2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 1.07 อธิบายความแปรปรวนของทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ คิดเป็นร้อยละ 85 และอยากทดลองใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี (ATOA1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 1.01 อธิบายความแปรปรวนของทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ คิดเป็นร้อยละ 85

ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของความตั้งใจใช้งานระบบ (BI) ทั้งหมด 3 องค์ประกอบ มีค่าเป็นบวก และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จัดเรียงตามค่าน้ำหนักองค์ประกอบจากมากไปหาน้อย ดังนี้ คาดว่าจะใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคตอันใกล้ (BI2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 1.12 อธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจใช้งานระบบ คิดเป็นร้อยละ 75 วางแผนจะใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคตอันใกล้ (BI3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 1.12 อธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจใช้งานระบบ คิดเป็นร้อยละ 68 และหากมีโอกาสตั้งใจจะใช้งานโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคต (BI1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 1.01 อธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจใช้งานระบบ คิดเป็นร้อยละ 74

ตารางที่ 4.24 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์

ตัวแปร ผล ตัวแปร สาเหตุ	PEOU			PU			ATOA			BI		
	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE
	IQ	0.33** (0.07)	0.33** (0.07)	-	0.37** (0.07)	0.18** (0.06)	0.18** (0.04)	0.34** (0.06)	-	0.34** (0.06)	0.33** (0.06)	-
SQ	0.26** (0.08)	0.26** (0.08)	-	0.30** (0.07)	0.15* (0.06)	0.14** (0.05)	0.27** (0.06)	-	0.27** (0.06)	0.26** (0.06)	-	0.26** (0.06)
SEQ	0.17* (0.07)	0.17* (0.07)	-	0.28** (0.07)	0.19** (0.06)	0.09* (0.04)	0.25** (0.06)	-	0.25** (0.06)	0.24** (0.06)	-	0.24** (0.06)
PEOU	-	-	-	0.55** (0.06)	0.55** (0.06)	-	0.59** (0.04)	0.15 (0.11)	0.43** (0.10)	0.56** (0.04)	-	0.56** (0.04)
PU	-	-	-	-	-	-	0.78** (0.12)	0.78** (0.12)	-	0.75** (0.11)	-	0.75** (0.11)
ATOA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.96** (0.04)	0.96** (0.04)	-
ค่า (R ²)	0.47			0.88			0.85			0.92		

$\chi^2 = 141.48$, $df = 119$, $p = 0.08$, $GFI = 0.97$, $AGFI = 0.95$, $CFI = 1$, $TLI = 0.99$, $RMSEA = 0.02$, $RMR = 0.03$, $SRMR = 0.02$

หมายเหตุ 1. * $p < .05$, ** $p < .01$

2. TE = อิทธิพลรวม IE = อิทธิพลทางอ้อม DE = อิทธิพลทางตรง

จากตารางที่ 4.24 โมเดลที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยคุณภาพของข้อมูล (IQ) คุณภาพของระบบ (SQ) คุณภาพของการบริการ (SEQ) การรับรู้การใช้งานที่ง่าย (PEOU) การรับรู้การได้รับประโยชน์ (PU) และทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ (ATOA) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานระบบ (BI)

คุณภาพของข้อมูล (IQ) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานระบบ (BI) ทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ (ATOA) และการรับรู้การได้รับประโยชน์ (PU) มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.33, 0.34 และ 0.18 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้การได้รับประโยชน์ (PU) และการรับรู้การใช้งานที่ง่าย (PEOU) มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.18 และ 0.33 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คุณภาพของระบบ (SQ) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานระบบ (BI) ทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ (ATOA) และการรับรู้การได้รับประโยชน์ (PU) มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.26, 0.27 และ 0.14 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวก

ต่อการรับรู้การได้รับประโยชน์ (PU) และการรับรู้การใช้งานที่ง่าย (PEOU) มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.15 และ 0.26 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คุณภาพของการบริการ (SEQ) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานระบบ (BI) และทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ (ATO) มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.24 และ 0.25 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และการรับรู้การได้รับประโยชน์ (PU) มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.09 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้การได้รับประโยชน์ (PU) มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และการรับรู้การใช้งานที่ง่าย (PEOU) มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.17 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การรับรู้การใช้งานที่ง่าย (PEOU) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานระบบ (BI) และทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ (ATO) มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.56 และ 0.43 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้การได้รับประโยชน์ (PU) มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.55 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ (ATO)

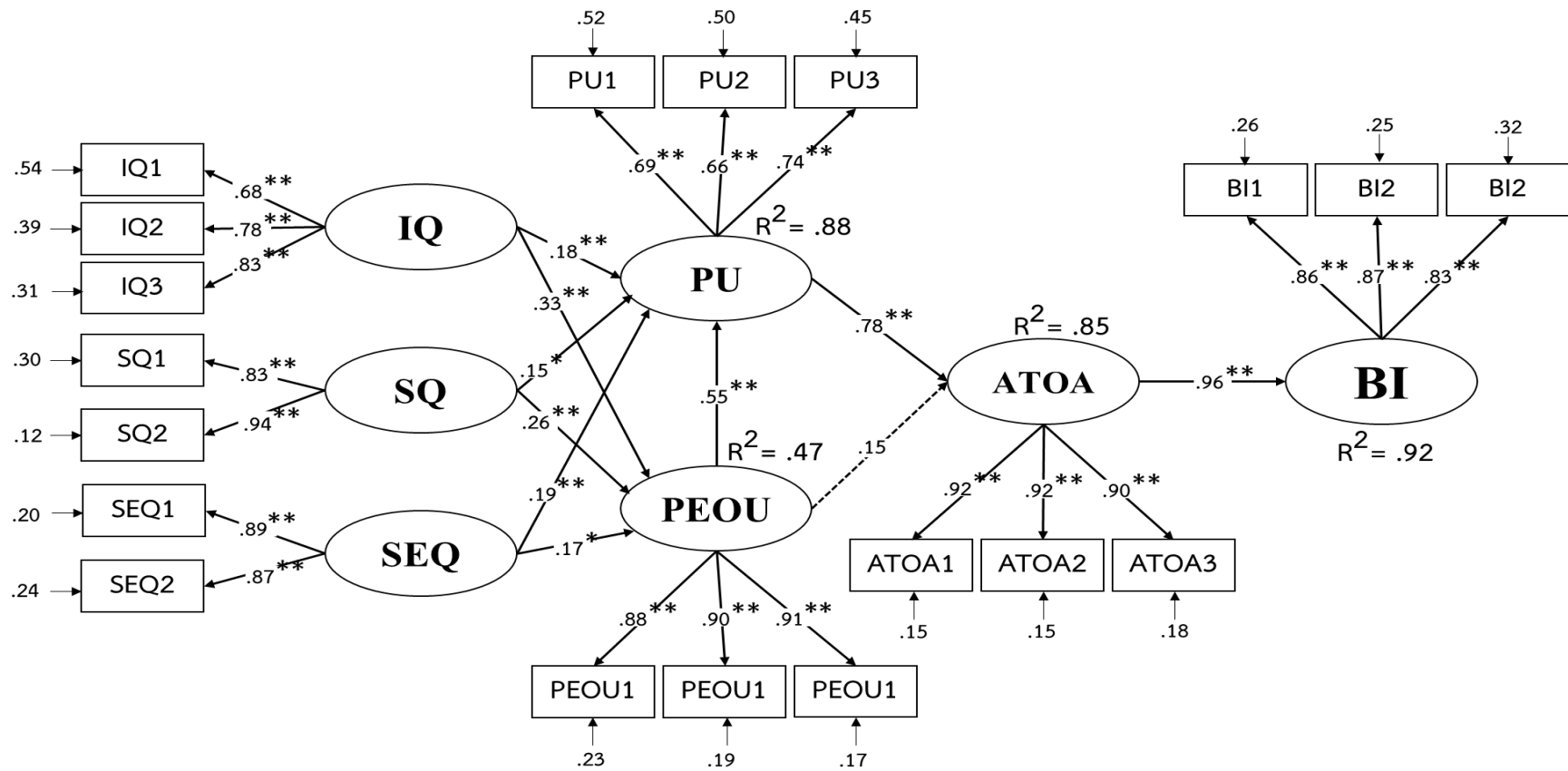
การรับรู้การได้รับประโยชน์ (PU) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานระบบ (BI) มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.75 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ (ATO) มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.78 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ (ATO) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานระบบ (BI) มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.96 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.25 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ความสัมพันธ์ตาม สมมติฐาน	ค่า สัมประสิทธิ์ เส้นทาง	Standard Errors	T-value	แปลผล
H1: IQ → PU	0.18	0.06	3.20**	สนับสนุนสมมติฐาน
H2: SQ → PU	0.15	0.06	2.47*	สนับสนุนสมมติฐาน
H3: SEQ → PU	0.19	0.06	3.30**	สนับสนุนสมมติฐาน
H4: PEOU → PU	0.55	0.06	8.63**	สนับสนุนสมมติฐาน
H5: IQ → PEOU	0.33	0.07	4.81**	สนับสนุนสมมติฐาน
H6: SQ → PEOU	0.26	0.08	3.29**	สนับสนุนสมมติฐาน
H7: SEQ → PEOU	0.17	0.07	2.47*	สนับสนุนสมมติฐาน
H8: PU → ATOA	0.78	0.12	6.72**	สนับสนุนสมมติฐาน
H9: PEOU → ATOA	0.15	0.11	1.41 ns	ไม่สนับสนุนสมมติฐาน
H10: ATOA → BI	0.96	0.04	26.03**	สนับสนุนสมมติฐาน

$R^2 = 0.92$; * $p < .05$; ** $p < .01$, ns = Not significant



$\chi^2 = 141.48$, $df = 119$, $p = 0.08$, $GFI = 0.97$, $AGFI = 0.95$, $CFI = 1.00$, $TLI = 0.99$, $RMSEA = 0.02$, $RMR = 0.03$, $SRMR = 0.02$
 ภาพที่ 4.8 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ

ตารางที่ 4.26 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลที่พัฒนาขึ้น

ดัชนีตรวจสอบความ สอดคล้อง	การตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลที่พัฒนาขึ้น		
	ค่าที่ได้	เกณฑ์	ผลการตรวจสอบ
χ^2	141.48 (p=0.08)	$p > 0.05$	ผ่านเกณฑ์
χ^2 / df	1.19	< 2.00	ผ่านเกณฑ์
GFI	0.97	> 0.95	ผ่านเกณฑ์
AGFI	0.95	> 0.95	ผ่านเกณฑ์
CFI	1.00	> 0.95	ผ่านเกณฑ์
TLI	0.99	> 0.95	ผ่านเกณฑ์
SRMR	0.02	< 0.05	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	0.02	< 0.05	ผ่านเกณฑ์

จากภาพที่ 4.8 และตารางที่ 4.25 แสดงว่า ผลการวิเคราะห์โมเดลปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากเกณฑ์การตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดล (ฟูลพงศ์ สุขสว่าง, 2563) พบว่า ค่า $\chi^2 = 141.48$, $df = 119$, $p = 0.08$, GFI = 0.97, AGFI = 0.95, CFI = 1.00, TLI = 0.99, RMSEA = 0.02, RMR = 0.03, SRMR = 0.02 โดยค่า p มากพอที่จะไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก แสดงว่า ผลการทดสอบ ค่า χ^2 แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ สนับสนุนสมมติฐานที่ว่า โมเดลมีความตรงเชิงโครงสร้าง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.97 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.95 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 1.00 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (TLI) เท่ากับ 0.99 ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือมาตรฐาน (SRMR) เท่ากับ 0.02 ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.02 โดยภาพรวมผ่านเกณฑ์ทุกค่า

4.6 ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 475 รายพบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริการจัดการร้านค้าและบัญชีดังนี้

1. ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกมีความสนใจที่จะนำซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจแต่มีความกังวลในเรื่องของความยุ่งยากในการใช้งาน
2. ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขาดองค์ความรู้ในเรื่องการนำซอฟต์แวร์มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ
3. ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกมีความกังวลในเรื่องของต้นทุนในการติดตั้งซอฟต์แวร์

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อม: กรณีศึกษา ธุรกิจค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อระบุและศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ และเพื่อศึกษาระดับทัศนคติและความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ ซึ่งการวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) มีแบบแผนการวิจัยแบบสหสัมพันธ์ (Correlational designs) ที่อาศัยแนวคิดด้านความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมาใช้ในการตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Cause and effect) ของตัวแปรต่าง ๆ ในโมเดล

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือ ธุรกิจค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐในประเทศไทยที่ไม่มีการนำซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ โดยใช้โปรแกรม G* Power 3 (Erdfelder et al., 2007) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 217 ราย สุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เพื่อให้ทุกจังหวัดมีโอกาสได้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่มีความครบถ้วนสมบูรณ์จำนวน 475 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามออนไลน์ แบ่งออกเป็น 6 ตอน ดังนี้ **ตอนที่ 1** ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วยข้อความเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ รายได้รวมจากการขาย ระบบเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการรับชำระค่าสินค้าและบริการ การจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย การจัดทำบัญชีสินค้าคงเหลือ และสถานที่ตั้งของกิจการ เป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (check list) และแบบเติมคำตอบจำนวน 12 ข้อ **ตอนที่ 2** ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจร้านค้าปลีกขนาดย่อมที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ มีลักษณะเป็นมาตราประมาณค่า 5 ระดับ (rating scale) มีเนื้อหาครอบคลุมองค์ประกอบหลัก 3 เนื้อหา ได้แก่ คุณภาพของข้อมูล คุณภาพของระบบ และคุณภาพของการบริการ จำนวน 14 ข้อ **ตอนที่ 3** การประเมินระดับการรับรู้การได้รับประโยชน์ และระดับการรับรู้การใช้งานที่ง่ายจากระบบ มีลักษณะเป็นมาตราประมาณค่า 5 ระดับ (rating scale) จำนวน 6 ข้อ **ตอนที่ 4** การประเมินระดับทัศนคติต่อการเลือกใช้งานระบบ มีลักษณะเป็นมาตราประมาณค่า 5 ระดับ (rating scale) จำนวน 3 ข้อ **ตอนที่ 5** ระดับความตั้งใจใช้งานระบบในอนาคต มีลักษณะเป็นมาตราประมาณค่า 5 ระดับ (rating scale) จำนวน 6 ข้อ **ตอนที่ 6** ข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) การวิเคราะห์หาค่าสหสัมพันธ์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ โดยใช้โปรแกรม SPSS และใช้การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อมที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ โดยใช้โปรแกรมลิสเรล (LISREL)

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อมที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ เป็นดังนี้

1. คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้การได้รับประโยชน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.18 ตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1
2. คุณภาพของระบบมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้การได้รับประโยชน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.15 ตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2
3. คุณภาพของการบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้การได้รับประโยชน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.19 ตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3
4. การรับรู้การใช้งานที่ง่ายมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้การได้รับประโยชน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.55 ตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4
5. คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้การใช้งานที่ง่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.33 ตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5
6. คุณภาพของระบบมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้การใช้งานที่ง่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.26 ตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6
7. คุณภาพของการบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้การใช้งานที่ง่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.17 ตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7
8. การรับรู้การได้รับประโยชน์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.78 ตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 8
9. การรับรู้การใช้งานที่ง่ายไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ
10. ทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานระบบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.96 ตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 10

5.2 อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ผู้วิจัยอภิปรายผลดังนี้

