

การศึกษาการยอมรับและการนำเทคโนโลยีไปใช้ในผู้ประกอบการสตรี



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

**TECHNOLOGY ACCEPTANCE AMONG FEMALE
ENTREPRENEURS**



**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL
FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF MANAGEMENT
COLLEGE OF MANAGEMENT
MAHIDOL UNIVERSITY
2021**

COPYRIGHT OF MAHIDOL UNIVERSITY

วิทยานิพนธ์
เรื่อง
การศึกษาการยอมรับและการนำเทคโนโลยีไปใช้ในผู้ประกอบการสตรี

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 22 ตุลาคม พ.ศ. 2564



นางสาวชฎาภรณ์ สะหาย
ผู้วิจัย

รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวุฒิ พิมพา,
Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ดร.สุเทพ นิ่มสาย,
Ph.D.

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิตา รักธรรม,
Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

รองศาสตราจารย์ ดร.ภคพล อนุฤทธิ์,
Ph.D.

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ด้วยความอนุเคราะห์ของบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหลายหน่วยงาน ซึ่งมีอาจนามากกล่าวได้หมด โดยได้รับความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวุฒิ พิมพา ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษาแนะนำ พร้อมทั้งให้ความช่วยเหลืออย่างดียิ่ง ตลอดจนแก้ไขงานวิจัย เพื่อให้งานวิจัยสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น รวมถึงคณาจารย์สาขาผู้ประกอบการและนวัตกรรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ให้อย่างเต็มที่ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์ เพื่อการประยุกต์ใช้ในการทำงานจริง

ขอขอบพระคุณสำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ศูนย์ให้บริการ SMEs ครบวงจร จังหวัดนครราชสีมา สมาพันธ์เอสเอ็มอีไทยจังหวัดนครราชสีมา และหอการค้าจังหวัดนครราชสีมา ตลอดจนบุคลากรทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์และอำนวยความสะดวกในการจัดงานวิจัย และขอขอบคุณผู้ประกอบการสตรี จังหวัดนครราชสีมาทุกท่านที่ได้กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ให้สัมภาษณ์ และให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งเป็นส่วนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ประโยชน์อันพึงได้จากการศึกษาในครั้งนี้ ขอมอบให้แด่ นายชูเกียรติ สะหาย ผู้เป็นบิดา และนางยุพาภรณ์ สะหาย ผู้เป็นมารดา ตลอดจนผู้เขียนหนังสือและบทความต่าง ๆ ที่ให้ความรู้แก่ผู้วิจัย จนทำให้วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยดี และเป็นตัวอย่างทางการศึกษาสำหรับผู้สนใจต่อไป อนึ่งหากมีข้อผิดพลาดประการใด จึงขออภัยมา ณ ที่นี้

ชฎาภรณ์ สะหาย

การศึกษาการยอมรับและการนำเทคโนโลยีไปใช้ในผู้ประกอบการสตรี

TECHNOLOGY ACCEPTANCE AMONG FEMALE ENTREPRENEURS

ชญาภรณ์ สะหาย 6250190

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: รองศาสตราจารย์ ดร. ณัฐวดี พิมพา, Ph.D., ดร.สุเทพ นิ่มสาย, Ph.D., รองศาสตราจารย์ ดร.ภคพล อนุฤทธิ, Ph.D.

บทคัดย่อ

ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีนำไปสู่การเป็นเศรษฐกิจดิจิทัลในปัจจุบัน ส่งผลให้เกิดความตระหนักถึงความจำเป็นในการใช้เทคโนโลยีเพื่อเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนนโยบายทางเศรษฐกิจโดยมุ่งส่งเสริมด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้กับผู้ประกอบการสตรีที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน แต่ยังคงมีข้อจำกัดเรื่องช่องว่างทางเศรษฐกิจระหว่างเพศและบรรทัดฐานทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งเห็นได้จาก สถิติผู้ประกอบการสตรีที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น แต่สัดส่วนของการยอมรับและใช้เทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีในเอเชียมีเพียงร้อยละ 11.5 ของผู้ประกอบการสตรีทั้งหมด แสดงให้เห็นถึงอัตราการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการยังคงมีความเหลื่อมล้ำระหว่างเพศชายและหญิง หรืออิทธิพลของเพศยังคงมีผลต่อการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความเป็นผู้ประกอบการและปัจจัยด้านระบบนิเวศต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี และเปรียบเทียบระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี เพื่อนำเสนอมุมมองการส่งเสริมและสนับสนุนด้านเทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสตรีในกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยใช้การศึกษาวิจัยแบบผสมผสานในรูปแบบการวิจัยแบบขั้นตอนเชิงอธิบาย จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลด้านความเป็นผู้ประกอบการและด้านระบบนิเวศและปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี และผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจในพื้นที่ ๆ ต่างๆ กัน มีการยอมรับเทคโนโลยีที่ไม่แตกต่างกันในปัจจุบัน

คำสำคัญ : การยอมรับเทคโนโลยี/ ผู้ประกอบการสตรี/ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ (Justification of Study)	1
1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย (Research Objective)	4
1.3 คำถามงานวิจัย (Research Questions)	5
1.4 ขอบเขตการวิจัย (Scope of the Study)	5
1.6 กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)	6
1.7 สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)	7
1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ (Definition and terms)	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีและผู้ประกอบการ	10
2.1.1 บทบาทของเทคโนโลยีต่อผู้ประกอบการ (The role of technology to entrepreneurs)	10

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.1.2 เทคโนโลยีกับผู้ประกอบการสตรี	12
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล (Determinants of Digital Entrepreneurship)	16
2.3 แนวคิดและทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Theory of Technology Acceptance)	20
2.3.1 ความหมายของการยอมรับ	20
2.3.2 กระบวนการยอมรับ	21
2.3.3 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี	25
2.3.4 อุปสรรคและข้อจำกัดของการยอมรับเทคโนโลยี	38
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสตรีนิยม (Feminist theory)	39
2.4.1 ทฤษฎีสตรีนิยม	39
2.4.2 ช่องว่างระหว่างเพศและความสำคัญของผู้ประกอบการสตรี	43
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Related research)	44
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	50
3.1 ประเภทของการวิจัย	50
3.2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)	51
3.2.1 วิธีการวิจัย	51
3.2.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	51
3.2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	54

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2.4 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	55
3.2.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	56
3.2.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	57
3.3 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research)	58
3.3.1 วิธีการวิจัย	58
3.3.2 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	58
3.3.3 แหล่งที่มาและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	60
3.3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	61
3.3.5 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	62
3.3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	63
บทที่ 4 ผลการวิจัย	64
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ	65
4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประสบการณ์การใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม	65
4.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม	71
4.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยชี้วัดด้านการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล	78

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.1.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม	84
4.1.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการยอมรับเทคโนโลยี	89
4.1.6 การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล และปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีต่อระดับการยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม	94
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	107
4.2.1 ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการสตรี	107
4.2.2 ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับประสบการณ์ในการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสตรี	107
4.2.3 ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับเทคโนโลยี	111
4.2.4 ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นเพิ่มเติม	116
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	121
5.1 สรุปผลการวิจัย	121
5.1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ	121
5.1.2 การวิจัยคุณภาพ	130
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	134
5.2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลด้านความเป็นผู้ประกอบการและด้านระบบนิเวศต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี	134

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี	135
5.2.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี	137
5.2.4 ระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีในเขตเมืองและนอกเขตเมือง	138
5.3 ข้อจำกัดของการวิจัย	139
5.4 ข้อเสนอแนะ	139
5.4.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการใช้ประโยชน์จากผลการวิจัย	139
5.4.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต	141
บรรณานุกรม	143
ภาคผนวก	1438
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม และแบบคำถามการสัมภาษณ์	148
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย	161
ประวัติผู้วิจัย	165

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
3.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของธุรกิจ	53
3.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพื้นที่การดำเนินธุรกิจ	53
3.2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามประเภทการดำเนินธุรกิจ	61
4.1 แสดงค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลประสิทธิภาพการใช้เทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี	66
4.2 แสดงค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลประสิทธิภาพการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงิน	67
4.3 แสดงค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลประสิทธิภาพการใช้งานเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร	68
4.4 แสดงค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลประสิทธิภาพการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	69
4.5 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลประสิทธิภาพการใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการและการพัฒนา	70
4.6 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลสาเหตุที่เลือกใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ	71
4.7 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลทั่วไปและลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	72
4.8 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลทั่วไปและลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวุฒิการศึกษา	72
4.9 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลทั่วไปและลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทธุรกิจ	73
4.10 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลทั่วไปและลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบธุรกิจ	73
4.11 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลทั่วไปและลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนการจ้างงานของธุรกิจ	74
4.12 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลทั่วไปและลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามสัดส่วนการจ้างงานเพศชายและเพศหญิงในองค์กร	74
4.13 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลทั่วไปและลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	75

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.14 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลทั่วไปและลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพื้นที่ดำเนินธุรกิจ	76
4.15 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลทั่วไปและลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภูมิภาคหรือประสบการณ์การทำงาน	77
4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล ด้านความเป็นผู้ประกอบการ	79
4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล ด้านระบบนิเวศ	82
4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ	85
4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้	86
4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน	87
4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมด้านคุณลักษณะที่สามารถทดลองและสังเกตได้	88
4.22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีในจังหวัดนครราชสีมา	90
4.23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเปรียบเทียบระดับการยอมรับเทคโนโลยี 5 ชั้นของผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจในเขตอำเภอเมืองและนอกเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา	91

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.24 การเปรียบเทียบระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจ	93
4.25 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล และปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีต่อการยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม	95
4.26 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผู้ประกอบการและการยอมรับเทคโนโลยี	96
4.27 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านระบบนิเวศและการยอมรับเทคโนโลยี	96
4.28 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบและการยอมรับเทคโนโลยี	97
4.29 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะที่เข้ากันและการยอมรับเทคโนโลยี	98
4.30 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อนและการยอมรับเทคโนโลยี	98
4.31 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะที่สามารถทดลองและสังเกตได้และการยอมรับเทคโนโลยี	99
4.32 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	100
4.33 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบปกติ	101
4.34 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis)	102
4.35 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)	103
4.36 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)	105
4.37 ประเด็นข้อค้นพบเกี่ยวกับการยอมรับและการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสตรี	118

สารบัญรูปรภาพ

รูปภาพ	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	6
2.1 Digital Entrepreneurial Ecosystem	19
2.2 Decision innovation process	24
2.3 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใน TPB	25
2.1 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใน TAM	28
2.2 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใน CTAM-TPB	29
2.3 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใน DOI	31
2.4 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใน PCI	31
2.5 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใน UTAUT	34
2.6 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใน UTATU2	35
2.7 แบบจำลอง Strategic Adoption	38
3.1 Explanatory Sequential Mixed Methods Design	51

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ (Justification of Study)

ปัจจุบันประเทศไทยได้ก้าวสู่ยุคดิจิทัลอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ส่งผลให้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทต่อประชาชนในการใช้เป็นเครื่องมือในการเข้าถึงข้อมูลในรูปแบบดิจิทัล เพื่อการติดต่อสื่อสารได้อย่างทั่วถึง สะดวก รวดเร็ว และหลากหลายช่องทาง ดังจะเห็นได้จากอัตราการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน เปรียบเทียบตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 ถึง พ.ศ.2561 พบว่า จำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.9 และจำนวนผู้ใช้งานโทรศัพท์มือถือแบบ Smart phone เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 33 (National Statistical Office, 2018) จากพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีของผู้คนที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้เกิดการค้าและธุรกิจบนโลกออนไลน์อย่างแพร่หลาย เทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทต่อธุรกิจมากยิ่งขึ้น แนวโน้มของธุรกิจส่วนใหญ่จึงต้องมีการปรับตัวตามเทคโนโลยีเหล่านั้น เนื่องจากการดำเนินธุรกิจในรูปแบบเดิมอาจไม่เพียงพอต่อการอยู่รอดของธุรกิจในระยะยาว เพราะการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นล้วนสร้างผลกระทบที่สำคัญต่อการดำรงอยู่และการเจริญเติบโตของธุรกิจ การนำเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจจึงเป็นตัวแปรสำคัญของการอยู่รอดในตลาด และเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้มากขึ้น หรืออย่างน้อยก็สามารถรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันให้ทัดเทียมกับคู่แข่งในตลาดได้ (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2560) โดยในปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจเริ่มมีการปรับตัวใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้น ดังจะเห็นได้จากอัตราการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานประกอบการ เปรียบเทียบตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2562 พบว่า มีจำนวนผู้ประกอบการที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.3 (National Statistical Office, 2019)

ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีนำไปสู่การเป็นเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) (Mohanarajan, 2016) สำหรับประเทศไทยรัฐบาลได้ตระหนักถึงความจำเป็นในการใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการปฏิรูปประเทศเพื่อความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน จึงได้เกิดแนวคิดนโยบายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยในรูปแบบเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) ที่มุ่งเน้นให้เกิดการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเชื่อมโยงในทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อผลักดันเศรษฐกิจของประเทศ และหนึ่งในนโยบายสำคัญ คือ การส่งเสริมและสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้กับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME: Small and Medium Enterprises) ธุรกิจ Startup และวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากอัตราการเติบโตของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นหนึ่งในตัวชี้วัดความสำเร็จที่สำคัญและเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความมั่งคั่ง การจ้างงาน และการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Bosma et al., 2000) โดยมุ่งการพัฒนาไปในทุก ๆ ภูมิภาคของประเทศไทย โดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เนื่องจาก เป็นหนึ่งในภูมิภาคที่มีศักยภาพเชิงพื้นที่สูง มีความได้เปรียบในเชิงที่ตั้ง เป็นพื้นที่ศูนย์กลางของอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงที่เชื่อมโยงสปป.ลาว ประเทศเวียดนามตอนเหนือ ต่อเนื่องไปยังประเทศจีนซึ่งเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของโลก และยังเชื่อมโยงกับพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศ จึงมีโอกาเป็นพื้นที่ในการพัฒนาอุตสาหกรรมต่อเนื่องจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ของประเทศ ซึ่งตรงกับเป้าหมายหรือแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจหลักเชิงพื้นที่นั่นเอง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือจึงนับว่าเป็นภูมิภาคที่น่าสนใจในการพัฒนาเป็นอย่างมาก

เทคโนโลยีและนวัตกรรมต่างถูกยกให้เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อผู้ประกอบการทุกรูปแบบ โดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สาเหตุที่เห็นได้ชัด คือ ผู้ประกอบการที่ปฏิเสธหรือปรับตัวช้าเกินไปในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการของธุรกิจ ต้องดิ้นรนเป็นอย่างมากที่จะอยู่รอดในตลาดที่มีสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น และมีกรณีศึกษามากมายที่ถูกนำเสนอให้เห็นว่าผู้ประกอบการที่ปฏิเสธหรือปรับตัวช้าเกินไป มักไม่สามารถรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด หรือแม้กระทั่งต้องหยุดกิจการไปในที่สุด (Sahanon et al., 2017) โดยสาเหตุหลัก ๆ ที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องยอมรับและปรับตัวในเรื่องของเทคโนโลยี นั่นคือ แรงผลักดันจากลูกค้า (Customer Driven) การค้าเสรีทำให้คู่แข่งทางธุรกิจสามารถเข้ามาในตลาดได้อย่างง่ายดาย ส่งผลให้ลูกค้ามีทางเลือกที่เพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการธุรกิจต้องมีความ

พร้อมและมีความสามารถที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด ซึ่งหนึ่งในเครื่องมือสำคัญ นั่นคือ การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม เนื่องจากเทคโนโลยีกลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญเชิงกลยุทธ์ ที่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่ธุรกิจได้ อีกทั้งความเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีของผู้ประกอบการยังสามารถช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในความรู้สึกของลูกค้าได้อีกด้วย การใช้เทคโนโลยีจึงนับว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการและธุรกิจ แต่ในปัจจุบันผู้ประกอบการ SME ไม่ค่อยตระหนักถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้อำนวยความสะดวกในการเติบโต และความเป็นสากลของธุรกิจของพวกเขา เห็นได้จากสถิติการใช้เทคโนโลยีของผู้ประกอบการในระยะเริ่มต้น (Total Early - Stage Entrepreneurship Activity : TEA) ประเทศไทยนับว่ามีสัดส่วนของผู้ประกอบการที่ใช้เทคโนโลยีใหม่ในการดำเนินธุรกิจอยู่ในระดับที่ไม่สูงมากเมื่อเทียบกับประเทศในกลุ่มอาเซียน (United Nations, 2018) นั่นอาจเป็นเพราะในปัจจุบันยังคงมีข้อจำกัดมากมายที่มีผลทำให้ผู้ประกอบการ SME ยังไม่สามารถเข้าถึงหรือยอมรับการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นโยบายการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ธุรกิจสตาร์ทอัพ และวิสาหกิจชุมชน ในปัจจุบันประเทศไทยนับว่ามีนโยบายการส่งเสริมและสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้กับผู้ประกอบการธุรกิจมากยิ่งขึ้น โดยผู้ประกอบการสตรีเป็นอีกหนึ่งกลุ่มที่ถูกให้ความสำคัญเช่นเดียวกับทั่วโลกที่ต่างหันมาผลักดันและมุ่งส่งเสริมธุรกิจที่ดำเนินงานด้วยผู้ประกอบการสตรีเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากผู้ประกอบการสตรีนับว่ามีบทบาทในการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจในหลาย ๆ เศรษฐกิจของโลก (Minniti et al., 2005) และการมีส่วนร่วมของสตรีในระบบเศรษฐกิจจะสามารถเพิ่มมูลค่าผลผลิตไปทั่วโลก (United Nations, 2018) นั่นแสดงให้เห็นว่าในปัจจุบันสตรีได้รับการยอมรับมากยิ่งขึ้นในบริบทของการดำเนินธุรกิจ แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่าสตรียังคงมีข้อจำกัดมากมาย ไม่ว่าจะเป็น ด้านการศึกษา การฝึกอบรม ทรัพยากรทางการเงิน และการรับรู้และการเข้าถึงเทคโนโลยีเมื่อเทียบกับเพศชาย (United Nations, 2018) ซึ่งข้อจำกัดข้างต้นล้วนเกิดจากช่องว่างทางเศรษฐกิจระหว่างเพศ (World Economic Forum, 2019) และบรรทัดฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่เลือกปฏิบัติสืบต่อกันมา จากสถิติผู้ประกอบการสตรีที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 6.6 (Global Entrepreneurship Monitor, 2018) แต่สัดส่วนของการยอมรับและใช้เทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีในเอเชียมีเพียงร้อยละ 11.5 ของผู้ประกอบการสตรีทั้งหมดเท่านั้น (พันธศักดิ์ อาภาขจร, 2561) นั่นหมายถึงอัตราการยอมรับ

เทคโนโลยีของผู้ประกอบการยังคงมีความเหลื่อมล้ำระหว่างผู้ประกอบการเพศชายและหญิงในการยอมรับเทคโนโลยี หรืออิทธิพลของเพศยังคงมีผลต่อการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจของ SME ซึ่งตรงกับหลักฐานเรื่อง ช่องว่างทางเพศของเทคโนโลยี (Technological gender gaps) ที่เกิดจากความแตกต่างทางเพศในด้านเทคโนโลยีและด้านความรู้ทางการเงิน (Canada and Brusca, 1993) โดยในอดีตจนถึงปัจจุบันการศึกษาระหว่างสตรีกับเทคโนโลยียังคงถูกละเลย มีการศึกษาและตรวจสอบน้อยมากในประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างเพศและการยอมรับเทคโนโลยี (Dy et al.,2016)

จากสถานการณ์ดังกล่าว ผู้ทำการวิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับ “การยอมรับเทคโนโลยีในผู้ประกอบการสตรี” โดยศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับเทคโนโลยี และระดับของการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีในบริบทที่แตกต่างกัน เพื่อที่จะสามารถนำผลของการวิจัยไปใช้ในการกำหนดแนวทางในการพัฒนาหรือปรับปรุงการส่งเสริมและสนับสนุน การใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสตรีที่เหมาะสมมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้นเช่นกัน

1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย (Research Objective)

วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้ เพื่อทำการศึกษาการยอมรับและการนำเทคโนโลยีไปใช้ในผู้ประกอบการหญิงโดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.2.1 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความเป็นผู้ประกอบการและปัจจัยด้านระบบนิเวศต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีในจังหวัดนครราชสีมา

1.2.2 เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีในเขตเมืองและนอกเขตเมือง

1.2.3 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการส่งเสริมและสนับสนุนด้านเทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสตรีในกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1.3 คำถามงานวิจัย (Research Questions)

1.3.1 มีความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความเป็นผู้ประกอบการและปัจจัยด้านระบบนิเวศต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีอย่างไร

1.3.2 การยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีในเขตเมืองและนอกเขตเมืองมีความแตกต่างกันหรือไม่

1.3.3 ปัจจัยที่ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสตรียอมรับเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันคืออะไร

1.4 ขอบเขตการวิจัย (Scope of the Study)

งานวิจัยฉบับนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods Approach) โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสานในรูปแบบการวิจัยแบบขั้นตอนเชิงอธิบาย (Explanatory Sequential Design) โดยแบ่งการวิจัยเป็น 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่หนึ่ง การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยและเปรียบเทียบระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตเมืองและนอกเขตเมือง จังหวัดนครราชสีมา ภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ตามด้วยขั้นตอนที่สอง การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อช่วยในการอธิบายผลการศึกษเปรียบเทียบในประเด็นของระดับของการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีในเขตเมืองและนอกเขตเมือง รวมไปถึงประเด็นความต้องการที่สามารถส่งเสริมทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น ซึ่งการวิจัยเชิงคุณภาพทำการศึกษาโดยวิธีการสัมภาษณ์ (Interview) จากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ประกอบด้วย ผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจในเขตเมือง และผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจนอกเขตเมือง ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่เดือนมีนาคม พ.ศ. 2564 ถึง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2564

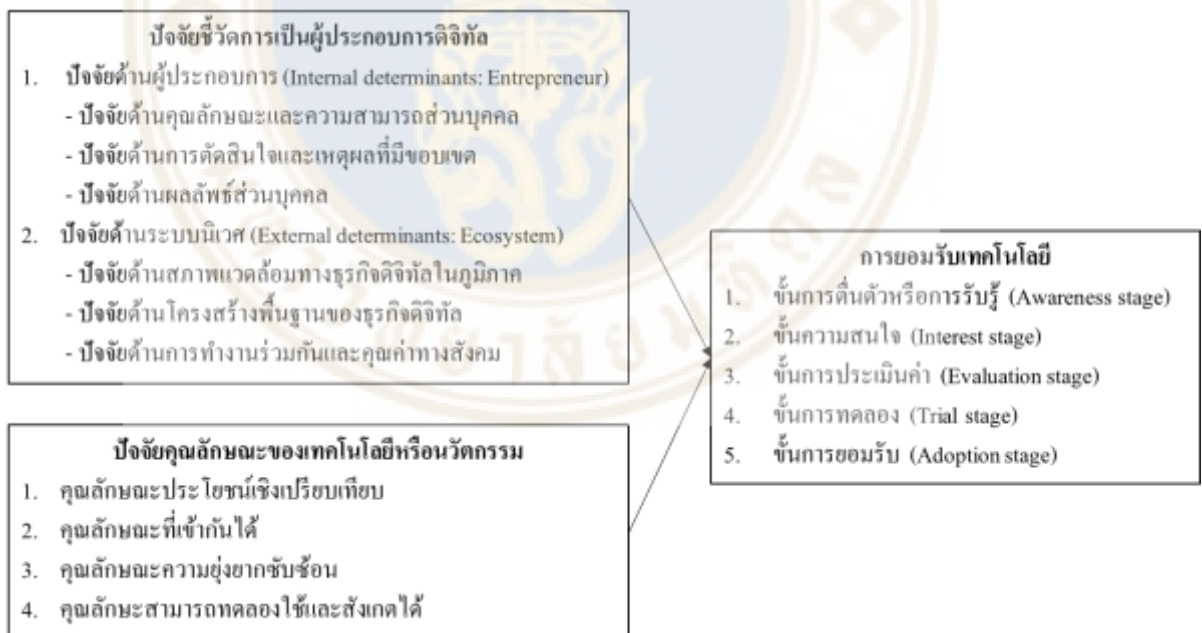
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ (Expected or Anticipated Benefit Gain)

1.5.1 เพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจด้วยเทคโนโลยีที่สามารถนำไปสู่ความเท่าเทียมกันของผู้ประกอบการชายหญิงในการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้

1.5.2 เพื่อเข้าใจถึงปัจจัยที่มีผลต่อยอมรับและนำเทคโนโลยีไปใช้ของผู้ประกอบการสตรีในปัจจุบัน ซึ่งเป็นประโยชน์ในการดำเนินการส่งเสริมด้านเทคโนโลยีให้กับผู้ประกอบการสตรีเพื่อความก้าวหน้าในการดำเนินธุรกิจต่อไปในอนาคต

1.5.3 เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาเทคโนโลยีสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีความเหมาะสมกับความต้องการและการยอมรับของผู้ประกอบการหญิง

1.6 กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)



รูปภาพที่ 1. 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

1.7 สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

สมมติฐานที่ 1 มีความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผู้ประกอบการและการยอมรับเทคโนโลยี

สมมติฐานที่ 2 มีความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านระบบนิเวศและการยอมรับเทคโนโลยี

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบมีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยี

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยคุณลักษณะที่เข้ากันได้มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยี

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อนมีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยี

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยคุณลักษณะที่สามารถทดลองและสังเกตได้มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยี

สมมติฐานที่ 7 การยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีในเขตเมืองแตกต่างไปจากผู้ประกอบการสตรีนอกเขตเมือง

1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ (Definition and terms)

1.8.1 เทคโนโลยี (Technology) หมายถึง องค์ความรู้ที่สามารถใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนระบบการผลิตและการจัดส่ง ซึ่งเทคโนโลยีสามารถรวมอยู่ได้ทั้งในคน วัสดุ กระบวนการ เครื่องมือและอุปกรณ์ โดยองค์ประกอบของเทคโนโลยีอาจมีความชัดเจน (Explicit) และหรือไม่แสดงออกอย่างชัดเจนก็ได้

1.8.2 การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) หมายถึง การได้รับทราบข้อมูล และเห็นความสำคัญของเทคโนโลยีนั้น ๆ ตลอดจนเกิดการประเมิน การตัดสินใจยอมรับเทคโนโลยี โดยการนำเทคโนโลยีไปปรับใช้อย่างเต็มที่ในการดำเนินธุรกิจเพื่อเสริมสร้างสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน หรือเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตัวบุคคล

