

## บทความการวิจัย

### การรับรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

#### CONSUMERS' PERCEPTION OF INFORMATION TECHNOLOGY USAGE IN ONLINE BUSINESS IN KHLONG LUANG DISTRICT, PATHUM THANI PROVINCE

คมกฤษ คุ้มพงษ์

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้วัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะของผู้บริโภค ปัจจัยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจออนไลน์ และการรับรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 2) เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี กับลักษณะของผู้บริโภค 3) เพื่อศึกษาปัจจัยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อการรับรู้การใช้เทคโนโลยีในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที ค่าความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 51.00 อายุ 26-35 ปี ร้อยละ 44.75 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 64.25 สถานภาพ สมรส ร้อยละ 84.25 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 44.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท ร้อยละ 51.00 2) ปัจจัยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในภาพรวมและรายด้าน มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยแต่ละด้านจากมากไปน้อย คือ ด้านความสะดวกในการใช้งานของระบบ ด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือของระบบ ด้านประสิทธิภาพและความรวดเร็วของระบบ และด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เทคโนโลยี ตามลำดับ และการรับรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานีในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด 3) ผู้บริโภคที่มีเพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการรับรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี แตกต่างกัน 4) ปัจจัยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศด้านความสะดวกในการใช้

งานของระบบ ด้านประสิทธิภาพและความรวดเร็วของระบบ ด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือของระบบ และด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เทคโนโลยีส่งผลต่อการรับรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี โดยมีอิทธิพลต่อการรับรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ร้อยละ 42.90

คำสำคัญ: การรับรู้ เทคโนโลยีสารสนเทศ ธุรกิจออนไลน์

## ABSTRACT

This research aimed to: 1) study consumer characteristics, factors of information technology usage in online business, and consumers' perception of information technology usage in online business in Khlong Luang District, Pathum Thani Province; 2) compare consumers' perception of information technology usage in online business with their demographic characteristics; and 3) examine the factors of information technology usage that influence consumers' perception of information technology in online business in Khlong Luang District, Pathum Thani Province. The sample consisted of 400 consumers in Khlong Luang District, Pathum Thani Province. A questionnaire was used as the data collection instrument. Statistics employed for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way analysis of variance, and multiple regression analysis.

The research findings revealed that: 1) The majority of consumers were female (51.00%), aged 26–35 years (44.75%), held a bachelor's degree (64.25%), were married (84.25%), worked as private company employees (44.00%), and had an average monthly income of 15,001–25,000 Baht (51.00%). 2) Information technology usage factors, both overall and in each dimension, were rated at the highest level. Ranked from highest to lowest mean scores, the dimensions were: system convenience of use, system security and reliability, system efficiency and speed, and benefits derived from technology usage,

respectively. Consumers' overall perception of information technology usage in online business was also rated at the highest level. 3) Consumers with different genders and average monthly incomes showed significantly different levels of perception regarding information technology usage in online business. 4) Information technology usage factors — namely system convenience of use, system efficiency and speed, system security and reliability, and benefits derived from technology usage — had a significant influence on consumers' perception of information technology usage in online business in Khlong Luang District, Pathum Thani Province, collectively accounting for 42.90% of the variance in perception.