1. จากผลการวิจัย พบว่า คุณภาพของข้อมูลส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ของซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านและบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาซึ่งศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีในบริบทที่แตกต่างกัน เช่น งานวิจัยของ Lederer และคณะ (2000) ได้ศึกษาทฤษฎี TAM ในส่วนของเว็บไซต์ (World Wide Web) พบว่า ข้อมูลที่มีคุณภาพ ตรงประเด็น มีถูกต้องครบถ้วน และการเหมาะสมกับเวลา จะส่งผลอย่างยิ่งต่อการรับรู้การได้รับประโยชน์ และสอดคล้องกับ Zakaria และคณะ (2017) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาระบบ iHealth พบว่า ปัจจัยคุณภาพของข้อมูลจะส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ และส่งผลทางอ้อมต่อการใช้งานระบบ ภัทราวดี วงศ์สุเมธ และคณะ (2560) ศึกษา โมเดลแบบผสมผสานด้านการยอมรับระบบการเรียนผ่านเว็บของผู้สอนด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และสารสนเทศศึโนมหาวิทยาลัยไทย พบว่า คุณภาพของสารสนเทศมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ระบบการเรียนผ่านเว็บ ดังนั้น เมื่อผู้ใช้ทราบว่าจะระบบจัดเตรียมหรือมีข้อมูลที่มีคุณภาพที่ช่วยสนับสนุนการทำงานขององค์กร เช่น สามารถออกรายงานขาย รายงานงบการเงิน รายงานสินค้าคงเหลือ หรือข้อมูลย้อนหลังต่าง ๆ ได้ครบถ้วนสมบูรณ์ มีความถูกต้องและสามารถแสดงข้อมูลการใช้ได้งาน ณ เวลาปัจจุบัน จะช่วยให้ผู้ใช้รับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านและบัญชี และตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีต่อไป

2. จากผลการวิจัย พบว่า คุณภาพของระบบส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ของซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านและบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาซึ่งศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีในบริบทที่แตกต่างกัน เช่น งานวิจัยของ Zakaria และคณะ (2017) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาระบบ iHealth พบว่า ปัจจัยคุณภาพของระบบจะส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ และสอดคล้องกับ ภัทราวดี วงศ์สุเมธ และคณะ (2560) ศึกษา โมเดลแบบผสมผสานด้านการยอมรับระบบการเรียนผ่านเว็บของผู้สอนด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และสารสนเทศศึโนมหาวิทยาลัยไทย พบว่า คุณภาพในการดำเนินงานของระบบมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ระบบการเรียนผ่านเว็บ ดังนั้น เมื่อผู้ใช้ทราบว่าซอฟต์แวร์ที่ช่วยการสนับสนุนการทำงานขององค์กรมีระบบที่มีคุณภาพ เช่น มีหมวดหมู่การทำงานที่ครอบคลุม มีขั้นตอนการใช้งานที่ง่ายไม่ซับซ้อนและประมวลผลได้รวดเร็ว สามารถรองรับการใช้งานได้ทุกอุปกรณ์ รวมไปถึงมีระบบรักษาความปลอดภัยในการเข้าถึงข้อมูลและมีการปรับปรุงระบบให้ทันสมัยอยู่เสมอ จะช่วยให้ผู้ใช้รับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านและบัญชี และตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีต่อไป

3. จากผลการวิจัย พบว่า คุณภาพของการบริการส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ของซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาซึ่งศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีในบริบทที่แตกต่างกัน เช่น งานวิจัยของ Zakaria และคณะ (2017) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาระบบ iHealth พบว่า ปัจจัยคุณภาพของการบริการจะส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ และสอดคล้องกับ สุรสิทธิ์ บุญชูนนท์ และกรวิช เหล่าพิทักษ์โยธิน (2562) ศึกษา อิทธิพลของคุณภาพระบบสารสนเทศ คุณภาพบริการ และคุณภาพข้อบังคับต่อความง่ายต่อการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ และการยอมรับการใช้งานระบบการเชื่อมโยงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ของเจ้าหน้าที่บุคลากรกรมศุลกากรประเทศไทย พบว่า คุณภาพบริการที่เพิ่มขึ้นจะส่งผลให้การรับรู้ประโยชน์เพิ่มขึ้นตามไปด้วย ดังนั้น เมื่อผู้ใช้ทราบว่าหน่วยงานผู้ให้บริการมีการบริการที่มีคุณภาพ เช่น สามารถให้บริการในเรื่องของการให้ข้อมูลการใช้งาน หรือข้อมูลค่าใช้จ่ายต่าง ๆ โดยจัดให้มีการอบรมการใช้งานระบบในครั้งแรกและให้คำแนะนำการใช้งานอย่างต่อเนื่อง และได้รับการดูแลให้การช่วยเหลืออย่างรวดเร็วพร้อมกับแสดงความรับผิดชอบต่อกรณีที่เกิดความผิดพลาดขึ้นกับระบบหรืออุปกรณ์เมื่อระบบมีปัญหาหรือขัดข้อง จะช่วยให้ผู้ใช้รับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี และตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีต่อไป

4. จากผลการวิจัย พบว่า การรับรู้การใช้งานที่ง่ายของซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ของซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาซึ่งศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีในบริบทที่แตกต่างกัน เช่น งานวิจัยของ David และคณะ (1989) Sánchez-Franco และคณะ (2009) Liu และคณะ (2010) Lin (2011) รวมทั้ง Sheng Jue และ Wiewie (2008) ที่อธิบายว่าการรับรู้ที่ง่ายต่อการใช้มีอิทธิพลต่อการรับรู้ว่ามีประโยชน์ และสอดคล้องกับ อีระ กุลสวัสดิ์ (2557) พบว่า การรับรู้ว่าอีเลิร์นนิ่งง่ายต่อการใช้มีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ว่าอีเลิร์นนิ่งมีประโยชน์ เมื่อนิสิตรับรู้ว่าการใช้จะส่งผลต่อการอยากที่จะเรียนรู้ และเมื่อเรียนรู้แล้วก็จะเกิดการรับรู้ว่าการใช้อีเลิร์นนิ่งนั้นมีประโยชน์ต่อตัวนิสิต และสอดคล้องกับ มธุรส ผ่านเมือง (2563) ศึกษา โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการยอมรับเทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวเตอร์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา พบว่า หากมีการประชาสัมพันธ์หรือมีการอบรมให้ผู้ใช้ได้รับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับระบบคลาวด์ในการจัดเก็บไฟล์งานต่าง ๆ อย่างละเอียดจะทำให้ผู้ใช้งานได้เรียนรู้ถึงกระบวนการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการคลาวด์ ทำให้ผู้ใช้รับรู้ถึงประโยชน์ของระบบดังกล่าว ดังนั้น เมื่อผู้ใช้รับรู้ว่าการเรียนรู้วิธีการใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีเป็นเรื่องง่าย สามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานได้ด้วยตนเอง และมีความเชื่อว่าซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีใช้งานง่าย จะช่วยให้ผู้ใช้รับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี และตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีต่อไป

5. จากผลการวิจัย พบว่าคุณภาพของข้อมูลส่งผลต่อการรับรู้ถึงการใช้งานที่ง่ายของซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านและบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาซึ่งศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีในบริบทที่แตกต่างกัน เช่น งานวิจัยของ Pituch และ Lee (2006) Motaghianetal และคณะ (2013) W. Wang และ C. Wang (2009) กล่าวคือ คุณภาพของสารสนเทศเป็นปัจจัยภายนอกที่มีความสำคัญต่อการยอมรับนวัตกรรมของผู้ใช้โดยปัจจัยดังกล่าวจะส่งอิทธิพลผ่านทางกรรับรู้ความง่ายในการใช้ และสอดคล้องกับ ภัทรราวดี วงศ์สุเมธ และคณะ (2560) ได้ศึกษาโมเดลแบบผสมผสานด้านการยอมรับระบบการเรียนรู้ผ่านเว็บของผู้สอนด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และสารสนเทศในมหาวิทยาลัยไทย พบว่าคุณภาพของสารสนเทศมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อตัวแปรการรับรู้ความง่ายในการใช้ ดังนั้น เมื่อผู้ใช้ทราบว่าระบบจัดเตรียมหรือมีข้อมูลที่มีคุณภาพที่ช่วยสนับสนุนการทำงานขององค์กร เช่น สามารถออกรายงานขาย รายงานงบการเงิน รายงานสินค้าคงเหลือ หรือข้อมูลย้อนหลังต่าง ๆ ได้ครบถ้วนสมบูรณ์ มีความถูกต้องและสามารถแสดงข้อมูลการใช้ได้งาน ณ เวลาปัจจุบัน จะช่วยให้ผู้ใช้รับรู้ถึงการใช้งานที่ง่ายของซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านและบัญชี

6. จากผลการวิจัย พบว่าคุณภาพของระบบส่งผลต่อการรับรู้ถึงการใช้งานที่ง่ายของซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านและบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาซึ่งศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีในบริบทที่แตกต่างกัน เช่น งานวิจัยของ DeLone และ Mclean (1992) พบว่าปัจจัยด้านคุณภาพของระบบ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของระบบ รูปแบบของระบบ (Design) การตอบสนองของระบบ (Feedback) และความรวดเร็วของระบบ และปัจจัยด้านคุณภาพของข้อมูลสารสนเทศ ได้แก่ ความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูล ความถูกต้องของข้อมูล และความทันเวลาของข้อมูล มีอิทธิพลต่อการรับรู้ความง่าย และสอดคล้องกับ ภัทรราวดี วงศ์สุเมธ และคณะ (2560) ได้ศึกษาโมเดลแบบผสมผสานด้านการยอมรับระบบการเรียนรู้ผ่านเว็บของผู้สอนด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และสารสนเทศในมหาวิทยาลัยไทย พบว่าคุณภาพในการดำเนินงานของระบบมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อตัวแปรการรับรู้ความง่ายในการใช้ ดังนั้น เมื่อผู้ใช้ทราบว่าซอฟต์แวร์ที่ช่วยการสนับสนุนการทำงานขององค์กรมีระบบที่มีคุณภาพ เช่น มีหมวดหมู่การทำงานที่ครอบคลุม มีขั้นตอนการใช้งานที่ง่ายไม่ซับซ้อนและประมวลผลได้รวดเร็ว สามารถรองรับการใช้งานได้ทุกอุปกรณ์ รวมไปถึงมีระบบรักษาความปลอดภัยในการเข้าถึงข้อมูลและมีการปรับปรุงระบบให้ทันสมัยอยู่เสมอ จะช่วยให้ผู้ใช้รับรู้ถึงการใช้งานที่ง่ายของซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านและบัญชี และตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีต่อไป

7. จากผลการวิจัย พบว่าคุณภาพของการบริการส่งผลต่อการรับรู้ถึงการใช้งานที่ง่ายของซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านและบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาซึ่งศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีในบริบทที่แตกต่างกัน เช่น งานวิจัยของ ธนวรรณ สำนวนกลาง (2559) ศึกษา

การยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงิน รูปแบบ "M - Banking" พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานได้แก่ ปัจจัยคุณภาพของการบริการ แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของภัทราวดี วงศ์สุเมธ และคณะ (2560) ได้ศึกษาโมเดลแบบผสมผสานด้านการยอมรับระบบการเรียนรู้ผ่านเว็บของผู้สอนด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และสารสนเทศในมหาวิทยาลัยไทย พบว่า คุณภาพในการให้บริการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่มีนัยสำคัญทางสถิติกับตัวแปรการรับรู้ความง่ายในการใช้ ดังนั้น เมื่อผู้ใช้ทราบว่าหน่วยงานผู้ให้บริการมีการบริการที่มีคุณภาพ เช่น สามารถให้บริการในเรื่องของการให้ข้อมูลการใช้งาน หรือ ข้อมูลค่าใช้จ่ายต่าง ๆ โดยจัดให้มีการอบรมการใช้งานระบบในครั้งแรกและให้คำแนะนำการใช้งานอย่างต่อเนื่อง และได้รับการดูแลให้การช่วยเหลืออย่างรวดเร็วพร้อมกับแสดงความรับผิดชอบต่อกรณีที่เกิดความผิดพลาดขึ้นกับระบบหรืออุปกรณ์เมื่อระบบมีปัญหาหรือขัดข้อง จะช่วยให้ผู้ใช้รับรู้ถึงการใช้งานครึ่งของการใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีและตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีต่อไป

8. จากผลการวิจัย พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ของซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีส่งผลต่อทัศนคติในการเลือกใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาซึ่งศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีในบริบทที่แตกต่างกัน เช่น งานวิจัยของ Ooi & Tan (2016) ได้ทำการพัฒนาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ พบว่า เมื่อเกิดการรับรู้ประโยชน์ว่าเทคโนโลยีมีส่วนช่วยพัฒนาประสิทธิภาพการในการปฏิบัติงาน ส่งผลต่อทัศนคติต่อการใช้งาน สอดคล้องกับ บุชรา ประกอบธรรม (2556) ได้ศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ พบว่า การรับรู้ประโยชน์ของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ สอดคล้องกับ ณัฐพล เพิ่มพงศาเจริญ และ อัญญา ดิษฐานนท์ (2563) ได้ศึกษาการพัฒนาโมเดลการยอมรับเทคโนโลยีดิจิทัลในภาคอุตสาหกรรมการผลิต พบว่า มุมมองของผู้ใช้ที่จะยอมรับเทคโนโลยีได้นั้นจำเป็นต้องเห็นประโยชน์จากการยอมรับสิ่งนั้นก่อน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยี สอดคล้องกับ นฤบาล ยมะคุปต์ (2562) ศึกษาเรื่อง การซื้อสินค้าออนไลน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา พบว่าการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้ระบบพาณิชย์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการซื้อสินค้า ดังนั้น เมื่อผู้ใช้ทราบว่าซอฟต์แวร์ที่ช่วยการสนับสนุนการทำงานขององค์กรนั้นมีประโยชน์ เช่น ช่วยให้การดำเนินธุรกิจนั้นเป็นไปอย่างง่ายขึ้นและมีประสิทธิภาพ และช่วยลดภาระการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย จะช่วยให้ผู้ใช้มีทัศนคติที่ดีต่อซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี และตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีต่อไป

9. จากผลการวิจัย พบว่า การรับรู้การใช้งานที่ง่ายไม่ส่งผลต่อทัศนคติในการเลือกใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี แสดงให้เห็นว่า แม้ว่าผู้ใช้จะรับรู้ว่าการเรียนรู้วิธีการใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีเป็นเรื่องง่าย สามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานได้ด้วยตนเอง และมีความเชื่อว่าซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีใช้งานง่าย แต่ไม่ส่งผลให้ผู้ใช้มีทัศนคติที่ดีต่อการเลือกใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี ซึ่งไม่สอดคล้องกับ บุชรา ประกอบธรรม (2556) ได้ศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ พบว่า การรับรู้ความง่ายของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ทั้งนี้ อาจเป็นผลมาจากผู้ใช้มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อซอฟต์แวร์ที่มีอยู่ในท้องตลาดปัจจุบัน รู้สึกว่ามีการใช้งานยาก และซับซ้อน จึงส่งผลให้การรับรู้ว่าจะระบบใช้งานง่าย ไม่ส่งผลต่อทัศนคติในการเลือกใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก

10. จากผลการวิจัย พบว่า ทัศนคติในการเลือกใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาซึ่งศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีในบริบทที่แตกต่างกัน เช่น งานวิจัยของ Chaveesuk & Wongchaturaphat (2012) พบว่า เมื่อผู้ใช้งานเกิดทัศนคติที่ดีจะทำให้ผู้ใช้งานเกิดความตั้งใจที่จะใช้งาน และเมื่อมีการรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งานก็ส่งผลให้เกิดการใช้งานจริงในที่สุด เมื่อมีการใช้งานจริงเกิดขึ้นทำให้ผู้ใช้งานมีความรู้สึกถึงการยอมรับในนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีนั้น สอดคล้องกับ บุชรา ประกอบธรรม (2556) ได้ศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ พบว่าทัศนคติที่มีต่อการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และสอดคล้องกับ วิไลลักษณ์ เสรีตระกูล (2548) ศึกษาารูปแบบการยอมรับอีเลิร์นนิ่งของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยกรุงเทพ พบว่า นักศึกษาที่มีทัศนคติที่ดีต่ออีเลิร์นนิ่งจะมีการรับรู้ว่าอีเลิร์นนิ่งใช้งานง่ายและมีประโยชน์ ทำให้เกิดความตั้งใจที่จะใช้อีเลิร์นนิ่ง มธุรส ผ่านเมือง (2563) ศึกษา โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการยอมรับเทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวเตอร์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา พบว่า เมื่อผู้ใช้งานเกิดทัศนคติที่ดีต่อระบบคลาวด์จะเป็นผลให้เกิดการยอมรับหรือมีความตั้งใจที่จะใช้ระบบคลาวด์ ดังนั้น เมื่อผู้ใช้เกิดทัศนคติที่ดีต่อซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี เช่น อยากทดลองและต้องการเรียนรู้วิธีการใช้ซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี ตลอดจนต้องการนำไปรวมการบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีมาช่วยในการดำเนินธุรกิจ จะช่วยให้ผู้ใช้ตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีต่อไป

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1) หน่วยงานรัฐบาลและเอกชนที่พัฒนาซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี

1. หน่วยงานภาครัฐสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อเป็นแนวทางส่งเสริมให้ธุรกิจค้าปลีกมีการนำซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีมาใช้มากขึ้น จากผลงานวิจัยแสดงให้เห็นว่าโดยรวมธุรกิจค้าปลีกมีความตั้งใจใช้งานและมีทัศนคติต่อซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีอยู่ในระดับมาก และมีการรับรู้การใช้งานที่ง่ายของซอฟต์แวร์อยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญในเรื่องของการให้ความเข้าใจและขั้นตอนการใช้งานซอฟต์แวร์โดยอาศัยการติดตาม กำกับดูแลและให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ใช้บริการซอฟต์แวร์ตั้งแต่ครั้งแรกและตลอดระยะเวลาการใช้งาน

2. หน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนสามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบการวางแผนการพัฒนาซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี โดยเรียงลำดับตามความสำคัญดังนี้

1) พัฒนาคูณภาพของการบริการ โดยให้ความเชื่อมั่น และให้ความน่าเชื่อถือของบริการต่อผู้ใช้บริการซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี โดยจัดให้มีพนักงานฝ่ายบริการลูกค้าที่มีความสามารถและมีจำนวนที่เพียงพอ สามารถให้บริการตรงตามความต้องการอย่างรวดเร็วและทันเวลา มีการติดตามผลการแก้ไขปัญหาข้อซักถาม รวมไปถึงฝ่ายที่เกี่ยวข้องจะต้องแสดงความรับผิดชอบต่อกรณีที่เกิดความผิดพลาดขึ้นกับระบบหรืออุปกรณ์

2) พัฒนาคูณภาพของระบบ เพื่อให้ซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีนั้นมีขั้นตอนการใช้งานที่ง่ายและน่าเชื่อถือตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ เช่น สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่องระหว่างการดำเนินธุรกิจ ไม่ติดขัดระหว่างการทำการค้าต่าง ๆ มีการปรับปรุงระบบการใช้งานให้ใหม่อยู่เสมอ สามารถรองรับระบบการใช้งานได้ทุกอุปกรณ์ รวมไปถึงมีระบบรักษาความปลอดภัยในการใช้บริการ โดยการจำกัดสิทธิ์ในการเรียกดูรายงานระหว่างพนักงานและเจ้าของกิจการ ตลอดจนการออกแบบซอฟต์แวร์ให้ทันสมัย ดึงดูดต่อการใช้

3) พัฒนาคูณภาพของข้อมูล เพื่อให้รูปแบบของซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีนั้นมีความครบถ้วน ถูกต้องและทันต่อเวลา โดยทำการสำรวจความต้องการของผู้ใช้บริการ

ในแต่ละพื้นที่เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข เช่น พัฒนารูปแบบหมวดหมู่การทำงานที่ครอบคลุม ให้สามารถออกรายงานทางการเงินที่มีความครบถ้วนสมบูรณ์ความถูกต้องและน่าเชื่อถือ รวมไปถึงสามารถแสดงข้อมูลการใช้งานแบบ ณ เวลาปัจจุบัน

2) ผู้ประกอบการค้าปลีก

1. ผู้ประกอบการสามารถนำผลงานวิจัยไปใช้เพื่อการยอมรับ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้เห็นข้อมูลภาพรวมของซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี และสามารถนำผลงานวิจัยมาใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการซอฟต์แวร์ ๆ ที่สอดคล้องและเหมาะสมกับธุรกิจ เพื่อช่วยลดปัญหาการดำเนินธุรกิจที่ยุ่งยาก และทำให้กิจการสามารถมองเห็นผลกำไรขาดทุนและภาพรวมของธุรกิจได้อย่างชัดเจน อีกทั้งเพื่อเป็นการสร้างโอกาสทางการค้าหรือสร้างความได้เปรียบในทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

2. ผู้ประกอบการสามารถนำผลงานวิจัยไปใช้เป็นแนวทางการจัดหาซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพและตอบโจทย์การดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบัน ดังนี้

1) เลือกรูปแบบการให้ความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือของการบริการจากหน่วยงานผู้ให้บริการทั้งภาครัฐและเอกชน ต้องได้รับการบริการจากพนักงานฝ่ายบริการลูกค้าที่สามารถแก้ไขปัญหาข้อซักถาม ให้บริการตรงตามความต้องการอย่างรวดเร็วและทันเวลา รวมไปถึงแสดงความรับผิดชอบต่อกรณีที่เกิดความผิดพลาดขึ้นกับระบบหรืออุปกรณ์

2) เลือกซอฟต์แวร์ที่มีขั้นตอนการใช้งานที่ง่ายและมีความน่าเชื่อถือ สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่องไม่ติดขัดระหว่างการทำรายการค้าต่าง ๆ ระบบการใช้งานต้องมีการปรับปรุงให้ใหม่อยู่เสมอ สามารถรองรับระบบการใช้งานได้ทุกอุปกรณ์ รวมไปถึงมีระบบรักษาความปลอดภัยโดยการจำกัดสิทธิ์ในการเรียกดูรายงานระหว่างพนักงานและเจ้าของกิจการ

3) เลือกซอฟต์แวร์ที่มีหมวดหมู่การทำงานที่ครอบคลุม สามารถออกรายงานขาย รายงานงบการเงิน รายงานสินค้าคงเหลือ ข้อมูลย้อนหลังต่าง ๆ ที่มีความถูกต้อง ครบถ้วน และแสดงข้อมูลการใช้งานแบบ ณ เวลาปัจจุบัน โดยเป็นไปตามมาตรฐานและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

5.3.2 ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อม: กรณีศึกษา ธุรกิจค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีการใช้ซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีมาใช้ จึงน่าจะมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี อยู่แล้ว เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จริงว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร เพื่อเป็นประโยชน์กับหน่วยงานที่พัฒนาซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีต่อไป

2. งานวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะปัจจัยด้านคุณภาพของข้อมูล คุณภาพของระบบ และคุณภาพของการบริการ ซึ่งอาจมีปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่น ปัจจัยด้านธุรกิจ ปัจจัยด้านต้นทุน เป็นต้น ดังนั้น อาจมีการศึกษาปัจจัยด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับขนาดของธุรกิจหรือรายได้ และปัจจัยด้านต้นทุนในการนำซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีมาใช้ ซึ่งตัวแปรดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อความตั้งใจใช้งานระบบ

บรรณานุกรม

หนังสือและบทความภาษาไทย

- จักรพงษ์ ลีลาธนาศิริ, และธัญวรัตน์ สุวรรณะ. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย*, 8(3), 100-111. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/EAUHSocSci/article/view/155164>
- จิตรลีนี ทองจำนงค์. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของพนักงานกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร [วิทยานิพนธ์ปริญญา ดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จิตรราพร บุญยงค์, และอรพรรณ คงมาลัย. (2561). การพัฒนาโมเดลการยอมรับทางการเงินบริบท การซื้อขายหุ้นผ่านแอปพลิเคชัน Streaming บนมือถือ. *สารสนเทศศาสตร์*, 2018(5), it191-it191. <https://wjst.wu.ac.th/index.php/wuresearch/article/view/5670>
- ชาญชัย อรรถมาติ. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติในการยอมรับในเทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้ง เพื่อประยุกต์ใช้ในการให้บริการระบบบัญชีออนไลน์ สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในมุมมองของผู้ทำบัญชี [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ฐิตาภรณ์ สีนจรรยาศักดิ์. (2563). ผลกระทบของบล็อกเชนที่มีต่อความปลอดภัยข้อมูลบัญชี. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 5(4), 1-10. <http://www.dspace.spu.ac.th/handle/123456789/6674>
- ณัฐพล เพิ่มพงศาเจริญ, และอัญญา ดิษฐานนท์. (2563). การพัฒนาโมเดลการยอมรับเทคโนโลยีดิจิทัลในภาคอุตสาหกรรมการผลิต. *รายงานการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ และนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 1(11), 1221. <http://journalgrad.ssru.ac.th/index.php/8thconference/article/view/2280>
- ณัฐพันธ์ เผ่าพันธ์. (2552). ทัศนคติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านออนไลน์. *การประชุมระดับชาติ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ปีการศึกษา 2552 (น. 118-127)*. มหาวิทยาลัย

ศรีปทุม. <http://dspace.spu.ac.th/bitstream/123456789/1535/7/13%20ณัฐสพันธ์%20เผ่าพันธ์.pdf>

ณิชารีย์ กิตติคุณศิริ, และจารุณี วงศ์ลิ้มปิยะรัตน์. (2562, พฤศจิกายน). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์แชทบอทบริบทประเทศไทย. *รายงานการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 3(1), 826-836. <http://journalgrad.ssru.ac.th/index.php/miniconference/article/view/2133>

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท, และวินัส อัครวิสุทธิวาร. (2544). *การบริหารการค้าปลีก*. (พิมพ์ครั้งที่ 12). ว่างอักษร.

ชนพล แสงสุวรรณ. (2562). การยอมรับและใช้งานสมาร์ตกริดเทคโนโลยีของผู้บริโภค. *วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ*, 12(1), 119-128. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/social_cru/article/view/240368

ชนวรรณ สำนวนกลาง. (2559). *การยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินรูปแบบ "M - Banking"*. 92-97. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5823032080_5592_6245.pdf

ชนภา หิมารัตน์, และอรพรรณ คงมาลัย. (2562). โมเดลสนับสนุนการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินบริบทธนาคารพาณิชย์. *วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต*, 15(1), 209-220. <http://www.graduate.dusit.ac.th/journal/index.php/sdujournal/article/view/595>

ธนิต โสรัตน์. (2552). *คู่มือการจัดการคลังสินค้าและการกระจายสินค้า*. วี-เซิร์ฟ โลจิสติกส์.

ธนศ เสตะจันทน์. (2552). *ปัญหาการบริหารร้านค้าปลีกในตลาดธนบุรี (สนามหลวง 2)* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี]. <http://cms.dru.ac.th/jspui/handle/123456789/213>

ธีระ กุลสวัสดิ์. (2557). การยอมรับอีเลิร์นนิ่งของนิสิตระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยบูรพา. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal* 7(1), 308-320. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/27325/23292>

- นพเดช อยู่พร้อม. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีระบบ eDLTV ของบุคลากรทางการศึกษาในจังหวัดจันทบุรี [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร.
- นพศักดิ์ ตันติสัตยานนท์. (2550) การบูรณาการระบบบริหารทรัพยากรองค์กร [ERP] บนระบบบริหารจัดการ การสอนและฝึกอบรมคอมพิวเตอร์แบบออนไลน์. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
- นฤบาล ยมะคุปต์. (2562). การซื้อสินค้าออนไลน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา: ทักษะคนที่มีการใช้ การรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ว่าเป็นเรื่องง่าย. *BU Academic Review*, 18(1), 18-33. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/buacademicreview/article/view/151209/137312>
- นิธิฐพนธ์ สนิทเหลือ, วัชรินทร์ สาตร์เพ็ชร์, และญาดา นภาพารักษ์. (2562). การคำนวณขนาดตัวอย่างด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป G* Power. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 5(1), 496-507. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/svittj/article/view/181958/136948>
- บุษรา ประกอบธรรม. (2556). การศึกษาการยอมรับเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษา: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 27(81), 93-108. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/DPUSuthiparithatJournal/article/view/245630/166964>
- ปัญญาจรรย์ ปัญญาไว, และรวีพรรณ สุภาวรรณ. (2559). 4. ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและประเทศแหล่งกำเนิดสินค้าที่ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 1(1), 32-39. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/journalcim/article/view/223291/153457>
- พลทัต ช้อยเพ็ง. (2561). การพัฒนารูปแบบบริหารจัดการร้านค้าปลีกดิจิทัลเพื่อจัดจำหน่ายอะไหล่รถจักรยานยนต์ ด้วยกรอบการทำงานโอคู [สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

- พิชญ อ่วมวิญญาณ. (2554). *การจัดการร้านค้าปลีกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค: การศึกษาร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พูลพงศ์ สุขสว่าง. (2563). *โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural equation modeling)* (พิมพ์ครั้งที่ 3). เอ.พี.บลูปรินท์.
- ภัทรราตี วงศ์สุเมธ, สมพร พุทธาพิทักษ์ผล, วิไลลักษณ์ เสรีตระกูล, และอภิญา อิงอาจ. (2560). โมเดลแบบผสมผสานด้านการยอมรับระบบการเรียนรู้ผ่านเว็บของผู้สอนด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และสารสนเทศในมหาวิทยาลัยไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์*, 9(2), 122-138. <https://li01.tci-thaijo.org/index.php/pnujr/article/view/85620/68102>
- มธุรส ผ่านเมือง. (2563). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการยอมรับเทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้งของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 7(2), 349-368. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/msj/article/view/176448/167481>
- เยาวกุล เกียรติสุนทร. (2546). *การจัดการธุรกิจขนาดย่อม* [เอกสารอัดสำเนา]. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.
- วารุณี ตันติวงศ์. (2552). *ธุรกิจการค้าปลีก*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิโรจน์ วิภาสวัชรโยธิน. (2538). *ฝ่าทางตันธุรกิจค้าปลีก*. คู่แข่ง.
- วิไลลักษณ์ เสรีตระกูล. (2548) *รูปแบบการยอมรับ e-Learning กรณีศึกษา: นักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยกรุงเทพ* (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศศิจันทร์ ปัญจทวี. (2560) *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศ กรณีศึกษาสถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตเชียงใหม่* [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). *การบริหารการค้าปลีก*. ธรรมสาร.
- สมชาย หิรัญกิตติ. (2542). *การบริหารธุรกิจขนาดย่อม*. ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

- สรพรรค ภัคดีศรี. (2556). การศึกษาความพึงพอใจต่อการเรียนรู้ผ่านเว็บของผู้เรียน. *วารสารนักบริหาร*, 33(4), 26-33. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/executivejournal/article/view/80870/64386>
- สรวารรณ์ เรื่องกัลปวงศ์. (2549). *การจัดการธุรกิจขนาดย่อม* [เอกสารอัดสำเนา]. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- สาคร สุขศรีวงศ์. (ม.ป.ป.). *การจัดการจากมุมมองนักบริหาร*. จี.พี.ไซเบอร์-พริ้นท์.
- สิงหะ ฉวีสุข, และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2555). ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ. *วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศ สลาดกระบัง*, 1(1), 1-21. http://www.it.kmitl.ac.th/~journal/index.php/main_journal/article/view/2
- สุจินดา เจียมศรีพงษ์. (2554). ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย): ปัญหาและทางแก้ไข. *วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศ*, 6(1), 9-23. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/BECJournal/article/view/54103/44906>
- สุชาดา สุขพงษ์ไทย. (2559). *แนวทางการบริหารร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) หลังเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในอำเภอเมืองจังหวัดฉะเชิงเทรา*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยบูรพา
- สุภา จิรวัดนานนท์. (2562). อิทธิพลของเทคโนโลยีต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการคลังสินค้าในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่. *วารสารเกษมบัณฑิต*, 20(2), 42-55. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jkbu/article/view/226969/155888>
- สุมนา อยุโพธิ์. (2539). *การค้าปลีก*. ชวนพิมพ์.
- สุรสิทธิ์ บุญชูนนท์, และกรวิช เหล่าพิทักษ์โยธิน. (2562). อิทธิพลของคุณภาพระบบสารสนเทศ คุณภาพบริการ และคุณภาพ ข้อบังคับต่อความง่ายต่อการใช้งานการรับรู้ประโยชน์ และการยอมรับการใช้งานระบบการเชื่อมโยงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ของเจ้าหน้าที่บุคลากรกรมศุลกากรประเทศไทย. *วารสารวิชาการคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 14(1), 73-90. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/RMUTT-Gber/article/view/241400/163915>

อรทัย เลื่อนวัน. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ กรณีศึกษารวมการพัฒนารวมชนศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

อรรวรรณ สุขยานี. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้ระบบสารสนเทศการบริหารทรัพยากรบุคคลของบุคลากรสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

อัศพรพล จีนาคม, อัมพล ชูสนุก, และวุฒนิพงษ์ วราไกรสวัสดิ์. (2558). อิทธิพลของคุณภาพสารสนเทศต่อการใช้งานความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับของผู้ใช้งานเว็บ OPAC ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขต กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. *วารสารวิชาการคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 10(2), 101-114. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/RMUTT-Gber/article/view/242004/164156>

อุบลวรรณ ขุนทอง, ศิริเดช คำสุพรหม, และนพพร ศรีวรรวิไล. (2014). ปัจจัยความสำเร็จของการใช้ระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรด้านการบัญชีและการเงินที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงบทบาทของนักบัญชีและนักการเงินและส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพการดำเนินงานในองค์กรธุรกิจไทย. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 28(86), 295-321. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/DPU Suthiparithat Journal/article/view/244913/166501>

หนังสือและบทความภาษาต่างประเทศ

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice-Hall.