1.8.3 การรับรู้ (Perception) หมายถึง กระบวนการที่เกี่ยวกับความเข้าใจ การคิด การรู้สึก (Sensing) ความจำ (Memory) การเรียนรู้ (Learning) และการตัดสินใจ (Decision making)

1.8.4 ขั้นตื่นตัวหรือรับทราบ (Awareness Stage) ผู้ประกอบการรับรู้ว่ามีเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ช่วยส่งเสริมในการดำเนินธุรกิจ แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์ของสิ่งนั้น

1.8.5 ขั้นสนใจ (Interest Stage) ผู้ประกอบการรู้สึกสนใจในเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมาใช้ในการดำเนินธุรกิจของตน และเริ่มหาข้อเท็จจริงและข่าวสารมากขึ้น โดยอาจสอบถามจากกลุ่มเพื่อน หรือบุคคลที่เคยทดลองใช้มาก่อน หรือเสาะหาความรู้จากผู้ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมนั้นๆ เพื่อตอบสนองความสนใจของตนเอง

1.8.6 ขั้นประเมินผล (Evaluation Stage) ผู้ประกอบการพิจารณาถึงข้อดี ข้อเสีย ข้อจำกัด และระดับความยุ่งยากในการนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ พิจารณาถึงความคุ้มค่า แล้วจึงจะตัดสินใจว่าจะนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมนั้นมาใช้ในการดำเนินธุรกิจหรือไม่

1.8.7 ขั้นทดลอง (Trial Stage) ผู้ประกอบการได้ผ่านการไตร่ตรองและตัดสินใจที่จะทดลองนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งอาจเป็นการทดลองเพียงบางส่วนหรือทั้งหมด โดยการทดลองนี้เป็นเพียงการยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมชั่วคราว เพื่อประเมินว่าควรจะต้องตัดสินใจยอมรับโดยถาวรหรือไม่

1.8.8 ขั้นยอมรับ (Adoption Stage) ผู้ประกอบการยอมรับและนำเอาเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจอย่างถาวร

1.8.9 ปัจจัยด้านผู้ประกอบการ (Entrepreneur) คือ ปัจจัยส่วนบุคคล หรือสิ่งที่เป็นตัวตนของผู้ประกอบการ

1.8.10 ปัจจัยด้านระบบนิเวศ (Ecosystem) คือ สิ่งต่างๆ ในระบบที่มีความเกี่ยวข้อง เชื่อมโยง และเกื้อกูลต่อความเป็นผู้ประกอบการหรือการดำเนินธุรกิจ

1.8.11 คุณลักษณะประ โยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) คือ การรับรู้ว่าเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมนั้นมีประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจมากกว่าวิธีการปฏิบัติแบบเดิม ๆ

1.8.12 คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) คือ การรับรู้ที่เทคโนโลยีมีความสอดคล้องกับเทคโนโลยีหรือการทำงานแบบเดิม สอดคล้องกับความต้องการ ค่านิยม และประสบการณ์ของผู้ประกอบการ

1.8.13 คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) คือ การรับรู้ที่เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมนั้นได้รับการมองว่ายากต่อความเข้าใจหรือยากต่อการใช้งาน

1.8.14 คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trainability) คือ การนำเอาเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมไปทดลองใช้ได้โดยไม่มีเงื่อนไขผูกมัดและมีผู้คอยให้คำแนะนำระหว่างใช้บริการอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาทดลองใช้

1.8.15 คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) การรับรู้ถึงผลลัพธ์ที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมนั้นจะต้องสามารถจับต้องได้ สังเกตได้ และสามารถถ่ายทอดได้

1.8.16 ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME: Small and Medium Enterprises) หมายถึงกิจการที่ดำเนินงานเกี่ยวกับการผลิต การค้าหรือบริการ มีมูลค่าทรัพย์สินถาวรไม่เกินสองร้อยล้านบาท มีการจ้างงานไม่เกินสองร้อยคน

1.8.17 ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Entrepreneur) หมายถึงผู้ประกอบการธุรกิจประเภทธุรกิจการผลิต ธุรกิจการค้า และธุรกิจบริการ ที่ดำเนินการธุรกิจด้วยตนเอง ไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของบุคคลหรือธุรกิจอื่น มีต้นทุนในการดำเนินธุรกิจต่ำ และมีพนักงานจำนวนไม่มาก

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เรื่อง การศึกษาการยอมรับและการนำเทคโนโลยีไปใช้ในผู้ประกอบการหญิง มีดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีและผู้ประกอบการ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสตรีนิยม
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีและผู้ประกอบการ

2.1.1 บทบาทของเทคโนโลยีต่อผู้ประกอบการ (The role of technology to entrepreneurs)

จากการศึกษาของ Robert Kolaski (2018) และ Kunjlata Lal (2018) พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมักต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นเพื่อให้ได้มาซึ่งส่วนแบ่งทางการตลาดและการสร้างการเติบโตให้กับธุรกิจ แต่ธุรกิจนั้นสามารถสูญหายหรือตายไปได้หากผู้ประกอบการล้มเหลวในการปรับตัวในการใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมาก เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในโลกสมัยใหม่ได้สร้างโอกาสทางธุรกิจและสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ Kunjlata Lal (2018) ยังกล่าวไว้อีกว่า การเข้ามาของ

เทคโนโลยีนั้นสามารถทำให้ชีวิตของผู้ประกอบการง่ายมากยิ่งขึ้น โดยจากการศึกษาสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของเทคโนโลยีที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการดังนี้

1) เทคโนโลยีช่วยผู้ประกอบการในด้านการสื่อสาร เทคโนโลยีช่วยลดความยุ่งยากในการสื่อสารในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการเชื่อมต่อทางสังคม หรือการถ่ายทอดข้อมูลสำคัญต่าง ๆ เทคโนโลยีเป็นพื้นฐานสำหรับการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพทั้งภายในและภายนอกองค์กร ภายในคือ เทคโนโลยีช่วยปรับปรุงการถ่ายทอดข้อมูลที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคล ระหว่างฝ่ายหรือแผนก โดยใช้วิธีการส่งข้อมูลผ่านอีเมลล์ หรือแพลตฟอร์มดิจิทัล และในส่วนของภายนอก เทคโนโลยีทำให้การสื่อสารเป็นเรื่องที่ง่ายและแพร่หลายได้มากยิ่งขึ้น กล่าวโดยสรุปคือ เทคโนโลยีช่วยทำให้มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีขึ้นด้วยระบบการสื่อสารที่ดีขึ้น จึงส่งผลให้เกิดการสื่อสารที่ดีขึ้นนั่นเอง (Robert Kolaski, 2018 และ Kunjlata Lal, 2018)

2) เทคโนโลยีช่วยผู้ประกอบการในด้านการตัดสินใจ การตัดสินใจของผู้ประกอบการในธุรกิจ เป็นกระบวนการที่สำคัญ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีตัวช่วยเพื่อปรับปรุงกระบวนการตัดสินใจให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด เทคโนโลยีเป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยรวบรวมข้อมูลสำคัญ และช่วยให้ผู้ประกอบการมองเห็นจุดอ่อนของธุรกิจตนและสามารถวางแผนและตัดสินใจได้ง่ายยิ่งขึ้น (Robert Kolaski, 2018) เช่นเดียวกับ Kunjlata Lal (2018) ที่กล่าวไว้ว่า การวิจัยและการพัฒนาด้วยการใช้เทคโนโลยีสามารถทำให้ผู้ประกอบการมีข้อมูลสำคัญที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจทั้งในมุมมองของการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และการตัดสินใจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

3) เทคโนโลยีช่วยขับเคลื่อนการตลาดและการเติบโตของธุรกิจ เทคโนโลยีสมัยใหม่ช่วยในการทำโฆษณาและการเจาะตลาดใหม่ ๆ ในรูปแบบการโฆษณาแบบดิจิทัล ซึ่งช่วยเพิ่มการเข้าถึงของกลุ่มลูกค้า ซึ่งไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจรูปแบบใดก็ตาม เทคโนโลยียังคงเป็นส่วนหนึ่งของส่วนผสมทางการตลาดของผู้ประกอบการที่มีความสำคัญที่เป็นกุญแจสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการ (Robert Kolaski, 2018 และ Kunjlata Lal, 2018)

4) เทคโนโลยีช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ปัจจุบันธุรกิจอื่น ๆ มุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมการตลาดและโฆษณามากขึ้น ความจำเป็นที่จะต้องอยู่เหนือความสำเร็จเป็นสิ่งสำคัญ หากคู่แข่งกำลังใช้เทคโนโลยีเพื่อถ่วงน้ำหนักและแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด

ดังนั้นเทคโนโลยีจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องใช้เพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดของตนเองและช่วงชิงความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Robert Kolaski, 2018 และ Kunjlata Lal, 2018)

5) เทคโนโลยีช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เทคโนโลยีช่วยจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ช่วยให้ผู้ประกอบการได้ข้อมูลสำคัญของกลุ่มลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นความต้องการ พฤติกรรมลูกค้า เป็นต้น (Robert Kolaski, 2018 และ Kunjlata Lal, 2018)

6) เทคโนโลยีช่วยทำให้เกิดการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น เทคโนโลยีสามารถประสานการทำงานของธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการ คน วัตถุดิบ เงิน และองค์กรได้ง่ายและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Robert Kolaski, 2018) ซึ่ง Kunjlata Lal (2018) ก็ได้กล่าวไว้ว่า บทบาทที่สำคัญของเทคโนโลยีต่อผู้ประกอบการนั้นก็คือ เทคโนโลยีช่วยทำให้การบริหารจัดการธุรกิจมีประสิทธิภาพมากขึ้นในขณะที่ต้นทุนลดลง และใช้เวลาน้อยลง

2.1.2 เทคโนโลยีกับผู้ประกอบการสตรี

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมีความสำคัญสำหรับผู้ประกอบการสตรีอย่างไร ยังไม่มีการศึกษาใดที่สามารถให้ข้อมูลได้อย่างชัดเจน เนื่องจากไม่มีข้อมูลการแบ่งแยกทางเพศที่สอดคล้องกัน จึงเป็นเรื่องยากที่จะอธิบายได้อย่างชัดเจนว่าผู้ประกอบการสตรีใช้เทคโนโลยีเพื่อเริ่มต้นหรือดำเนินธุรกิจอย่างไร

งานวิจัยในสาขาผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในกลุ่มของผู้ประกอบการสตรีและการนำเทคโนโลยีมาใช้ยังคงมีข้อจำกัดมากมายเนื่องจากยังไม่มีการศึกษาที่กว้างขวางนัก แต่การศึกษาที่มีอยู่ชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการสตรียังคงต้องเผชิญกับข้อจำกัดหลากหลายประการ ยกตัวอย่างเช่น การศึกษาของ Venkatesh และ Morris (2000) พบข้อจำกัดว่า ยังคงมีเรื่องของคุณสมบัติของเพศที่ทำให้เกิดความคาดหวังว่าสตรีจะต้องมีความรู้สึกที่อ่อนไหว และมีความคาดหวังสูงกว่าเพศชายในการนำเทคโนโลยีมาใช้ ในขณะที่เดียวกันเมื่อคำนึงถึงข้อเท็จจริง จะพบว่า ข้อจำกัดของสตรีอาจมีความสัมพันธ์กับข้อเท็จจริง

ที่ว่าเพศชายมีการใช้อินเทอร์เน็ตและใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันมากกว่าสตรี ตามรายงานของ The Asia Foundation (2013) ที่พบว่า อัตราการใช้อินเทอร์เน็ตในกลุ่มผู้ชายในเกือบทุกช่วงอายุมีอัตราการใช้เทคโนโลยีที่สูงกว่าสตรี ในทำนองเดียวกันสถิติของการใช้งานเกี่ยวกับโซเชียลมีเดียได้แสดงให้เห็นว่า การใช้งาน Facebook ในเพศชายอยู่ที่ร้อยละ 61 แต่สตรีมีเพียงร้อยละ 39 และจากการศึกษา 3 ประเทศ ในอาเซียน ยังแสดงให้เห็นว่า สตรีมีโอกาสรับรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ น้อยกว่าเพศชายถึงร้อยละ 12 โดยในกลุ่มประเทศอาเซียนมีเพียงประเทศสิงคโปร์และประเทศไทยเท่านั้นที่มีการรวบรวมสถิติการใช้เทคโนโลยีของผู้ประกอบการแบบแยกเพศอย่างชัดเจน โดยข้อมูลสถิติที่พบมากที่สุดจะเป็นข้อมูลสถิติการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (ICTs) ในการดำเนินธุรกิจ ตามรายงานของ International Telecommunications Union (2015) ระบุว่า ในประเทศสิงคโปร์มีสตรีเพียงร้อยละ 66 ใช้คอมพิวเตอร์ ในขณะที่เพศชายมีการใช้คอมพิวเตอร์ถึงร้อยละ 74 และสตรีเพียงร้อยละ 65 ใช้อินเทอร์เน็ต ในขณะที่เพศชายใช้อินเทอร์เน็ตถึงร้อยละ 73 ในทำนองเดียวกันสตรีร้อยละ 88 ใช้โทรศัพท์มือถือ ในขณะที่เพศชายใช้โทรศัพท์มือถือถึงร้อยละ 95

ข้อจำกัดที่เกิดจากความแตกต่างทางเพศถูกฝังอยู่ในกระบวนการทางสังคมและการรับรู้ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและนำเทคโนโลยีไปใช้ Venkatesh และ Morris (2000) ได้ตรวจสอบในประเด็นของเพศและประสบการณ์อย่างชัดเจน พบว่า การใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์อย่างมากกับการรับรู้ประโยชน์ในผู้ชายมากกว่าสตรี แต่ในทางกลับกันการยอมรับเทคโนโลยีของสตรีมีความสัมพันธ์อย่างมากกับการรับรู้การใช้งานง่าย และบรรทัดฐานส่วนตัว ถึงแม้ว่าในส่วนของบรรทัดฐานส่วนตัวจะลดลงเมื่อเวลาผ่านไป ในขณะที่ Prowess (2008) ได้รายงานไว้ว่า ผู้ประกอบการสตรีในภาคเทคโนโลยีขั้นสูงกว่าร้อยละ 40 เห็นว่าพวกเขาประสบปัญหาเรื่องเพศในการเริ่มต้นธุรกิจ เจอกับความท้าทาย รวมถึงการเข้าถึงเทคโนโลยีและระบบเครือข่ายที่จำกัด จนทำให้เกิดเป็นสมมติฐานที่ว่าสตรีไม่มีความสามารถทางเทคนิค และมีความขัดแย้งระหว่างบทบาทของผู้ประกอบการและบทบาทของความเป็นมารดา ซึ่งข้อจำกัดในเชิงสังคมดังกล่าวยิ่งส่งผลให้สตรีมีข้อจำกัดในการเชื่อมโยงกับสิ่งเหล่านี้ เช่น ความรู้ในด้านการเชื่อมต่อ ประสบการณ์ในการเข้าไปเชื่อมต่อกับสิ่งต่าง ๆ แต่เทคโนโลยีคือ สิ่งที่สามารถเข้าไปช่วยในการเปิดโอกาสเหล่านี้ให้กับผู้ประกอบการสตรีได้

ตามรายงานการศึกษาของคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งสหประชาชาติสำหรับเอเชียและแปซิฟิก (UNESCAP), (2015) ได้กล่าวไว้ว่า เทคโนโลยีต่าง ๆ มักถูกนำมาใช้ในการเริ่มต้นหรือดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน มักเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการสนับสนุนการดำเนินงานของผู้ประกอบการสตรีมากขึ้น สามารถช่วยให้ผู้ประกอบการสตรีเข้าถึงตลาดที่มีการเติบโตได้สูงมากขึ้น ด้วยการนำเสนอข้อมูลทางการตลาดที่ดีขึ้น และช่วยเพิ่มโอกาสในการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านแพลตฟอร์มการค้าปลีกแบบออนไลน์และโซเชียลมีเดียได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยUNESCAP, (2015) ได้จำแนกประเภทของเทคโนโลยีตามคุณประโยชน์ที่ช่วยส่งเสริมผู้ประกอบการสตรี ไว้ดังนี้

1) เทคโนโลยีที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสตรีสามารถเข้าถึงการบริการทางการเงินและการเงินและเครดิตได้สะดวกและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น แอปพลิเคชันด้านการเงินและธนาคารบนสมาร์ตโฟน การระดมทุน และการชำระเงินออนไลน์

2) เทคโนโลยีที่ช่วยเพิ่มสมรรถนะและความสามารถให้แก่ผู้ประกอบการสตรี เช่นเทคโนโลยีที่สนับสนุนในการสร้างเครือข่าย และการสร้างทุนทางสังคม

3) เทคโนโลยีที่ช่วยลดภาระในด้านของเวลาให้แก่ผู้ประกอบการสตรี เช่น เครื่องมือซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ที่ช่วยทำให้กระบวนการและการเข้าถึงตลาดง่ายขึ้น และมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4) เทคโนโลยีที่ช่วยสนับสนุนในแง่ของสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมทางสังคมให้แก่ผู้ประกอบการสตรี เช่น แพลตฟอร์มออนไลน์ โซเชียลมีเดีย ที่เป็นหนึ่งในเทคโนโลยีที่เป็นช่องทางสำคัญในการดำเนินธุรกิจ อำนวยความสะดวกให้แก่ธุรกิจ และเป็นพื้นที่ ๆ สร้างโอกาสให้กับหลาย ๆ ธุรกิจได้ นั่นจึงทำให้มีผู้ประกอบการสตรีเพิ่มขึ้นผ่านโซเชียลมีเดียและแพลตฟอร์มออนไลน์เป็นจำนวนมากในปัจจุบัน

5) เทคโนโลยีที่ช่วยเปิดโอกาส ส่งเสริม และสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการและการดำเนินธุรกิจ เช่น Mobile-enabled และแพลตฟอร์ม E-Government ที่ช่วยเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายขั้นตอนและข้อบังคับต่าง ๆ

จากลักษณะของเทคโนโลยีที่เป็นเครื่องมือสำคัญในการเป็นผู้ประกอบการสตรีนั้น สามารถจำแนกตามประเภทของเทคโนโลยีที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ได้ดังนี้

1) Internet of Things (IoT) เทคโนโลยีที่ทำให้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ สามารถเชื่อมโยงและรับส่งข้อมูลระหว่างกัน ได้อย่างง่ายดายและสามารถสั่งการเพื่อควบคุมอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้ผ่านทางระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นตัวช่วยที่เข้ามาทำให้การทำงานง่ายขึ้น โดยเฉพาะการเข้ามาทำงานในด้านธุรกิจ เพื่อตอบโจทย์การพัฒนาและการนำข้อมูลที่รวบรวมไว้เป็น Big Data ที่สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจผู้บริโภคอย่างแท้จริง และเพื่อพัฒนาระบบธุรกิจให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นสำหรับองค์กรธุรกิจ

2) Mobile Technology หรือ Mobile Internet เทคโนโลยีที่พัฒนามาจากอินเทอร์เน็ตแบบใช้สายที่ใช้เชื่อมต่อกับคอมพิวเตอร์หรือโน้ตบุ๊ก โดยทำงานเป็นระบบเครือข่ายขนาดใหญ่ แต่เมื่อระบบอินเทอร์เน็ตกลายเป็นที่นิยม จึงถูกพัฒนามาเป็นการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์พกพาหรือสมาร์ทโฟน ในยุคแรกเรียกว่า WAP (Wireless Application Protocol) เสมือนอินเทอร์เน็ตในคอมพิวเตอร์ แตกต่างเพียงรูปลักษณ์ที่ไม่สวยงาม จนถูกพัฒนาระบบมาเรื่อย ๆ เป็น HSCSD, GPRS, EDGE ซึ่งเป็นระบบเก่าที่ถูกเรียกว่า 2G 3G 4G และ 5G ในปัจจุบัน จากการวิเคราะห์ของนักวิเคราะห์เทคโนโลยีได้คาดการณ์ว่า ในปี ค.ศ. 2025 หรือ พ.ศ.2568 ทั่วโลกจะมีผู้ใช้ Mobile Internet ถึง 4,300 ล้านคน และการเข้าถึงเว็บไซต์ผ่านอุปกรณ์พกพาหรือสมาร์ทโฟน จะมีจำนวนมากขึ้น ส่งผลให้แอปพลิเคชันที่ใช้กับอุปกรณ์พกพาหรือสมาร์ทโฟน จะเข้ามาเกี่ยวข้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันในด้านต่าง ๆ ของผู้บริโภค และเข้ามาเกี่ยวข้องกับภาคธุรกิจหรือรูปแบบการดำเนินธุรกิจมากขึ้น

3) Cloud Technology เป็นเครื่องมือที่สำคัญที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงการทำงานในรูปแบบเก่า ทั้งหมดให้เกิดมิติใหม่ในการทำงานที่ง่ายและสะดวกสบายมากขึ้น ช่วยลดความซับซ้อนให้แก่ผู้ใช้งาน โดยเป็นการนำทรัพยากรทางด้านคอมพิวเตอร์ ทั้งในส่วนของฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ มาแบ่งปันการใช้งานหรือให้บริการต่าง ๆ โดยในปัจจุบัน Cloud Technology ได้ถูกพัฒนาให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น จึงขยายการใช้งานจากระดับบุคคล ไปสู่การใช้งานในระดับองค์กร ไม่ว่าจะเป็นองค์กรขนาดเล็ก และขนาดใหญ่มากขึ้น การวิจัยและสำรวจจาก International Data Group เปิดเผยว่า ในปี 2019 มีผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมต่าง ๆ หันมาใช้ Cloud Technology มากถึงร้อยละ 69 รวมถึงผล

สำรวจการใช้งาน Public Cloud และ Private Cloud จาก Right Scale ได้เผยการสำรวจเช่นเดียวกันว่า ธุรกิจและอุตสาหกรรมต่าง ๆ ใช้งาน Public Cloud ถึงร้อยละ 38 ของภาระงานทั้งหมดในองค์กร และใช้งาน Private Cloud มากถึงร้อยละ 41 ของภาระงานทั้งหมดในองค์กร

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล (Determinants of Digital Entrepreneurship)

Liliya Satalkina และ Gerald Steiner (2020) อธิบายเกี่ยวกับระบบความเข้าใจในการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลโดยการจัดระบบตามทฤษฎีของตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพหลักไว้ว่า ในประเทศต่าง ๆ มีการสนับสนุนผู้ประกอบการดิจิทัลในฐานะตัวขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงในทุกๆระดับของเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล ขึ้นอยู่กับปัจจัยกำหนดของการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล จำแนกออกเป็น 2 มิติ ดังนี้

2.2.1 มิติด้านผู้ประกอบการ หรือปัจจัยภายในของผู้ประกอบการ (Entrepreneur)

Liliya Satalkina และ Gerald Steiner (2020) ได้อธิบายถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องไว้ 3 ปัจจัย ดังนี้

2.2.1.1 ปัจจัยด้านคุณลักษณะและความสามารถส่วนบุคคล

1) คุณลักษณะพื้นฐานสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจดิจิทัล หรือการดำเนินธุรกิจด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม ได้แก่ (1) ทุนมนุษย์ (Human capital) หรือทักษะที่สะสมมา ความรู้ความชำนาญ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ ความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนบุคลิกภาพ และทรัพย์สินส่วนอื่นที่จับต้องไม่ได้ อาทิ สัมพันธภาพส่วนบุคคลในสังคม การได้รับการยอมรับในแวดวง ฯลฯ หรือสิ่งที่จะทำให้บุคคลนั้นสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ตนเอง องค์กร และสังคมได้ (2) ทักษะความรู้ (Skills)

2) ความยืดหยุ่นในด้านความชำนาญ การเปิดรับและพร้อมปรับตัวให้สอดคล้องกับทุก ๆ สถานการณ์

2.2.1.2 ปัจจัยด้านการตัดสินใจและเหตุผลที่มีขอบเขต ได้แก่ ทักษะติดต่อโอกาสและความเสี่ยง รวมไปถึงแรงจูงใจส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ

2.2.1.3 ปัจจัยด้านผลลัพธ์ส่วนบุคคล คือ ผลกระทบทางสังคม (Social Impact) ได้แก่ การถูกยอมรับ ตำแหน่งทางสังคม และการเข้าถึงโอกาสหรือความเป็นไปได้ของผู้ประกอบการรายใหม่

2.2.2 มิติด้านระบบนิเวศ หรือปัจจัยภายนอก (Ecosystem)

Liliya Satalkina และ Gerald Steiner (2020) ได้อธิบายถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องในมิติด้านระบบนิเวศไว้ 3 ปัจจัย ดังนี้

2.2.2.1 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจดิจิทัลในภูมิภาค ได้แก่ ความพร้อมหรือข้อจำกัดของทรัพยากร ทักษะดิจิทัลของผู้ประกอบการดิจิทัล บริบทผลกระทบต่อการเริ่มต้นระบบดิจิทัลของผู้ประกอบการหรือธุรกิจ สภาพตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค สภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎระเบียบ และปัจจัยทางการเงิน

2.2.2.2 ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานของธุรกิจดิจิทัล ได้แก่ กรอบงานของคลัสเตอร์ดิจิทัล เงื่อนไขที่อำนวยความสะดวกให้กับโครงสร้างพื้นฐาน

2.2.2.3 ปัจจัยด้านการทำงานร่วมกันและคุณค่าทางสังคม ได้แก่ ระบบความสัมพันธ์ พฤติกรรม ทักษะ การทำงานร่วมกัน รูปแบบชุมชนและเครือข่าย

ในขณะที่ Sussan และ Acs (2017) ได้มีการบูรณาการระบบนิเวศดิจิทัลและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศของผู้ประกอบการเพื่อเสนอกรอบ "ระบบนิเวศผู้ประกอบการดิจิทัล (Digital Entrepreneurial Ecosystem)" ประกอบไปด้วย 2 ประเด็นหลัก คือ โครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล (Digital Infrastructure) และผู้ใช้ (User) ซึ่งมีความเหมือนกับการศึกษาของ Liliya Satalkina และ Gerald Steiner (2020) ซึ่งการบูรณาการวรรณกรรมของระบบนิเวศทั้งสองทำให้เกิดแนวคิด 4 ประการในเมทริกซ์ 2×2 ประกอบไปด้วย การเป็นพลเมืองของผู้ใช้ดิจิทัล (Digital User Citizenship) การเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล (Digital Entrepreneurship) ตลาดดิจิทัล (Digital Marketplace) และการกำกับดูแลโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล (Digital Infrastructure Governance) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) การเป็นพลเมืองของผู้ใช้ดิจิทัล (Digital User Citizenship)