Keywords: Perception, Information Technology, Online Business

## กุ่มิหลัง

ในปัจจุบันมีการสร้างธุรกิจออนไลน์ขึ้นมาเรียกว่า การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ซึ่งมีการเติบโตเป็นอย่างมาก เป็นช่องทางในการทำธุรกิจโดยการใช้อิเล็กทรอนิกส์ เป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภค เหตุผลที่การพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) เติบโตอย่างรวดเร็ว เพราะว่าการติดต่อสื่อสารการทำธุรกรรมต่างๆ มี ความสะดวกสบายเป็นอย่างมาก ไม่ต้องเสียเวลาออกไปเดินดูสินค้าด้วยตนเอง และยังสามารถใช้เวลาที่มีจำกัดในการจัดการสิ่งต่าง ๆ ซึ่งสังคมยุคนี้ มีการนำอินเทอร์เน็ตเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตมากขึ้นในทุก ๆ ด้าน เนื่องจากอินเทอร์เน็ตมีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด สามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีค่าใช้จ่ายที่ไม่แพงอย่างในอดีต ทำให้ผู้คนทุกระดับสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ด้วยเหตุนี้จึงเกิดการสร้างสรรค์สื่อออนไลน์หลากหลายรูปแบบ เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสาร และเป็นสื่อกลางในการกระจายข่าวสารต่าง ๆ ปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้การใช้ อินเทอร์เน็ตเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ 1) นโยบายของภาครัฐ อาทิ โครงการอินเทอร์เน็ตประชารัฐ เป็นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน โทรคมนาคมเพื่อให้ผู้บริโภคได้เข้าถึงโครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง โดยจะมีผลต่อผลต่อการเพิ่ม ศักยภาพทางเศรษฐกิจในการสร้างอาชีพและเพิ่มรายได้ เพื่อยกระดับ คุณภาพชีวิต 2) อุปกรณ์สมาร์ตโฟน หรือคอมพิวเตอร์มีราคาถูกลงมาก สามารถจับจองเป็นเจ้าของได้ง่าย และยังมีโปรโมชั่นพิเศษเมื่อซื้อพร้อมแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตต่าง ๆ ที่หลากหลายและมีหลายระดับ

ราคาสำหรับผู้บริโภคยอมรับได้ 3) การที่อินเทอร์เน็ตมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา ทำให้เกิดการก้าวกระโดดที่รวดเร็ว และตอบสนองต่อการใช้งานได้มากขึ้น ความเจริญก้าวหน้าของโลก

ในยุคปัจจุบันมีการใช้เทคโนโลยีในรูปแบบต่าง ๆ มีบทบาทในการจัดการองค์กรมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการสร้างศักยภาพในการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ส่งผลให้องค์กร ๆ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของระบบสารสนเทศมากยิ่งขึ้น และนำมาเป็นกลยุทธ์ในสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ใช้สนับสนุนการตัดสินใจ และเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงานขององค์กร ระบบสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศจึงเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาให้ธุรกิจมีความก้าวหน้าเป็นพลังขับเคลื่อนหรือปัจจัยหลักที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม การนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้าไปใช้ประโยชน์หรือใช้ในการตัดสินใจแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่กล่าวว่า Information is Power หรือเทคโนโลยีสารสนเทศคือ อำนาจที่ชี้วัดได้ถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กรได้ โดยเทคโนโลยีสารสนเทศนั้นก่อให้เกิดแนวทางในการแก้ปัญหาต่าง ๆ และนำไปสู่การพัฒนาองค์กรให้มีความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น ซึ่งการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการศึกษาเริ่มแพร่หลาย และเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเนื่องจากเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดต่อองค์กร (ไชยันต์ บุตรपालะ, 2566)

ปัจจุบันการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในองค์กรได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมาจากการเปลี่ยนแปลงของสังคมและการแข่งขันในธุรกิจ เพื่อให้องค์กรก้าวหน้าในยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ปัจจุบันนี้จึงเป็นยุคสารสนเทศที่มีการสื่อสารกันได้อย่างสะดวกมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษาหรือด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ทำให้การติดต่อในการทำธุรกิจสามารถทำได้ โดยใช้เวลาอันสั้นและติดต่อกันได้หลากหลายประเทศทั่วโลก องค์กรและผู้บริหารก็เริ่มเกิดความตระหนักและให้ความสนใจศึกษาด้านเทคโนโลยี สารสนเทศ โดยมองหาโอกาสที่จะนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในองค์กรมากขึ้น เพื่อที่จะเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในอุตสาหกรรมได้ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ถูกนำมาใช้งานในองค์กรมีหลากหลายรูปแบบซึ่งแตกต่างกันในแต่ละวัตถุประสงค์การใช้งาน รวมทั้งการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้กับส่วนงานด้านการผลิตด้วย เพื่อที่จะช่วยลดระยะเวลา ลดการใช้ทรัพยากรนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการผลิตที่สูงขึ้น การทำงานในส่วนการผลิตมักจะต้องมีการจัดบันทึกค่าพารามิเตอร์ต่าง ๆ จากเครื่องจักร ค่าควบคุมในกระบวนการและค่าผลการทดสอบของผลิตภัณฑ์ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของกระบวนการและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ที่มีส่วนช่วยในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตในครั้งต่อไป และการประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าได้ ดังนั้นการหาแนวทางเพื่อที่จะจัดเก็บบันทึกข้อมูลเหล่านั้นจึงเป็นสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญเนื่องจากข้อมูลเหล่านั้นหากสามารถที่จะรวบรวมอย่างเป็นระบบได้แล้วนั้น จะสามารถนำมาประมวลผล