Ayo, C. K., Mbarika, V. W., & Oni, A. A. (2015). The influence of trust and risk on intention to use e-democracy in Nigeria. *Mediterranean journal of social sciences*, 6(6 S1), 477-477. <https://10.5901/mjss.2015.v6n6s1p477>

Certo Samuel, C. (2000). *Modern Management*. Prentice - Hall.

Chaveesuk, S., & Wongchaturaphat, S. (2012). Theory of acceptance of use of information technology. *KMITL Information Technology Journal*, 1(1), 1-21.

- Chen, H. R., & Tseng, H. F. (2012). Factors that influence acceptance of web-based e-learning systems for the in-service education of junior high school teachers in Taiwan. *Education and Program Planning, 35*, 398-406. <https://doi.org/10.1016/j.evalprogplan.2011.11.007>
- Chen, J. V., Chen, Y., & Capistrano, E. P. S. (2013). Process quality and collaboration quality on B2B e-commerce. *Industrial Management & Data Systems, 113*(6), 908–926. <https://doi.org/10.1108/IMDS-10-2012-0368>
- D' Aveni, R. A. (2010). *Hypercompetition*. Simon and Schuster.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly, 3*(1), 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F., Bagozzi, R., & Warshaw, P. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science, 35*(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Delone, W. H., & McLean, E. R. (1992). Information systems success: The quest for the dependent variable. *Information Systems, 3*(1), 60–95. <https://doi.org/10.1287/isre.3.1.60>
- Delone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems, 19*(4), 9-30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- Douglas, C. M. (2007). *Design and Analysis of Experiments* (6th ed.). John Willey & Sons Inc.
- Erdfelder, E., Faul, F., & Buchner, A. (2007). G*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavioral Research Method, 39*, 175-191.

- Fishbein, M., Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. Psychology Press.
- Gilbert, D. (2003). *Retail marketing management* (2nd ed.). Prentice Hall.
- Hair, J. F., Anderson, Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Prentice-Hall.
- Jiabao LIN, S. X. & Y. C. (2010). Predicting and explaining the adoption of mobile banking. *In Proceedings of Annual Conference of China Institute of Communications* (pp. 421-424). Scientific Research. <https://www.scirp.org/pdf/6-4.15.pdf>
- Karthikeyan, T., & Ravikumar, N. (2014). A survey on association rule mining. *International Journal of Advanced Research in Computer and Communication Engineering*, 3(1), 2278-1021.
- Keikhosrokiani, P., Mustaffa, N., & Zakaria, N. (2018). Success factors in developing iHeart as a patient-centric healthcare system: A multi-group analysis. *Telematics and Informatics*, 35(4), 753-775. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.11.006>
- Khalifa, M., & Limayem, M. (2003). Drivers of interment shopping. *Communications of the ACM*, 46(12), 233-239.
- Kline, R. B. (2011). *Principle and practice of structural equation modeling* (3rd ed.). Guilford Publications.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management*. (11th ed.). Pearson Education.
- Landrum, H. T., Prybutok, V. R., Strutton, D., & Zhang, X. (2008). Examining the merits of usefulness versus use in an information service quality and information

- systems success web-based model. *Information Resources Management Journal (IRMJ)*, 21(2), 1-17. <https://doi.org/10.4018/irmj.2008040101>
- Lederer A. L., Maupin D. J., Sena M. P., & Zhuang Y. (2000). The technology acceptance model and the World Wide Web. *Decision Support Systems*, 29, 269-282. [https://doi.org/10.1016/S0167-9236\(00\)00076-2](https://doi.org/10.1016/S0167-9236(00)00076-2)
- Lee, M.-C. (2009). Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit. *Electronic Commerce Research and Applications*, 8(3), 130-141. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2008.11.006>
- Likert, R. (1967). The Method of Constructing and Attitude Scale. In Reading in Fishbein, M (Ed.). *Attitude Theory and Measurement* (pp. 90-95). Wiley & Son.
- Lin, K.-M. (2011). E-Learning continuance intention: Moderating effects of user e-learning experience. *Computers & Education*, 56, 515-526. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2010.09.017>
- Liu, I-F., Chen, M.C., Sun, Y.S., Wible, D. and Kuo, C-H. (2010). Extending the TAM model to explore the factors that affect intention to use an online learning community. *Computers & Education*, 54, 600-610. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2009.09.009>
- Ma, Z., & Dubé, L. (2011). Process and outcome interdependency in frontline service encounters. *Journal of Marketing*, 75(3), 83-98. <https://doi.org/10.1509/jmkg.75.3.83>
- Mafe, C. R., Blas, S. S., & Manzano, J. A. (2009). Drivers and barriers to online airline ticket purchasing. *Journal of Air Transport Management*, 15, 294-298. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2009.02.001>

- Manchanda, A., & Mukherjee, S. (2014). An empirical application of DeLone and McLean model in evaluating decision support system in the banking sector of Oman. *Journal of International Technology and Information Management*, 23(2), 4. <https://scholarworks.lib.csusb.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1070&context=jitim>
- Motaghian, H., Hassanzadeh, A., & Moghadam, D. K. (2013). Factors affecting university instructors' adoption of web-based learning systems: Case study of Iran. *Computers and Education*, 61, 158–167. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.09.016>
- Ooi, K.-B., & Tan, G. W.-H. (2016). Mobile technology acceptance model: An investigation using mobile users to explore smartphone credit card. *Expert Systems with Applications*, 59, 33-46. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2016.04.015>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *The Journal of Marketing*, 49(4), 41-50. <https://doi.org/10.1177/002224298504900403>
- Pituch, K. A., & Lee, Y. K. (2006). The influence of system characteristics on e-learning use. *Computers & Education*, 47(2), 222-244. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2004.10.007>
- Roca, J. C., Garci, J. J., & Vega, J. J. (2009). The importance of perceived trust, security and privacy in online trading system. *Journal of Information Management & Computer Security*, 17(2), 96–113. <https://doi.org/10.1108/09685220910963983>
- Sanchez, R. A., & Hueros, A. D. (2010). Motivational factors that influence the acceptance of moodle using TAM. *Computers in Human Behavior*, 26, 1632–1640. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.06.011>

- Sánchez-Franco, M. J., Martínez-López, F. J. & Martín-Velicia, F. A. (2009). Exploring the impact of individualism and uncertainty avoidance in Web-based electronic learning: An empirical analysis in European higher education. *Computer & Education*, 52, 588-598. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2008.11.006>
- Sheng, Z., Jue, Z., & Wiewie, T. (2008). Extending TAM for Online Learning System: An Intrinsic Motivation Perspective. *Tsighua Science and Technology*. 13, 312-317. [https://doi.org/10.1016/S1007-0214\(08\)70050-6](https://doi.org/10.1016/S1007-0214(08)70050-6)
- Sondakh, J. J. (2017). *Behavioral intention to use e-tax service system: An application of technology acceptance model*. *European Research Studies Journal*, 0(2A), 48-64. https://www.ersj.eu/repec/ers/papers/17_2_A_p3.pdf
- Venkatesh V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186-204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Wang, W., & Wang, C. (2009). An empirical study of instructor adoption of web-based learning systems. *Computers and Education*, 53, 761-774. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2009.02.021>
- Wisher, J. D., & Corney, W. J. (2001). Comparing practices for capturing bank customer feedback-internet versus traditional banking. *Benchmarking: An International Journal* 8(3), 240-250. <https://doi.org/10.1108/14635770110396647>
- Wixom, B. H., & Todd, P. A. (2005). A theoretical integration of user satisfaction and technology acceptance. *Information systems research*, 16(1), 85-102. <http://sistemas-humano-computacionais.wdfiles.com/local--files/capitulo%3Asistemas-de-ict/Artigo-WixomTodd05.pdf>

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *The Journal of Marketing*, 60(2), 31-46. <https://doi.org/10.1177/002224299606000203>

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

กรมบัญชีกลาง. (2560). *พระราชรัฐสวัสดิการ*. สืบค้น 22 เมษายน 2563, จาก http://www.epayment.go.th/home/app/media/uploads/files/project_4_doc_18-09-2017.pdf

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2561). *โปรแกรมบริหารจัดการและบัญชี*. สืบค้น 25 เมษายน 2563, จาก <https://www.dbd.go.th>

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). *ร้านค้าโชห่วยทั่วประเทศ*. สืบค้น 25 เมษายน 2563, จาก https://www.dbd.go.th/news_view.php?nid=469416316

กระทรวงพาณิชย์. (2561). *รายงานประจำปี 2561*. สืบค้น 22 เมษายน 2563, จาก <http://www.moc.go.th/ebook/ARMOC2018/AR%20MOC%202018.pdf>

กระทรวงพาณิชย์. (ม.ป.ป.). *ร้านธงฟ้าประชารัฐ*. สืบค้น 25 เมษายน 2563, จาก <https://moc.go.th/index.php>

ประชาชาติธุรกิจ. (2562). *ร้านธงฟ้าประชารัฐ*. สืบค้น 3 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.prachachat.net/economy/news-156773>

ศูนย์ข่าวกระทรวงพาณิชย์. (2561). *หลักเกณฑ์การเข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ*. สืบค้น 3 พฤษภาคม 2563, จาก https://www.moc.go.th/images/633/tong-fa1/241062/2_tongfa2_241062.pdf

ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน. (2563). *ธุรกิจค้าปลีก 2563*. สืบค้น 18 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.gsbresearch.or.th/>

AKK Softtech. (2558). *โปรแกรมบริหารงานสำเร็จรูป (POS Software)*. สืบค้น 20 พฤษภาคม 2563, จาก <http://www.akksofttech.com>

bSoft POS. (2562). *bSoft POS โปรแกรมขายหน้าร้าน คิดเงิน*. สืบค้น 20 พฤษภาคม 2563, จาก <https://software.thaiware.com/11868-bSoft-POS-Download.html>

Business Plus Pos. (2562). *โปรแกรมบริหารงานค้าปลีกสำเร็จรูป*. สืบค้น 19 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.businessplus.co.th/Product/business-plus-pos-c010/business-plus-pos-v74>

CHOCO CRM. (2562). *Choco POS โปรแกรมขายหน้าร้าน*. สืบค้น 19 พฤษภาคม 2563, จาก <https://web.chococrm.com>

KS1689. (2562). *โปรแกรมขายหน้าร้าน NanoPOS*. สืบค้น 19 พฤษภาคม 2563, จาก <https://ks-barcode.com/solution-system/nanopos>

Sabuysoft. (2559). *Software (โปรแกรม)*. สืบค้น 19 พฤษภาคม 2563, จาก http://www.sabuysoft.com/software.php?gclid=EAlaIqObChMliqSQLMHk8AIVEHkqCh24RQpiEAYASAAEgJlw_D_BwE

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้า และบัญชีของธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อม: กรณีศึกษา ธุรกิจค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ

วัตถุประสงค์ แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจร้านค้าปลีกขนาดย่อมที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ ทั้งนี้ผลที่ได้จากแบบสอบถามผู้วิจัย จะนำไปเสนอแนะแนวทาง ในการเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาระบบเทคโนโลยีของซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจค้าปลีก

คำชี้แจง: 1. แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชีและการเงินเพื่อการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

2. แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจร้านค้าปลีกขนาดย่อมที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินระดับการรับรู้การได้รับประโยชน์ และระดับการรับรู้การใช้งานที่ง่ายจากซอฟต์แวร์

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินระดับทัศนคติต่อการเลือกใช้ระบบ

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความตั้งใจใช้งานซอฟต์แวร์ในอนาคต

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

กรุณาให้ข้อมูลที่ตรงกับความคิดเห็นและข้อเท็จจริงของท่านมากที่สุด

3. หากท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับแบบสอบถาม กรุณาติดต่อผู้วิจัย นางสาว ชญานนท์ คงทน หมายเลขโทรศัพท์: 081-0796299 E-mail: 6250121003@psu.ac.th

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ของท่านที่กรุณาสละเวลาอันมีค่า เพื่อแสดงความคิดเห็น

ในแบบสอบถามมา ณ ที่นี้ด้วย ขอขอบพระคุณ

ส่วนที่ 1 คำถามต่อไปนี้เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนตัวของท่าน กรุณาเลือกคำตอบ หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่ตรง กับความเห็นของท่านมากที่สุดที่กำหนดไว้ในแต่ละข้อ กรุณาตอบทุกข้อ

1. เพศ
 - 1) ชาย
 - 2) หญิง
2. อายุ _____ ปี
3. ระดับการศึกษา
 - 1) ประถมศึกษา
 - 2) มัธยมศึกษาตอนต้น
 - 3) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
 - 4) ปวส./อนุปริญญา
 - 5) ปริญญาตรี
 - 6) ปริญญาโท
 - 7) ปริญญาเอก
4. ท่านมีความคุ้นเคยกับการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ใด (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - 1) โทรศัพท์มือถือ
 - 2) แท็บเล็ต
 - 3) คอมพิวเตอร์
 - 4) โน้ตบุ๊ก
 - 5) อื่นๆ ระบุ _____
5. ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ _____ ปี _____ เดือน
6. ระยะเวลาที่ธุรกิจเข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ _____ ปี _____ เดือน
7. รายได้รวมจากการประกอบธุรกิจโดยประมาณ _____ บาท/วัน
8. รายได้รวมการขายสินค้าจากการรับบัตรสวัสดิการแห่งรัฐโดยประมาณ _____ บาท/เดือน
9. ในร้านของท่านมีการนำระบบเทคโนโลยีใดเข้ามาใช้เพื่อการจ่ายหรือรับชำระค่าสินค้าและบริการ (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - 1) แอปพลิเคชันธนาคารออนไลน์
 - 2) QR Code รับชำระค่าสินค้าและบริการ
 - 3) แอปพลิเคชันถุงเงินประชารัฐ
 - 4) เครื่องรูดบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ EDC
10. ร้านของท่านมีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายด้วยวิธีใด
 - 1) ไม่มี
 - 2) จดบันทึกรายการอย่างง่าย
 - 3) จดบันทึกรายการอย่างละเอียด
 - 4) ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์อย่างง่าย
 - 5) ใช้ซอฟต์แวร์ทางการบัญชี