การเป็นพลเมืองของผู้ใช้ดิจิทัลเกี่ยวข้องกับชุมชนของผู้ใช้ดิจิทัลที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมออนไลน์ภายในขอบเขตของกฎและข้อบังคับอินเทอร์เน็ตของประเทศ ซึ่งในปัจจุบันได้มีการปรับให้เหมาะสมสำหรับการแลกเปลี่ยนและการทำธุรกรรม การมีส่วนร่วมของผู้ใช้จำเป็นต้องสร้างความไว้วางใจทางดิจิทัลและความเชี่ยวชาญด้านดิจิทัล ดังนั้นยังผู้ใช้อิจิทัลมีความเป็นพลเมืองมากขึ้น ระบบนิเวศผู้ประกอบการดิจิทัลก็ยิ่งยั่งยืนมากขึ้น

2) การเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล (Digital Entrepreneurship)

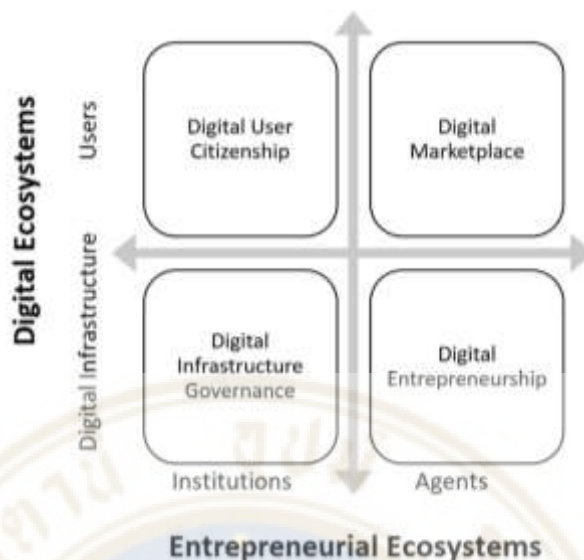
ตัวแทนใด ๆ ที่มีส่วนร่วมในกิจการประเภทใด ๆ ไม่ว่าจะเป็นการค้าสังคม รัฐบาลหรือองค์กรที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ตัวแทนในระบบนิเวศผู้ประกอบการดิจิทัลประกอบด้วยผู้ประกอบการ บทบาทที่สำคัญของผู้ประกอบการ คือ การสร้างผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ การสร้างแพลตฟอร์ม สำหรับผู้ใช้ดิจิทัลในตลาดดิจิทัล ดังนั้นยังผู้ประกอบการดิจิทัลมีมากขึ้นเท่าใดระบบนิเวศผู้ประกอบการดิจิทัลก็ยิ่งยั่งยืนมากขึ้น

3) ตลาดดิจิทัล (Digital Marketplace)

ตลาดดิจิทัลครอบคลุม e-commerce, e-health, e-education และ e-government บทบาทสำคัญในการออกแบบตลาดด้วยสิ่งจูงใจที่เหมาะสมสำหรับผู้ใช้อิจิทัลและตัวแทนตลาดดิจิทัลอาศัยความเป็นพลเมืองของผู้ใช้อิจิทัลและการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลในการสร้างมูลค่าเพิ่มและการจัดสรรมูลค่า

4) การกำกับดูแลโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล (Digital Infrastructure Governance)

การกำกับดูแลโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล ครอบคลุมประเด็นด้านการกำกับดูแลทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล สถาบันมีหน้าที่สนับสนุนและตรวจสอบ หากไม่มีกรอบกฎหมายที่เหมาะสม บุคคลจะขาดแรงจูงใจในการลงทุนในทุนทางกายภาพหรือทุนมนุษย์หรือใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น (Acemoglu and Johnson, 2005) ซึ่งบทบาทสำคัญของการกำกับดูแลโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล คือ การทำให้พื้นที่อินเทอร์เน็ตเปิดกว้าง โปร่งใสและฟรีสำหรับองค์กรธุรกิจ



รูปภาพที่ 2. 8 Digital Entrepreneurial Ecosystem

ที่มา: Sussan และ Acs (2017)

จากการศึกษาของ Sussan และ Acs (2017) สะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยด้านระบบนิเวศมีความสัมพันธ์ต่อการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล ซึ่งได้รับการยืนยันจากการศึกษาของ Liliya Satalkina และ Gerald Steiner (2020) และในขณะเดียวกันการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลก็มีบทบาทสำคัญต่อการเกิดระบบนิเวศผู้ประกอบการดิจิทัลอย่างยั่งยืนเช่นกัน โดยการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล คือ การที่องค์กรหรือผู้ประกอบการมีการใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมดิจิทัลในการดำเนินธุรกิจ สะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลและการยอมรับและนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจนั้นอาจมีความสัมพันธ์ต่อกันและมีแนวโน้มที่จะส่งผลทำให้เกิดระบบนิเวศผู้ประกอบการดิจิทัลได้อย่างยั่งยืน

2.3 แนวคิดและทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Theory of Technology Acceptance)

2.3.1 ความหมายของการยอมรับ

การยอมรับมีความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมในด้านที่เป็นเสมือนตัวกลางที่ส่งผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

Foster (1973) ได้ให้ความหมายของการยอมรับไว้ว่า ประชาชนที่เรียนรู้ผ่านการศึกษาสามารถบรรยายได้โดยการผ่านขั้นการเรียนรู้ การยอมรับจะเกิดขึ้นได้หากมีการเรียนรู้ด้วยตนเอง และการเรียนรู้จะส่งผลดีเมื่อบุคคลนั้น ๆ ได้ทดลองหรือลงมือปฏิบัติ และเมื่อแน่ใจแล้วว่าสิ่งประดิษฐ์นั้นสามารถให้ประโยชน์ได้อย่างแน่นอน จึงจะเกิดการยอมรับ

Roger และ Shoemaker (1971) ได้อธิบายความหมายของการยอมรับไว้ว่า การตัดสินใจที่จะนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ ไปใช้ การยอมรับของบุคคลจะเกิดขึ้นเป็นกระบวนการ เริ่มตั้งแต่การสัมผัส รู้จัก จนเกิดการสร้างทัศนคติที่ถูกต้องซึ่งทำให้เกิดการยอมรับหรือการปฏิเสธ

พรณทิพา แอคา (2549) ให้ความหมายของการยอมรับไว้ว่า การยอมรับสิ่งใหม่เป็นกระบวนการที่ช่วยพัฒนาคุณสมบัติของบุคคล ได้แก่ ความรู้ ค่านิยม และทัศนคติ ส่งผลทำให้สังคมได้รับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลง และการยอมรับคือกระบวนการทางความคิดของผู้บริโภค นับตั้งแต่การรับรู้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ ไปจนถึงการยอมรับ โดยกระบวนการการตัดสินใจนั้นมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีระบบและอาศัยเวลา

สรุปได้ว่า การยอมรับ หมายถึง การตัดสินใจของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล เมื่อเกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งใหม่ ๆ แล้วเกิดการนำไปทดลองใช้ ทดลองปฏิบัติ ซึ่งหากพบว่าเป็นประโยชน์หรือเกิดผลดีก็จะเกิดการยอมรับหรือปฏิเสธซึ่งขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของสิ่งทีนั้น

2.3.2 กระบวนการยอมรับ

การยอมรับของบุคคลที่มีต่อนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ เรียกว่า กระบวนการยอมรับ ซึ่งกล่าวถึงพฤติกรรมของบุคคลในสังคมที่แสดงออกถึงการยอมรับนำไปปฏิบัติ โดยแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน (Roger และ Shoemaker, 1978)

1) ขั้นการตื่นตัวหรือการรับรู้ (Awareness stage) เป็นขั้นแรกที่จะนำไปสู่การยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใหม่ วิธีการใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพ หรือกิจกรรมของบุคคลนั้น เป็นขั้นตอนของการรับทราบว่าเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมนั้น ๆ เกิดขึ้นและมีอยู่จริง แต่ยังไม่มีความรู้สึกซึ่งเกี่ยวกับเนื้อหา และคุณประโยชน์ หรือยังไม่ได้รับข้อมูลที่ครบถ้วน

2) ขั้นความสนใจ (Interest stage) เป็นขั้นที่บุคคลเริ่มมีความสนใจ เริ่มค้นหาข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ เพิ่มเติม โดยอาจสอบถามจากบุคคลที่เคยทดลองใช้มาแล้ว หรือเสาะหาจากผู้ที่เกี่ยวข้อง หากบุคคลนั้นรู้สึกว่าเป็นสิ่งที่มีประโยชน์ หรือตรงกับความสนใจของเขา ในขั้นนี้มักขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพ ค่านิยม ตลอดจนบรรทัดฐานทางสังคม และประสบการณ์เก่า ๆ ของบุคคลนั้น รวมไปถึงมีผลต่อการติดตามข่าวสาร

3) ขั้นการประเมินค่า (Evaluation stage) เป็นขั้นที่จะบุคคลจะพิจารณาว่าเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมนั้นเหมาะสมหรือไม่ คำนึงค่าเพียงใด พิจารณาความยากง่าย หรือมีความเสี่ยงมากน้อยเพียงใด เพื่อตัดสินใจว่าควรทดลองเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่หรือไม่ ซึ่งขั้นนี้จะแตกต่างจากขั้นตอนอื่น ๆ ในจุดของการตัดสินใจที่จะทดลองสิ่งใหม่ ซึ่งผลที่ได้จากขั้นนี้จึงต้องการแรงเสริม (Reinforcement) เพื่อสร้างความมั่นใจประกอบการตัดสินใจ และเพื่อเป็นการสร้างความรู้สึที่ดีต่อเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมนั้น ๆ

4) ขั้นการทดลอง (Trial stage) เป็นขั้นที่บุคคลทำการทดลองเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ โดยอาจลองปฏิบัติทั้งหมดหรือแค่บางส่วน เพื่อพิสูจน์ว่าดีจริงอย่างที่คิดไว้ในขั้นประเมินหรือไม่ ซึ่งผลการทดลองจะมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจที่จะปฏิเสธหรือยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมต่อไป

5) ขั้นการยอมรับ (Adoption stage) ขั้นสุดท้ายของกระบวนการยอมรับ ซึ่งเป็นขั้นที่บุคคลนั้น ๆ ยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ หลังจากการได้ทดลองปฏิบัติและเห็นประโยชน์จริง และเกิดการนำไปใช้อย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งสิ่งนั้นกลายเป็นวิธีการที่บุคคลนั้น ๆ ยึดปฏิบัติโดยถาวร นับว่าเป็นขั้นสุดท้ายของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

กระบวนการยอมรับนี้ได้ถูกนำไปใช้อย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะการใช้และการประเมินเทคโนโลยีใหม่ ๆ แต่อย่างไรก็ตามกระบวนการยอมรับทั้ง 5 ขั้นตอนนี้ จะให้เห็นว่ายังคงมีข้อบกพร่อง นั่นคือ กระบวนการยอมรับได้ถูกอธิบายเฉพาะในด้านบวกคือการตัดสินใจที่จะยอมรับ ซึ่งความจริงในขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการ บุคคลอาจจะไม่ยอมรับหรือปฏิเสธเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมนั้น ๆ ได้เช่นกัน รวมไปถึงถึงกระบวนการยอมรับทั้ง 5 ขั้นตอน ในความเป็นจริงแล้วอาจจะเกิดไม่ครบทุกขั้นตอน หรือบางขั้นตอนอาจเกิดขึ้นในทุก ๆ ระยะ ได้เช่นกัน ซึ่งเป็นที่มาในการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงรูปแบบกระบวนการในการตัดสินใจเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่มาเป็นแบบจำลองของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม 5 ขั้นตอน (Roger และ Shoemaker, 1973)

1) ขั้นความรู้ (Knowledge Stage) กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเริ่มต้นเมื่อบุคคลได้รับความรู้ หรือเริ่มศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมนั้น ๆ ในขั้นนี้สามารถแบ่งได้ 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ความรู้จักนวัตกรรม (Awareness knowledge) ความรู้ที่ทำให้เกิดการตื่นตัวเกี่ยวกับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม นั่นคือการที่รู้ว่ามีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเกิดขึ้นแล้ว และสิ่งนั้นสามารถทำหน้าที่อะไรบ้าง

ส่วนที่ 2 ความรู้วิธีการใช้นวัตกรรม (How to knowledge) ความรู้ประเภทนี้ได้จากการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานที่ทำการเผยแพร่เทคโนโลยีหรือนวัตกรรม หรือการเข้าร่วมงานแสดงหรืองานประชุมต่าง ๆ ความรู้ประเภทนี้จะช่วยให้ใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมได้อย่างถูกต้อง หากมีความซับซ้อนมากเท่าใดความจำเป็นที่จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้นั้นก็ยิ่งมากขึ้น การขาดความรู้ด้านนี้จะทำให้เกิดการปฏิเสธเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมได้มากขึ้น

ส่วนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับหลักการของนวัตกรรม (Principles knowledge) ความรู้ประเภทนี้เป็นความรู้ถึงเกณฑ์เบื้องหลังของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมซึ่งช่วยให้สามารถบรรลุผลได้

ซึ่งบุคคลจะมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่มีผลต่อการยอมรับมากหรือน้อย มักขึ้นอยู่กับลักษณะของบุคคล เช่น สถานภาพทางเศรษฐกิจและการศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับสาร และบุคลิกภาพแบบเปิด

2) ขั้นการจูงใจ (Persuasion Stage) ในขั้นของการจูงใจเป็นเรื่องของอารมณ์และความรู้สึก โดยบุคคลมีพฤติกรรมสำคัญคือมีการแสวงหาข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมนั้น ๆ เพื่อประเมินความเหมาะสมหรือไม่ ทั้งในสภาพปัจจุบันและอนาคต รวมไปถึงการประเมินถึงคุณค่า และคุณประโยชน์ของเทคโนโลยีและนวัตกรรม หากมีคุณค่าหรือประโยชน์มากจะมีความรู้สึกไปในทิศทางบวก แต่หากไม่มีคุณค่าหรือมีประโยชน์น้อยจะพัฒนาความคิดไปในทิศทางลบ นั่นหมายถึงคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเป็นสิ่งที่ผลต่อการจูงใจบุคคลให้เกิดการยอมรับหรือการปฏิเสธเทคโนโลยีและนวัตกรรม

3) ขั้นการตัดสินใจ (Decision making Stage) ขั้นที่นำไปสู่การเลือกที่จะยอมรับหรือปฏิเสธเทคโนโลยีและนวัตกรรม ซึ่งในขั้นนี้นับว่าเป็นขั้นที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากการที่บุคคลจะเลือกยอมรับหรือปฏิเสธเป็นผลมาจากขั้นความรู้และขั้นการจูงใจ รวมไปถึงการพิจารณาลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมด้วยว่าสอดคล้องกับฐานะทางเศรษฐกิจ สถานภาพทางสังคม หรือประเภทและขนาดของธุรกิจหรือไม่

4) ขั้นการนำไปใช้ (Implementation Stage) ขั้นของการปฏิบัติเมื่อเกิดการตัดสินใจยอมรับแล้วจะต้องรู้ว่าจะสามารถจัดหาหรือนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมนั้นไปใช้อย่างไร และเมื่อนำไปใช้จะเกิดปัญหาอย่างไร และจะสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างไร ในขั้นนี้ผู้นำการเปลี่ยนแปลงและวิธีการสื่อสารจึงมีบทบาทสำคัญที่จะช่วยบุคคลให้ได้รับในสิ่งที่พวกเขาต้องการ ในขั้นนี้จะดำเนินไปเรื่อย ๆ ขึ้นอยู่กับลักษณะของนวัตกรรมว่าสามารถเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของสถาบันหรือธุรกิจได้หรือไม่

5) ขั้นการยืนยัน (Confirmation Stage) ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมในบุคคล เมื่อบุคคลได้ตัดสินใจที่จะยอมรับหรือปฏิเสธไปแล้ว จะมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของแต่ละบุคคลเพื่อให้เกิดความมั่นใจเนื่องจากการได้รับข่าวสาร หรือการได้รับการแนะนำ และได้เห็นถึงความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมจะมีอิทธิพลต่อขั้นของการยืนยันเป็นอย่างมาก



รูปภาพที่ 2. 9 Decision innovation process

ที่มา: Rogers, E. (1962)

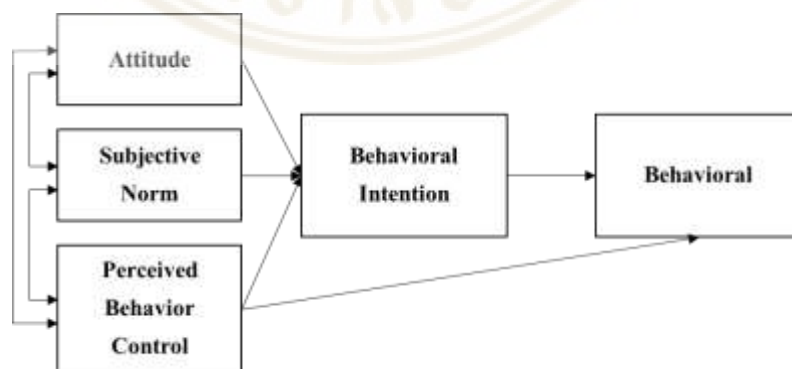
Rogers (2003) ได้อธิบายว่า ลักษณะของบุคคลที่ส่งผลต่อความช้าหรือเร็วในการยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมี 3 ประการคือ 1) สถานภาพทางเศรษฐกิจสังคม ผู้ที่สามารถรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมได้ไวจะเป็นผู้ที่มีทักษะความรู้สูง มีระดับการศึกษาที่สูง มีสถานภาพทางสังคมสูง และมีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีกว่า 2) บุคลิกภาพ ผู้ที่ยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมได้เร็วจะเป็นผู้ที่สามารถเอาใจเขามาใส่ใจเราได้มากกว่า สามารถเข้าใจสิ่งที่เป็นนามธรรมได้มากกว่า มีความเป็นเหตุเป็นผล มีความฉลาด มีทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลง สามารถยอมรับความไม่แน่นอนและความเสี่ยงได้มากกว่า มีทัศนคติที่ดีต่อวิทยาศาสตร์ มีความทะเยอทะยานสูงกว่า สามารถรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นที่แตกต่างไปจากตนได้มากกว่า และเป็นผู้ที่ควบคุมการดำเนินชีวิตของตนได้มากกว่า 3) พฤติกรรมทาง

เปิดรับข่าวสารการยอมรับนวัตกรรมจะเกิดขึ้นได้เร็วกว่า ถ้าเป็นผู้ที่มีการเข้าร่วมในกิจกรรมของสังคมต่าง ๆ มีประสบการณ์เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ มีการเปิดรับต่อช่องทางสื่อสารมวลชนและช่องทางสื่อสารระหว่างบุคคลมากกว่า มีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมมาก มีความเป็นผู้นำทางความคิดสูง มีการสื่อสารกับผู้อื่นมากกว่า และสนใจในการแสวงหานวัตกรรมใหม่

2.3.3 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี

2.3.3.1 Theory of Planned Behavior (TPB)

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of planned behavior หรือ TPB) คิดค้นโดย Ajzen (1975) เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจาก ทฤษฎี TRA โดย Ajzen (1975) ได้เพิ่มปัจจัยการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรม (Perceived behavioral control) เพื่อลดข้อจำกัดของ ทฤษฎี TRA และสามารถนำมาปรับใช้เพื่อศึกษาความตั้งใจ และพฤติกรรมในบริบทที่หลากหลายได้มากยิ่งขึ้น รวมถึงจะสามารถช่วยสร้างความเข้าใจในการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคลได้ หลักการของ TPB จะศึกษาพฤติกรรมของแต่ละบุคคลที่ได้รับแรงขับเคลื่อนจากความตั้งใจแสดงพฤติกรรม โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมนั้น ประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลัก คือ ทศนคติ (Attitude) บรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norm) หรือ บุคคลรอบข้าง และการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรม (Perceived behavioral control) ของตนเองในการแสดงพฤติกรรมใด ๆ ดังรูปภาพที่ 2.2



รูปภาพที่ 2. 10 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใน TPB

จากรูปภาพที่ 2.3 แสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจหรือพฤติกรรม ได้รับอิทธิพลจากทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม บรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบ และการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเอง ซึ่งการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรม คือการรับรู้ถึงความยาก ความง่ายในการที่จะแสดงพฤติกรรม ถ้าบุคคลรับรู้ว่ามีความสามารถที่จะแสดงพฤติกรรมนั้นได้ และสามารถควบคุมให้เกิดผลลัพธ์ตามต้องการได้ ก็จะมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น ซึ่งการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมจะมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรม ต่างจากทัศนคติและบรรทัดฐานทางสังคม นอกจากนี้ Ajzen (1975) ได้อธิบายไว้เกี่ยวกับการนำ TPB มาอธิบาย ทัศนคติและพฤติกรรม อาจเกิดความคลาดเคลื่อนได้ เช่น ข้อจำกัดที่เกิดจากความไม่สอดคล้องกันระหว่างความตั้งใจแสดงพฤติกรรมของแต่ละบุคคลกับพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริง จึงนำไปสู่การพัฒนาทฤษฎี Technology acceptance model หรือ TAM

2.3.3.2 The Technology Acceptance Model (TAM)

ทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) เป็นทฤษฎีที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในการวัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยี คิดค้นโดย Davis ซึ่งมีการพัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำที่สมเหตุสมผล (TRA) และทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (TPB) ซึ่งประกอบไปด้วยตัวแปรด้านทัศนคติ และบรรทัดฐานทางสังคม (Davis, 1989) หลักการของ TAM จะศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับการตัดสินใจที่จะใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ซึ่งปัจจัยหลักที่ส่งผลโดยตรงต่อการยอมรับมีดังนี้ 1) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU) และ 2) การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness: PU) (ชนานา หิมารัตน์, 2559: 10) แต่จากการศึกษาของสรุตา สายบัวต่อ; และคนอื่น ๆ (2562: 81) ได้กล่าวไว้ว่า แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) มีตัวแปรที่สำคัญต่อการยอมรับเทคโนโลยี 3 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) 2) ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) 3) ปัจจัยด้านทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการใช้งาน (Attitude towards using) (Fred,1986)

1) ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) การรับรู้ถึงประโยชน์เป็นปัจจัยหลักที่สำคัญของทฤษฎี TAM ซึ่งสามารถนิยามได้ว่าการวัดระดับขั้นของบุคคลที่เชื่อว่าถ้าหากมีการใช้ระบบที่มีการพัฒนาขึ้นมาใหม่ ระบบที่มีการพัฒนาขึ้นมาใหม่นั้น จะทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (สรุตา สายบัวต่อ; และคนอื่น ๆ. 2562: 81) นอกจากนี้ การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งานยังหมายถึง ระดับความเชื่อของบุคคลต่อการใช้

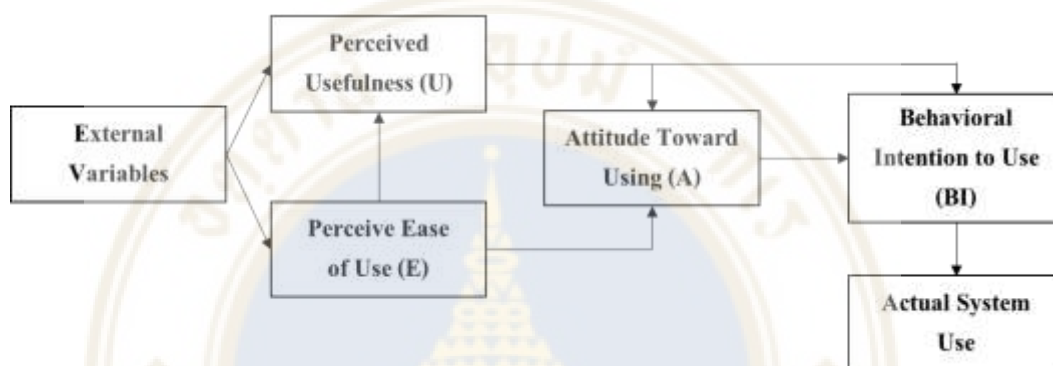
เทคโนโลยีนั้น ๆ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และมีส่วนช่วยพัฒนาผลการปฏิบัติงาน (ชนาภา หิมารัตน์. 2559: 10) และจากผลการศึกษาของ กรณษา แสนละเอียด; และคนอื่น ๆ (2560: 5) พบว่าการรับรู้ประโยชน์เป็นปัจจัยสำคัญที่บ่งชี้ถึงการยอมรับ (Adoption) หรือความตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยี

2) ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญของทฤษฎี TAM ซึ่งสามารถนิยามได้ว่าความเชื่อของผู้ใช้ที่คาดหวังต่อระบบสารสนเทศที่มีการพัฒนาขึ้นมาใหม่และเป็นเครื่องมือที่จะใช้งานในอนาคต ต้องมีความง่ายในการเรียนรู้ที่จะใช้งานและมีความเป็นอิสระจากประสบการณ์ (สรุตา สายบัวต่อ; และคนอื่น ๆ. 2562: 81) นอกจากนี้ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน หมายถึง ระดับความเชื่อมั่นของบุคคลที่เชื่อว่าการใช้งานนั้นไม่จำเป็นต้องใช้ความพยายาม ง่ายที่จะเรียนรู้และทำความเข้าใจ ง่ายที่จะสามารถใช้งานได้อย่างชำนาญ โดยความง่ายจะเป็นตัวกำหนดการรับรู้ และเป็นปัจจัยที่จะส่งผลต่อการรับรู้ ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ (ชนาภา หิมารัตน์. 2559: 10) และการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงต่อการใช้ระบบและมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการใช้ระบบโดยส่งผ่านการรับรู้ประโยชน์ (กรณษา แสนละเอียด; และคนอื่น ๆ. 2560: 5)

3) ปัจจัยด้านทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการใช้งาน (Attitude towards using) ทัศนคติของผู้ใช้เป็นเจตนาที่เกิดขึ้นจากผลของการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ระบบซึ่งหากผู้รับรู้ว่าเทคโนโลยีนี้มีประโยชน์จะสามารถใช้งานได้ง่ายผู้ใช้ก็จะเกิดทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีนั้น ๆ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นอีกด้วยและจากการที่มีความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีนั้นแล้วผู้ใช้จะเกิดความรู้สึกว่าควรที่จะใช้งานเทคโนโลยีนั้นจริง (Actual system use) (สรุตา สายบัวต่อ; และคนอื่น ๆ. 2562: 81) ซึ่งปัจจัยด้านทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการใช้งาน เป็นสิ่งที่เกิดจากปัจจัยสำคัญของการยอมรับเทคโนโลยี ที่ทำให้ผู้ใช้เกิดทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีนั้น ๆ เช่นเดียวกับ ความไว้วางใจ