และวิเคราะห์ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและควบคุมการทำงานต่าง ๆ ในองค์ได้ดีขึ้นด้วย (ภัทราวดี โคจิศรีสกุล, 2565)

การประกอบกิจการการค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้นถือเป็นการท้าทาย เพราะมีหลายปัจจัยด้วยกันที่เป็นเหตุให้เกิดการตัดสินใจซื้อผ่านสังคมออนไลน์ เนื่องจากต้องเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค และการยอมรับต่อเทคโนโลยีที่ขึ้นอยู่กับการใช้งานเว็บไซต์ว่ามีความยากง่ายเพียงใด การที่ผู้บริโภครับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้งาน และเกิดการตัดสินใจซื้อรวมไปถึงการกลับมาซื้อซ้ำ ซึ่งจะเป็นการรับรองถึงความพึงพอใจและความไว้วางใจของผู้บริโภคที่ยังกลับมาเป็นลูกค้าของกิจการ ซึ่งในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์นั้น มีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก สำหรับในยุคที่การดำเนินชีวิตนั้นมีสื่อดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญ และในอนาคตคาดว่าจะมีการเพิ่มขึ้นของกลุ่มผู้บริโภคออนไลน์เป็นอย่างมาก ในส่วนของพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ประกอบไปด้วย 1) การรับรู้ทางออนไลน์ 2) อารมณ์ทางออนไลน์ 3) ความบันเทิงทางออนไลน์ 4) ความต่อเนื่อง 5) ทักษะคนที่ติดต่อสื่อออนไลน์ (กนกวรรณ กลัวงค์, 2566)

การใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นความต้องการสารสนเทศของผู้ใช้งาน ความต้องการในการใช้งานจะไม่ยึดติดกับซอฟต์แวร์เครือข่ายข้อมูล และบุคลากรที่กำลังใช้ ระบบสารสนเทศนั้นอยู่ ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากความถี่ของการใช้งาน ความเชื่อ ความรู้การ ยอมรับ และการต่อต้านของผู้ใช้งาน โดยพิจารณาจากจำนวน และระยะเวลาในการใช้งาน (DeLone และ McLean, 2003) ถ้าผู้ที่ใช้ระบบมีความเชื่อว่า ระบบจะสามารถทำให้ประสิทธิภาพของงานที่ทำอยู่จะบรรลุผลสำเร็จได้แล้ว การรับรู้ถึงผลประโยชน์ (Perceived of Usefulness) ของผู้ใช้งานที่ต้องใช้ระบบก็จะ อยู่ในเกณฑ์สูงขึ้นด้วย (Davis et al., 1989) ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่นำมาใช้อย่างหลากหลายและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในปัจจุบัน ทำให้เกิดธุรกิจออนไลน์ โดยเฉพาะอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานีซึ่งอยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครไปทางทิศเหนือตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1 (ถนนพหลโยธิน) เป็นระยะทางประมาณ 27.8 กิโลเมตร พื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดเป็นที่ราบลุ่มริมสองฝั่งแม่น้ำโดยมีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านใจกลางจังหวัด ในอำเภอเมืองปทุมและอำเภอสสามโคก ทำให้พื้นที่ของจังหวัดปทุมธานี ถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ฝั่งตะวันตกของจังหวัดหรือฝั่งขวาของแม่น้ำเจ้าพระยา และฝั่งตะวันออกของจังหวัดหรือบนฝั่งซ้ายของแม่น้ำเจ้าพระยา ได้แก่ อำเภอเมืองบางส่วน อำเภอธัญบุรี อำเภอคลองหลวง อำเภอลำลูกกาและบางส่วนของอำเภอสสามโคก เทศบาลเมืองคลองหลวงครอบคลุมพื้นที่ตำบลคลองหนึ่งและตำบลคลองสอง เฉพาะปากใต้ ของถนนคลองหลวง (ทางหลวงจังหวัดหมายเลข 3214) อำเภอคลองหลวง มีประชากร 148,652 คน มีโครงข่ายให้บริการสื่อสารครอบคลุมทั้งจังหวัดปทุมธานี จากผู้ให้บริการเครือข่ายสื่อสาร โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile) โทรศัพท์บ้าน (Fix Line) และอินเทอร์เน็ต มีผู้บริโภคใช้เครื่องมือ/อุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารอยู่ประมาณ 1,497,604 คน เป็นการใช้โทรศัพท์มือถือร้อยละ 96.06 มีการใช้อินเทอร์เน็ตร้อยละ 87.49 และ มีการใช้คอมพิวเตอร์ร้อยละ 31.29