11. ร้านของท่านมีการจัดทำบัญชีสินค้าคงเหลือด้วยวิธีใด
- 1) ไม่มี ○ 2) จัดบันทึกรายการอย่างง่าย ○ 3) จัดบันทึกรายการอย่างละเอียด
- 4) ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์อย่างง่าย ○ 5) ใช้ซอฟต์แวร์ทางการบัญชี
12. กิจการของท่านตั้งอยู่ในจังหวัดใด _____

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามแสดงความคิดเห็นต่อซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี

คำอธิบาย : ขอให้ท่านให้ความคิดเห็นว่าคุณใช้บริการซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี ท่านให้ความสำคัญกับข้อใดมากที่สุดต่อการตัดสินใจใช้ระบบ กรุณาตอบทุกข้อ						
ข้อ	คำถาม	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
คุณภาพของข้อมูล (Information Quality)						
13.	มีการออกรายงานต่าง ๆ ที่ครบถ้วนสมบูรณ์ (เช่น รายงานขาย รายงานงบการเงิน รายงานสินค้าคงเหลือ ข้อมูลย้อนหลังต่าง ๆ เป็นต้น)					
14.	ระบบให้ข้อมูลที่มีความถูกต้อง (เช่น การแสดงรายการค้ารายวัน/รายเดือน/รายปี มีข้อมูลสรุปตรงกับรายการสินค้าคงเหลือ เป็นต้น)					
15.	ระบบให้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือเป็นไปตามมาตรฐานและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง					
16.	ระบบแสดงข้อมูลการใช้งาน ณ เวลาปัจจุบัน (Real Time) (เช่น รายการยอดขาย รายการสินค้าคงเหลือ เป็นต้น)					
คุณภาพของระบบ (System Quality)						
17.	ระบบมีหมวดหมู่การทำงานที่ครอบคลุม (เช่น การขายหน้าร้านด้วยรหัสบาร์โค้ด การซื้อสินค้า การตัดสต็อกสินค้า การแจ้งเตือนจุดสั่งซื้อ ระบบควบคุมสินค้าคงเหลือ เป็นต้น)					
18.	ระบบมีขั้นตอนการใช้งานที่ง่ายไม่ซับซ้อน					
19.	ระบบมีการประมวลผลที่รวดเร็ว					

คำอธิบาย : ขอให้ท่านให้ความคิดเห็นว่าถ้าท่านใช้บริการซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี ท่านให้ความสำคัญกับข้อใดมากที่สุดต่อการตัดสินใจใช้ระบบ กรุณาตอบทุกข้อ						
ข้อ	คำถาม	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
20.	รองรับการใช้งานได้ทุกอุปกรณ์ (เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ แท็บเล็ต เป็นต้น)					
21.	มีระบบรักษาความปลอดภัยในการเข้าถึงข้อมูล (เช่น มีการจำกัดสิทธิ์ในการเรียกดูรายงานระหว่างพนักงานและเจ้าของกิจการ)					
22.	มีการปรับปรุงระบบให้ทันสมัยอยู่เสมอ					
คุณภาพของการบริการ (Service Quality)						
23.	หน่วยงานผู้ให้บริการมีการให้ข้อมูลที่ละเอียดชัดเจน และครบถ้วน (เช่น ค่าใช้จ่ายในการติดตั้งระบบ สิทธิเงื่อนไขการใช้บริการ คู่มือการใช้งาน เป็นต้น)					
24.	มีการอบรมการใช้งานระบบในครั้งแรกและให้คำแนะนำการใช้งานอย่างต่อเนื่อง					
25.	มีการดูแลให้การช่วยเหลืออย่างรวดเร็วเมื่อระบบมีปัญหาหรือขัดข้อง					
26.	หน่วยงานผู้ให้บริการมีการแสดงความรับผิดชอบต่อกรณีที่เกิดความผิดพลาดขึ้นกับระบบหรืออุปกรณ์					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินระดับการรับรู้การได้รับประโยชน์ และระดับการรับรู้การใช้งานที่ง่ายจากซอฟต์แวร์การบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี

คำอธิบาย : ขอให้ท่านให้ความคิดเห็นว่าถ้าท่านใช้บริการโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี ท่านให้ความสำคัญกับข้อใดมากที่สุดต่อการตัดสินใจใช้ระบบ กรุณาตอบทุกข้อ						
ข้อ	คำถาม	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การรับรู้การได้รับประโยชน์ (Perceived Usefulness)						
27.	การใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยให้การดำเนินธุรกิจง่ายขึ้น					
28.	การใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยลดภาระการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย					
29.	การใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน					
การรับรู้การใช้งานที่ง่าย (Perceived Ease of Use)						
30.	การเรียนรู้วิธีการใช้งานโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีเป็นเรื่องง่ายสำหรับท่าน					
31.	ท่านเชื่อว่าโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีใช้งานง่าย					
32.	ท่านสามารถเรียนรู้การใช้งานโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีได้ด้วยตนเอง					

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินระดับทัศนคติต่อการเลือกใช้ระบบ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ หรือ แอปพลิเคชันการบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี

คำอธิบาย : ขอให้ท่านให้ความคิดเห็นว่าถ้าท่านใช้บริการโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี ท่านให้ความสำคัญกับข้อใดมากที่สุดต่อการตัดสินใจใช้ระบบ กรุณาตอบทุกข้อ						
ข้อ	คำถาม	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ (Attitude toward Online Accounting Use)						
33.	ท่านอยากทดลองใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี					
34.	ท่านต้องการเรียนรู้วิธีการใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี					
35.	ท่านต้องการนำโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีมาช่วยในการดำเนินธุรกิจ					

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจใช้ระบบ โปรแกรมคอมพิวเตอร์หรือแอปพลิเคชันการบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคต

คำอธิบาย : ขอให้ท่านให้ความคิดเห็นว่าถ้าท่านใช้บริการโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชี ท่านให้ความสำคัญกับข้อใดมากที่สุดต่อการตัดสินใจใช้ระบบ กรุณาตอบทุกข้อ						
ข้อ	คำถาม	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ความตั้งใจใช้งานระบบ (Behavioral Intention)						
36.	หากมีโอกาส ท่านตั้งใจจะใช้งานโปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคต					
37.	ท่านคาดว่าจะใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคตอันใกล้					
38.	ท่านวางแผนจะใช้โปรแกรมบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีในอนาคตอันใกล้					

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข

ผลการทดสอบความชัดเจนและความถูกต้องของเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ

ผลการประเมินความสอดคล้อง (IOC)

ข้อ	ข้อความ	ประมาณค่าความ คิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญคนที่				ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3	4		
ข้อมูลส่วนบุคคล							
1.	เพศ	+1	+1	+1	+1	1	ผ่าน
2.	อายุ	+1	+1	+1	+1	1	ผ่าน
3.	ระดับการศึกษา	+1	-1	+1	+1	0.5	ผ่าน
4.	ท่านมีความคุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีใด	0	-1	-1	-1	- 0.75	ปรับปรุง
5.	ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ	+1	+1	+1	+1	1	ผ่าน
6.	ระยะเวลาที่ธุรกิจเข้าร่วมโครงการธงฟ้า ประชารัฐ	+1	+1	+1	+1	1	ผ่าน
7.	รายได้รวมจากการประกอบธุรกิจ	0	+1	+1	+1	0.75	ผ่าน
8.	รายได้รวมจากขายสินค้าจากการรับบัตร สวัสดิการแห่งรัฐ	0	+1	+1	+1	0.75	ผ่าน
9.	ธุรกิจของท่านมีการจัดทำบัญชีและบริหารจัดการ การร้านค้าด้วยวิธีใด	+1	0	+1	+1	0.75	ผ่าน
10.	กิจการของท่านมีการนำโปรแกรม คอมพิวเตอร์หรือแอปพลิเคชันการบริหาร จัดการร้านค้าและบัญชีมาใช้ในการดำเนิน ธุรกิจหรือไม่	+1	0	+1	-1	0.25	ปรับปรุง
11.	กิจการของท่านตั้งอยู่ในจังหวัดใด	+1	+1	0	+1	0.75	ผ่าน
12.	ระบบมีหมวดหมู่การทำงานที่ครอบคลุม (เช่น การขายหน้าร้านด้วยรหัสบาร์โค้ด การซื้อ ตัด สต็อกสินค้า การแจ้งเตือนจุดสั่งซื้อ ระบบ ควบคุมสินค้าคงเหลือ เป็นต้น)	0	-1	+1	+1	0.25	ปรับปรุง
คุณภาพของข้อมูล (Information Quality)							
13.	มีการออกรายงานต่าง ๆ ที่ครบถ้วนสมบูรณ์	+1	+1	+1	+1	1	ผ่าน

ข้อ	ข้อความ	ประมาณค่าความ คิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญคนที่				ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3	4		
	(รายงานขาย รายงานงบการเงิน รายงาน สินค้าคงเหลือ ข้อมูลย้อนหลังต่าง ๆ เป็นต้น)						
14.	ระบบให้ข้อมูลที่มีความถูกต้อง (เช่น การ แสดงรายการค้ารายวัน/รายเดือน/รายปี รายการสินค้าคงเหลือ เป็นต้น)	+1	+1	+1	0	0.75	ผ่าน
15.	ระบบให้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ แสดง แหล่งที่มาของข้อมูล (เช่น รูปแบบรายงานบ การเงินมาตรฐาน เป็นต้น)	+1	0	+1	0	0.5	ผ่าน
16.	ระบบแสดงข้อมูลการใช้งาน ณ เวลาปัจจุบัน (Real Time) (เช่น รายการยอดขาย รายการ สต็อกสินค้า เป็นต้น)	+1	+1	+1	+1	1	ผ่าน
คุณภาพของระบบ (System Quality)							
17.	สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่องระหว่างกา รดำเนินธุรกิจ (เช่น ระบบไม่ติดขัดระหว่างกา รทำรายการค้าต่าง ๆ เป็นต้น)	+1	+1	+1	0	0.75	ผ่าน
18.	ระบบมีการอัปเดตเวอร์ชันการใช้งานให้ใหม่ อยู่เสมอ	+1	+1	+1	+1	1	ผ่าน
19.	สามารถรองรับระบบการใช้งานได้ทุกอุปกรณ์ (เช่น คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต เป็นต้น)	+1	+1	+1	+1	1	ผ่าน
20.	มีระบบรักษาความปลอดภัยในการใช้บริการ (เช่น มีข้อจำกัดในการเรียกดูรายงานระหว่าง พนักงานและเจ้าของกิจการ)	+1	0	+1	+1	0.75	ผ่าน
21.	มีรูปแบบที่ดึงดูดในการใช้งาน (เช่น รูปแบบสี และตัวหนังสือที่สวยงาม)	+1	0	-1	0	0	ปรับปรุง
22.	มีการจัดการในการเข้าถึงระบบได้ง่าย (เช่น ขั้นตอนของการบันทึกสินค้าใหม่สามารถทำ	+1	-1	-1	-1	-0.5	ปรับปรุง

ข้อ	ข้อความ	ประมาณค่าความ คิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญคนที่				ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3	4		
	แค่เพียง 1-2 ขั้นตอน เป็นต้น)						
คุณภาพของการบริการ (Service Quality)							
23.	หน่วยงานผู้ให้บริการมีความเข้าใจถึงความ ต้องการของผู้ใช้บริการ เช่น ให้คำแนะนำการ ใช้งานอย่างละเอียด	0	+1	+1	0	0.5	ผ่าน
24.	หน่วยงานผู้ให้บริการมีการให้บริการตรงตาม ความต้องการอย่างรวดเร็วและทันเวลา	0	+1	+1	0	0.5	ผ่าน
25.	หน่วยงานผู้ให้บริการมีการติดตามผลการ แก้ไขปัญหาข้อซักถาม	+1	+1	+1	-1	0.5	ผ่าน
26.	หน่วยงานผู้ให้บริการมีการแสดงความ รับผิดชอบต่อกรณีที่เกิดความผิดพลาดขึ้นกับ ระบบหรืออุปกรณ์	+1	+1	+1	0	0.75	ผ่าน
การรับรู้การได้รับประโยชน์ (Perceived Usefulness)							
27.	หน่วยงานผู้ให้บริการข้อมูลละเอียด ชัดเจน และครบถ้วน (เช่น ค่าใช้จ่ายในการติดตั้ง ระบบ สิทธิเงื่อนไขการให้บริการ คู่มือการใ้ งาน เป็นต้น)	+1	+1	+1	0	0.75	ผ่าน
28.	มีประโยชน์ และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการ ประกอบธุรกิจที่ดี	+1	0	+1	+1	0.75	ผ่าน
29.	ลดความผิดพลาดในการคำนวณเงิน และทำให้ การขายดำเนินไปอย่างสะดวกและรวดเร็ว	+1	+1	+1	+1	1	ผ่าน
การรับรู้การใช้งานที่ง่าย (Perceived Ease of Use)							
30.	ช่วยให้ทราบถึงผลการดำเนินงานของธุรกิจ อย่างแท้จริง ระบบสามารถสรุปและส่งผ่าน ข้อมูลไปยังผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องได้ทันที เช่น สำนักงานบัญชี	0	+1	-1	+1	0.25	ปรับปรุง

ข้อ	ข้อความ	ประมาณค่าความ คิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญคนที่				ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3	4		
	กรมสรรพากร เป็นต้น						
31.	มีรูปแบบที่ง่าย และไม่ยุ่งยากในการเรียนรู้ สามารถทำความเข้าใจได้ด้วยตนเองโดยที่ไม่ ต้องอาศัยองค์ความรู้ด้านบัญชี	+1	+1	-1	+1	0.5	ผ่าน
32.	มีขั้นตอนที่ง่ายต่อการใช้งานและสะดวกที่จะ เข้าใช้งานระบบ	+1	0	-1	+1	0.25	ปรับปรุง
ทัศนคติในการเลือกใช้งานระบบ (Attitude toward Online Accounting Use)							
33.	มีรูปแบบการใช้งานที่ง่ายและสะดวกต่อการ นำไปใช้ทดแทนวิธีการเก็บข้อมูลรายการค้า และบัญชีรูปแบบเดิมในกิจการ	+1	+1	-1	0	0.25	ปรับปรุง
34.	โปรแกรมบริการจัดการร้านค้าและบัญชีมี ความน่าสนใจที่จะนำมาใช้ในการประกอบ ธุรกิจภายในกิจการของท่าน	+1	+1	-1	+1	0.5	ผ่าน
35.	โดยรวมท่านมีความเชื่อมั่นต่อระบบโปรแกรม บริการจัดการร้านค้าและบัญชี เป็นระบบที่มี ประโยชน์และสะดวก ง่ายตายต่อการทำงาน ด้านบริหารจัดการหน้าร้านและบัญชีสำหรับ กิจการของท่าน	0	+1	+1	+1	0.75	ผ่าน
ความตั้งใจใช้งานระบบ (Behavioral Intention)							
36.	ท่านมีความสนใจในการใช้โปรแกรมบริการ จัดการร้านค้าและบัญชี	+1	+1	+1	-1	0.5	ผ่าน
37.	ท่านจะใช้งานโปรแกรมบริการจัดการร้านค้า และบัญชีในอนาคต	+1	0	-1	+1	0.25	ปรับปรุง
38.	ท่านจะใช้งานโปรแกรมบริการจัดการร้านค้า และบัญชีที่ไม่มีค่าใช้จ่าย (ของหน่วยงาน ราชการ เช่น กรมพัฒนาธุรกิจการค้า)	0	0	-1	+1	0	ปรับปรุง