ทั้งนี้แม้ว่าทฤษฎี TAM จะมีประสิทธิภาพในการพยากรณ์การยอมรับและการใช้เทคโนโลยี แต่ Taylor และ Todde (1995) กล่าวว่า TAM มีข้อจำกัดบางประการจึงขาดความสมบูรณ์สำหรับความต้องการใหม่ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ Malhotra และ Galletta (1999) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการใช้งานจริง มีเพียงความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้เท่านั้น จึงนำไปสู่การพัฒนาขยายเพิ่มเติมแบบจำลอง TAM โดยเพิ่มปัจจัยเพื่อนำมาศึกษาในบริบทการยอมรับการใช้เทคโนโลยีให้มีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น นั่นคือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีซึ่งประกอบด้วยปัจจัยหลัก 4 ประการ ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness:

PU) 2) ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use: PEOU) 3)ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward using) และเพิ่มเติมด้วย 4) ตัวแปรภายนอก (External variables) ที่ประกอบไปด้วย ข้อมูลประชากรศาสตร์ (Demographic) ประสบการณ์ (Previous experience) เป็นต้น ซึ่งตัวแปรภายนอกจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (สิงหะ นวิสุข; และคนอื่น ๆ.2012) รายละเอียดแบบจำลอง TAM ดังแสดงในรูปภาพที่ 2.4

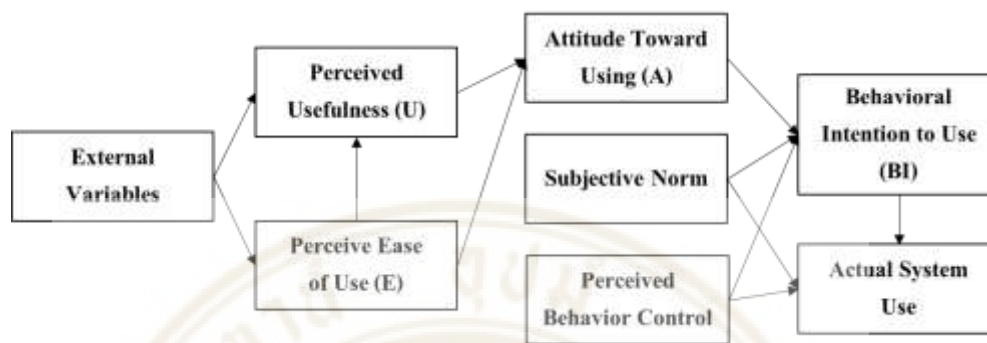


รูปภาพที่ 2. 11 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใน TAM

2.3.3.3 Combined-TAM-TPB

ทฤษฎีผสมผสานระหว่าง TAM และ TPB (Combined – TAM-TPB หรือ C-TAM-TPB) Taylor และ Todd (1995) พัฒนาจากทฤษฎี TAM โดยการผนวกบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงพฤติกรรม และการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเอง จาก Theory of Planned Behavior (TPB) ร่วมกับปัจจัยของ TAM เพื่อให้สามารถใช้ในการเก็บข้อมูลที่มีความซับซ้อนได้มากยิ่งขึ้น (สิงหะ นวิสุข; และคนอื่น ๆ.2012) โดยใช้การรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเอง ระบุถึงอุปสรรคของการใช้งาน เช่น ข้อจำกัดด้านทักษะของแต่ละบุคคล เป็นต้น และใช้บรรทัดฐานของบุคคล ระบุถึงความคิดเห็นของกลุ่มบุคคลในสังคมที่อาจมีความสำคัญต่อผู้ใช้ในอนาคต (K. Mathieson. 1991) โดยสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยตามทฤษฎีของ C-TAM-TPB ดังรูปภาพที่ 2.5 นั่นคือความสัมพันธ์ระหว่าง ความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้งาน และการใช้งานที่เกิดขึ้นจริง ได้รับอิทธิพล

โดยตรงจากบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบ และการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเองในการแสดงพฤติกรรม นั้น ๆ (สิงหะ จวิสุข; และคนอื่น ๆ.2012)



รูปภาพที่ 2. 12 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใน CTAM-TPB

2.3.3.4 Diffusion of Innovation Theory (DOI)

ทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory: DOI) เป็นทฤษฎีพื้นฐานทางสังคมวิทยา (Sociology) คิดค้นโดย Roger (1960) สำหรับใช้ศึกษาเกี่ยวกับการเผยแพร่ นวัตกรรม กล่าวคือ ทฤษฎีการเผยแพร่ นวัตกรรม คือ กระบวนการที่นวัตกรรมได้มีการแพร่กระจายผ่านสื่อใดสื่อหนึ่งไปสู่สังคมเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ ซึ่งอาจส่งผลต่ออันเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้ ซึ่ง Roger, Moore และ Benbasat (Moore & Benbasat, 1991) ได้นิยามการยอมรับนวัตกรรมไว้ว่า การนำนวัตกรรมมาใช้เป็นครั้งแรก ซึ่งโดยทั่วไปการยอมรับนวัตกรรมจะถูกรับรู้ความหมายที่คล้ายกับการแพร่กระจายนวัตกรรมที่อาศัยกระบวนการตัดสินใจและการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ในสังคม (Roger, 1995) ทั้งนี้ Moore และ Benbasat ได้มีการปรับใช้แนวคิดคุณลักษณะของนวัตกรรม (Characteristics of Innovation) จากทฤษฎีการรับรู้ด้วยคุณสมบัติ (The Theory of Perceived Attribute) ซึ่งเป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่ได้รับความนิยมมากที่สุดของทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม เพื่อศึกษาการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคล (Black, et al., 2002) โดยคุณลักษณะของนวัตกรรมที่มีผลต่อการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีประกอบด้วย 5 คุณลักษณะ ดังนี้

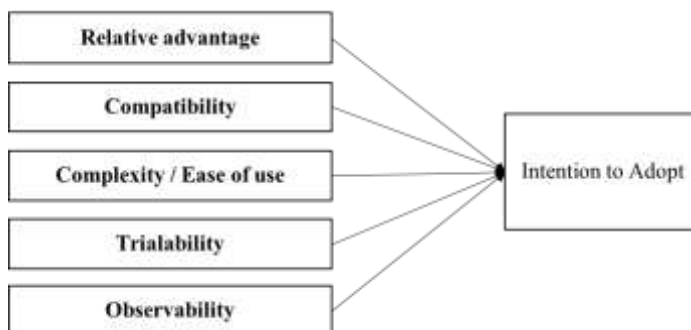
1) คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ หรือนวัตกรรมนั้นมีข้อได้เปรียบ หรือมีข้อดีกว่า (Relative Advantage) หมายถึง การรับรู้ว่าคุณธรรมนั้นมีประโยชน์มากกว่าวิธีการปฏิบัติเดิม ๆ (กนกกาญจน์ เสน่ห์นมะหุต. 2018) หรือการรับรู้ว่าคุณธรรมนั้นสามารถใช้งานได้ดีกว่าที่เคยมีมาก่อน (สิงหะ ฉวีสุข; และคนอื่น ๆ.2012)

2) คุณลักษณะที่เข้ากันได้ หรือ ความสอดคล้องหรือเหมาะสมกับผู้ใช้งาน (Compatibility) หมายถึง การที่ผู้ใช้บริการนวัตกรรมรู้สึกเข้ากันได้กับวิถีชีวิตเมื่อเปรียบเทียบการใช้บริการรูปแบบเดิม ๆ พร้อมทั้งได้รับข้อมูลที่ทันสมัยและตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ (กนกกาญจน์ เสน่ห์นมะหุต. 2018) หรือหมายถึง ความสอดคล้องกับความต้องการหรือประสบการณ์ของกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการยอมรับนวัตกรรม (สิงหะ ฉวีสุข; และคนอื่น ๆ.2012)

3) คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) หรือ ง่ายต่อการใช้งาน (Ease of use) หมายถึง การรับรู้ว่าคุณธรรมนั้นใช้งานได้ง่าย (สิงหะ ฉวีสุข; และคนอื่น ๆ.2012) ไม่เสียเวลามากในการเรียนรู้ ถึงแม้จะไม่เคยใช้บริการมาก่อน และได้รับประโยชน์มากมายหลังจากเข้าใช้บริการ ดังนั้น ถ้าคุณธรรมมีความซับซ้อนมากอัตราการยอมรับจะลดลง แต่ถ้าคุณธรรมมีความซับซ้อนน้อยอัตราการยอมรับก็จะเพิ่มขึ้น (กนกกาญจน์ เสน่ห์นมะหุต. 2018)

4) คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trainability) หมายถึง การนำเอานวัตกรรมไปทดลองใช้ฟรี ไม่มีเงื่อนไขผูกมัดและมีผู้คอยให้คำแนะนำระหว่างใช้บริการอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาทดลองใช้ (กนกกาญจน์ เสน่ห์นมะหุต. 2018)

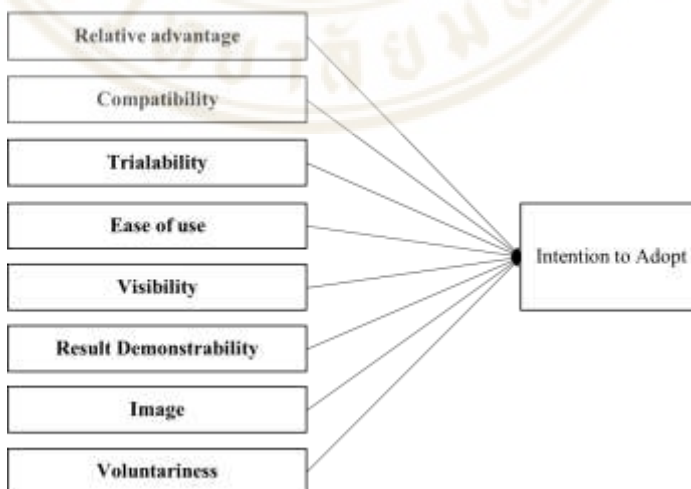
5) คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) หรือ ผลลัพธ์ที่สามารถแสดงให้เห็นก่อนได้ หมายถึง ผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้นวัตกรรมนั้นจะต้องสามารถจับต้องได้ สังเกตได้ และสามารถถ่ายทอดได้ (สิงหะ ฉวีสุข; และคนอื่น ๆ.2012) ซึ่งถ้าคุณธรรมทำให้เกิดการมองเห็นได้จะทำให้เกิดการยอมรับมากขึ้น (กนกกาญจน์ เสน่ห์นมะหุต. 2018)



รูปภาพที่ 2. 13 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใน DOI

2.3.3.5 Perceived Characteristics of Innovating (PCI)

การรับรู้ลักษณะของการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ (PCI) มีลักษณะเป็นไปตามทฤษฎี Diffusion of Innovation Theory (DOI) ซึ่งถูกนำมาใช้เป็นจำนวนมากในการวิจัยเพื่ออธิบายการนำนวัตกรรมทางเทคโนโลยีมาปรับใช้ Moore and Benbasat (1991) ระบุปัจจัย PCI ไว้ทั้งหมด 8 ประการที่มีอิทธิพลต่อการแพร่กระจายของนวัตกรรม คือ 1) Relative advantage 2) Compatibility 3) Ease of use 4) Result demonstrability 5) Image 6) Visibility 7) Trialability และ 8) Voluntariness จากการศึกษา Tomatzky and Klein (1982) กล่าวว่า Relative advantage, Compatibility, and Ease of use เป็นปัจจัยที่มีผลและเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจยอมรับมากที่สุด ทฤษฎี PCI แสดงในรูปของแบบจำลอง ดังรูปภาพ ที่ 2.7



รูปภาพที่ 2. 14 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใน PCI

2.3.3.6 Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology

แนวความคิดการพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology2: UTAUT2) คิดค้น โดย Venkatesh, Morris, Davis and Davis (2003) ซึ่งได้พัฒนาต่อจากทฤษฎี Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) และเป็นทฤษฎีที่อาศัยพื้นฐานความสัมพันธ์ที่เด่นชัดของปัจจัยต่าง ๆ จากทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีทั้งสิ้น 8 ทฤษฎีข้างต้น ซึ่งแบบจำลอง UTAUT ได้ถูกนำไปใช้ศึกษาการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคลในภาคธุรกิจ เช่น Entertainment Telecommunication Banking และ Public administration เป็นต้น (ฐิติภรณ์ เสาร์คำ, 2558)

หลักการของทฤษฎี UTAUT ทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้ที่ได้รับแรงขับเคลื่อนจากความตั้งใจแสดงพฤติกรรม โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรม ประกอบด้วยปัจจัยหลัก 4 ประการ ได้แก่ 1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance expectancy) 2) ความคาดหวังในความพยายาม (Effort expectancy) 3) อิทธิพลของสังคม (Social Influence) และ 4) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) (ศุภิสรา คุณรัตน์, 2561) (Venkatesh Davis, Morris, 2003)

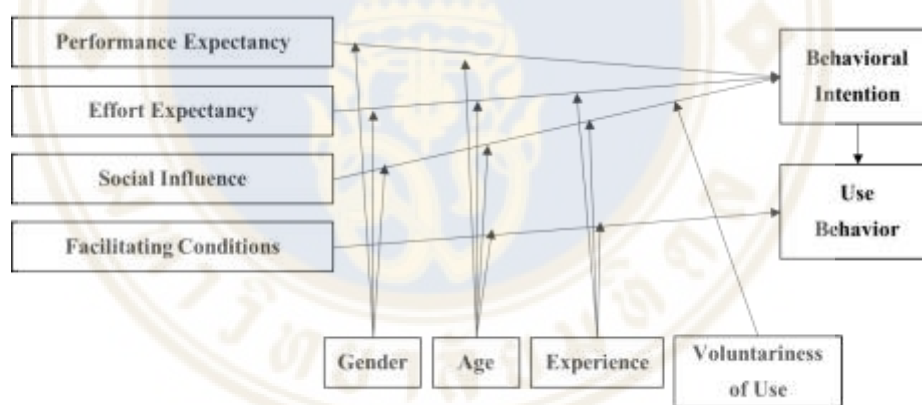
1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) หมายถึง การที่ผู้ใช้งานรู้สึกว่าการใช้เทคโนโลยีที่ใช้ สามารถลดระยะเวลาในการทำงาน และเป็นประโยชน์ต่อการทำงาน (ศุภิสรา คุณรัตน์, 2561) ซึ่ง ศรดา สายบัวต่อ; และคนอื่น ๆ (2562) ได้กล่าวไว้ว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพ หมายถึง ระดับของแต่ละคนที่เชื่อว่าระบบสารสนเทศหรือเทคโนโลยีจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับงานที่ทำ โดยปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องหรือมีความหมายคล้ายคลึงกับความคาดหวังในประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 5 ปัจจัย คือ (1) การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ จาก TAM และ C-TAM-TPB ที่ใช้วัดระดับผลผลิต (Productivity) ประสิทธิภาพ (Performance) ประสิทธิภาพ (Effectiveness) และประโยชน์ (Usefulness) (2) ความสามารถของระบบที่แต่ละบุคคลเชื่อว่าการใช้งานระบบจะเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานได้จาก MPCU ซึ่งนำมาใช้วัดระดับผลกระทบต่อประสิทธิภาพของงาน (Effect on the performance of job) การลดระยะเวลาการทำงาน (Decrease the time) การเพิ่มคุณภาพของผลลัพธ์ (Increase the outcome) การเพิ่มประสิทธิผล (Increase effectiveness) และการเพิ่มปริมาณ (Quantity of output) (3) แรงจูงใจภายนอก จาก Motivation model (MM) ใช้วัดระดับผลผลิต ประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ และประโยชน์ เช่นเดียวกับการรับรู้ถึงประโยชน์ของ TAM และ C-TAM-TPB (4) ความ

คาดหวังในผลลัพธ์การทำงาน จาก Social cognitive theory (SCT) ถูกนำมาใช้วัดระดับประสิทธิผล การใช้เวลาที่น้อยลง (Spend less time) การเพิ่มคุณภาพของงาน การคาดหวังที่จะให้ผู้อื่นเห็นความสามารถของตนเอง และ (5) นวัตกรรมนั้นมีข้อได้เปรียบหรือมีข้อดีกว่า จาก Diffusion of Innovation Theory (DOI) ใช้วัดระดับ ความสำเร็จของงาน คุณภาพของงาน ประสิทธิภาพ ผลผลิต การใช้งานที่ง่ายกว่าและได้ประโยชน์ (สิงหะ ฉวีสุข; และคนอื่น ๆ, 2012)

2) ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy) หมายถึง ระดับการรับรู้ในความง่าย ของการใช้งานเทคโนโลยี หรือสามารถเรียนรู้และเข้าใจได้ง่ายสะดวก ไม่ซับซ้อน ไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการใช้งาน ซึ่งการรับรู้ถึงความง่ายจะทำให้ผู้ใช้คาดหวังในประสิทธิภาพของเทคโนโลยี และตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีในที่สุด (Venkatesh et al., 2003) เช่นเดียวกับ การศึกษาของ ศรุตสา สายบัวต่อ; และคนอื่น ๆ (2562) ที่กล่าวว่า ความคาดหวังในความพยายาม หมายถึง ระดับของแต่ละคนที่รับรู้ความง่ายในการใช้งานเทคโนโลยี ซึ่งปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องหรือมีแนวคิด เช่นเดียวกันกับ ความคาดหวังในความพยายาม ประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ (1) การรับรู้ความง่าย จาก TAM ใช้วัดระดับ ความสำเร็จ ความง่ายกว่า และไม่ต้องใช้ความพยายามมาก (Free of effort) (2) นวัตกรรมนั้นมีความยากหรือง่ายต่อการใช้งาน จาก MPCU ใช้วัดระดับความซับซ้อน (Complicate) การใช้เวลา (Time) และการเรียนรู้ (Learn) และ (3) ง่ายต่อการใช้งาน จาก DOI ใช้วัดระดับความง่าย ความยาก สามารถเข้าใจได้ง่าย (Understandable) และ ระยะเวลาที่ต้องใช้ไป (Time-consuming) (สิงหะ ฉวีสุข; และคนอื่น ๆ, 2012)

3) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) หมายถึง อิทธิพลของบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้เช่น ครอบครัวและเพื่อนๆ (Venkatesh et al., 2003) ซึ่งในส่วนของ ศรุตสา สายบัวต่อ; และคนอื่น ๆ (2562) ได้กล่าวไว้ว่า อิทธิพลทางสังคม หมายถึง ระดับความเข้าใจของแต่ละบุคคลถึงความสำคัญที่จะเชื่อว่าควรใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อช่วยในการทำงานหรือตอบสนองต่อปัจจัยภายนอก ซึ่งปัจจัยทางด้านอิทธิพลทางสังคมส่งผลโดยตรงสู่ความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ ซึ่งมีอิทธิพลมาจากความเห็นของคนอื่น ๆ ที่แนะนำ หรือมีอิทธิพลมาจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป ซึ่งปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องหรือมีแนวคิดเช่นเดียวกันกับ อิทธิพลของสังคม คือ 2 ปัจจัย คือ (1) บรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงผลพฤติกรรม จาก TRA, TPB, TAM และ C-TAM-TPB ใช้วัดระดับความสมควรกระทำหรือความไม่สมควรกระทำ และ (2) ปัจจัยทางสังคม จาก MPCU ใช้วัดระดับอิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง เช่น เพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน สังคม และผู้บริโภค เป็นต้น (สิงหะ ฉวีสุข; และคนอื่น ๆ, 2012)

4) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) หมายถึง ระดับความเชื่อของแต่ละบุคคล ซึ่งเชื่อว่าโครงสร้างพื้นฐานและองค์ประกอบด้านเทคโนโลยีที่มีอยู่มีส่วนช่วยสนับสนุนต่อการใช้งาน (ศรุตฯ สายบัวต่อ; และคนอื่น ๆ, 2562: 81) ปัจจัยทางด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อของผู้ใช้งานเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่และส่งผลกระทบต่อความตั้งใจที่จะใช้งานเทคโนโลยี (Dahlan และคนอื่น ๆ, 2014) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการยอมรับและใช้งานเทคโนโลยี (ศุภิสรา คุณรัตน์, 2561) ซึ่งปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ (1) การรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเองในการแสดงพฤติกรรมใด ๆ จาก TPB และ C-TAMTPB และ (2) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน จาก MPCU ใช้วัดระดับความพร้อมของทรัพยากรที่ถูกนำไปใช้ประโยชน์ (Availability) ความรู้ และความสามารถ (3) ความสอดคล้องหรือความเหมาะสมกับผู้ใช้งาน จาก DOI ใช้วัดระดับความสอดคล้อง (Compatible) และความเหมาะสม (Fit) (สิงหะ ฌวิสุข และคนอื่น ๆ, 2012)



รูปภาพที่ 2. 15 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใน UTAUT

ทั้งนี้ แม้ว่าแบบจำลอง UTAUT จะสามารถพยากรณ์การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ยังคงมีข้อจำกัด Venkatesh Thong และคนอื่น ๆ, (2012) ได้พัฒนาขอบเขตเพิ่มเติมของแบบจำลอง Modified UTAUT หรือ UTAUT2 ให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น โดยได้เพิ่มปัจจัยอีก 3 ประการ คือ แรงจูงใจด้านความบันเทิง (Hedonic motivation) มูลค่าราคา (Price value) และความเคยชิน (Habit) เพื่อลดข้อจำกัดและสามารถปรับใช้เพื่ออธิบายความตั้งใจและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีให้ได้ดียิ่งขึ้น รายละเอียดดังนี้

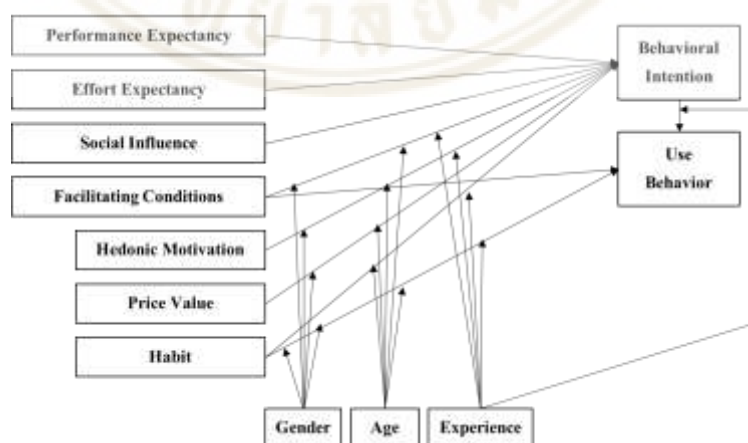
5) แรงจูงใจด้านความบันเทิง (Hedonic motivation) หมายถึง ระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้เทคโนโลยี ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้เทคโนโลยีโดยตรง (Thadathibesre Phuthong, 2561)

6) มูลค่าราคา (Price value) หมายถึง ความรู้และทักษะการคิดเปรียบเทียบ (Cognitive tradeoff) ของผู้ใช้เทคโนโลยีเกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับ และค่าใช้จ่ายสำหรับการใช้ประโยชน์นั้น (สิงหะ นวิสุข; และคนอื่น ๆ, 2012)

7) ความเคยชิน (Habit) หมายถึง การที่บุคคลมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมโดยอัตโนมัติ เพราะสืบเนื่องจากสิ่งที่เรารู้มาในอดีตที่เคยปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ (Experience) จนกลายเป็นความเคยชิน (สิงหะ นวิสุข; และคนอื่น ๆ, 2012)

สิงหะ นวิสุข และคนอื่น ๆ (2012) กล่าวไว้ว่า จากงานวิจัยที่ผ่านมา ปัจจัยทั้ง 3 ประการ สามารถใช้อธิบายพฤติกรรมของผู้ใช้งานเทคโนโลยีได้เป็นอย่างดี และเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดการยอมรับการใช้เทคโนโลยี จึงเป็นเหตุผลของการผนวกปัจจัยทั้ง 3 ประการ เพื่อใช้เป็นตัวพยากรณ์ความตั้งใจแสดงในการพฤติกรรมและการใช้เทคโนโลยีนั่นเอง

นอกจากปัจจัยหลัก 4 ปัจจัยข้างต้น และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับการใช้เทคโนโลยีแล้วนั้น ทฤษฎี UTAUT ยังมีตัวแปรเสริมหรือตัวผันแปรอีก 4 ตัวแปร นั่นคือ 1) เพศ 2) อายุ 3) ประสบการณ์ และ (4) ความสมัครใจในการใช้งาน ซึ่งมีความสำคัญในการทำหน้าที่เชื่อมโยงแบบจำลองทั้ง 8 ทฤษฎี ให้เป็นทฤษฎีรวมที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมที่มีผลต่อการยอมรับและการใช้งานเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ฐิติภรณ์ เสาร์คำ, 2558) ดังรูปภาพที่ 2.9



รูปภาพที่ 2. 16 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใน UTATU2

จากข้อมูลข้างต้น แสดงให้เห็นว่า ทฤษฎีที่อธิบายถึงการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรม ได้มีการพัฒนาขึ้นอย่างมากมาย แต่ทฤษฎีข้างต้นมักถูกนำมาศึกษาความตั้งใจใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในบริบทระดับบุคคล หรือในบริบทผู้บริโภคเป็นหลัก อย่างไรก็ตามการประยุกต์ใช้ทฤษฎีในบริบทใหม่ ๆ ควรมีการประยุกต์ใช้ให้มีความเหมาะสมกับบริบทที่ต้องการศึกษาเพื่อความถูกต้อง (Ong Jeen Wei, 2016)

2.3.3.7 The Strategic Adoption (Adoption of Technology among Businesses)

การศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี ระดับบุคคลและองค์กร หรือสำหรับธุรกิจ มีการตัดสินใจโดยใช้เกณฑ์ที่แตกต่างกัน จึงเกิดการพัฒนามาจากทฤษฎีการแพร่กระจายของนวัตกรรม (DOI) และลักษณะการรับรู้ของนวัตกรรม (PCI) เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทขององค์กรหรือธุรกิจ ในการตัดสินใจในการยอมรับและนำเทคโนโลยีไปใช้ ซึ่งไม่เหมือนกับโมเดลของ TAM ทั่วไป โดยประกอบไปด้วยโครงสร้างหลัก 4 ประการ ดังนี้