ซึ่งการมีและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารภายในจังหวัดปทุมธานีมีแนวโน้มที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง (องค์การบริหารส่วนจังหวัดปทุมธานี, 2568)

จากความสำคัญของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง “การรับรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี” เพื่อศึกษามิติของการรับรู้ของผู้บริโภคในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจออนไลน์ เพื่อทราบถึงการรับรู้คุณค่าประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับ ความเชื่อมั่น ทศนคติและความตั้งใจในการใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์นำไปใช้เป็นกลยุทธ์ด้านการตลาดธุรกิจออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะของผู้บริโภค ปัจจัยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการรับรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี กับลักษณะของผู้บริโภค
3. เพื่อศึกษาปัจจัยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อการรับรู้การใช้เทคโนโลยีของผู้บริโภคใน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

### ขอบเขตของการวิจัย

#### 1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาเอกสาร ตำรา บทความ ทำการศึกษาภายใต้แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ แนวคิดเกี่ยวกับระบบสารสนเทศและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี และแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ และแนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจ

#### 1.4.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร คือ ผู้บริโภคในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี จำนวน 148,652 คน (สถิติ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2568)

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคใน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดโดยใช้สูตรของ Yamane (1967) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น (Confidence Interval) ที่ระดับ 95%, ค่าความคลาดเคลื่อนอยู่ที่  $\pm 5\%$

(กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2560) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยเลือกสุ่มแบบสะดวกจากผู้บริโภค ในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานีด้วยแบบสอบถาม จนครบ 400 คน

#### 1.4.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาคือ อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

#### 1.4.4 ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการศึกษาวิจัย ในระหว่างเดือน ธันวาคม 2568 - กุมภาพันธ์ 2569

### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### 1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษารุ่นนี้ ผู้วิจัยกำหนดให้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ลักษณะของแบบสอบถาม มี 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะของผู้บริโภค ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจออนไลน์ ประกอบด้วย ความสะดวกในการใช้งานของระบบ ประสิทธิภาพและความรวดเร็วของระบบ ความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือของระบบ ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เทคโนโลยี รวมจำนวน 20 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้การใช้เทคโนโลยีในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert's Five Rating Scale) จำนวน 12 ข้อ

เกณฑ์การให้คะแนนในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คะแนน

5 คะแนน	หมายถึง	มากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	มาก
3 คะแนน	หมายถึง	ปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	น้อย
1 คะแนน	หมายถึง	น้อยที่สุด

การแปลความหมายโดยเทียบค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ของเบสท์ (Best, 1981)

คะแนนเฉลี่ย	4.21-5.00	หมายถึง	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41-4.20	หมายถึง	มาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61-3.40	หมายถึง	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81-2.60	หมายถึง	น้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00-1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

## 2. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ แนวคิดเกี่ยวกับระบบสารสนเทศและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี และแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ และแนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการสร้างเป็นแบบสอบถามให้ครอบคลุมเนื้อหาที่จะศึกษา

2. ทำการสร้างแบบสอบถามที่เกี่ยวกับลักษณะของผู้บริโภค ปัจจัยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจออนไลน์ และการรับรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของผู้บริโภค