ข้อ	ข้อคำถาม	ประมาณค่าความ คิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญคนที่				ค่า IOC	แปลผล
		1	2	3	4		
39.	ท่านจะซื้อโปรแกรมบริการจัดการร้านค้าและ บัญชีของบริษัทเอกชนมาใช้	0	0	-1	+1	0	ปรับปรุง

ภาคผนวก ค

ผลการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม LISREL

DATE: 1/13/2021

TIME: 13:29

L I S R E L 8.80

BY

Karl G. Joreskog & Dag Sörbom

This program is published exclusively by
 Scientific Software International, Inc.
 7383 N. Lincoln Avenue, Suite 100
 Lincolnwood, IL 60712, U.S.A.
 Phone: (800)247-6113, (847)675-0720, Fax: (847)675-2140
 Copyright by Scientific Software International, Inc., 1981-2006
 Use of this program is subject to the terms specified in the
 Universal Copyright Convention.
 Website: www.ssicentral.com

The following lines were read from file
 C:\Users\1111\OneDrive\CHAYANON_OneDrive\Thesis\DATA_Sampling\Thesis_Model2\
 FII Model2.LS8:

```
!FII Model2
DA NI=19 NO=475 MA=CM

RA FI=SEM_Data_new2.psf

MO NX=7 NY=12 NK=3 NE=4 BE=FU GA=FI PS=SY TE=SY TD=SY

FR LY(1,1) LY(2,1) LY(3,1) LY(4,2) LY(5,2) LY(6,2) LY(7,3) LY(8,3) LY(9,3)
FR LY(10,4) LY(11,4) LY(12,4)

FR LX(1,1) LX(2,1) LX(3,1) LX(4,2) LX(5,2) LX(6,3) LX(7,3)

FR BE(2,1) BE(3,1) BE(3,2) BE(4,3) GA(1,1) GA(1,2) GA(1,3) GA(2,1) GA(2,2)
GA(2,3)

FR TE(12,11) TE(9,8) TE(5,6) TE(10,11) TD(1,3) TE(1,6) TE(2,3) TE(1,5)
TE(9,10) TE(4,5)

FR TE(4,6) TE(1,9) TE(3,8) TH(4,1) TH(2,3) TH(7,6) TH(1,11) TH(5,4) TD(1,4)
TH(6,11)

LK

IQ SQ SEQ

LE

PEOU PU ATOA BI

PD

OU RS EF FS MI

!FII Model2
```

```
Number of Input Variables 19
Number of Y - Variables 12
Number of X - Variables 7
Number of ETA - Variables 4
Number of KSI - Variables 3
Number of Observations 475
```

!FII Model2

Covariance Matrix

	PEOU1	PEOU2	PEOU3	PU1	PU2	PU3
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
PEOU1	1.20					
PEOU2	1.06	1.48				
PEOU3	1.09	1.34	1.56			
PU1	0.65	0.73	0.77	1.21		
PU2	0.74	0.77	0.80	0.84	1.38	
PU3	0.80	0.78	0.82	0.86	1.04	1.31
ATOA1	0.82	0.91	0.98	0.69	0.72	0.80
ATOA2	0.84	0.95	1.05	0.75	0.76	0.82
ATOA3	0.81	0.95	1.02	0.78	0.77	0.86
BI1	0.78	0.89	0.93	0.70	0.74	0.82
BI2	0.91	1.03	1.14	0.71	0.75	0.81
BI3	0.93	1.04	1.18	0.71	0.74	0.80
IQ1	0.59	0.62	0.65	0.46	0.51	0.59
IQ2	0.50	0.55	0.52	0.49	0.52	0.59
IQ3	0.62	0.68	0.69	0.57	0.56	0.67
SQ1	0.60	0.59	0.63	0.53	0.53	0.58
SQ2	0.55	0.59	0.65	0.56	0.51	0.59
SEQ1	0.52	0.55	0.58	0.52	0.50	0.56
SEQ2	0.48	0.50	0.56	0.49	0.48	0.58

Covariance Matrix

	ATOA1	ATOA2	ATOA3	BI1	BI2	BI3
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
ATOA1	1.20					
ATOA2	1.09	1.35				
ATOA3	1.10	1.28	1.43			
BI1	0.97	1.04	1.08	1.37		
BI2	1.07	1.18	1.15	1.20	1.67	
BI3	1.07	1.18	1.15	1.13	1.62	1.85
IQ1	0.62	0.62	0.65	0.57	0.66	0.61
IQ2	0.59	0.58	0.63	0.61	0.58	0.57
IQ3	0.72	0.72	0.74	0.71	0.77	0.74
SQ1	0.65	0.68	0.69	0.67	0.71	0.69
SQ2	0.63	0.67	0.69	0.64	0.68	0.68
SEQ1	0.58	0.61	0.62	0.56	0.59	0.60
SEQ2	0.59	0.63	0.65	0.59	0.64	0.62

Covariance Matrix

	IQ1	IQ2	IQ3	SQ1	SQ2	SEQ1
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
IQ1	1.66					
IQ2	0.75	1.17				
IQ3	0.64	0.82	1.40			
SQ1	0.49	0.54	0.64	1.23		
SQ2	0.53	0.55	0.65	0.83	0.89	
SEQ1	0.53	0.49	0.56	0.62	0.56	0.93
SEQ2	0.49	0.47	0.53	0.64	0.58	0.75

Covariance Matrix

```

          SEQ2
    -----
SEQ2      1.00

```

!FII Model2

Parameter Specifications

LAMBDA-Y

	PEOU	PU	ATOA	BI
	-----	-----	-----	-----
PEOU1	0	0	0	0
PEOU2	1	0	0	0
PEOU3	2	0	0	0
PU1	0	0	0	0
PU2	0	3	0	0
PU3	0	4	0	0
ATOA1	0	0	0	0
ATOA2	0	0	5	0
ATOA3	0	0	6	0
BI1	0	0	0	0
BI2	0	0	0	7
BI3	0	0	0	8

LAMBDA-X

	IQ	SQ	SEQ
	-----	-----	-----
IQ1	9	0	0
IQ2	10	0	0
IQ3	11	0	0
SQ1	0	12	0
SQ2	0	13	0
SEQ1	0	0	14
SEQ2	0	0	15

BETA

	PEOU	PU	ATOA	BI
	-----	-----	-----	-----
PEOU	0	0	0	0
PU	16	0	0	0
ATOA	17	18	0	0
BI	0	0	19	0

GAMMA

	IQ	SQ	SEQ
	-----	-----	-----
PEOU	20	21	22
PU	23	24	25
ATOA	0	0	0
BI	0	0	0

THETA-DELTA-EPS

	ATOA1	ATOA2	ATOA3	BI1	BI2	BI3
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
IQ1	0	0	0	0	57	0
IQ2	0	0	0	0	0	0
IQ3	0	0	0	0	0	0
SQ1	0	0	0	0	0	0
SQ2	0	0	0	0	0	0
SEQ1	0	0	0	0	68	0
SEQ2	0	0	0	0	0	0

THETA-DELTA

	IQ1	IQ2	IQ3	SQ1	SQ2	SEQ1
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
IQ1	58					
IQ2	0	60				
IQ3	61	0	62			
SQ1	64	0	0	65		
SQ2	0	0	0	0	67	
SEQ1	0	0	0	0	0	69
SEQ2	0	0	0	0	0	0

THETA-DELTA

	SEQ2

SEQ2	71

!FII Model2

Number of Iterations = 80

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

LAMBDA-Y

	PEOU	PU	ATOA	BI
	-----	-----	-----	-----
PEOU1	0.97	--	--	--
PEOU2	1.09	--	--	--
	(0.04)			
	25.18			
PEOU3	1.14	--	--	--
	(0.04)			
	25.87			
PU1	--	0.76	--	--
PU2	--	0.78	--	--
		(0.05)		
		16.55		
PU3	--	0.85	--	--
		(0.05)		
		18.31		
ATOA1	--	--	1.01	--
ATOA2	--	--	1.07	--

			(0.03)	
			34.27	
ATOA3	--	--	1.08	--
			(0.03)	
			31.90	
BI1	--	--	--	1.01
BI2	--	--	--	1.12
				(0.04)
				27.45
BI3	--	--	--	1.12
				(0.05)
				22.51

LAMBDA-X

	IQ	SQ	SEQ
	-----	-----	-----
IQ1	0.87	--	--
	(0.06)		
	14.80		
IQ2	0.84	--	--
	(0.04)		
	18.90		
IQ3	0.98	--	--
	(0.05)		
	19.81		
SQ1	--	0.92	--
		(0.04)	
		21.49	
SQ2	--	0.89	--
		(0.03)	
		25.61	
SEQ1	--	--	0.86
			(0.04)
			23.27
SEQ2	--	--	0.87
			(0.04)
			22.50

BETA

	PEOU	PU	ATOA	BI
	-----	-----	-----	-----
PEOU	--	--	--	--
PU	0.55	--	--	--
	(0.06)			
	8.63			
ATOA	0.15	0.78	--	--
	(0.11)	(0.12)		
	1.41	6.72		
BI	--	--	0.96	--
			(0.04)	
			26.03	

GAMMA

	IQ	SQ	SEQ
PEOU	0.33 (0.07)	0.26 (0.08)	0.17 (0.07)
PU	4.81 (0.06)	3.29 (0.06)	2.47 (0.06)
ATOA	3.20	2.47	3.30
BI	- -	- -	- -

Covariance Matrix of ETA and KSI

	PEOU	PU	ATOA	BI	IQ	SQ
PEOU	1.00					
PU	0.87	1.00				
ATOA	0.84	0.92	1.00			
BI	0.80	0.88	0.96	1.00		
IQ	0.63	0.77	0.70	0.67	1.00	
SQ	0.63	0.77	0.70	0.67	0.72	1.00
SEQ	0.58	0.74	0.67	0.65	0.66	0.75

Covariance Matrix of ETA and KSI

	SEQ	IQ	SQ
SEQ	1.00		
PHI			
IQ		1.00	
SQ		0.72 (0.03)	1.00
SEQ		0.66 (0.03)	0.75 (0.03)
		23.98	27.78

PSI

Note: This matrix is diagonal.

PEOU	PU	ATOA	BI
0.53 (0.05)	0.12 (0.04)	0.15 (0.03)	0.08 (0.03)
10.98	3.38	5.92	2.99

Squared Multiple Correlations for Structural Equations

PEOU	PU	ATOA	BI
0.47	0.88	0.85	0.92

Squared Multiple Correlations for Reduced Form

PEOU	PU	ATOA	BI
0.47	0.72	0.59	0.55

Reduced Form

	IQ	SQ	SEQ
PEOU	0.33 (0.07) 4.81	0.26 (0.08) 3.29	0.17 (0.07) 2.47
PU	0.37 (0.07) 5.60	0.30 (0.07) 4.01	0.28 (0.07) 4.29
ATOA	0.34 (0.06) 5.94	0.27 (0.06) 4.22	0.25 (0.06) 4.32
BI	0.33 (0.06) 5.88	0.26 (0.06) 4.20	0.24 (0.06) 4.30

THETA-EPS

	PEOU1	PEOU2	PEOU3	PU1	PU2	PU3
PEOU1	0.27 (0.03) 9.83					
PEOU2	--	0.28 (0.04) 8.06				
PEOU3	--	0.09 (0.03) 3.09	0.27 (0.04) 7.52			
PU1	--	--	--	0.63 (0.05) 13.51		
PU2	0.07 (0.02) 2.77	--	--	0.25 (0.04) 6.27	0.77 (0.06) 13.78	
PU3	0.10 (0.02) 4.63	--	--	0.21 (0.04) 5.98	0.38 (0.04) 9.10	0.59 (0.05) 12.92
ATOA1	--	--	--	--	--	--
ATOA2	--	--	0.03 (0.01) 2.74	--	--	--

ATOA3	-0.04 (0.01) -3.45	--	--	--	--	--
BI1	--	--	--	--	--	--
BI2	--	--	--	--	--	--
BI3	--	--	--	--	--	--

THETA-EPS

	ATOA1	ATOA2	ATOA3	BI1	BI2	BI3
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
ATOA1	0.18 (0.02) 10.50					
ATOA2	--	0.20 (0.02) 10.11				
ATOA3	--	0.12 (0.02) 6.56	0.26 (0.02) 11.08			
BI1	--	--	0.04 (0.01) 2.80	0.35 (0.03) 10.48		
BI2	--	--	--	0.08 (0.02) 4.54	0.42 (0.04) 11.40	
BI3	--	--	--	--	0.36 (0.04) 9.72	0.59 (0.05) 11.91

Squared Multiple Correlations for Y - Variables

	PEOU1	PEOU2	PEOU3	PU1	PU2	PU3
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
	0.77	0.81	0.83	0.48	0.44	0.55

Squared Multiple Correlations for Y - Variables

	ATOA1	ATOA2	ATOA3	BI1	BI2	BI3
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
	0.85	0.85	0.82	0.74	0.75	0.68

THETA-DELTA-EPS

	PEOU1	PEOU2	PEOU3	PU1	PU2	PU3
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
IQ1	--	--	--	--	--	--
IQ2	--	--	-0.05 (0.02) -2.54	--	--	--
IQ3	--	--	--	--	--	--
SQ1	0.06 (0.02) 3.30	--	--	--	--	--
SQ2	--	--	--	0.04 (0.02)	--	--

				2.50		
SEQ1	--	--	--	--	--	--
SEQ2	--	--	--	--	--	0.04
						(0.02)
						2.50

THETA-DELTA-EPS

	ATOA1	ATOA2	ATOA3	BI1	BI2	BI3
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
IQ1	--	--	--	--	0.06	--
					(0.02)	
					2.71	
IQ2	--	--	--	--	--	--
IQ3	--	--	--	--	--	--
SQ1	--	--	--	--	--	--
SQ2	--	--	--	--	--	--
SEQ1	--	--	--	--	-0.03	--
					(0.01)	
					-2.38	
SEQ2	--	--	--	--	--	--

THETA-DELTA

	IQ1	IQ2	IQ3	SQ1	SQ2	SEQ1
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
IQ1	0.89					
	(0.08)					
	11.71					
IQ2	--	0.46				
		(0.04)				
		11.30				
IQ3	-0.23	--	0.43			
	(0.05)		(0.05)			
	-4.96		8.14			
SQ1	-0.08	--	--	0.37		
	(0.03)			(0.03)		
	-2.42			10.92		
SQ2	--	--	--	--	0.10	
					(0.02)	
					4.54	
SEQ1	--	--	--	--	--	0.19
						(0.03)
						7.15
SEQ2	--	--	--	--	--	--

THETA-DELTA

	SEQ2

SEQ2	0.24
	(0.03)
	8.39

Squared Multiple Correlations for X - Variables

IQ1	IQ2	IQ3	SQ1	SQ2	SEQ1
-----	-----	-----	-----	-----	-----
0.46	0.61	0.69	0.70	0.88	0.80

Squared Multiple Correlations for X - Variables

SEQ2

0.76

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 119
 Minimum Fit Function Chi-Square = 142.67 (P = 0.069)
 Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 141.48 (P = 0.078)
 Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 22.48
 90 Percent Confidence Interval for NCP = (0.0 ; 56.43)

Minimum Fit Function Value = 0.30
 Population Discrepancy Function Value (F0) = 0.047
 90 Percent Confidence Interval for F0 = (0.0 ; 0.12)
 Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.020
 90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.0 ; 0.032)
 P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 1.00

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 0.60
 90 Percent Confidence Interval for ECVI = (0.55 ; 0.67)
 ECVI for Saturated Model = 0.80
 ECVI for Independence Model = 54.49