1) ความได้เปรียบเชิงสัมพัทธ์ (Relative advantage) แบ่งออกเป็น 3 แนวคิด ได้แก่ (1) Firm's status หรือสถานะของธุรกิจ (แนวคิดของภาพลักษณ์ในแบบจำลองทฤษฎี PCI) (2) Customer value creation และ (3) Efficiency and effectiveness ซึ่ง Relative advantage ถูกกำหนดโดย Moore และ Benbasat (1991) ที่เป็นระดับของเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ถูกมองว่าเป็นจุดเริ่มต้น เพราะการแสวงหาวิธีการปรับปรุงประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมไปถึงการปรับปรุงเพื่อการสร้างมูลค่าให้กับลูกค้า นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญของธุรกิจที่จะส่งผลทำให้เกิดความแตกต่างและได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้นหากเทคโนโลยีที่เป็นนวัตกรรมใหม่สามารถช่วยให้ธุรกิจบรรลุข้อได้เปรียบในการแข่งขันทั้งด้านต้นทุนที่ต่ำลง หรือความได้เปรียบในการสร้างความแตกต่าง ผู้ประกอบการจึงคาดว่าจะนำเทคโนโลยีนี้มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ รวมไปถึงการได้รับการสนับสนุน หรือสิทธิพิเศษด้านอื่น ๆ ผลกระทบเหล่านี้มีผลต่อความเป็นไปได้ที่จะนำเทคโนโลยีไปใช้เช่นกัน

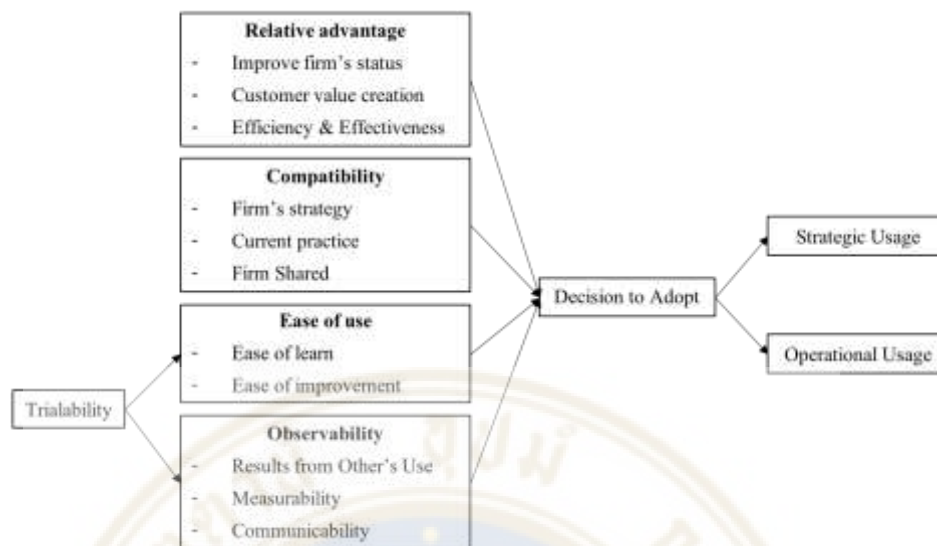
2) ความเข้ากันได้ (Compatibility) วัดความสอดคล้องของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่กับค่านิยมความต้องการ และประสบการณ์ในอดีตของผู้ประกอบการธุรกิจ หรือผู้นำไปใช้ Karahanna, Agarwal, และ Angst (2006) จำแนกมิติของข้อมูลออกเป็น 3 แนวคิด ได้แก่ (1) Compatibility with

prior experience (2) Compatibility with preferred work style และ (3) Compatibility with values แต่ Ong Jeen Wei (2016) ได้ศึกษาและพัฒนาเป็น 3 แนวความคิด ดังนี้ (1) Compatibility with firm's strategy (2) Compatibility with current practice และ (3) Compatibility with firm's shared values

3) ความสะดวกในการใช้งาน (Ease of use) แบ่งออกเป็น ease of learn และ ease of improvement เพื่อให้มีความเหมาะสมกับบริบทของธุรกิจ (1) Ease of learn การเรียนรู้และใช้เทคโนโลยีที่เป็นนวัตกรรม (2) Ease of improvement ความยากลำบากของในการคิดค้นหรือสร้างนวัตกรรมหรือเพื่อปรับแต่งเทคโนโลยีสำหรับการใช้งานของธุรกิจ ซึ่งหากผู้มีอำนาจตัดสินใจเห็นว่าทั้งสองแนวคิดสามารถดำเนินการได้ง่าย มักจะเกิดการยอมรับและเกิดแนวโน้มที่จะนำเทคโนโลยีไปใช้

4) การสังเกต (Observability) Compeau และคนอื่น ๆ, (2007) กล่าวว่า ธุรกิจมักสนใจที่จะสังเกตผลลัพธ์จากผู้ใช้งานในระยะแรก ๆ ก่อนที่จะเกิดการตัดสินใจนำเทคโนโลยีนั้นไปใช้ ซึ่งหากสามารถวัดผลลัพธ์ หรือผลกระทบและสื่อสารได้ง่าย ธุรกิจมักมีแนวโน้มที่จะยอมรับได้ง่าย

Ong Jeen Wei (2016) กล่าวว่า ในกรอบแนวคิดที่ถูกนำเสนอออกเหนือไปจากโครงสร้างหลัก 4 ประการข้างต้น ยังคงมีแนวคิดของการทดลอง (Trialability) ซึ่งเป็นแนวคิดที่ไม่ได้ขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของธุรกิจในการนำไปใช้ แต่ Trialability ถูกนำเสนอให้มีผลทางอ้อมต่อแนวคิด Ease of learn และ Ease of measurability เนื่องจากโอกาสในการทดลองใช้เทคโนโลยีจะสามารถประเมินความยากลำบากต่อการเรียนรู้และการใช้เทคโนโลยีได้ ด้วยเหตุนี้ความสามารถในการทดลองจึงเสนอให้มีผลทางอ้อมมากกว่าผลโดยตรงต่อการยอมรับและการตัดสินใจ ดังรูปภาพที่ 2.10



รูปภาพที่ 2. 17 แบบจำลอง Strategic Adoption

2.3.4 อุปสรรคและข้อจำกัดของการยอมรับเทคโนโลยี

Barbara J. Orser และ Allan Riding (2018) ได้อธิบายเกี่ยวกับอุปสรรคและข้อจำกัดในการยอมรับและนำเทคโนโลยีมาใช้เป็น 3 ระดับดังนี้

1) ระดับบุคคล (Personal level) ประกอบไปด้วย

1.1) ข้อจำกัดด้านการรับรู้ คือ การขาดความต้องการและความเข้าใจเกี่ยวกับโอกาสของเทคโนโลยี การขาดความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการใช้เทคโนโลยี และมีความยากในการเข้าถึง

1.2) ข้อจำกัดในด้านทักษะและความสามารถ คือ การขาดทักษะในการบริหารจัดการเกี่ยวกับเทคโนโลยี รวมไปถึงประสบการณ์การใช้งาน การขาดบุคลากรที่มีทักษะเฉพาะ และการขาดกลยุทธ์การยอมรับเทคโนโลยี (Barbara J. Orser และ Allan Riding, 2018)

1.3) ข้อจำกัดด้านความรู้และความเข้าใจ คือ ความทุกข์ยากต่อการดำเนินธุรกิจที่สร้างสรรค์ และการกลัวเรื่องของการความปลอดภัย

2) ระดับองค์กร (Organization level) ประกอบไปด้วย

2.1) ข้อจำกัดด้านทรัพยากร คือ เงินทุนและการเข้าถึงเทคโนโลยี ค่าบำรุงรักษา การขาดบุคลากรที่มีทักษะทางเทคนิคเฉพาะ การสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานที่ไม่เพียงพอ และการขาดการฝึกอบรมทักษะเฉพาะของเทคโนโลยี

2.2) ความเข้ากันได้ของระบบ คือ การขาดระบบกลางในการเชื่อมโยงความซับซ้อนของระบบ

2.3) ความปลอดภัย คือ ภัยคุกคามจากการโจรกรรมข้อมูลและไวรัส

3) ระดับอุตสาหกรรม (Industry level) ประกอบไปด้วย

3.1) การแทรกแซงตลาด คือ การขาดความช่วยเหลือด้านเทคนิคและการจัดการที่เหมาะสม ความยากในการประเมินคุณภาพการบริการ และขาดแรงจูงใจทางการเงินจากซัพพลายเออร์และรัฐบาล และขาดการไหลของข้อมูลระหว่างผู้ใช้กับซัพพลายเออร์

3.2) การฝึกอบรม คือ ขาดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการหรือสิ่งจูงใจในการทำงานร่วมกันอย่างจำกัดระหว่างผู้ให้บริการตามความรู้ของรัฐและเอกชน และความล้มเหลวในการกำหนดบริบทของผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงการใช้ภาษาที่ไม่ใช่ทางเทคนิค

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสตรีนิยม (Feminist theory)

2.4.1 ทฤษฎีสตรีนิยม

ทฤษฎีสตรีนิยม คือแนวคิดที่สนับสนุนสิทธิที่เท่าเทียมกันหรือมากกว่าสำหรับผู้หญิงที่ไม่ได้รับความเท่าเทียมกันในสังคม Greer and Green (2003) กล่าวว่า กระแสของทฤษฎีสตรีนิยมมีความหมายที่แตกต่างกันในบริบทของผู้ประกอบการ โดยแนวคิดสตรีนิยมส่วนใหญ่ที่กล่าวถึงการเป็นผู้ประกอบการมักจะพิจารณาถึงความแตกต่างระหว่างอัตราการเข้าเป็นผู้ประกอบการ และโอกาสสำหรับผู้ประกอบการสตรี รวมถึงระบบและโครงสร้างที่ทำให้เกิดความไม่เสมอภาคระหว่างชายและ

หญิง และ Hurley (1999) กล่าวว่า ทฤษฎีสตรีนิยมแสดงให้เห็นว่ากิจกรรมของผู้หญิงก็เป็นปัจจัยสำคัญในวิวัฒนาการของมนุษย์ ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับสตรีนิยมแบ่งออกได้ 4 กลุ่ม ได้แก่

2.4.1.1 แนวทางสตรีนิยมแบบเสรีนิยม (The liberal feminist approach) มองว่าเพศชายและหญิงมีความเท่าเทียมกัน Fischer และคนอื่น ๆ., (1993) กล่าวว่า ทฤษฎีสตรีนิยมแบบเสรีนิยมย้อนกลับไปในยุคแรกสุดของสตรีนิยม หรือคลื่นลูกแรกของสตรีนิยม จะระบุถึงความจำเป็นของการปฏิรูปสังคมเพื่อให้ผู้หญิงมีสถานะและโอกาสเช่นเดียวกับผู้ชาย พื้นฐานของทฤษฎีเสรีนิยมถือว่าเพศชายและหญิงมีความเท่าเทียมกันและยึดหลักความมีเหตุมีผล ไม่ใช่การใช้การแบ่งแยกทางเพศเป็นพื้นฐานของสิทธิส่วนบุคคล ความยุติธรรม และโอกาสที่เท่ากัน โดยได้เน้นย้ำถึงการมีอยู่ของอุปสรรคที่เลือกปฏิบัติ และอคติที่ผู้หญิงต้องเผชิญ เช่น การจำกัดการเข้าถึงทรัพยากร การศึกษา และประสบการณ์ทางธุรกิจ ซึ่งเป็นสิ่งที่ควรถูกขจัดออกไป ในขณะที่ Rabi Sidi Ali, (2018) กล่าวว่า สตรีนิยมแบบเสรีนิยมมีความคิดเห็นทางการเมืองเกี่ยวกับความเท่าเทียมการให้สิทธิและสิทธิส่วนบุคคล มุมมองสตรีนิยมแบบเสรีนิยมจึงเป็นพื้นฐานสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางกฎหมายหลายประการที่ถูกนำมาใช้เพื่อทำให้เกิดความเท่าเทียมกันมากขึ้นสำหรับผู้หญิง อย่างไรก็ตาม กล่าวโดยรวมแล้วแนวคิดสตรีนิยมแบบเสรีนิยมมีลักษณะปฏิรูปมากกว่าการปฏิวัติ โดยมุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมที่มีผู้ชายเป็นใหญ่ และการปฏิรูปดังกล่าวส่งผลทำให้เกิดความเสมอภาคในเรื่องสิทธิระหว่างผู้ชายกับผู้หญิงหลายประการในปัจจุบัน เช่น สิทธิการศึกษา และสิทธิในการประกอบอาชีพ (พรจันทร์ เสียงสอน, 2557)

2.4.1.2 แนวทางสตรีนิยมของมาร์กซิสต์ (The Marxist feminist approach) มองว่าสตรีถูกมองเพียงด้านที่อยู่ในความสัมพันธ์แบบทุนนิยมมากกว่าที่จะถูกพิจารณาว่าอยู่ในความสัมพันธ์แบบทุนนิยม แนวคิดพื้นฐานของมาร์กซิสต์นำมาใช้อธิบายสถานะของสตรี คือ เงื่อนไขทางเศรษฐกิจ ซึ่งให้ความสนใจวิเคราะห์เกี่ยวกับงานที่สตรีทำเป็นหลัก ทั้งที่เป็นงานบ้านและงานอาชีพ เพราะมองว่าเงื่อนไขทางเศรษฐกิจเป็นตัวกำหนดที่สำคัญต่อสภาพความเป็นรองของสตรีที่เป็นอยู่ ขณะเดียวกันการที่สตรีถูกเอารัดเอาเปรียบนั้น เป็นผลจากระบบเศรษฐกิจที่ไม่เป็นธรรม และมีความเลวร้ายมากขึ้น สตรีนิยมของมาร์กซิสต์เชื่อในความสำคัญของสตรีในการต่อสู้ในฐานะ “แรงงาน” แต่ไม่ใช่ “สตรี” (Sargent, 1981) เพราะฉะนั้นสตรีนิยมของมาร์กซิสต์จึงถูกจำกัดกรอบความคิดในการวิเคราะห์ให้มองความเป็นรองของสตรีไปทำงานที่สตรีทำ และงานที่สตรีส่วนใหญ่ทำ คือ งานบ้าน ซึ่ง

งานบ้านเป็นหนึ่งในรูปแบบของการเป็นแรงงานที่มีประสิทธิผล แต่เป็นแรงงานที่ไม่ได้รับค่าจ้าง จึงเกิดการสนับสนุนให้ผู้หญิงออกจากบ้านเพื่อทำงานที่มีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของสตรี ซึ่งแนวทางสตรีนิยมของมาร์กซิสต์มีข้อจำกัดในความสัมพันธ์กับทฤษฎีการเป็นผู้ประกอบการเนื่องจากมุ่งเน้นไปที่แรงงานที่ได้รับค่าจ้างโดยมีสมมติฐานว่า ได้รับการว่าจ้างจากองค์กรมากกว่าการจ้างงานตนเอง แม้ว่าจะมีข้อยกเว้นแต่ชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างการกระจายแรงงานที่ไม่เท่าเทียมกันในครัวเรือนในแง่หนึ่งและความสามารถในการทำกิจกรรมของผู้ประกอบการในอีกด้านหนึ่ง เป้าหมายของมาร์กซิสต์แบบดั้งเดิมในการพัฒนาจิตสำนึกของชนชั้นแรงงานจะกลายเป็นปัญหาสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ (Greer et al., 2003) กล่าวโดยรวมแล้วแนวคิดสตรีนิยมแบบมาร์กซิสต์ มีเป้าหมายเน้นที่การแบ่งงานกันทำในระบบเศรษฐกิจ การเปิดโอกาสให้สตรีทำงานนอกบ้านมากขึ้น ซึ่งจะเอื้อต่อการให้สตรีไม่ต้องตกเป็นรองต่อผู้ชาย และไม่ต้องพึ่งพาทั้งในด้านการเงินและจิตใจ ซึ่งแนวคิดนี้ต้องการที่จะสร้างอำนาจในการต่อรองของสตรีและจะทำให้สตรีได้รับความยุติธรรมและความเสมอภาคมากขึ้น (พรจันทร์ เสียงสอน, 2557)

2.4.1.3 สตรีนิยมแนวก้าวหน้า (Radical feminism) ชี้ให้เห็นว่าผู้ชายและผู้หญิงมีความแตกต่างกัน โดยเนื้อแท้และยิ่งไปกว่านั้นผู้ชายได้ใช้ประโยชน์จากความแตกต่างเหล่านี้เพื่อความสำเร็จของพวกเขาเอง และสตรีนิยมแนวก้าวหน้าเป็นแนวคิดที่มองว่าเป็นการกดขี่สตรีจากวิถีของเพศวิถี (Sexuality) เชื่อว่าสาเหตุสำคัญของปัญหาอยู่ที่ระบบชายเป็นใหญ่ (Patriarchy) เนื่องจากระบบชายเป็นใหญ่ได้เข้ามาครอบงำสังคมในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นความรู้ หรือพฤติกรรมต่าง ๆ ของคนในสังคม ดังนั้นจึงมีการเรียกร้องให้โค่นล้มระบบการปกครองดังกล่าวทั้งหมด เพื่อเป็นการแก้ปัญหาที่สะสมเกี่ยวกับอำนาจของผู้ชาย ระบบครอบครัว สังคม อุดมการณ์การเมือง ธุรกิจ ซึ่งผู้ชายเป็นผู้กำหนดส่วนใหญ่ โดยกำหนดผ่านทางการใช้กำลังการกดขี่โดยตรงหรือผ่านทางพิธีกรรม ประเพณี กฎหมาย ภาษา ธรรมเนียม กิริยามารยาท การศึกษา และการแบ่งงาน ซึ่งเป็นระบบที่ผู้หญิงในทุก ๆ แห่งมักถูกทำให้อยู่ภายใต้ผู้ชาย ซึ่งมุมมองสตรีนิยมแนวก้าวหน้าได้มีการเรียกร้องให้ผู้ชายมีส่วนร่วมในการเลี้ยงดูอย่างเท่าเทียมกัน และได้เสนอมাত্রการแบ่งแยกที่ชัดเจน เช่น โครงการ นโยบายที่จัดขึ้นเฉพาะและปรับให้เหมาะกับผู้ประกอบการสตรีเนื่องจากชีววิทยาที่เป็นเอกลักษณ์และประสบการณ์ชีวิตที่เกี่ยวข้อง

อีกประการหนึ่งซึ่งบางครั้งเรียกว่าแนวทางเชิงบวก (A positive approach) คือ การมองว่าการเป็นผู้ประกอบการเป็นวิธีการเอาชนะความไม่เท่าเทียมซึ่งสามารถใช้เพื่อพัฒนาสตรีได้ (Hurley, 1999) จึงเป็นแนวทางให้ผู้หญิงพาตัวเองออกจากกรณีเปรียบดังกล่าวโดยการเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการ แต่ก็ต้องเผชิญกับความท้าทายที่ไม่เหมือนใคร

2.4.1.4 สตรีนิยมทางสังคม (Social Feminism) เน้นว่าเพศชายและเพศหญิงมีประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ด้วยวิธีการขัดเกลาทางสังคม ซึ่งส่งผลให้มีวิธีการมองโลกที่แตกต่างกันโดยพื้นฐาน (Fischer et al., 1993) การขัดเกลาทางสังคมของผู้หญิงทำให้เกิดมุมมอง เป้าหมาย และทางเลือกที่แตกต่างกัน (Brush, 2006) ซึ่งความแตกต่างเหล่านี้ไม่ได้หมายความว่าผู้หญิงจะมีประสิทธิภาพในการทำธุรกิจน้อยกว่าผู้ชาย แต่เพียงว่าพวกเขาอาจใช้แนวทางที่แตกต่างกันซึ่งอาจไม่ได้ผลเท่ากับแนวทางที่ผู้ชายนำมาใช้ (Watson & Robinson, 2003) แม้ว่าผลการค้นพบที่ผ่านมาเกี่ยวข้องกับคำถามที่ว่าผู้ประกอบการหญิงและชายแตกต่างกันอย่างไร แต่ก็ยังมีช่องว่างทางความรู้อยู่มาก นักวิชาการบางคนได้สำรวจอย่างเป็นระบบว่าความแตกต่างที่อาจเกิดขึ้นเกี่ยวกับการเลือกปฏิบัติหรือการขัดเกลาทางสังคมมีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจหรือความตั้งใจในการเติบโต

กล่าวโดยสรุป กลุ่มสตรีนิยมในทุก ๆ กลุ่มแนวคิดมีจุดประสงค์สำคัญ คือ ประเด็นความเสมอภาค และความเท่าเทียมกันทางเพศในสังคม การเข้าใจธรรมชาติของมนุษย์ว่ามีความแตกต่างและความต่างนั้นไม่ควรถูกนำมาเปรียบเทียบหรือเกิดความไม่เสมอภาคต่อกัน และการสร้างให้เกิดความตระหนักร่วมกันในการพัฒนาศักยภาพ ความสามารถของสตรี พร้อมทั้งยกระดับสตรีให้มีความรู้ความสามารถที่ทัดเทียมกับผู้ชาย การให้สตรีมีอิสระที่จะกำหนดบทบาทให้กับตัวเอง และมีสิทธิที่จะเข้าถึงสิทธิประโยชน์ และโอกาสที่มากยิ่งขึ้น ซึ่งความแตกต่าง ความไม่เสมอภาคที่เกิดขึ้นในสังคมนั้นมักจะขึ้นอยู่กับภาวะวิเคราะห์ มุมมอง ทักษะและประสบการณ์ของแต่ละกลุ่ม ซึ่งหากมีการนำเอาแนวคิดต่าง ๆ มารวมกัน และพิจารณาถึงสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมมากที่สุดมาเป็นพื้นฐานในการคิดและพัฒนาสิ่งต่าง ๆ ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าจะเป็นการช่วยส่งเสริมและผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมไปในทิศทางที่ถูกต้อง เหมาะสม ซึ่งผู้ชายและสตรีก็จะเกิดความเสมอภาคกันอย่างแท้จริงไม่ว่าจะในบริบททางสังคมหรือบริบททางด้านธุรกิจ

2.4.2 ช่องว่างระหว่างเพศและความสำคัญของผู้ประกอบการสตรี

อุปสรรคสำหรับผู้ประกอบการสตรีสะท้อนให้เห็นถึงข้อจำกัดของแรงงานสตรีโดยรวมในปัจจุบันแม้ว่าจะมีการเติบโตทางด้านเศรษฐกิจที่เพิ่มมากขึ้น มีจำนวนการเกิดที่น้อยลง และมีการเพิ่มขึ้นของโอกาสทางการศึกษาให้กับสตรี แต่ช่องว่างระหว่างเพศยังคงมีอยู่ โดยในสถานะแรงงานหรือผู้ประกอบการโดยทั่วไป สตรีจะกระจุกตัวอยู่ในส่วนภาคนอกระบบหรือกลุ่มเสี่ยงที่มีการใช้แรงงานมากแต่ได้รับผลประโยชน์น้อย ซึ่งเมื่อเทียบกับเพศชายแล้ว สตรีต้องเผชิญกับข้อจำกัดเพิ่มเติมหลายประการที่ขัดขวางศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการ นั่นคือ ข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน การเข้าถึงเทคโนโลยีที่จำกัด การขาดข้อมูลทางการตลาดรวมถึงกฎระเบียบและขั้นตอนการบริหารจัดการ รวมไปถึงบรรทัดฐานทางสังคมและวัฒนธรรมแบบแผนทางเพศ ที่มีผลต่อการเข้าถึงการตัดสินใจและการเข้าถึงทรัพยากรที่ไม่เท่าเทียมกัน

ธนาคารโลก OECD และแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ได้มีการยืนยันว่า ประเทศที่มีความเท่าเทียมกันทางเพศมากขึ้น โดยทั่วไปจะมีความสามารถในการแข่งขันและความมั่งคั่งเพิ่มมากขึ้น และการศึกษาของ IMF ยังแสดงให้เห็นว่าร้อยละ 50 ของประเทศที่สตรีที่ได้รับความเท่าเทียมกันทางกฎหมาย อัตราการมีส่วนร่วมของกำลังแรงงานหญิงจะมีเพิ่มขึ้น ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจในวงกว้าง เช่นเดียวกับ รายงานของ ADB ที่ได้ให้ข้อสรุปไว้ว่า การจัดการความไม่เสมอภาคทางเพศจะทำให้รายได้ต่อหัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 70 ในเวลาประมาณ 60 ปี โดยรายงานระบุเพิ่มเติมว่า ความเท่าเทียมทางเพศที่เพิ่มมากขึ้นยังช่วยลดความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ได้เช่นกัน เนื่องจากสตรีก็มีฐานะยากจนกว่าเพศชายทั้งหมด การลดช่องว่างระหว่างเพศในประเทศจึงไม่เพียงแต่เป็นประโยชน์ต่อสตรีเท่านั้น แต่ยังรวมถึงสังคมโดยรวมอีกด้วย เช่น ประเด็นการจ้างงาน การประมาณการเพิ่มเติมชี้ให้เห็นว่า อัตราการจ้างงานของเพศหญิงต่อเพศชายสามารถเพิ่ม GDP ได้ถึงร้อยละ 14 ซึ่งผู้ประกอบการสตรีมีแนวโน้มที่จะเพิ่มการจ้างงานของสตรี การวิจัยใน 3 ประเทศอาเซียนพบว่าเมื่อเทียบกับผู้ประกอบการธุรกิจเพศชาย ผู้ประกอบการสตรีมีการจ้างพนักงานผู้หญิงเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 17 ดังนั้นการลงทุนในสตรีรวมถึงการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการสตรีจึงเป็นการลงทุนที่คุ้มค่ากับการเงินปันผลที่ได้ทั้งในมิติคุณภาพของการพัฒนาเศรษฐกิจและคุณภาพด้านสังคม

ผู้ประกอบการสตรีจำนวนมากพบได้ในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่ง SMEs นับว่าเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและการเติบโตของประเทศ SMEs มีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 96 ของผู้ประกอบการทั้งหมด มีอัตราการจ้างงานในประเทศอยู่ที่ร้อยละ 52 - 97 และเป็นส่วนสำคัญของ GDP ดังนั้นการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนและการสร้างงานจึงต้องพึ่งพา SMEs ที่แข่งขันได้และแข็งแกร่ง ซึ่งผู้ประกอบการสตรีนับว่าเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนได้

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Related research)