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อทำการตรวจสอบ ข้อบกพร่อง และนำข้อเสนอแนะมาทำการปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์และเที่ยงตรงมากยิ่งขึ้น แล้วนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบความสอดคล้องของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย

4. การหาค่าความเที่ยงตรงของเครื่องมือ นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่านทดสอบหาความสอดคล้องของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยใช้วิธีการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC : Index of Item Objective Congruence) โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

+1 หมายถึง ผู้ทรงคุณวุฒิแน่ใจว่าคำถามนั้นสอดคล้องกับเนื้อหา สามารถนำไปวัดได้อย่างแน่นอน

0 หมายถึง ผู้ทรงคุณวุฒิไม่แน่ใจว่าคำถามนั้นสอดคล้องกับเนื้อหา ไม่แน่ใจว่าจะนำไปวัดได้

-1 หมายถึง ผู้ทรงคุณวุฒิแน่ใจว่าคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับเนื้อหา ไม่สามารถนำไปวัดได้อย่างแน่นอน

5. การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม (IOC) โดยใช้สูตร

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

เมื่อ IOC หมายถึง ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence)

R หมายถึง ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด

N หมายถึง จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

ค่าดัชนี IOC ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 1 ซึ่งมากกว่า 0.50 ถือว่าข้อคำถามนั้นใช้ได้ สามารถนำไปใช้วัดได้ ถ้าข้อคำถามใดมีค่าน้อยกว่า 0.50 ข้อคำถามนั้นก็ถูกตัดออกไป หรือนำไปปรับปรุงแก้ไขใหม่ให้ดีขึ้น

6. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อทำการตรวจสอบอีกครั้งแล้วนำมาแก้ไขให้สมบูรณ์ก่อนนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

7. หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิเสนอแนะแล้วไปทดลองใช้ กับกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ของแบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ด้วยวิธี Cronbach's Alpha coefficient ของ Cronbach (1974) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.953 ถ้าความเชื่อมั่นมีค่าตั้งแต่ 0.71 – 1.00 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูง (Garrett, 1965) สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสุ่มแบบสะดวกจากผู้บริหาร อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี เพื่อตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน เมื่อรับคืนมาจนครบตามจำนวน และนำแบบสอบถามมาแยกเฉพาะฉบับที่สมบูรณ์ ให้ได้ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

### สรุปผล

1. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้บริหารส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 51.00 อายุ 26-35 ปี ร้อยละ 44.75 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 64.25 สถานภาพสมรส ร้อยละ 84.25 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 44.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท ร้อยละ 51.00

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการใช้เทคโนโลยี พบว่า ปัจจัยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.34$ ) และมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดทุกด้าน เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยแต่ละด้าน จากมากไปน้อย คือ ด้านความสะดวกในการใช้งานของระบบ ( $\bar{x} = 4.41$ ) ด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือของระบบ ( $\bar{x} = 4.39$ ) ด้านประสิทธิภาพและความรวดเร็วของระบบ ( $\bar{x} = 4.30$ ) และด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เทคโนโลยี ( $\bar{x} = 4.27$ ) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์การรับรู้การใช้เทคโนโลยีในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี พบว่า การรับรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานีในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.30$ ) และมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดทุกด้าน เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยแต่ละด้านจากมากไปน้อย คือ ด้านการรับรู้ด้านความตั้งใจในการใช้บริการต่อไป ( $\bar{x} = 4.34$ ) ด้านการรับรู้ด้านความเชื่อมั่นและทัศนคติ ( $\bar{x} = 4.31$ ) ด้านการรับรู้ด้านความพึงพอใจ ( $\bar{x} = 4.29$ ) และด้านการรับรู้ด้านคุณค่าและประโยชน์ ( $\bar{x} = 4.28$ ) ตามลำดับ

4. ผลการเปรียบเทียบการรับรู้การใช้เทคโนโลยีในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการรับรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ส่วนผู้บริโภคที่มีอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และอาชีพแตกต่างกัน มีการรับรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

5. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการใช้เทคโนโลยี กับการรับรู้การใช้เทคโนโลยีในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี พบว่า ปัจจัยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศประกอบด้วย ตัวแปร 4 ตัว คือ ปัจจัยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความสะดวกในการใช้งานของระบบ ( $X_1$ ) ด้านประสิทธิภาพและความรวดเร็วของระบบ ( $X_2$ ) ด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือของระบบ ( $X_3$ ) ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เทคโนโลยี ( $X_4$ ) ที่ส่งผลต่อการรับรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีอิทธิพลต่อการรับรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานีสูงเรียงตามลำดับคือ ด้านความสะดวกในการใช้งานของระบบ ด้านประสิทธิภาพและความรวดเร็วของระบบ ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เทคโนโลยี ด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือของระบบ ซึ่งตัวแปรทั้ง 4 ตัวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรการรับรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ได้ร้อยละ 42.90 และเขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 1.469 + 0.376X_1 - 0.345X_2 + 0.277X_3 + 0.338X_4$$

## อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง การศึกษาเรื่อง การรับรู้การใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการรับรู้การใช้เทคโนโลยี ในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมา อภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการใช้เทคโนโลยี พบว่า ปัจจัยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดทุกด้าน เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยแต่ละด้านจากมากไป น้อย คือ ด้านความสะดวกในการใช้งานของระบบ ด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือของระบบ ด้าน ประสิทธิภาพและความรวดเร็วของระบบ และด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เทคโนโลยี ตามลำดับ ทั้งนี้เพราะระบบสารสนเทศมีการทำงานที่รวดเร็ว สามารถเข้าใช้งานได้ง่าย และเข้าถึงระบบได้จากทุก ช่องทาง ทุกที่และทุกเวลาที่ผู้ใช้บริการต้องการ ผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของปรานปรียา ดาวศิริโรจน์ (2565) เรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุน Gamefi ของ ผู้บริโภคกลุ่ม สังคมออนไลน์ในประเทศไทย ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับ ปัจจัยด้านความง่ายในการใช้งาน และปัจจัยด้านความไว้วางใจ อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผล การศึกษาของชลธิชา อีรวงศธร (2565) เรื่อง การศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ บริการซื้อก่อนจ่ายทีหลังของเจนเนอเรชันที่พบว่า การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน (Perceived ease of use) ความไว้วางใจในระบบ (Perceived trust) และการรับรู้ ความเสี่ยง (Perceived risk) อยู่ในระดับ มาก

ผลการวิเคราะห์การรับรู้การใช้เทคโนโลยีในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี พบว่า การรับรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลอง หลวง จังหวัดปทุมธานีในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดทุกด้าน เมื่อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยแต่ละด้านจากมากไปน้อย คือ ด้านการรับรู้ด้านความตั้งใจในการใช้บริการต่อไป ด้าน การรับรู้ด้านความเชื่อมั่นและทัศนคติ ด้านการรับรู้ด้านความพึงพอใจ และด้านการรับรู้ด้านคุณค่าและ ประโยชน์ ตามลำดับ ทั้งนี้เพราะการที่ผู้บริโภครับรู้ถึงการใช้งานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจ ออนไลน์ ทำให้เข้าใจระบบและยอมรับการใช้เครื่องมือ เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย เพื่อเข้าถึงข้อมูล การ ซื้อขาย การสร้างปฏิสัมพันธ์และตัดสินใจทางธุรกิจออนไลน์ ด้วยความเร็วในการเข้าถึงข้อมูล และต้อง อาศัยทักษะความรู้และมีระบบสารสนเทศที่เชื่อถือได้ และมีความปลอดภัยน่าเชื่อถือในการใช้งาน และมี การดูแลข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภค ไม่ให้เกิดความเสี่ยงในการใช้งานระบบ ผลการศึกษาสอดคล้องกับผล การศึกษาของเกวลี พร้อมมูล และทรงพร หาญสันติ (2566) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ ในการ ใช้งานแอปพลิเคชัน PEA Smart Plus ที่พบว่า ผู้ใช้การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึง ประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานความสะดวกทำให้มีความพึงพอใจในการใช้งานมากขึ้น และได้นำไปใช้งาน

จริง สอดคล้องกับพรรณนิภา วิชัยพล และ สุรินทร์ มรรคา (2566) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ Mobile Banking ในอำเภอคลองหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราชที่พบว่า การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ ประโยชน์และความพึงพอใจด้านคุณภาพของข้อมูลในระดับมากที่สุด