Chi-Square for Independence Model with 171 Degrees of Freedom = 25789.40

Independence AIC = 25827.40
 Model AIC = 283.48
 Saturated AIC = 380.00
 Independence CAIC = 25925.51
 Model CAIC = 650.07
 Saturated CAIC = 1361.03

Normed Fit Index (NFI) = 0.99
 Non-Normed Fit Index (NNFI) = 1.00
 Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.69
 Comparative Fit Index (CFI) = 1.00
 Incremental Fit Index (IFI) = 1.00
 Relative Fit Index (RFI) = 0.99

Critical N (CN) = 525.27

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.027
 Standardized RMR = 0.019
 Goodness of Fit Index (GFI) = 0.97
 Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.95
 Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.61

!FII Model2

Fitted Covariance Matrix

	PEOU1	PEOU2	PEOU3	PU1	PU2	PU3
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
PEOU1	1.21					
PEOU2	1.06	1.48				
PEOU3	1.10	1.34	1.56			
PU1	0.64	0.73	0.76	1.21		
PU2	0.72	0.74	0.77	0.84	1.38	
PU3	0.82	0.81	0.84	0.86	1.04	1.31
ATOA1	0.82	0.93	0.96	0.71	0.72	0.79
ATOA2	0.87	0.98	1.05	0.75	0.77	0.84
ATOA3	0.83	0.99	1.03	0.75	0.77	0.84
BI1	0.79	0.89	0.92	0.68	0.69	0.76
BI2	0.87	0.99	1.02	0.75	0.77	0.84
BI3	0.87	0.99	1.03	0.76	0.77	0.84
IQ1	0.53	0.60	0.63	0.51	0.52	0.57
IQ2	0.51	0.58	0.56	0.49	0.50	0.55
IQ3	0.60	0.68	0.71	0.57	0.59	0.64
SQ1	0.62	0.63	0.66	0.54	0.55	0.61
SQ2	0.54	0.61	0.63	0.57	0.53	0.58
SEQ1	0.48	0.55	0.57	0.49	0.50	0.54
SEQ2	0.49	0.55	0.58	0.49	0.50	0.59

Fitted Covariance Matrix

	ATOA1	ATOA2	ATOA3	BI1	BI2	BI3
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
ATOA1	1.20					
ATOA2	1.08	1.35				
ATOA3	1.09	1.28	1.43			
BI1	0.98	1.04	1.09	1.37		
BI2	1.09	1.15	1.16	1.21	1.67	
BI3	1.09	1.16	1.17	1.13	1.62	1.85
IQ1	0.61	0.65	0.66	0.59	0.71	0.66
IQ2	0.59	0.63	0.63	0.57	0.63	0.63
IQ3	0.69	0.74	0.74	0.67	0.74	0.74
SQ1	0.65	0.70	0.70	0.63	0.70	0.70
SQ2	0.63	0.67	0.67	0.60	0.67	0.67
SEQ1	0.58	0.62	0.62	0.56	0.60	0.62
SEQ2	0.59	0.63	0.63	0.57	0.63	0.63

Fitted Covariance Matrix

	IQ1	IQ2	IQ3	SQ1	SQ2	SEQ1
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
IQ1	1.66					
IQ2	0.73	1.17				
IQ3	0.63	0.83	1.40			
SQ1	0.51	0.56	0.66	1.23		
SQ2	0.56	0.54	0.63	0.82	0.89	
SEQ1	0.49	0.47	0.56	0.59	0.57	0.93
SEQ2	0.50	0.48	0.56	0.60	0.58	0.75

Fitted Covariance Matrix

```

      SEQ2
-----
SEQ2      1.00

```

Fitted Residuals

	PEOU1	PEOU2	PEOU3	PU1	PU2	PU3
PEOU1	-0.01					
PEOU2	0.01	0.00				
PEOU3	-0.02	0.00	0.00			
PU1	0.00	0.01	0.01	0.00		
PU2	0.02	0.03	0.03	0.00	0.00	
PU3	-0.02	-0.03	-0.02	0.00	0.00	0.00
ATOA1	0.00	-0.02	0.02	-0.01	-0.01	0.01
ATOA2	-0.03	-0.03	0.00	0.00	-0.01	-0.02
ATOA3	-0.02	-0.04	-0.01	0.03	0.00	0.02
BI1	0.00	0.00	0.00	0.02	0.05	0.06
BI2	0.04	0.05	0.11	-0.04	-0.02	-0.03
BI3	0.06	0.05	0.15	-0.05	-0.03	-0.04
IQ1	0.06	0.01	0.02	-0.05	-0.01	0.02
IQ2	-0.01	-0.04	-0.04	0.00	0.02	0.04
IQ3	0.02	-0.01	-0.02	-0.01	-0.03	0.03
SQ1	-0.02	-0.04	-0.03	-0.01	-0.02	-0.03
SQ2	0.01	-0.02	0.02	0.00	-0.02	0.00
SEQ1	0.03	0.00	0.01	0.03	0.00	0.02
SEQ2	-0.01	-0.05	-0.02	0.00	-0.03	-0.01

Fitted Residuals

	ATOA1	ATOA2	ATOA3	BI1	BI2	BI3
ATOA1	0.00					
ATOA2	0.01	0.00				
ATOA3	0.01	0.00	0.00			
BI1	-0.01	0.00	0.00	0.00		
BI2	-0.02	0.02	-0.01	-0.01	0.00	
BI3	-0.02	0.02	-0.02	-0.01	0.00	0.00
IQ1	0.01	-0.03	-0.01	-0.02	-0.05	-0.05
IQ2	-0.01	-0.05	-0.01	0.04	-0.05	-0.07
IQ3	0.03	-0.02	0.00	0.05	0.03	0.00
SQ1	-0.01	-0.02	-0.01	0.04	0.01	-0.01
SQ2	0.00	0.00	0.02	0.04	0.01	0.01
SEQ1	-0.01	-0.01	-0.01	0.00	-0.01	-0.03
SEQ2	0.00	0.00	0.02	0.02	0.01	-0.01

Fitted Residuals

	IQ1	IQ2	IQ3	SQ1	SQ2	SEQ1
IQ1	0.00					
IQ2	0.01	0.00				
IQ3	0.01	0.00	0.00			
SQ1	-0.02	-0.02	-0.02	0.01		

SQ2	-0.03	0.01	0.02	0.00	0.00	
SEQ1	0.04	0.01	0.00	0.02	-0.01	0.00
SEQ2	-0.01	-0.01	-0.03	0.04	0.00	0.00

Fitted Residuals

	SEQ2

SEQ2	0.00

Summary Statistics for Fitted Residuals

Smallest Fitted Residual = -0.07
 Median Fitted Residual = 0.00
 Largest Fitted Residual = 0.15

Stemleaf Plot

```

- 6|7
- 5|4210
- 4|875443
- 3|965332100
- 2|988766652111000
- 1|9999888887755532222111100
- 0|99999998876666665543332222222211110000000000
0|1111111112222223344455667778999
1|0012244445668899
2|001111122347788
3|0044889
4|1222799
5|456
6|1
7|
8|
9|
10|
11|5
12|
13|
14|6
    
```

Standardized Residuals

	PEOU1	PEOU2	PEOU3	PU1	PU2	PU3
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
PEOU1	-1.47					
PEOU2	0.85	- -				
PEOU3	-2.06	0.24	0.40			
PU1	0.25	0.34	0.75	0.63		
PU2	1.72	1.22	1.28	0.02	0.58	
PU3	-2.10	-1.76	-1.53	0.22	-0.08	-0.32
ATOA1	-0.09	-1.35	1.59	-0.73	-0.29	0.60
ATOA2	-2.20	-2.39	-0.17	0.06	-0.52	-1.22
ATOA3	-2.04	-2.32	-0.64	1.44	-0.09	1.25
BI1	-0.06	-0.03	0.10	0.74	1.80	2.63
BI2	1.92	1.90	4.72	-1.61	-0.62	-1.02

BI3	2.14	1.89	5.19	-1.45	-0.78	-1.48
IQ1	1.54	0.38	0.46	-1.17	-0.17	0.55
IQ2	-0.52	-1.36	-1.86	-0.01	0.60	1.50
IQ3	0.81	-0.21	-0.67	-0.20	-0.87	1.07
SQ1	-1.09	-1.75	-1.30	-0.55	-0.69	-1.09
SQ2	0.90	-1.05	1.16	-0.19	-0.89	0.31
SEQ1	1.94	-0.09	0.35	1.43	0.05	0.85
SEQ2	-0.59	-2.55	-0.76	-0.11	-1.01	-0.56

Standardized Residuals

	ATOA1	ATOA2	ATOA3	BI1	BI2	BI3
ATOA1	-	-				
ATOA2	2.40	1.92				
ATOA3	1.70	1.07	0.70			
BI1	-1.30	0.15	-0.33	-0.99		
BI2	-2.11	2.07	-0.98	-1.42	-0.19	
BI3	-1.46	1.95	-1.44	-1.96	-0.01	-
IQ1	0.20	-0.89	-0.33	-0.47	-1.23	-1.04
IQ2	-0.31	-2.53	-0.33	1.46	-1.52	-1.88
IQ3	1.20	-0.78	-0.12	1.57	1.01	0.03
SQ1	-0.44	-0.88	-0.42	1.34	0.28	-0.35
SQ2	-0.28	0.33	1.23	2.02	0.55	0.42
SEQ1	-0.55	-0.55	-0.31	0.11	-0.39	-0.97
SEQ2	0.12	-0.12	1.11	0.89	0.38	-0.36

Standardized Residuals

	IQ1	IQ2	IQ3	SQ1	SQ2	SEQ1
IQ1	0.07					
IQ2	0.71	0.23				
IQ3	1.99	-0.35	-			
SQ1	-0.95	-0.90	-0.93	1.17		
SQ2	-1.29	0.72	1.50	1.07	0.04	
SEQ1	1.30	0.73	0.18	1.72	-1.81	-0.72
SEQ2	-0.28	-0.32	-1.55	2.65	-0.05	-0.56

Standardized Residuals

	SEQ2
SEQ2	0.31

Summary Statistics for Standardized Residuals

Smallest Standardized Residual = -2.55
 Median Standardized Residual = -0.08
 Largest Standardized Residual = 5.19

Stemleaf Plot

```

- 2|55
- 2|43211100
- 1|9988866555555
- 1|44433332221100000000
- 0|999999888777766666665555
- 0|4444433333333333222221111111000000000000
 0|1111122222223333344444
 0|566666777777888899
 1|0111122222333344
 1|55556677789999999
 2|00114
 2|66
 3|
 3|
 4|
 4|7
 5|2
    
```

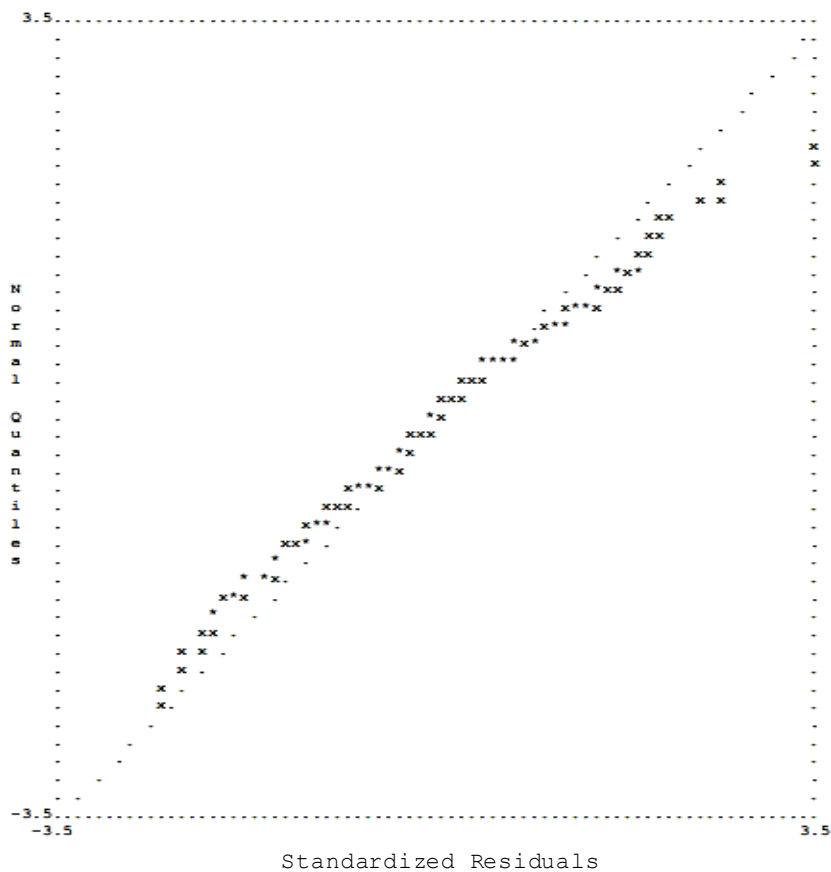
Largest Positive Standardized Residuals

```

Residual for      BI1 and      PU3      2.63
Residual for      BI2 and      PEOU3     4.72
Residual for      BI3 and      PEOU3     5.19
Residual for      SEQ2 and      SQ1      2.65
    
```

!FII Model2

Qplot of Standardized Residuals



!FII Model2

Modification Indices and Expected Change

Modification Indices for LAMBDA-Y

	PEOU	PU	ATOA	BI
	-----	-----	-----	-----
PEOU1	- -	2.19	0.87	0.67
PEOU2	- -	4.70	5.56	3.71
PEOU3	- -	2.69	6.73	7.81
PU1	0.13	- -	0.27	1.21
PU2	4.44	- -	0.01	0.06
PU3	4.70	- -	0.23	0.21
ATOA1	0.01	0.02	- -	5.86
ATOA2	1.46	6.07	- -	2.98
ATOA3	0.51	1.23	- -	3.50
BI1	0.64	2.49	- -	- -
BI2	0.90	0.20	- -	- -
BI3	1.93	0.05	- -	- -

Expected Change for LAMBDA-Y

	PEOU	PU	ATOA	BI
	-----	-----	-----	-----
PEOU1	- -	0.30	-0.22	-0.12
PEOU2	- -	-0.17	-0.16	-0.12
PEOU3	- -	0.13	0.18	0.18
PU1	0.04	- -	-0.08	-0.14
PU2	0.20	- -	-0.01	0.03
PU3	-0.20	- -	0.06	0.05
ATOA1	0.01	0.02	- -	-0.55
ATOA2	-0.06	-0.21	- -	0.29
ATOA3	-0.04	0.10	- -	-0.36
BI1	-0.05	0.18	- -	- -
BI2	0.04	0.04	- -	- -
BI3	0.07	-0.02	- -	- -

Modification Indices for LAMBDA-X

	IQ	SQ	SEQ
	-----	-----	-----
IQ1	- -	1.35	0.18
IQ2	- -	0.35	0.10
IQ3	- -	0.25	0.42
SQ1	4.89	- -	8.14
SQ2	4.89	- -	8.14
SEQ1	4.88	1.29	- -
SEQ2	4.88	1.29	- -

Expected Change for LAMBDA-X

	IQ	SQ	SEQ
	-----	-----	-----
IQ1	- -	-0.13	0.04
IQ2	- -	0.06	0.02

IQ3	- -	0.05	-0.06
SQ1	-0.19	- -	0.26
SQ2	0.18	- -	-0.25
SEQ1	0.15	-0.13	- -
SEQ2	-0.15	0.13	- -

Modification Indices for BETA

	PEOU	PU	ATOA	BI
	-----	-----	-----	-----
PEOU	- -	- -	0.06	1.40
PU	- -	- -	- -	4.95
ATOA	- -	- -	- -	5.56
BI	6.53	3.89	- -	- -

Expected Change for BETA

	PEOU	PU	ATOA	BI
	-----	-----	-----	-----
PEOU	- -	- -	-0.50	0.37
PU	- -	- -	- -	-0.54
ATOA	- -	- -	- -	-0.56
BI	0.16	0.22	- -	- -