Abidur Rahman et al., (2017: Abstract) ได้ทำการวิจัยเรื่อง Technology acceptance among micro-entrepreneurs in a marginalized social strata: The case of social innovation in Bangladesh การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบอิทธิพลของดัชนีชี้วัดความพร้อมทางเทคโนโลยี (TRI 2.0) ของตัวบ่งชี้ 4 ประการ ได้แก่ Optimism, Innovativeness, Discomfort และ Insecurity ต่อการรับรู้การใช้งานง่ายของผู้ประกอบการ bKash (PEOU:TAM) และการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี bKash (PU:TAM) ประการที่สองมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบผลกระทบของ PEOU และ PU ของผู้ประกอบการต่อความเป็นอยู่ที่ดีของพวกเขา เป็นการนำแนวคิดเรื่องความเป็นอยู่มาผนวกด้วยดัชนีชี้วัดความพร้อมทางเทคโนโลยี (TRI) และแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) จากการวิจัยพบว่า การมองโลกในแง่ดี (Optimism : TRI) และความสร้างสรรค์ (Innovativeness : TRI) เป็นแรงผลักดันให้เกิดการรับรู้ที่ใช้งานง่าย (PEOU) และการรับรู้ประโยชน์ (PU) ของเทคโนโลยี การศึกษาชี้ให้เห็นว่าคนยากจนพร้อมที่จะใช้และยอมรับเทคโนโลยีที่นำไปสู่ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เทคโนโลยีที่พวกเขาสนใจในการใช้งาน และการใช้เทคโนโลยีที่พวกเขาสามารถเปลี่ยนแปลงอนาคตของพวกเขาและสามารถนำไปสู่ชีวิตที่มีความสุขได้

Sunita Hajiburah และคนอื่น ๆ., (2017) ได้ทำการวิจัยเรื่อง The adoption of information technology in the area of SMEs, small three southernmost provinces การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศของ SME ขนาดเล็กในพื้นที่ 3 จังหวัด ชายแดนภาคใต้ จากการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-34 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีสถานที่ตั้งประกอบการส่วนมากอยู่ในจังหวัดปัตตานี มีรายได้สุทธิของสถานประกอบการต่ำกว่า 100,000 บาท ส่วนใหญ่มีรูปแบบธุรกิจด้านการค้า มีอายุการจัดตั้งของสถานประกอบการ 3 ปี โดยมี

ประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ 1-3 ปี, 4-6 ปี ตามลำดับ สถานประกอบการมีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 10 คน และมีจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในสถานประกอบการเพียงจำนวน 1-2 เครื่อง โดยใช้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ในการศึกษาพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศของ SME ขนาดเล็กในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ คือ ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน (PEOU:TAM) ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน (PEOU:TAM) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.04 รองลงมาด้านการรับรู้ความเสี่ยงมีค่าเฉลี่ย 3.80 ด้านการรับรู้ประโยชน์มีค่าเฉลี่ย 3.89 ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน และด้านความตั้งใจที่จะใช้งานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และด้านการนำมาใช้งานจริงมีค่าเฉลี่ย 3.87 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของงานวิจัยคือ ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มประชากรหรือกลุ่มตัวอย่างในเขตพื้นที่อื่น ๆ เพื่อนำมาเปรียบเทียบ และควรศึกษาข้อมูลเชิงลึกต่าง ๆ โดยการใช้รูปแบบการศึกษาโดยสังเกตการณ์ และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ SMEs เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการวิจัยมากยิ่งขึ้น

Un Nay (2017) ได้ทำการวิจัยเรื่อง Factors Impacting on ICT System Adoption Intention by Cambodian SMEs การศึกษาวิจัยนี้ใช้โมเดล 2 แบบ คือ แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) และแบบขยาย TAM (TAM2) ที่พัฒนาโดย Devis (1989) และทฤษฎีการแพร่กระจายของนวัตกรรม (DOI) ที่พัฒนาโดย Roger (1985, 2003) จากการศึกษาพบว่า ปัจจัย 4 ประการจาก 6 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความตั้งใจในการนำระบบ ICT มาใช้ ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ (PU:TAM) ความเข้ากันได้ (Compatibility: DOI) การรับรู้ความไว้วางใจ และการรับรู้การสนับสนุน นอกจากนี้การรับรู้ถึงประโยชน์ (PU:TAM) ยังได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายนอกอีกสองประการ คือ ภาพลักษณ์ และคุณภาพของผลลัพธ์ ที่สำคัญกว่านั้นการรับรู้ถึงประโยชน์ระบุดึงผลกระทบต่อความตั้งใจสูงสุด ตามด้วยการรับรู้การสนับสนุนซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญ ในทางกลับกันการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (PEOU:TAM) และการสาธิตผลลัพธ์ไม่ได้แสดงให้เห็นถึงผลกระทบต่อความตั้งใจในการใช้ระบบ ICT ดังนั้นจึงพบว่า ปัจจัยสี่ประการข้างต้นมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจใช้ระบบ ICT ภายในงานและสถานที่ทำงาน

Zaremohzzabieh และคนอื่น ๆ., (2015) ได้ทำการวิจัยเรื่อง A Test of the Technology Acceptance Model for Understanding the ICT Adoption Behavior of Rural Young Entrepreneurs จาก

การวิจัยพบว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICTs) เป็นสิ่งที่เปิดโอกาสใหม่ให้กับ Rural young entrepreneurs ในการปรับปรุงธุรกิจของตนเอง อย่างไรก็ตามนับว่าเป็นความท้าทายที่การยอมรับและใช้ ICTs ได้มาขัดขวางไม่ให้ธุรกิจเหล่านี้เติบโตเป็นตัวขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจในชนบทและการสร้างงาน งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของรูปแบบการยอมรับเทคโนโลยี โดยทฤษฎีของ TAM ผลการวิจัยยืนยันว่า TAM มีความแข็งแกร่งเพียงพอที่จะวัดขนาดของการยอมรับ ICT ของผู้ประกอบการรุ่นใหม่โดยใช้โมเดลคิดเป็น 55 เปอร์เซ็นต์ของความแปรปรวนในความตั้งใจที่จะใช้ ICT โดยแรงจูงใจของ Rural Young Entrepreneurs ในการใช้ ICTs จึงขึ้นอยู่กับความเชื่อในการรับรู้ประโยชน์ (PU) และการรับรู้ว่าใช้งานง่าย (PEOU) ของ ICTs ผลลัพธ์ได้แสดงให้เห็นว่าความเข้มแข็งของ Rural Young Entrepreneurs ดังนั้นเพื่อส่งเสริมการยอมรับและการใช้ ICT ในชุมชนชนบท ควรพยายามใช้ ICT ที่ผู้ใช้เชื่อว่าจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของตนได้ แต่อย่าพยายามใช้ Implement ICT ที่มองว่าใช้งานง่าย และข้อมูลทางสถิติแสดงให้เห็นว่าการรับรู้ประโยชน์ (PU) ของ ICT มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ (A) โดยความเชื่อของการรับรู้ประโยชน์จะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ความง่ายทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านทัศนคติต่อการใช้ ICT ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ประสิทธิภาพได้รับอิทธิพลจากทัศนคติของ Rural Young Entrepreneurs ดังนั้นควรสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดทัศนคติของ Rural Young Entrepreneurs ในการนำ ICT มาใช้

Ghobakhloo และคนอื่น ๆ., (2015) ได้ทำการวิจัยเรื่อง Strategies for Successful Information Technology Adoption in Small and Medium-sized Enterprises โดยกล่าวไว้ว่า การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) เป็นสาขาวิชาที่สำคัญในหลาย ๆ ด้าน ซึ่งรวมถึงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ปัจจุบัน SMEs จึงพยายามนำแอปพลิเคชันไอทีมาใช้เพื่อสนับสนุนธุรกิจของตนเอง การนำไอทีมาใช้ใน SMEs แตกต่างจากองค์กรขนาดใหญ่เนื่องจากลักษณะเฉพาะ เช่น ข้อจำกัดด้านทรัพยากร ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจที่ดีขึ้นและชัดเจนขึ้นเกี่ยวกับการนำไอทีมาใช้ในธุรกิจ SMEs ด้วยการทบทวนวิเคราะห์วรรณกรรมไอทีในปัจจุบัน จากการวิจัยพบว่า ไอทีได้กลายเป็นเครื่องมือที่ขาดไม่ได้สำหรับการดำเนินงานประจำวันขององค์กร ปัจจุบัน SMEs ลงทุนทรัพยากรทางการเงินจำนวนมากในด้านไอทีเพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน SMEs ต่างต้องเผชิญกับความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องหลายประการในการนำเทคโนโลยีมาใช้ การนำไอทีมาใช้ในธุรกิจ SMEs แสดงให้เห็นว่าความล้มเหลวส่วนใหญ่ และความไม่พอใจส่วนใหญ่เกิดจากสาเหตุการเชื่อมต่อที่ไม่

เหมาะสมกันระหว่างกลยุทธ์ด้านไอทีและองค์กรที่นำเทคโนโลยีมาใช้ จากการวิจัยได้มีการแบ่งประเภทปัจจัยที่มีอิทธิพลออกเป็นสองกลุ่มหลักคือ ปัจจัยภายในและภายนอก ปัจจัยภายใน ได้แก่ ผู้บริหารระดับสูง ทรัพยากรของบริษัท ผู้ใช้ปลายทางและลักษณะขององค์กร ปัจจัยภายนอกประกอบด้วยลักษณะของผลิตภัณฑ์ไอทีภายนอก แรงกดดันในการแข่งขัน ที่ปรึกษาด้านไอทีภายนอก ผู้ขายและรัฐบาล ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ไม่ได้จัดหมวดหมู่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทบทวนในแง่ของแนวคิดการนำไปใช้ที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจไม่ครอบคลุมทุกแง่มุมของกระบวนการยอมรับไอที ควรมีการศึกษาเพื่อตรวจสอบความเกี่ยวข้องและความสอดคล้องในการใช้งานจริง นอกจากนี้ควรมีการศึกษาที่ครอบคลุมมากขึ้นเกี่ยวกับการนำไอทีมาใช้ใน SMEs เพื่อตรวจสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลที่เกี่ยวข้องกับ SME พร้อมกันกับด้านอื่น ๆ

Barbara J. Orser และคนอื่น ๆ., (2012) ได้ทำการวิจัยเรื่อง Perceived career challenges and response strategies of women in the advanced technology sector จากการวิจัยพบว่า อุปสรรคทางเพศในระดับบุคคล บริษัท และระดับอุตสาหกรรมในกลุ่มผู้ประกอบการสตรีชาวแคนาดาที่มีส่วนร่วมเกี่ยวกับเทคโนโลยีเชิงพาณิชย์ ความท้าทายที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุด ได้แก่ 1) อุปสรรคส่วนตัว เช่น การรับรู้ความสามารถของตนเอง (ความรู้สึกน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ ความรู้ความชำนาญ) 2) ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ (เช่น เกณฑ์ประสิทธิภาพที่แตกต่างกัน) และ 3) ปัจจัยเชิงโครงสร้าง เช่น การขาดทุนทางสังคม โอกาสในการสร้างเครือข่าย และความรู้สึกของการเป็นส่วนหนึ่ง

Barbara J. Orser และคนอื่น ๆ., (2018) ได้ทำการวิจัยเรื่อง The influence of gender on the adoption of technology among SMEs เป็นการศึกษาในบริบทของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งมีผู้ประกอบการเป็นศูนย์กลางของการตัดสินใจการปรับใช้เทคโนโลยี จึงทำให้ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของเพศมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรับเอาเทคโนโลยีไปใช้ในธุรกิจ ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ จากการวิจัยพบว่า 1) ด้านความคาดหวังจากการใช้เทคโนโลยี ผู้ประกอบการชายและหญิงมีลำดับความสำคัญส่วนบุคคลและส่วนของผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน การได้มาซึ่งเทคโนโลยีถือเป็นลำดับความสำคัญที่ต่ำกว่าสำหรับผู้หญิง ในขณะที่ความต้องการหลักหรือการดำเนินงาน ซึ่งถูกมองว่าเป็นลำดับความสำคัญที่สูงกว่า 2) ด้านความคาดหวังของความพยายาม (การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ความซับซ้อน) ผู้หญิงมักจะขาดความมั่นใจหรือรู้สึกว่าคุณเองมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยี

ค่อนข้างน้อย อ้างอิงอิทธิพลทางสังคมโดยเน้นที่การรับรู้ของผู้หญิงมีบทบาทน้อยในด้านเทคโนโลยี และส่วนใหญ่มักพึ่งเสียงผู้ชายเพื่อขอคำแนะนำด้านเทคโนโลยี ทำให้เห็นว่าความคาดหวังของความพยายามมีความสำคัญมากกว่าสำหรับผู้หญิง (โดยเฉพาะผู้หญิงที่มีอายุมาก) เมื่อเทียบกับผู้ชาย 3) สภาพการอำนวยความสะดวก (ปัจจัยภายนอก/โครงสร้างพื้นฐานทางเทคนิค) หมายถึง การแทรกแซง การฝึกอบรม บรรทัดฐานหรือมาตรฐานของอุตสาหกรรม ถูกอ้างว่าเป็นปัญหาโดยเฉพาะสำหรับผู้หญิง และจากการศึกษาพบว่า อุปสรรคทางเพศต่อการนำเทคโนโลยีไปใช้ ความแตกต่างระหว่างเพศมักเกิดจากคุณลักษณะส่วนบุคคล เช่น การศึกษา ประสบการณ์ การขาดการเปิดเผยข้อมูล และความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรม พบว่า มีความหลากหลายและแตกต่างกันไปตามแต่บริบทของงานวิจัย เช่น เพศ กลุ่มผู้ใช้ ประเภทองค์กร ประเภทของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน หรือกลุ่มปัจจัยที่ต้องการศึกษา เช่น ปัจจัยด้านนวัตกรรม ปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านสังคมวิทยา เป็นต้น ซึ่งงานวิจัยส่วนใหญ่จะศึกษาในมิติของการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี โดยจะมุ่งความสนใจไปที่ปัจจัยเกี่ยวกับเทคโนโลยีมีผลต่อการยอมรับ ไม่ว่าจะเป็น การใช้งาน คุณสมบัติ และประสิทธิภาพ เป็นต้น ยังไม่มีงานวิจัยที่ศึกษาเชิงลึกไปที่ระดับของการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการ รวมไปถึงยังไม่ค่อยมีงานวิจัยที่มุ่งศึกษาเชิงลึกไปในมิติของความสัมพันธ์ระหว่างเพศและเทคโนโลยี จากการทบทวนวรรณกรรมได้แสดงให้เห็นว่า มี 2 ทฤษฎีพื้นฐานซึ่งนิยมใช้กันอย่างแพร่หลายเพื่ออธิบายการยอมรับเทคโนโลยีเช่นเดียวกับที่ Rouibah และคนอื่น ๆ, (2009) ได้อธิบายไว้ นั่นคือ 1) แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ที่พัฒนาโดย Davis (1989) และ 2) การแพร่กระจายของนวัตกรรม (DOI) ที่พัฒนาโดย Rogers (1995) โดย TAM เป็นทฤษฎีที่ถูกใช้ในการอธิบายความตั้งใจของแต่ละบุคคลในการยอมรับและนำเทคโนโลยีไปใช้ (Alkalbani และคนอื่น ๆ., 2013; Grandon and Mykytyn Jr, 2004) ในขณะที่เดียวกัน DOI เป็นหนึ่งในทฤษฎีที่ใช้มากที่สุดในการอธิบายการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้ในองค์กร (Brancheau และ Wetherbe, 1990; Hussin และ Noor, 2005; Kendall และคนอื่น ๆ., 2001; Syed และคนอื่น ๆ., 2005; Tan และ Teo, 2000; Chinedu Eze และคนอื่น ๆ., 2014; Sang และคนอื่น ๆ., 2010) ซึ่งนอกเหนือไปจากทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี การทบทวนวรรณกรรมในส่วนของกระบวนการการยอมรับเทคโนโลยี อุปสรรคและข้อจำกัดที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี และช่องว่าง

ทางเพศ จากแนวคิดและทฤษฎีสตรีนิยม แสดงให้เห็นถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับ และระดับของการยอมรับเทคโนโลยีของแต่ละบุคคลได้เช่นกัน ไม่ว่าจะเป็น ปัจจัยส่วนบุคคล และ ปัจจัยระบบนิเวศหรือปัจจัยภายนอก ของผู้ประกอบการสตรีที่มีความแตกต่างไปจากผู้ประกอบการชาย

ในการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยชี้วัดความเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล ทฤษฎี การแพร่กระจายนวัตกรรม (DOI) และปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีข้างต้นมาใช้เป็น กรอบแนวคิดในประเด็นการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการ สตรี และได้นำทฤษฎีกระบวนการยอมรับเทคโนโลยีมาใช้ในการอธิบายถึงระดับของการยอมรับ เทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี



บทที่ 3

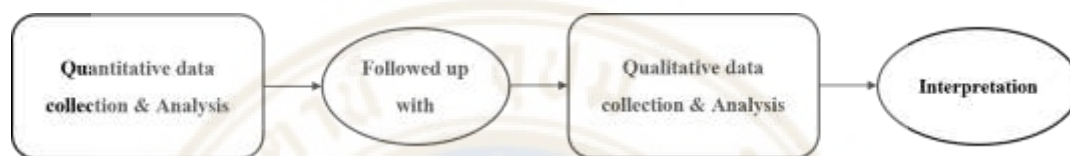
วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ (Mixed methods Approach) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและการนำเทคโนโลยีไปใช้ในกลุ่มผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs - Small and Medium-sized Enterprises) ในเขตเมืองและนอกเขตเมือง จังหวัดนครราชสีมา ภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งในบทนี้จะกล่าวถึงวิธีการวิจัย ประกอบด้วย ประเภทของการวิจัย วิธีการวิจัย ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง แหล่งที่มาและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประเภทของการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods Approach) โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสานในรูปแบบการวิจัยแบบขั้นตอนเชิงอธิบาย (Explanatory Sequential Design) คือ ขั้นตอนที่หนึ่ง การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยและเปรียบเทียบระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตเมืองและนอกเขตเมือง จังหวัดนครราชสีมา เพื่อตอบคำถามงานวิจัย โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย สำหรับในขั้นตอนที่สอง ผู้วิจัยใช้แนวการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อช่วยอธิบายผลการศึกษาในประเด็นของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีในเขตเมืองและนอกเขตเมือง รวมไปถึงประเด็นความต้องการที่สามารถส่งเสริมทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ

มากขึ้น ซึ่งการวิจัยเชิงคุณภาพทำการศึกษาโดยใช้การสัมภาษณ์ (Interview) ผู้ประกอบการสตรีจำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม ประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจในเขตเมือง และผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจนอกเขตเมือง และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อเป็นการยืนยันผลการศึกษา และสามารถนำผลการศึกษาวิจัยไปใช้ต่อไปได้ในวงกว้างอย่างมีประสิทธิภาพ รูปแบบการวิจัยดังรูปภาพที่ 3.1



รูปภาพที่ 3.1 Explanatory Sequential Mixed Methods Design

ที่มา: Creswell (2012)

3.2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

3.2.1 วิธีการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของประชากร โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อตอบคำถามงานวิจัยและสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยการใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

3.2.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.2.1 ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ประกอบการสตรี และผู้ร่วมก่อตั้งธุรกิจที่ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ SMEs หรือเป็นสมาชิกสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา ที่ดำเนินธุรกิจประเภทธุรกิจการขายส่งและขายปลีก ธุรกิจการ

ผลิต และธุรกิจพักผ่อนและบริการด้านอาหาร ซึ่งเป็นประเภทธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 3 ลำดับที่มีจำนวนมากที่สุดในจังหวัดนครราชสีมา รวมทั้งหมด 59,838 ราย ซึ่งจะใช้การคำนวณสัดส่วนเพศหญิงร้อยละ 50 จากจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมด เท่ากับจำนวนประชากร 29,919 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563)

3.2.2.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้คือ กลุ่มผู้ประกอบการสตรีและผู้ร่วมก่อตั้งสตรีที่ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ SMEs หรือเป็นสมาชิกสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา ทั้งหมด 29,919 ราย ซึ่งการศึกษาในค้างนี้มีจำนวนประชากรมากและทราบตัวเลขประชากรทั้งหมดที่ศึกษา จึงเลือกใช้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเนในการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างประชากรที่เหมาะสมกับการศึกษา โดยกำหนดค่าคลาดเคลื่อนของการประมาณค่าไว้ร้อยละ 5 หรือ 0.05 (Taro Yamane, 1973)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

N = จำนวนประชากร

e = ค่าคลาดเคลื่อนของการประมาณค่า

เมื่อแทนค่าในสูตรจะได้

$$n = \frac{(29,919)^2}{(1 + (29,919 \times 0.05)^2)}$$

$$= 399.98 \text{ หรือ } 400 \text{ คน}$$

ดังนั้นการวิจัยในค้างนี้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงเท่ากับ 400 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi - Stage Sampling) ประกอบไปด้วย 2 ขั้นตอน ดังนี้

1) การเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified sampling) แบ่งสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างตามประเภทของการดำเนินธุรกิจ 3 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจการขนส่งและขายปลีก ธุรกิจการผลิต และธุรกิจพักผ่อนและบริการด้านอาหาร โดยทำการสุ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างของธุรกิจแต่ละประเภท ตามสัดส่วนจำนวนธุรกิจที่มีในจังหวัดนครราชสีมา ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.3 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ลำดับ	ประเภทธุรกิจ SME	จำนวนธุรกิจ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	สัดส่วน
1	ธุรกิจการขนส่งและขายปลีก	20,130	270	67.3%
2	ธุรกิจการผลิต	4,917	65	16.4%
3	ธุรกิจพักผ่อนและบริการด้านอาหาร	4,872	65	16.3%
รวม		29,919	400	100%

2) การสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster sampling) จำแนกตามพื้นที่การดำเนินธุรกิจ เป็น 2 กลุ่มพื้นที่ ได้แก่ (1) กลุ่มตัวอย่างที่ดำเนินธุรกิจในเขตเมืองนครราชสีมา ร้อยละ 50 เท่ากับ 200 ตัวอย่าง และ (2) กลุ่มตัวอย่างที่ดำเนินธุรกิจนอกเขตเมืองหรือต่างอำเภอ ร้อยละ 50 เท่ากับ 200 ตัวอย่าง

โดย 200 ตัวอย่างในแต่ละเขตพื้นที่จะมีการกระจายตามสัดส่วนประเภทการดำเนินธุรกิจ ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.4 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพื้นที่การดำเนินธุรกิจ

ลำดับ	ประเภทธุรกิจ SME	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	สัดส่วน	เขตอำเภอเมืองนครราชสีมา	ต่างอำเภอหรือนอกเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา
1	ธุรกิจการขนส่งและขายปลีก	270	67.3%	135	135
2	ธุรกิจการผลิต	66	16.4%	33	33
3	ธุรกิจพักผ่อนและบริการด้านอาหาร	64	16.3%	32	32
รวม		400	100%	200	200

3.2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยแบบพัฒนาแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจะมีลักษณะของแบบสอบถามปลายปิด (Close Ended Question) ที่กำหนดคำตอบไว้ให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบ โดยแบบสอบถามได้พัฒนาจากแนวคิดและทฤษฎีที่ศึกษา และการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับประสบการณ์การใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นแบบสอบถามสำหรับคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปและลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น อายุ ระดับการศึกษา ภูมิภาค ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ พื้นที่ดำเนินธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ สัดส่วนพนักงานของธุรกิจ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลด้านความเป็นผู้ประกอบการด้านระบบนิเวศ โดยพัฒนามาจากจากทฤษฎีสตรีนิยัมและแนวคิดตัวชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม โดยพัฒนามาจากทฤษฎีการเผยแพร่ นวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory: DOI) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale)

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามระดับการยอมรับเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยพัฒนามาจากทฤษฎีกระบวนการยอมรับเทคโนโลยี ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale)

เครื่องมือที่ใช้วัดแบบสอบถามในส่วนที่ 3 ถึง 5 คือ มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ

ระดับคะแนน 5 หมายถึง เห็นด้วยหรือปฏิบัติในระดับมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง เห็นด้วยหรือปฏิบัติในระดับมาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง เห็นด้วยหรือปฏิบัติในระดับปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายถึง เห็นด้วยหรือปฏิบัติในระดับน้อย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง เห็นด้วยหรือปฏิบัติในระดับน้อยที่สุด

เกณฑ์ในการพิจารณาค่าเฉลี่ยของแต่ละระดับความเห็น คะแนนในการอภิปรายผล ได้มาจากการคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงที่สุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำที่สุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

มีช่วงคะแนนดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์ / มีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มีความสัมพันธ์ / มีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความสัมพันธ์ / มีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความสัมพันธ์ / มีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง มีความสัมพันธ์ / มีการยอมรับเทคโนโลยีในระดับน้อยที่สุด

3.2.4 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การทดสอบคุณภาพแบบสอบถามเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ มีขั้นตอนดังนี้

1) การทดสอบความตรง (Validity) โดยการตรวจสอบและพิจารณาเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมปัจจัยที่สอดคล้องกับสมมติฐานในการวิจัยหรือไม่ ซึ่งเป็นการทดสอบ

ความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความตรงตามโครงสร้าง (Construct Validity) โดยผู้วิจัยนำร่างแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาพร้อมทั้งผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบ เพื่อพิจารณาความสอดคล้องของคำถามกับคุณลักษณะหรือตัวแปรที่ต้องการวัด พร้อมทั้งพิจารณาความถูกต้องชัดเจนของภาษา จากนั้นนำมาปรับปรุงและแก้ไขแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น และนำแบบสอบถามชุดทดสอบ (Pilot Test) ไปทดสอบเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และทำการปรับปรุงข้อคำถาม จากนั้นทำการวิเคราะห์ห่อองค์ประกอบของตัวแปร (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน และปรับปรุงข้อคำถามเพื่อความเหมาะสมและทดสอบซ้ำอีกครั้ง

2) การทดสอบความเที่ยง (Reliability) โดยการทำแบบสอบถามชุดทดสอบ (Pilot Test) ไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะคล้ายกับประชากรที่ต้องการศึกษาจำนวน 30 คน เพื่อทดสอบว่าข้อคำถามในแบบสอบถามสามารถสื่อความหมายได้ตรงตามที่คุณวิจัยกำหนดหรือไม่ และนำแบบสอบถามมาหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยวัดจากค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบัก (Cronbach's Alpha) โดยได้ค่าครอนบักอัลฟา เท่ากับ 0.960 นั่นคือค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบักที่มากกว่า 0.7 หมายความว่า แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่ยอมรับได้ในการวิจัย (Schmitt, 1996)

3.2.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลของการวิจัยในครั้งนี้ รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ดังนี้

3.2.5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการสตรีและผู้ร่วมก่อตั้งสตรีที่ขึ้นทะเบียนหรือเป็นสมาชิกสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดนครราชสีมา ที่ดำเนินธุรกิจประเภทธุรกิจการขายส่งและขายปลีก ธุรกิจการผลิต และธุรกิจพักผ่อนและบริการด้านอาหาร ภายในเขตเมืองนครราชสีมา ร้อยละ 50 ของกลุ่มตัวอย่าง และกลุ่มผู้ประกอบการสตรีและผู้ร่วมก่อตั้งสตรีที่ดำเนินธุรกิจนอกเขตเมืองนครราชสีมา ร้อยละ 50 ของกลุ่มตัวอย่างเช่นกัน ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามในรูปแบบ

ออนไลน์ (Google Form) โดยขอความอนุเคราะห์ในการส่งมอบแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างผ่านทางศูนย์ให้บริการ SMEs ครบวงจรจังหวัดนครราชสีมา (SMEs One-Stop Service Center : OSS) สมาพันธ์เอสเอ็มอีไทยจังหวัดนครราชสีมา และหอการค้าจังหวัดนครราชสีมา เพื่อเข้าถึงและขอเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่ เดือนมีนาคม ถึง เมษายน พ.ศ. 2564 จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

3.2.5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ โดยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย คือ บทความเกี่ยวกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม บทความเกี่ยวกับผู้ประกอบการสตรี รวมไปถึงงานวิจัยภายในประเทศ และงานวิจัยในต่างประเทศ ตลอดจนการค้นคว้าอิสระและวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการวิจัย

3.2.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลครบถ้วนและถูกต้องสมบูรณ์ ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามมาลงรหัสตามวิธีการวิจัยทางสถิติ และดำเนินการประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป และนำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ทางสถิติเพื่ออธิบายความหมายต่อไป สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ

3.2.6.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณานี้ใช้เพื่อวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.2.6.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติอ้างอิงหรือเชิงอนุมาน มีดังต่อไปนี้

1) สถิติการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient) สำหรับวัดระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร คือ ปัจจัยด้านความเป็นผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านระบบนิเวศ และปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยี ต่อการยอมรับเทคโนโลยี

2) สถิติการวิเคราะห์ t-test สำหรับวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจในเมือง และนอกเขตเมือง

3) สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression analysis) สำหรับศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

3.3 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research)

3.3.1 วิธีการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลรูปแบบการสัมภาษณ์ (Interview) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ใช้วิธีการวิธีการเลือกแบบสุ่มตามวัตถุประสงค์ (Purposeful Random Sampling) และใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.3.2 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

เพื่อให้แนวทางในการดำเนินการวิจัยเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการวิจัยเชิงคุณภาพได้ 6 ขั้นตอน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ รวมไปถึงการนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดเครื่องมือในการวิจัยต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย การวิจัยในครั้งนี้ การกำหนดประเด็นคำถามเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์ (Interview) โดยมีการกำหนดประเด็นคำถามจากการศึกษา การทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้อง และผลการวิจัยเชิงปริมาณในขั้นตอนที่ 1 ไว้ล่วงหน้า เพื่อให้มีประเด็นสัมภาษณ์ที่ครบถ้วน และเพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ ซึ่งใช้ลักษณะคำถามแบบปลายเปิด

ขั้นตอนที่ 3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย เป็นการตรวจสอบแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้น โดยขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา และตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญ โดยใช้การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในลักษณะของความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และนำมาปรับปรุงแก้ไขอย่างต่อเนื่อง

ขั้นตอนที่ 4 การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 1 ถึง 20 พฤษภาคม พ.ศ. 2564 โดยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยดำเนินการขอความอนุเคราะห์ข้อมูลในการติดต่อเพื่อขอสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสตรีผ่านทางศูนย์ให้บริการ SMEs ครอบคลุมจังหวัดนครราชสีมา (SMEs One-Stop Service Center : OSS) สมาพันธ์เอสเอ็มอีไทยจังหวัดนครราชสีมา และหอการค้าจังหวัดนครราชสีมา โดยทำการแนบวัตถุประสงค์ในการวิจัย พร้อมทั้งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการประสานงานกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัย เพื่อให้ได้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่มีคุณสมบัติตามที่ตั้งไว้ จากนั้นผู้วิจัยทำการนัดหมายเพื่อกำหนดวันเวลา และช่องทางในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

4.2 การดำเนินการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ โดยใช้ระยะเวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 30 นาทีต่อคน ผ่านโปรแกรม Zoom ออนไลน์ และใช้วิธีการจดบันทึกการสัมภาษณ์และการบันทึกวิดีโอการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อนำมาเข้าสู่ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยการนำเอาข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาจับประเด็นสำคัญ และเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อสรุปในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เพื่อสร้างข้อสรุป มีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 5.1 ถอดเทปข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์อย่างละเอียด (Transcribing Interview)

ขั้นตอนที่ 5.2 วางเค้าโครงการวิเคราะห์เพื่อจัดระบบการจำแนกคำหรือข้อความในเนื้อหาของข้อมูลที่ได้นำมาแบ่งไว้เป็นประเภท (Categories) โดยการพิจารณาถึงหลักเกณฑ์ การจำแนกข้อมูลที่สอดคล้องกับคำถามงานวิจัย และวัตถุประสงค์ของตัวแปรในการวิจัย

ขั้นตอนที่ 5.3 พิจารณาเงื่อนไขแวดล้อม (Context) ของข้อมูลที่ได้อาจการสัมภาษณ์เพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นไปอย่างถูกต้อง มีความครอบคลุมมากที่สุด

ขั้นตอนที่ 5.4 วิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาแพทเทิร์นของคำตอบและความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ได้จากการสัมภาษณ์ซึ่งจำแนกไว้ภายใต้ระบบการจำแนกที่กำหนดไว้ในขั้นตอนที่ 3 และทำการวิเคราะห์เชื่อมโยง สรุปข้อมูล แยกแยะจับประเด็น รวมถึงเลือกตัดคำพูดบางคำพูดที่ไม่เกี่ยวข้องกับการวิจัยออก เพื่อให้ข้อมูลนั้นเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

ขั้นตอนที่ 6 การสรุปผลและการอภิปรายผลการศึกษา ทำการสรุปข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการทำการสรุปข้อมูล และอภิปรายผลการวิจัย เพื่อนำไปใช้ในการตอบประเด็นสำคัญของการวิจัย

3.3.3 แหล่งที่มาและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

แหล่งที่มาในการศึกษาครั้งนี้ คือ ศูนย์ให้บริการ SMEs ครบวงจรจังหวัดนครราชสีมา (SMEs One-Stop Service Center : OSS) สมาพันธ์เอสเอ็มอีไทยจังหวัดนครราชสีมา และหอการค้าจังหวัดนครราชสีมา โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกแบบสุ่มตามวัตถุประสงค์ (Purposeful Random Sampling) คือ การเลือกตัวอย่างโดยใช้วิธีสุ่มแต่อยู่ในขอบเขตของวัตถุประสงค์การวิจัย และมีเกณฑ์ในการคัดเลือกแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 คือ ผู้ประกอบการสตรีและผู้ร่วมก่อตั้งธุรกิจที่ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ SMEs หรือเป็นสมาชิกสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ดำเนินธุรกิจประเภทธุรกิจการขายส่งและขายปลีก ธุรกิจการผลิต และธุรกิจการบริการ ในเขตเมืองหรืออำเภอเมืองนครราชสีมา จำนวน 4 ท่าน

กลุ่มที่ 2 คือ ผู้ประกอบการสตรีและผู้ร่วมก่อตั้งธุรกิจที่ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ SMEs หรือเป็นสมาชิกสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ดำเนินธุรกิจประเภทธุรกิจการขายส่งและขายปลีก ธุรกิจการผลิต และธุรกิจการบริการ นอกเขตเมืองหรือต่างอำเภอ จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 4 ท่าน

โดย 4 ตัวอย่างในแต่ละเขตพื้นที่จะมีการกระจายตามสัดส่วนประเภทการดำเนินธุรกิจ ดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3. 5 จำนวนกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามประเภทการดำเนินธุรกิจ

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ประเภทการดำเนินธุรกิจ		
		ธุรกิจการขายส่งและขายปลีก	ธุรกิจการผลิต	ธุรกิจการบริการ
1 กลุ่มผู้ประกอบการสตรีและผู้ร่วมก่อตั้งธุรกิจสตรีที่ดำเนินธุรกิจในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา	4	1	1	2
2 กลุ่มผู้ประกอบการสตรีและผู้ร่วมก่อตั้งธุรกิจสตรีที่ดำเนินธุรกิจนอกเขตอำเภอเมืองนครราชสีมาหรือต่างอำเภอ จังหวัดนครราชสีมา	4	1	1	2

3.3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยคำนึงถึงปัจจัยสำคัญหลายประการ ได้แก่ ขอบเขตและวัตถุประสงค์ของการวิจัย ตัวแปรความสะดวกในการเก็บข้อมูล ข้อจำกัดของระยะเวลา ขนาดของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ด้วยเหตุผลข้างต้นผู้วิจัยจึงเลือกใช้เครื่องมือที่มีความเหมาะสมกับรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการจัดสนทนากลุ่มได้มาจากการทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และผลของการวิจัยเชิงปริมาณในการวิจัยขั้นแรก ซึ่งแนวคำถามที่ใช้สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ประกอบไปด้วย ชื่อ-สกุล ระดับการศึกษาหรือวุฒิ การศึกษา ประเภทของธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ และ 1.5 พื้นที่การดำเนินธุรกิจ (ในเขต อำเภอเมืองนครราชสีมาหรือต่างอำเภอ)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลประสบการณ์ในการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ

- 1) ประสบการณ์การใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ
- 2) ข้อดีและข้อเสียจากการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับเทคโนโลยี หรือปัจจัยที่เป็นข้อจำกัดต่อการยอมรับเทคโนโลยี

- 1) ปัจจัยด้านผู้ประกอบการหรือปัจจัยภายในของผู้ประกอบการ
- 2) ปัจจัยด้านระบบนิเวศหรือปัจจัยภายนอก อิทธิพลทางสังคม
- 3) ปัจจัยด้านคุณลักษณะของเทคโนโลยี
- 4) ปัจจัยด้านเพศสภาวะ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะหรือความต้องการเพิ่มเติมที่สามารถส่งเสริมทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ

3.3.5 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้ ใช้เป็นการทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ของแนวข้อคำถามในการสนทนากลุ่ม โดยขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา และตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญ ด้วยวิธีการทางสถิติ คือ การตรวจสอบความสอดคล้องแล้วนำผลการตรวจสอบมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง ระหว่างแนวข้อคำถามและวัตถุประสงค์การวิจัย และนำมาปรับปรุงแก้ไขอย่างต่อเนื่อง

3.3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยการสัมภาษณ์ (Interview) ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการขอความอนุเคราะห์ข้อมูลในการติดต่อเพื่อขอสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสตรีผ่านทางศูนย์ให้บริการ SMEs ครอบคลุมจังหวัดนครราชสีมา (SMEs One-Stop Service Center : OSS) สมาพันธ์เอสเอ็มอีไทยจังหวัดนครราชสีมา และหอการค้าจังหวัดนครราชสีมา โดยมีการแนบวัตถุประสงค์ในการวิจัย พร้อมทั้งเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อขอความกรุณาในการประสานงานกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัย และทำการนัดหมายเพื่อดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการรายบุคคล โดยประกอบไปด้วยที่ผู้ประกอบการสตรีที่ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ SMEs หรือเป็นสมาชิกสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ดำเนินธุรกิจในเขตเมืองหรืออำเภอเมืองนครราชสีมา และผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจนอกเขตเมือง หรือต่างอำเภอ จังหวัดนครราชสีมา เมื่อได้ข้อมูลจากสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ทำการสรุปและวิเคราะห์ข้อมูลของแต่ละกลุ่มย่อยอย่างละเอียด เพื่อทำการหาแพทเทิร์นของคำตอบแล้ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ เพื่อนำไปสรุปและอภิปรายผลต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ (Mixed methods Approach) ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการวิเคราะห์ทางสถิติด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ สถิติการวิเคราะห์ t-test สถิติการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient) และสถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression analysis) โดยในส่วนของผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเป็น 7 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประสบการณ์การใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ระดับการยอมรับเทคโนโลยี

ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล และปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยี ต่อระดับการยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์ (Interview) กับผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง ธุรกิจบริการ และธุรกิจผลิตสินค้าที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา และนอกเขตอำเภอเมือง หรือต่างอำเภอ จำนวน 2 กลุ่ม รวมทั้งสิ้นจำนวน 8 คน ซึ่งใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้วยการจัดทำข้อมูลให้เป็นระบบตีความ และแยกแยะองค์ประกอบ รวมทั้งเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของข้อมูล โดยในส่วนของกาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการสตรี

ตอนที่ 2 ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับประสบการณ์ในการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสตรี

ตอนที่ 3 ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับเทคโนโลยี

ตอนที่ 4 ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นเพิ่มเติม

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประสบการณ์การใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลประสบการณ์การใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 355 ราย และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ซึ่งสามารถแสดงผลได้ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลประสบการณ์การใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสตรี

ประสบการณ์การใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เคยใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ	339	95.49
1.1 เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงิน (Financial Technology)	(339)	(31.92)
1.2 เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร (Communication Technology)	(307)	(28.91)
1.3 เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)	(333)	(31.36)
1.4 เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการและการพัฒนา	(83)	(7.82)
2. ไม่เคยใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ	16	4.51
รวม (Total)	355	100.0

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.1 จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมาที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 355 ราย ส่วนใหญ่เคยใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ จำนวน 339 ราย คิดเป็นร้อยละ 95.49 และมีเพียง 16 รายที่ไม่เคยใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 4.51 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

โดยประเภทของเทคโนโลยีที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้ในการดำเนินธุรกิจมากที่สุดคือ เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงิน (Financial Technology) จำนวน 339 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.92 รองลงมาคือเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) จำนวน 333 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.36 ถัดมาคือ เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร (Communication Technology) จำนวน 307 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.91 และเทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการและการพัฒนา มีเพียงจำนวน 83 รายที่เคยใช้ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 7.82 ตามลำดับ

จากผลการวิเคราะห์ประสบการณ์การใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจจากตารางที่ 4.1 ผู้วิจัยทำการคัดเลือกข้อมูลเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจเท่านั้นในการนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนถัดไป จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 339 ราย

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลประสบการณ์การใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงิน (Financial Technology)

เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงิน (Financial Technology)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เคยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงิน	339	100.0
1.1 การจ่ายเงินผ่านมือถือ (Mobile Payment)	(316)	(49.07)
1.2 สินเชื่อออนไลน์ (Online loan)	(54)	(8.39)
1.3 แพลตฟอร์มการระดมทุน (Crowdfunding)	(27)	(4.19)
1.4 โปรแกรมสำเร็จรูปทางการเงิน (Financing Software)	(69)	(10.71)
1.5 ระบบการรับชำระเงิน (Cashless Payment Solution)	(178)	(27.64)
2. ไม่เคยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงิน	0	0
รวม (Total)	339	100.0

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.2 จะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 339 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.0 ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงิน (Financial Technology) ในการดำเนินธุรกิจ โดยมีการใช้การจ่ายเงินผ่านมือถือ (Mobile Payment) มากที่สุดจำนวน 316 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.07 รองลงมาคือ ระบบการรับชำระเงิน (Cashless Payment Solution) จำนวน 178 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.64 ถัดมาคือ โปรแกรมสำเร็จรูปทางการเงิน (Financing Software) จำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.71 สินเชื่อออนไลน์ (Online loan) จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.39 และแพลตฟอร์มการระดมทุน (Crowdfunding) จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.19 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลประสบการณ์การใช้งานเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร
(Communication Technology)

เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร (Communication Technology)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เคยใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร	307	90.6
1.1 ระบบการรับ-ส่งอีเมล และบริการซอฟต์แวร์ เช่น Outlook, Gmail	(275)	(52.78)
1.2 ระบบแชร์ข้อมูลภายใน เช่น Google Drive , Dropbox	(120)	(23.03)
1.3 โปรแกรมใช้งานภายในออฟฟิศต่าง ๆ เช่น Google Document	(126)	(24.18)
2. ไม่เคยใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร	32	9.4
รวม (Total)	339	100.0

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.3 จะเห็นได้ว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารในการดำเนินธุรกิจจำนวน 307 ราย คิดเป็นร้อยละ 90.6 และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารในการดำเนินธุรกิจจำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.4 ตามลำดับ โดยจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารนั้น มีการใช้ระบบการรับ-ส่งอีเมล และบริการซอฟต์แวร์ เช่น Outlook, Gmail จำนวนมากที่สุด 275 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.78 รองลงมาคือ โปรแกรมใช้งานภายในออฟฟิศต่าง ๆ เช่น Google Document จำนวน 126 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.18 และระบบแชร์ข้อมูลภายใน เช่น Google Drive , Dropbox จำนวน 120 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.03 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลประสบการณ์การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เคยใช้เทคโนโลยีเพื่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	333	98.2
1.1 โซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Line, Instagram, Twitter	(324)	(68.79)
1.2 E - Market Place เช่น Website, Shopee, Lazada	(137)	(29.09)
1.3 เทคโนโลยีอื่น ๆ		
(1) Delivery Application	(10)	(2.12)
2. ไม่เคยใช้เทคโนโลยีเพื่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	6	1.8
รวม (Total)	339	100.0

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.4 จะเห็นได้ว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) จำนวน 333 ราย คิดเป็นร้อยละ 98.2 และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ โดยจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารนั้น มีการใช้โซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Line, Instagram, Twitter ในการดำเนินธุรกิจจำนวนมากที่สุด 324 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.79 รองลงมาคือ E - Market Place เช่น Website, Shopee, Lazada จำนวน 137 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.09 และ แอปพลิเคชันเดลิเวอรี่ (Delivery Application) จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.12 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลประสบการณ์การใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการ
และการพัฒนา

เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการและการพัฒนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เคยใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการและการพัฒนา	83	24.5
1.1 เทคโนโลยี Big Data	(45)	(45.0)
1.2 เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI)	(49)	(49.0)
1.3 เทคโนโลยีอื่น ๆ	(6)	(6.0)
(1) Enterprise Resource Planning (ERP)		
(2) ระบบบริหารจัดการสต็อกสินค้า		
2. ไม่เคยใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการและการพัฒนา	256	75.5
รวม (Total)	339	100.0

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.5 จะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการและการพัฒนาในการดำเนินธุรกิจ จำนวน 256 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.5 ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการและการพัฒนาในการดำเนินธุรกิจ จำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.5 โดยจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารนั้น มีการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการดำเนินธุรกิจจำนวนมากที่สุด 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมาคือเทคโนโลยี Big Data จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.0 และเทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการและการพัฒนาอื่น ๆ ได้แก่ ระบบ Enterprise Resource Planning (ERP) และระบบบริหารจัดการสต็อกสินค้า จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4. 6 แสดงค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลสาเหตุที่เลือกใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ

สาเหตุที่เลือกใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ลดความยุ่งยากในการสื่อสาร	195	19.25
2. เพิ่มสมรรถนะและความสามารถในการดำเนินธุรกิจ	205	20.24
3. การตัดสินใจที่ง่ายยิ่งขึ้น	68	6.71
4. เปิดโอกาสและส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ	62	6.12
5. ขับเคลื่อนการเติบโตของธุรกิจ	107	10.56
6. การเข้าถึงบริการและข้อมูลที่เป็นประโยชน์	90	8.88
7. การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มากขึ้น	202	19.94
8. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	35	3.46
9. ลดเวลาการทำงาน	49	4.84
รวม (Total)	339	100.0

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้ 3 อันดับ

จากตารางที่ 4.6 จะเห็นได้ว่า สาเหตุที่ผู้ประกอบการสตรีในจังหวัดนครราชสีมาเลือกใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ 5 อันดับแรก ได้แก่ เพื่อเพิ่มสมรรถนะและความสามารถในการดำเนินธุรกิจ เพื่อการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มากขึ้น เพื่อลดความยุ่งยากในการสื่อสาร เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตของธุรกิจ และเพื่อการเข้าถึงบริการและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 339 ราย (กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ซึ่งสามารถแสดงผลได้ดังตารางที่ 4.7 – 4.15

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลทั่วไปและลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	70	20.65
30 – 40 ปี	148	43.66
41 – 50 ปี	104	30.68
มากกว่า 50 ปี	17	5.01
รวม (Total)	339	100.0

จากตารางที่ 4.7 จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการสตรีที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 339 ราย ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 30 – 40 ปี จำนวน 148 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.66 รองลงมาคือช่วงอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 104 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.68 ช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 70 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.65 และช่วงอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.01 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลทั่วไปและลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวุฒิการศึกษา

วุฒิการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	136	40.12
ปริญญาตรี	182	53.69
สูงกว่าปริญญาตรี	21	6.19
รวม (Total)	339	100.0

จากตารางที่ 4.8 จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการสตรีที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาตรี จำนวน 182 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.69 รองลงมาคือต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 136 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.12 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.19 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลทั่วไปและลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กิจการผลิตสินค้า	44	12.98
กิจการค้าส่งและค้าปลีก	229	67.55
กิจการให้บริการ	66	19.47
รวม (Total)	339	100.0

จากตารางที่ 4.9 จะเห็นได้ว่า ในการศึกษาผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา ได้แบ่งการศึกษาตามสัดส่วนของประเภทธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีสัดส่วนมากที่สุดจังหวัดนครราชสีมา นั่นคือ ธุรกิจประเภทกิจการค้าส่งและค้าปลีก จำนวน 229 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.55 กิจการให้บริการ จำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.47 และธุรกิจประเภทกิจการผลิตสินค้า จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.98

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลทั่วไปและลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บุคคลธรรมดา	271	79.94
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	38	11.21
บริษัทจำกัด	30	8.85
รวม (Total)	339	100.0

จากตารางที่ 4.10 จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรูปแบบธุรกิจแบบบุคคลธรรมดา จำนวน 271 ราย คิดเป็นร้อยละ 79.94 รองลงมาคือ ห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.21 และรูปแบบบริษัทจำกัด จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.85 ตามลำดับ

ตารางที่ 4. 11 แสดงค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลทั่วไปและลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนการจ้างงานของธุรกิจ

จำนวนการจ้างงานของธุรกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15 คน	274	80.83
15 – 30 คน	35	10.32
31 – 50 คน	19	5.60
มากกว่า 50 คน	11	3.24
รวม (Total)	339	100.0

จากตารางที่ 4.11 จะเห็นได้ว่า การจ้างงานของผู้ประกอบการสตรีที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกิจการประเภทวิสาหกิจขนาดย่อม นั่นคือมีจำนวนการจ้างงานต่ำกว่า 15 คน จำนวน 274 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.83 รองลงมาคือ 15 – 30 คน จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.32 และ 31 – 50 คน จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.60 และมีผู้ประกอบการสตรีที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.24 ที่มีจำนวนการจ้างงานมากกว่า 50 คน ซึ่งนับว่าเป็นผู้ดำเนินกิจการประเภทวิสาหกิจขนาดกลาง

ตารางที่ 4. 12 แสดงค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลทั่วไปและลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสัดส่วนการจ้างงานเพศชายและเพศหญิงในองค์กร

สัดส่วนการจ้างงานเพศชายและเพศหญิงในองค์กร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศชาย มากกว่า เพศหญิง	85	25.07
เพศหญิง มากกว่า เพศชาย	165	48.67
พอ ๆ กัน	89	26.25
รวม (Total)	339	100.0

จากตารางที่ 4.12 จะเห็นได้ว่า สัดส่วนการจ้างงานในองค์กรของผู้ประกอบการสตรีที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการจ้างงานเพศหญิง มากกว่า เพศชาย จำนวน 165 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.67 รองลงมาคือ มีสัดส่วนการจ้างงานระหว่างเพศชายและเพศหญิง พอๆกัน จำนวน 89 ราย คิดเป็นร้อยละ

26.25 และมีการจ้างงานเพศชายมากกว่าเพศหญิง จำนวน 85 คิดเป็นร้อยละ 25.07 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าบุคลากรหรือลูกจ้างเพศหญิงมักได้รับการจ้างงานจากผู้ประกอบการสตรีในจังหวัดนครราชสีมา มากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลทั่วไปและลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	26	7.67
1 – 2 ปี	75	22.12
3 – 5 ปี	90	26.55
มากกว่า 5 ปี	148	43.66
รวม (Total)	339	100.0

จากตารางที่ 4.13 จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการสตรีที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 5 ปี จำนวน 148 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.66 รองลงมาคือ 3 – 5 ปี จำนวน 90 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.55 ถัดมาคือ 1 – 2 ปี จำนวน 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.12 และต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 4. 14 แสดงค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลทั่วไปและลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพื้นที่ดำเนินธุรกิจ

พื้นที่ดำเนินธุรกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา	184	54.28
นอกเขตอำเภอเมือง หรือต่างอำเภอ	155	45.72
1. สูงเนิน	47	30.32
2. คง	26	16.77
3. แก้งสนามนาง	21	13.55
4. ด่านขุนทด	18	11.61
5. ปักธงชัย	11	7.10
6. หนองบุญมาก	9	5.81
7. สีคิ้ว	8	5.16
8. โนนสูง	4	2.58
9. เสิงสาง	4	2.58
10. โชคชัย	2	1.29
11. โนนไทย	2	1.29
12. พิมาย	2	1.29
13. ปากช่อง	1	0.65
รวม (Total)	339	100.0

จากตารางที่ 4.14 จะเห็นได้ว่า ในการศึกษาผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา ได้แบ่งการศึกษาตามพื้นที่การดำเนินธุรกิจคือ เขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 184 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.28 และนอกเขตอำเภอเมืองหรือต่างอำเภอ จำนวน 155 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.72 ซึ่งประกอบไปด้วยอำเภอสูงเนิน อำเภอคง อำเภอแก้งสนามนาง อำเภอด่านขุนทด อำเภอปักธงชัย อำเภอหนองบุญมาก อำเภอสีคิ้ว อำเภอโนนสูง อำเภอเสิงสาง อำเภอโชคชัย อำเภอโนนไทย อำเภอพิมาย และอำเภอปากช่อง ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลทั่วไปและลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภูมิหลังหรือประสบการณ์การทำงาน

ภูมิหลังหรือประสบการณ์การทำงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เป็นผู้ประกอบการ ไม่มีประสบการณ์การทำงานในด้านอื่น ๆ	238	70.21
เคยมีประสบการณ์การทำงานในด้านอื่น ๆ มาก่อน	101	29.79
1. เกษตรกร	5	4.95
2. ข้าราชการ/ครู	7	6.93
3. งานอุตสาหกรรมบันเทิง	1	0.99
4. พนักงานขายและการตลาด	2	1.98
5. พนักงานธนาคารและการเงิน	4	3.96
6. พนักงานบริษัท	35	34.65
7. พนักงานบัญชี/เลขานุการ	2	1.98
8. พนักงานรัฐวิสาหกิจ	5	4.95
9. พนักงานโรงแรม	5	4.95
10. พนักงานห้างสรรพสินค้า	2	1.98
11. งานด้านภาษา ล่าม พนักงานสนามบิน	2	1.98
12. ลูกจ้าง รับจ้าง	12	11.88
13. ไม่ระบุข้อมูล	19	18.81
รวม (Total)	339	100.0