ผลการเปรียบเทียบการรับรู้การใช้เทคโนโลยีในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการรับรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ทั้งนี้เพราะ ลักษณะทางประชากรศาสตร์สามารถ จำแนกผู้บริโภคตามลักษณะที่กำหนดได้อย่างชัดเจน เพื่อนักการตลาดสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการวิจัยตลาดของกลุ่มเป้าหมายได้ เพื่อวางแผนการตลาดที่สามารถสนองความต้องการที่แตกต่างกันของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น ผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของปาริฉัตร ธนเศรษฐบุรณ์ (2566) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ากลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ ในช่องทางออนไลน์ที่พบว่าอายุ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ากลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ ในช่องทางออนไลน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของZhang, Zhao and Yunyun (2024) เรื่อง ผลกระทบและ ข้อได้เปรียบของช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ของแบรนด์ที่พบว่า เพศ และอายุส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการใช้เทคโนโลยี กับการรับรู้การใช้เทคโนโลยีในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี พบว่า ปัจจัยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย ตัวแปร 4 ตัว คือ ปัจจัยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความสะดวกในการใช้งานของระบบ ด้านประสิทธิภาพและความรวดเร็วของระบบ ด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือของระบบ ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อการรับรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีอิทธิพลต่อการรับรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ได้ร้อยละ 42.90 ผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของทักษพร วสุธาร์ตัน (2564) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้ บริการทางการเงินผ่านเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์แชทบอทของธนาคารพาณิชย์ไทยในภาคกลางที่พบว่า ความเชื่อถือและความรู้จักลูกค้ามีผลมากต่อการยอมรับบริการ ความเชื่อมั่นและความพึงพอใจก็เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจและการยอมรับการใช้บริการ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของชนะภาพ อื้อเทียน (2565) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้โมบายแอปพลิเคชัน

ปรึกษาแพทย์ออนไลน์ที่พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพระบบการใช้งาน ได้แก่ ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง และด้านความสะดวกในการเข้าถึง ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง การศึกษาเรื่อง การรับรู้การใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการรับรู้การใช้เทคโนโลยีในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี มีข้อเสนอแนะที่พบในการศึกษารั้งนี้ดังนี้

จากผลการวิจัยด้านปัจจัยการใช้เทคโนโลยี พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญปัจจัยการใช้เทคโนโลยีในระดับมากที่สุด เรียงลำดับความสำคัญคือ ด้านความสะดวกในการใช้งานของระบบ ด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือของระบบ ด้านประสิทธิภาพและความรวดเร็วของระบบ และด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เทคโนโลยี ตามลำดับ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ควรให้ความสำคัญระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่นำมาใช้ต้องมีความเสถียร ตอบสนองการใช้งานได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ และควรเน้นการสร้างระบบเพื่อให้ผู้บริโภคปลอดภัยในการใช้ระบบและสร้างความน่าเชื่อถือในการให้บริการระบบสารสนเทศในการทำธุรกิจทางออนไลน์

จากผลการวิจัยด้านการรับรู้การใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการรับรู้การใช้เทคโนโลยีในธุรกิจออนไลน์ของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญการรับรู้แต่ละด้านในระดับมากที่สุดเรียงลำดับคือ ด้านการรับรู้ด้านความตั้งใจในการใช้บริการต่อไป ด้านการรับรู้ด้านความเชื่อมั่นและทัศนคติ ด้านการรับรู้ด้านความพึงพอใจ และด้านการรับรู้ด้านคุณค่าและประโยชน์ ตามลำดับ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ควรให้ความสำคัญคุณภาพการให้บริการในระบบออนไลน์ โดยเฉพาะระบบความปลอดภัยส่วนบุคคล ควรพัฒนาระบบให้ไม่เกิดความเสี่ยงในการใช้ระบบ โดยเฉพาะเกี่ยวกับการเงิน และความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้ระบบ เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้คุณค่าและประโยชน์ และมีความพึงพอใจในบริการ และมีความตั้งใจที่จะใช้บริการต่อไป