Modification Indices for GAMMA

	IQ	SQ	SEQ
	-----	-----	-----
PEOU	- -	- -	- -
PU	- -	- -	- -
ATOA	0.11	0.79	0.12
BI	0.44	1.99	0.05

Expected Change for GAMMA

	IQ	SQ	SEQ
	-----	-----	-----
PEOU	- -	- -	- -
PU	- -	- -	- -
ATOA	-0.03	0.09	-0.03
BI	0.03	0.06	0.01

No Non-Zero Modification Indices for PHI

Modification Indices for PSI

	PEOU	PU	ATOA	BI
	-----	-----	-----	-----
PEOU	- -	- -	- -	- -
PU	- -	- -	- -	- -
ATOA	0.06	- -	- -	- -
BI	1.52	4.95	5.56	- -

Expected Change for PSI

	PEOU	PU	ATOA	BI
	-----	-----	-----	-----
PEOU	- -			
PU	- -	- -		
ATOA	-0.08	- -	- -	
BI	0.03	-0.04	-0.04	- -

Modification Indices for THETA-EPS

	PEOU1	PEOU2	PEOU3	PU1	PU2	PU3
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
PEOU1	- -					
PEOU2	4.93	- -				
PEOU3	4.92	- -	- -			
PU1	0.01	0.19	0.01	- -		
PU2	- -	0.78	0.22	- -	- -	
PU3	- -	0.90	0.19	- -	- -	- -
ATOA1	0.00	1.05	0.99	0.49	0.32	0.75
ATOA2	0.36	0.00	- -	0.00	0.87	2.50
ATOA3	- -	0.17	0.40	1.43	1.91	2.16
BI1	0.55	1.23	2.62	0.13	0.39	3.14
BI2	0.00	0.17	0.21	0.20	0.04	0.24
BI3	0.07	0.95	3.58	0.09	0.09	0.35

Modification Indices for THETA-EPS

	ATOA1	ATOA2	ATOA3	BI1	BI2	BI3
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
ATOA1	- -					
ATOA2	0.32	- -				
ATOA3	0.78	- -	- -			
BI1	0.29	0.14	- -	- -		
BI2	1.34	0.42	0.05	- -	- -	
BI3	0.04	0.34	0.93	- -	- -	- -

Expected Change for THETA-EPS

	PEOU1	PEOU2	PEOU3	PU1	PU2	PU3
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
PEOU1	- -					
PEOU2	0.05	- -				
PEOU3	-0.05	- -	- -			
PU1	0.00	0.01	0.00	- -		
PU2	- -	0.02	0.01	- -	- -	
PU3	- -	-0.01	-0.01	- -	- -	- -
ATOA1	0.00	-0.01	0.01	-0.01	-0.01	0.01
ATOA2	-0.01	0.00	- -	0.00	0.01	-0.02
ATOA3	- -	-0.01	-0.01	0.02	-0.02	0.02
BI1	-0.01	0.02	-0.02	-0.01	0.01	0.03
BI2	0.00	0.00	0.00	-0.01	0.00	-0.01
BI3	0.00	-0.01	0.02	-0.01	0.01	-0.01

Expected Change for THETA-EPS

	ATOA1	ATOA2	ATOA3	BI1	BI2	BI3
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
ATOA1	- -					
ATOA2	0.01	- -				
ATOA3	0.01	- -	- -			
BI1	-0.01	-0.01	- -	- -		
BI2	-0.01	0.01	0.00	- -	- -	
BI3	0.00	0.01	-0.01	- -	- -	- -

Modification Indices for THETA-DELTA-EPS

	PEOU1	PEOU2	PEOU3	PU1	PU2	PU3
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
IQ1	2.01	0.08	0.12	1.19	0.04	0.11
IQ2	0.61	0.10	- -	0.00	0.65	0.34
IQ3	0.65	0.62	2.01	0.13	2.63	1.42
SQ1	- -	0.08	0.80	0.01	0.84	1.86
SQ2	0.00	1.05	1.96	- -	0.89	0.65
SEQ1	2.00	1.68	1.43	2.06	0.00	0.07
SEQ2	0.73	3.16	1.47	0.14	0.13	- -

Modification Indices for THETA-DELTA-EPS

	ATOA1	ATOA2	ATOA3	BI1	BI2	BI3
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
IQ1	0.85	0.07	0.00	1.49	- -	0.26
IQ2	0.03	3.64	1.68	3.93	1.62	0.06
IQ3	1.07	0.00	0.58	0.20	2.64	1.26
SQ1	0.28	0.02	0.44	0.19	0.69	0.86
SQ2	1.55	0.00	0.38	0.52	1.06	1.67
SEQ1	0.32	0.39	0.96	0.30	- -	0.44
SEQ2	0.14	0.47	1.83	0.07	0.98	0.18

Expected Change for THETA-DELTA-EPS

	PEOU1	PEOU2	PEOU3	PU1	PU2	PU3
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
IQ1	0.04	0.01	-0.01	-0.04	-0.01	0.01
IQ2	-0.02	-0.01	- -	0.00	0.02	0.01
IQ3	0.02	0.02	-0.03	-0.01	-0.04	0.03
SQ1	- -	0.00	-0.02	0.00	0.02	-0.03
SQ2	0.00	-0.01	0.02	- -	-0.02	0.01
SEQ1	0.02	0.02	-0.02	0.03	0.00	-0.01
SEQ2	-0.01	-0.03	0.02	-0.01	-0.01	- -

Expected Change for THETA-DELTA-EPS

	ATOA1	ATOA2	ATOA3	BI1	BI2	BI3
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
IQ1	0.02	0.00	0.00	-0.04	- -	-0.02
IQ2	0.00	-0.03	0.02	0.04	-0.02	0.00
IQ3	0.02	0.00	-0.01	-0.01	0.03	-0.02
SQ1	0.01	0.00	-0.01	0.01	0.01	-0.01

SQ2	-0.01	0.00	0.01	0.01	-0.01	0.02
SEQ1	-0.01	0.01	-0.01	-0.01	- -	-0.01
SEQ2	0.01	-0.01	0.02	0.00	0.01	-0.01

Modification Indices for THETA-DELTA

	IQ1	IQ2	IQ3	SQ1	SQ2	SEQ1
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
IQ1	- -					
IQ2	0.43	- -				
IQ3	- -	0.43	- -			
SQ1	- -	0.26	1.24	- -		
SQ2	1.83	0.56	1.85	- -	- -	
SEQ1	3.10	0.06	0.86	0.47	2.87	- -
SEQ2	0.69	0.12	3.03	2.27	0.01	- -

Modification Indices for THETA-DELTA

SEQ2	-----
SEQ2	- -

Expected Change for THETA-DELTA

	IQ1	IQ2	IQ3	SQ1	SQ2	SEQ1
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
IQ1	- -					
IQ2	0.04	- -				
IQ3	- -	-0.04	- -			
SQ1	- -	-0.01	-0.03	- -		
SQ2	-0.04	0.01	0.03	- -	- -	
SEQ1	0.05	0.00	0.02	0.01	-0.02	- -
SEQ2	-0.02	0.01	-0.04	0.03	0.00	- -

Expected Change for THETA-DELTA

SEQ2	-----
SEQ2	- -

Maximum Modification Index is 8.14 for Element (5, 3) of LAMBDA-X

!FII Model2

Factor Scores Regressions

ETA	PEOU1	PEOU2	PEOU3	PU1	PU2	PU3
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
PEOU	0.29	0.20	0.25	0.04	0.00	-0.03
PU	0.06	0.07	0.09	0.07	0.03	0.08
ATOA	0.04	0.03	0.01	0.02	0.01	0.01
BI	0.03	0.03	0.01	0.01	0.00	0.01

ETA

	ATOA1	ATOA2	ATOA3	BI1	BI2	BI3
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
PEOU	0.05	-0.05	0.11	0.01	0.01	0.01
PU	0.13	0.07	0.07	0.03	0.02	0.02
ATOA	0.28	0.21	0.11	0.08	0.05	0.04
BI	0.19	0.16	0.05	0.20	0.09	0.09

ETA

	IQ1	IQ2	IQ3	SQ1	SQ2	SEQ1
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
PEOU	0.00	0.03	0.00	-0.03	0.03	0.00
PU	0.03	0.04	0.05	0.03	0.08	0.08
ATOA	0.00	0.01	0.01	0.00	0.02	0.02
BI	0.00	0.01	0.01	0.00	0.02	0.02

ETA

	SEQ2

PEOU	0.01
PU	0.04
ATOA	0.01
BI	0.00

KSI

	PEOU1	PEOU2	PEOU3	PU1	PU2	PU3
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
IQ	-0.01	-0.01	0.05	0.01	0.01	0.02
SQ	-0.04	0.02	0.02	-0.05	0.02	0.03
SEQ	0.00	0.00	0.00	0.01	0.02	-0.03

KSI

	ATOA1	ATOA2	ATOA3	BI1	BI2	BI3
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
IQ	0.02	0.01	0.01	0.02	-0.06	0.04
SQ	0.02	0.02	0.00	0.01	0.00	0.00
SEQ	0.02	0.01	0.01	-0.01	0.07	-0.04

KSI

	IQ1	IQ2	IQ3	SQ1	SQ2	SEQ1
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
IQ	0.21	0.21	0.37	0.06	0.04	0.02
SQ	0.03	0.01	0.03	0.20	0.67	0.05
SEQ	0.01	0.01	0.02	0.03	0.09	0.48

KSI

	SEQ2

IQ	0.02
SQ	0.03
SEQ	0.38

!FII Model2

Total and Indirect Effects

Total Effects of KSI on ETA

	IQ -----	SQ -----	SEQ -----
PEOU	0.33 (0.07)	0.26 (0.08)	0.17 (0.07)
PU	4.81 0.37 (0.07)	3.29 0.30 (0.07)	2.47 0.28 (0.07)
ATOA	5.60 0.34 (0.06)	4.01 0.27 (0.06)	4.29 0.25 (0.06)
BI	5.94 0.33 (0.06)	4.22 0.26 (0.06)	4.32 0.24 (0.06)
	5.88	4.20	4.30

Indirect Effects of KSI on ETA

	IQ -----	SQ -----	SEQ -----
PEOU	- -	- -	- -
PU	0.18 (0.04)	0.14 (0.05)	0.09 (0.04)
ATOA	4.31 0.34 (0.06)	3.05 0.27 (0.06)	2.38 0.25 (0.06)
BI	5.94 0.33 (0.06)	4.22 0.26 (0.06)	4.32 0.24 (0.06)
	5.88	4.20	4.30

Total Effects of ETA on ETA

	PEOU -----	PU -----	ATOA -----	BI -----
PEOU	- -	- -	- -	- -
PU	0.55 (0.06)	- -	- -	- -
ATOA	8.63 0.59 (0.04)	0.78 (0.12)	- -	- -
BI	13.35 0.56 (0.04)	6.72 0.75 (0.11)	0.96 (0.04)	- -
	12.66	6.63	26.03	

Largest Eigenvalue of B*B' (Stability Index) is 0.924

Indirect Effects of ETA on ETA

	PEOU -----	PU -----	ATOA -----	BI -----
PEOU	- -	- -	- -	- -
PU	- -	- -	- -	- -

ATOA	0.43	--	--	--
	(0.10)			
	4.53			
BI	0.56	0.75	--	--
	(0.04)	(0.11)		
	12.66	6.63		

Total Effects of ETA on Y

	PEOU	PU	ATOA	BI
	-----	-----	-----	-----
PEOU1	0.97	--	--	--
PEOU2	1.09	--	--	--
	(0.04)			
	25.18			
PEOU3	1.14	--	--	--
	(0.04)			
	25.87			
PU1	0.42	0.76	--	--
	(0.05)			
	8.63			
PU2	0.43	0.78	--	--
	(0.05)	(0.05)		
	8.53	16.55		
PU3	0.47	0.85	--	--
	(0.05)	(0.05)		
	8.95	18.31		
ATOA1	0.59	0.79	1.01	--
	(0.04)	(0.12)		
	13.35	6.72		
ATOA2	0.63	0.84	1.07	--
	(0.05)	(0.13)	(0.03)	
	13.33	6.73	34.27	
ATOA3	0.63	0.85	1.08	--
	(0.05)	(0.13)	(0.03)	
	13.11	6.70	31.90	
BI1	0.57	0.76	0.97	1.01
	(0.04)	(0.11)	(0.04)	
	12.66	6.63	26.03	
BI2	0.63	0.84	1.08	1.12
	(0.05)	(0.13)	(0.04)	(0.04)
	12.70	6.63	26.34	27.45
BI3	0.63	0.85	1.08	1.12
	(0.05)	(0.13)	(0.05)	(0.05)
	12.39	6.59	23.89	22.51

Indirect Effects of ETA on Y

	PEOU	PU	ATOA	BI
	-----	-----	-----	-----
PEOU1	--	--	--	--
PEOU2	--	--	--	--
PEOU3	--	--	--	--
PU1	0.42	--	--	--
	(0.05)			
	8.63			
PU2	0.43	--	--	--

	(0.05)			
	8.53			
PU3	0.47	--	--	--
	(0.05)			
	8.95			
ATOA1	0.59	0.79	--	--
	(0.04)	(0.12)		
	13.35	6.72		
ATOA2	0.63	0.84	--	--
	(0.05)	(0.13)		
	13.33	6.73		
ATOA3	0.63	0.85	--	--
	(0.05)	(0.13)		
	13.11	6.70		
BI1	0.57	0.76	0.97	--
	(0.04)	(0.11)	(0.04)	
	12.66	6.63	26.03	
BI2	0.63	0.84	1.08	--
	(0.05)	(0.13)	(0.04)	
	12.70	6.63	26.34	
BI3	0.63	0.85	1.08	--
	(0.05)	(0.13)	(0.05)	
	12.39	6.59	23.89	

Total Effects of KSI on Y

	IQ	SQ	SEQ
	-----	-----	-----
PEOU1	0.32	0.25	0.17
	(0.07)	(0.08)	(0.07)
	4.81	3.29	2.47
PEOU2	0.37	0.28	0.19
	(0.08)	(0.09)	(0.08)
	4.81	3.30	2.47
PEOU3	0.38	0.29	0.19
	(0.08)	(0.09)	(0.08)
	4.83	3.30	2.47
PU1	0.28	0.22	0.21
	(0.05)	(0.06)	(0.05)
	5.60	4.01	4.29
PU2	0.29	0.23	0.22
	(0.05)	(0.06)	(0.05)
	5.54	4.01	4.26
PU3	0.31	0.25	0.24
	(0.06)	(0.06)	(0.06)
	5.65	4.06	4.29
ATOA1	0.34	0.27	0.25
	(0.06)	(0.06)	(0.06)
	5.94	4.22	4.32
ATOA2	0.36	0.29	0.27
	(0.06)	(0.07)	(0.06)
	5.94	4.22	4.32
ATOA3	0.37	0.29	0.27
	(0.06)	(0.07)	(0.06)
	5.93	4.22	4.32
BI1	0.33	0.26	0.24

	(0.06)	(0.06)	(0.06)
	5.88	4.20	4.30
BI2	0.36	0.29	0.27
	(0.06)	(0.07)	(0.06)
	5.86	4.20	4.31
BI3	0.37	0.29	0.27
	(0.06)	(0.07)	(0.06)
	5.85	4.19	4.29

Time used: 0.156 Seconds

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ สกุล	นางสาวชญานนท์ คงทน	
รหัสประจำตัวนักศึกษา	6250121003	
วุฒิการศึกษา		
วุฒิ	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
บัญชีบัณฑิต	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง	2561

การตีพิมพ์และเผยแพร่ผลงาน

ชญานนท์ คงทน, ปาริชาติ มณีมัย, และสุพัฒธนา สุขรัตน์. (2564, มีนาคม). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานระบบการบริหารจัดการร้านค้าและบัญชีของธุรกิจค้าปลีกขนาดย่อม: กรณีศึกษาธุรกิจค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ*. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 10: คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.