จากตารางที่ 4.15 จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการสตรีที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการทันทีโดยไม่มีประสบการณ์การทำงานในด้านอื่นๆ จำนวน 238 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.21 และเคยมีประสบการณ์การทำงานในด้านอื่น ๆ มาก่อน จำนวน 101 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.79 ประกอบไปด้วยอาชีพพนักงานบริษัท ลูกจ้าง งานรับจ้างทั่วไป ข้าราชการ/ครู เกษตรกร พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานโรงแรม พนักงานธนาคารและการเงิน พนักงานขายและการตลาด พนักงานบัญชี/เลขานุการ พนักงานห้างสรรพสินค้า งานด้านภาษา ล่าม พนักงานสนามบิน และงานอุตสาหกรรมบันเทิง

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการสตรีที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 30 – 40 ปี (คิดเป็นร้อยละ 43.66) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี (คิดเป็นร้อยละ 53.69) ดำเนินธุรกิจประเภทกิจการค้าส่งและค้าปลีก ร้อยละ 67.55 กิจการให้บริการ ร้อยละ 19.47 และกิจการผลิตสินค้า ร้อยละ 12.98 ตามลำดับ ซึ่งจำนวนของประเภทธุรกิจนั้นทำการสำรวจตามการกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา โดยผู้ประกอบการสตรีที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจในรูปแบบบุคคลธรรมดา (คิดเป็นร้อยละ 79.94) ซึ่งมีจำนวนการจ้างงานของธุรกิจต่ำกว่า 15 คน (คิดเป็นร้อยละ 80.83) หรือวิสาหกิจขนาดย่อม และมีสัดส่วนการจ้างงานเพศหญิงมากกว่าเพศชายในองค์กร (คิดเป็นร้อยละ 48.67) และส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจมาแล้วมากกว่า 5 ปี (คิดเป็นร้อยละ 43.66) ซึ่งประกอบไปด้วยธุรกิจที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ร้อยละ 54.29 และธุรกิจที่อยู่นอกเขตอำเภอเมืองหรือต่างอำเภอ ร้อยละ 45.72 โดยผู้ประกอบการสตรีที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการทันทีโดยไม่มีประสบการณ์การทำงานในด้านอื่นๆ ถึงร้อยละ 70.21 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยชีวิตการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยชีวิตการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ 1.ด้านความเป็นผู้ประกอบการหรือปัจจัยภายใน (ENT) 2.ด้านระบบนิเวศหรือปัจจัยภายนอก (ECO) โดยผู้วิจัยนำข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยชีวิตการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลของผู้ประกอบการสตรีจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 339 ราย มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลมาตรฐานค่า 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 4. 16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล ด้านความเป็นผู้ประกอบการ (n = 339)

	ปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล ด้านความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur)	ระดับความคิดเห็น					Mean	S.D.	แปรผล
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ปัจจัยด้านคุณลักษณะและความสามารถส่วนบุคคล									
1	ผู้ประกอบการสตรีสามารถบริหารจัดการเวลาในด้านธุรกิจและครอบครัวได้	43.7	47.5	8.3	0.6	0	4.34	0.653	เห็นด้วยมากที่สุด
2	ผู้ประกอบการสตรีมักจะมีทัศนคติที่เข้าสังคมเป็น ทนต่อเหตุการณ์และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา	42.5	49	8	0.6	0	4.33	0.647	เห็นด้วยมากที่สุด
3	ผู้ประกอบการสตรีมักจะเรียนรู้และพัฒนาทักษะ ความสามารถของตนเองให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ	46.3	44.5	9.1	0	0	4.37	0.646	เห็นด้วยมากที่สุด
4	ผู้ประกอบการสตรีมักจะมีทัศนคติที่ขยันในการทำงานและการบริหารจัดการคนและงานได้เป็นอย่างดี	47.8	40.4	11.2	0.6	0	4.35	0.700	เห็นด้วยมากที่สุด
5	ผู้ประกอบการสตรีมักจะทุ่มเท อดทน และสนุกกับการได้ทำสิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ	42.2	48.1	8.6	1.2	0	4.31	0.677	เห็นด้วยมากที่สุด
ผลรวมระดับความคิดเห็นด้านคุณลักษณะและความสามารถส่วนบุคคล							4.34	0.525	เห็นด้วยมากที่สุด
ปัจจัยด้านการตัดสินใจและเหตุผลที่มีขอบเขต									
1	ผู้ประกอบการสตรีมักจะปกป้องผู้ได้บังคับบัญชา แสดงความรับผิดชอบทุกการกระทำ และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นมากกว่าผู้ประกอบการชาย	27.7	54.6	15.0	2.7	0	4.07	0.728	เห็นด้วยมาก
2	ผู้ประกอบการสตรีมักจะให้ความสำคัญกับความได้เปรียบทางการแข่งขันในทุก ๆ เรื่อง	30.4	54.3	14.2	0.9	0.9	4.14	0.700	เห็นด้วยมาก
3	ผู้ประกอบการสตรีมักจะเป็นผู้คิดริเริ่ม ผู้วางแผน และผู้แสวงหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจอยู่เสมอ	41.3	49.6	8.0	1.2	0	4.31	0.667	เห็นด้วยมากที่สุด

	ปัจจัยชีวิตการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล ด้านความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur)	ระดับความคิดเห็น					Mean	S.D.	แปลผล
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
4	ผู้ประกอบการสตรีชอบที่จะทดลองสิ่งใหม่ ๆ และหากมีโอกาสใหม่ ๆ จะลงมือทำทันที	46.3	43.7	8.6	1.2	0.3	4.35	0.710	เห็นด้วยมากที่สุด
5	หากเกิดปัญหาผู้ประกอบการสตรีมักจะพยายามหาวิธีการแก้ไขปัญหาย่างสุด ความสามารถ	45.4	46.9	7.4	0.3	0	4.37	0.633	เห็นด้วยมากที่สุด
6	ท่านคิดว่าการทำงานร่วมกันกับบุคคลที่มีความแตกต่างกันจะนำพาความสำเร็จมาสู่ ผู้ประกอบการสตรีและธุรกิจ	33.0	50.7	15.3	0.9	0	4.16	0.704	เห็นด้วยมาก
ผลรวมระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจและเหตุผลที่มีขอบเขต							4.23	0.501	เห็นด้วยมากที่สุด
ปัจจัยด้านผลลัพธ์ส่วนบุคคล									
1	ผู้ประกอบการสตรีมักจะ ไม่ยอมแพ้หากเกิดข้อผิดพลาด แต่จะเรียนรู้จากโอกาสเหล่านั้น เพื่อเป็นแรงผลักดันสู่ความสำเร็จ	41.0	51.0	8.0	0	0	4.33	0.618	เห็นด้วยมากที่สุด
2	ผู้ประกอบการสตรีพร้อมที่จะพัฒนาทักษะและศักยภาพในการบริหารจัดการเพื่อให้เป็น ที่ยอมรับในสังคม	42.5	45.1	12.1	0.3	0	4.30	0.686	เห็นด้วยมากที่สุด
3	ผู้ประกอบการสตรีพร้อมที่จะพัฒนาทักษะและศักยภาพในการบริหารจัดการเพื่อให้ เข้าถึงโอกาสที่มากยิ่งขึ้น	36.3	54.6	8.6	0.6	0	4.27	0.635	เห็นด้วยมากที่สุด
4	หากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสตรีมีความก้าวหน้า ผู้ประกอบการสตรีมักจะ ได้รับการยอมรับจากสังคมมากขึ้น	37.5	42.2	15.0	0.3	0	4.22	0.700	เห็นด้วยมากที่สุด
5	ผู้ประกอบการสตรีมักจะคิดว่าการยอมรับและปรับเปลี่ยนจะส่งผลดีต่อความก้าวหน้า ของธุรกิจ	40.7	44.8	13.6	0.9	0	4.25	0.718	เห็นด้วยมากที่สุด
ผลรวมระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลลัพธ์ส่วนบุคคล							4.27	0.537	เห็นด้วยมากที่สุด
ผลรวมระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยชีวิตการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลด้านความเป็นผู้ประกอบการ							4.28	0.453	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.16 จะเห็นได้ว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการ ดิจิทัลด้านความเป็นผู้ประกอบการ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 หรือผู้ประกอบการสตรีที่ตอบ แบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลด้านความเป็น ผู้ประกอบการ และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.453

เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะและความสามารถส่วนบุคคล ผู้ประกอบการสตรีที่ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมากที่สุด ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.34 และค่าเบี่ยงเบน มาตรฐานเท่ากับ 0.525 นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามต่างเห็นด้วยเป็นอย่างมากที่สุดว่า ผู้ประกอบการ สตรีสามารถบริหารจัดการเวลาในด้านธุรกิจและครอบครัวได้เป็นอย่างดี มีความทันสมัย มี ความสามารถในการเข้าถึงคน ทันต่อเหตุการณ์และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มักที่จะ เรียนรู้และพัฒนาทักษะ ความสามารถของตนเองให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ อีกทั้งยังมีความยืดหยุ่นใน การทำงานและการบริหารจัดการคนและงานได้เป็นอย่างดี และผู้ประกอบการสตรีมักจะทุ่มเท อดทน และสนุกกับการได้ทำสิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ รองลงมาคือปัจจัยด้านผลลัพธ์ส่วนบุคคล ผู้ประกอบการสตรี ที่ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมากที่สุดเช่นกัน แต่อยู่ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.27 และค่าเบี่ยงเบน มาตรฐานเท่ากับ 0.537 นั่นคือ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามต่างเห็นด้วยเป็นอย่างมากที่สุดว่า ผู้ประกอบการ สตรีมักจะไม่นิยมแพ้หากเกิดข้อผิดพลาด แต่จะเรียนรู้จากโอกาสเหล่านั้นเพื่อเป็นแรงผลักดันสู่ ความสำเร็จ และพร้อมที่จะพัฒนาทักษะและศักยภาพในการบริหารจัดการเพื่อให้เป็นที่ยอมรับในสังคม และเพื่อให้เข้าถึงโอกาสที่มากยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้ประกอบการสตรีเชื่อว่าการยอมรับและปรับเปลี่ยนจะ ส่งผลดีต่อความก้าวหน้าของธุรกิจนั่นเอง และปัจจัยด้านการตัดสินใจและเหตุผลที่มีขอบเขต ผู้ประกอบการสตรีที่ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมากที่สุดเช่นกัน แต่อยู่ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.23 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.501 นั่นคือ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามต่างเห็นด้วยเป็นอย่างมากที่สุดว่า หากเกิดปัญหาผู้ประกอบการสตรีมักจะพยายามหาวิธีการแก้ไขปัญหาและมีการตัดสินใจที่รอบคอบ ในการแก้ไขปัญหา รวมไปถึงผู้ประกอบการสตรีมักจะเป็นผู้คิดริเริ่ม ผู้วางแผน และผู้แสวงหาข้อมูล ประกอบการตัดสินใจอยู่เสมอ ในด้านการบริหารบุคคลมักจะปกป้องผู้ใต้บังคับบัญชา แสดงความ รับผิดชอบทุกการกระทำและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นมากกว่าผู้ประกอบการชาย

ตารางที่ 4. 17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล ด้านระบบนิเวศ (n = 339)

ปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล ด้านระบบนิเวศ (Ecosystem)	ระดับความคิดเห็น					Mean	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจดิจิทัลในภูมิภาค								
1 ท่านคิดว่าสภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎระเบียบของประเทศเกี่ยวกับผู้ประกอบการสตรีสามารถช่วยสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการได้	29.2	44.8	20.4	4.7	0.9	3.97	0.875	เห็นด้วยมาก
2 ท่านคิดว่าในปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภค มีการแลกเปลี่ยนและมีส่วนร่วมในกิจกรรมออนไลน์มากขึ้น	53.4	40.1	5.0	1.5	0	4.45	0.662	เห็นด้วยมากที่สุด
3 ท่านคิดว่าสังคมและองค์กรถือเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญที่จะช่วยให้สตรีก้าวเข้ามามีบทบาทในด้านธุรกิจและเทคโนโลยีมากขึ้น	20.6	60.8	17.4	1.2	0	4.01	0.655	เห็นด้วยมาก
ผลรวมระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจดิจิทัล ในภูมิภาค						4.14	0.529	เห็นด้วยมาก
ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานของธุรกิจดิจิทัล								
1 ท่านคิดว่าควรมีการจัดอบรมและสัมมนาเกี่ยวกับการส่งเสริมเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้กับผู้ประกอบการสตรีอยู่เสมอ	24.5	45.1	22.4	5.6	2.4	3.84	0.939	เห็นด้วยมาก
2 ท่านได้เข้าร่วมประชุมและสัมมนาเกี่ยวกับการส่งเสริมธุรกิจของท่านอยู่เสมอ	13.6	28.9	21.8	15.3	20.4	3.00	1.343	เห็นด้วยปานกลาง
3 ผู้ประกอบการสตรีในประเทศไทยสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจได้ง่ายและรวดเร็ว	12.7	47.8	31.0	7.4	1.2	3.63	0.840	เห็นด้วยมาก
4 ผู้ประกอบการสตรีในประเทศไทยได้รับการสนับสนุนจากสถาบันหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจอยู่เสมอ	11.2	43.7	32.2	10.6	2.4	3.51	0.911	เห็นด้วยมาก

	ปัจจัยชีวิตการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล ด้านระบบนิเวศ (Ecosystem)	ระดับความคิดเห็น					Mean	S.D.	แปลผล
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
5	ผู้ประกอบการสตรีในประเทศไทยสามารถเข้าถึงปัจจัยที่เอื้อต่อความสามารถได้เป็นอย่างดี เช่น โครงข่ายอินเทอร์เน็ตที่ครอบคลุมจากภาครัฐ	17.7	42.5	28.3	9.1	2.4	3.64	0.955	เห็นด้วยมาก
6	ท่านคิดว่าความเป็นสตรีสามารถทำให้เข้าถึงการบริการของภาครัฐได้น้อยกว่าผู้ประกอบการชาย	16.8	35.7	32.4	13.3	1.8	3.53	0.980	เห็นด้วยมาก
ผลรวมระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานของธุรกิจดิจิทัล							3.52	0.746	เห็นด้วยมาก
ผลรวมระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยชีวิตการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลด้านระบบนิเวศ							3.73	0.584	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.17 จะเห็นได้ว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลด้านระบบนิเวศ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 หรือผู้ประกอบการสตรีที่ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมากเกี่ยวกับปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลด้านระบบนิเวศ และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.584

เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจดิจิทัลในภูมิภาคผู้ประกอบการสตรีที่ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมาก ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.14 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.529 นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยเป็นอย่างมากว่า ในปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภคมีการแลกเปลี่ยนและมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางออนไลน์มากขึ้น และเห็นด้วยเป็นอย่างมากว่า สภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎระเบียบของประเทศเกี่ยวกับผู้ประกอบการสตรีจะสามารถช่วยสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการได้ และบริบทของสังคมและองค์กรนับว่าเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญที่จะช่วยให้สตรีก้าวเข้ามามีบทบาทในด้านธุรกิจและเทคโนโลยีที่มากขึ้น รองลงมาคือ ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานของธุรกิจดิจิทัล ผู้ประกอบการสตรีที่ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมากเช่นกัน แต่อยู่ที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.52 ซึ่งต่ำกว่า และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.746 โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าในปัจจุบันผู้ประกอบการสตรีในประเทศไทยสามารถเข้าถึงปัจจัยที่เอื้อต่อความสามารถได้เป็นอย่างดี เช่น โครงข่ายอินเทอร์เน็ตที่ครอบคลุมจากภาครัฐ รวมไปถึงผู้ประกอบการสตรีในประเทศไทยสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจได้ง่ายและรวดเร็วมากขึ้น และได้รับการสนับสนุนจากสถาบันหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจอยู่เสมอ และเห็นด้วยว่าควรมีการจัดอบรมและสัมมนาเกี่ยวกับการส่งเสริมเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้กับผู้ประกอบการสตรี เนื่องจากผู้ประกอบการสตรีที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้เข้าร่วมประชุมและสัมมนาเกี่ยวกับการส่งเสริมธุรกิจในระดับปานกลางเท่านั้น และผู้ประกอบการสตรีที่ตอบแบบสอบถามยังมีความคิดเห็นว่าเป็นสตรีทำให้เข้าถึงการบริการของภาครัฐได้น้อยกว่าผู้ประกอบการชาย

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ 1.ด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (REL) 2.ด้านคุณลักษณะที่เข้าถึงได้ (COT) 3.ด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (COP) และ 4.ด้านคุณลักษณะที่สามารถทดลองใช้และสังเกตได้ (TRA&OBS) โดยผู้วิจัยนำข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม

ของผู้ประกอบการสตรีจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 339 ราย มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลมาตรฐานค่า 5 ระดับ ซึ่งกำหนดเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (n = 339)

คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage)	ระดับความคิดเห็น					Mean	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1 การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจของท่านทำให้เกิดประสิทธิภาพที่มากขึ้น	45.1	48.7	6.2	0	0	4.39	0.602	เห็นด้วยมากที่สุด
2 การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจของท่านทำให้เกิดความสามารถในการทำงานกำไร	38.3	45.4	15.0	1.2	0	4.21	0.734	เห็นด้วยมากที่สุด
3 การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจของท่านทำให้เกิดต้นทุนที่ลดลง	33.0	40.7	20.4	4.7	1.2	4.00	0.912	เห็นด้วยมาก
4 การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจของท่านทำให้เวลาในการดำเนินงานที่ลดลง	36.3	48.4	10.6	3.8	0.9	4.15	0.825	เห็นด้วยมาก
ผลรวมระดับความคิดเห็นด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ						4.19	0.624	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.18 จะเห็นได้ว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยที่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.624 โดยผู้ประกอบการสตรีที่ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากกว่าการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจทำให้เกิดประสิทธิภาพที่มากขึ้น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ค่าเฉลี่ย 4.39 (S.D. = 0.602) รองลงมาคือ ทำให้เกิดความสามารถในการทำกำไร มีค่าเฉลี่ย 4.21 (S.D. = 0.734) และเห็นด้วยในระดับมาก คือ การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจทำให้เวลาในการดำเนินงานลดลง มีค่าเฉลี่ย 4.15 (S.D. = 0.912) และทำให้เกิดต้นทุนที่ลดลง มีค่าเฉลี่ย 4.00 (S.D. = 0.825)

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้ (n = 339)

คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility)	ระดับความคิดเห็น					Mean	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1 การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจของท่านทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น	36.6	52.2	10.3	0.9	0	4.24	0.668	เห็นด้วยมากที่สุด
2 การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจจะต้องทำให้ได้รับข้อมูลที่ทันสมัย	48.7	43.7	7.7	0	0	4.41	0.630	เห็นด้วยมากที่สุด
3 การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจจะต้องปรับใช้กับธุรกิจได้	56.9	38.9	4.1	0	0	4.53	0.577	เห็นด้วยมากที่สุด
4 การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจจะต้องทำให้เข้าใจลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น	46.6	44.0	8.8	0.6	0	4.37	0.668	เห็นด้วยมากที่สุด
5 การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจจะต้องสนับสนุนกระบวนการทางธุรกิจ	53.1	41.9	5.0	0	0	4.48	0.592	เห็นด้วยมากที่สุด
ผลรวมระดับความคิดเห็นด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้						4.41	0.473	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.19 จะเห็นได้ว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยที่ระดับมากที่สุด ซึ่งค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.473 โดยผู้ประกอบการสตรีที่ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดว่าการนำเทคโนโลยีเข้ามามีใช้ในการดำเนินธุรกิจจะต้องปรับใช้กับธุรกิจได้ โดยเป็นประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ค่าเฉลี่ย 4.53 (S.D. = 0.577) รองลงมาคือ เทคโนโลยีจะต้องสนับสนุนกระบวนการทางธุรกิจ มีค่าเฉลี่ย 4.48 (S.D. = 0.592) เทคโนโลยีจะต้องทำให้ได้รับข้อมูลที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.41 (S.D. = 0.630) เทคโนโลยีจะต้องช่วยทำให้เข้าใจลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.37 (S.D. = 0.668) และเทคโนโลยีจะต้องทำทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.24 (S.D. = 0.668) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (n = 339)

คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity)	ระดับความคิดเห็น					Mean	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1 การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจจะต้องมีความเหมาะสมกับธุรกิจ	53.7	43.1	3.2	0	0	4.50	0.562	เห็นด้วยมากที่สุด
2 การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เทคโนโลยีจะต้องสามารถปรับใช้ง่ายและไม่ซับซ้อน	58.4	34.5	7.1	0	0	4.51	0.627	เห็นด้วยมากที่สุด
3 การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เทคโนโลยีจะต้องสามารถเข้าถึงได้ง่าย	61.4	33.0	5.6	0	0	4.56	0.600	เห็นด้วยมากที่สุด
4 การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เทคโนโลยีจะต้องสามารถทำได้ด้วยตนเอง	59.3	32.4	8.3	0	0	4.51	0.645	เห็นด้วยมากที่สุด
5 การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เทคโนโลยีจะต้องสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง	54.9	38.6	6.5	0	0	4.48	0.617	เห็นด้วยมากที่สุด
6 การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เทคโนโลยีจะต้องสามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา	57.5	36.6	5.9	0	0	4.52	0.607	เห็นด้วยมากที่สุด
ผลรวมระดับความคิดเห็นด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน						4.51	0.505	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.20 จะเห็นได้ว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยที่ระดับมากที่สุด ซึ่งค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.505 โดยผู้ประกอบการสตรีที่ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดว่าการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เทคโนโลยีนั้นจะต้องสามารถเข้าถึงได้ง่าย โดยเป็นประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ค่าเฉลี่ย 4.56 (S.D. = 0.600) รองลงมาคือ เทคโนโลยีจะต้องสามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.52 (S.D. = 0.607) ถัดมาคือ เทคโนโลยีจะต้องสามารถปรับใช้ได้ง่าย ไม่ซับซ้อน และสามารถทำได้ด้วยตนเอง มีค่าเฉลี่ย 4.51 (S.D. = 0.627, 0.645) ถัดมาคือ เทคโนโลยีจะต้องมีความเหมาะสมกับธุรกิจ มีค่าเฉลี่ย 4.50 (S.D. = 0.562) และเทคโนโลยีจะต้องสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองได้ มีค่าเฉลี่ย 4.48 (S.D. = 0.617) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมด้านคุณลักษณะที่สามารถทดลองและสังเกตได้ (n = 339)

คุณลักษณะสามารถทดลองใช้และสามารถสังเกตได้ (Trainability & Observability)	ระดับความคิดเห็น					Mean	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1 เทคโนโลยีนั้นควรที่จะมีการให้บริการฟรี ไม่มีเงื่อนไขผูกมัด	59.0	34.2	6.8	0	0	4.52	0.622	เห็นด้วยมากที่สุด
2 เทคโนโลยีนั้นควรที่จะมีผู้ให้คำแนะนำและรีวิวถึงประโยชน์	51.0	41.3	7.7	0	0	4.43	0.633	เห็นด้วยมากที่สุด
3 การใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจจะต้องทำให้เกิดการรับรู้ประโยชน์จากผู้ใช้งานจริง	51.9	44.5	3.2	0.3	0	4.48	0.577	เห็นด้วยมากที่สุด
4 การใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจจะต้องทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน	52.5	39.8	7.7	0	0	4.45	0.634	เห็นด้วยมากที่สุด
5 การใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจจะต้องทำให้เกิดการขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโต	57.2	37.5	5.3	0	0	4.52	0.597	เห็นด้วยมากที่สุด
ผลรวมระดับความคิดเห็นด้านคุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้และคุณลักษณะสามารถสังเกตได้						4.48	0.486	เห็นด้วยมากที่สุด

จากตารางที่ 4.21 จะเห็นได้ว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมด้านคุณลักษณะสามารถทดลองใช้และสามารถสังเกตได้ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยที่ระดับมากที่สุด ซึ่งค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.486 โดยผู้ประกอบการสตรีที่ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดว่าการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจจะต้องทำให้เกิดการขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตได้ และเทคโนโลยีนั้นควรที่จะมีการให้ใช้บริการฟรี ไม่มีเงื่อนไขผูกมัด โดยเป็นประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ค่าเฉลี่ย 4.52 (S.D. = 0.597, 0.622) รองลงมาคือ การใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจจะต้องทำให้เกิดการรับรู้ประโยชน์จากผู้ที่ใช้งานจริง มีค่าเฉลี่ย 4.48 (S.D. = 0.577) ถัดมาคือ การใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจจะต้องทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ย 4.45 (S.D. = 0.634) และเทคโนโลยีนั้นควรมีผู้ให้คำแนะนำและรีวิถึงประโยชน์จากการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 4.43 (S.D. = 0.633) ตามลำดับ

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการยอมรับเทคโนโลยี

ระดับการยอมรับเทคโนโลยี แบ่งออกเป็น 5 ชั้น คือ 1.ชั้นการตื่นตัวหรือการรับรู้ (AWN) 2.ชั้นความสนใจ (INT) 3.ชั้นการประเมินค่า (EVA) 4.ชั้นการทดลอง (TRI) และ 5.ชั้นการยอมรับ (ADO) โดยผู้วิจัยนำข้อมูลเกี่ยวกับระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 339 ราย มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ความเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลมาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งกำหนดเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	หมายถึง	ยอมรับน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง	ยอมรับน้อย
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง	ยอมรับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง	ยอมรับมาก
ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึง	ยอมรับมากที่สุด

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีในจังหวัดนครราชสีมา (n = 339)

การยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น					Mean	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ขั้นการตื่นตัวหรือการรับรู้ (Awareness stage)								
ท่านทราบว่าเทคโนโลยีมากมายที่สามารถนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจที่สามารถช่วยเพิ่มสมรรถนะและความสามารถให้กับธุรกิจของท่านได้	29.8	50.4	18.6	1.2	0	4.09	0.724	ยอมรับมาก
ขั้นความสนใจ (Interest stage)								
ท่านสนใจที่จะศึกษาเพิ่มเติมในแง่ของการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจ	31.0	54.9	14.2	0	0	4.17	0.651	ยอมรับมาก
ขั้นการประเมินค่า (Evaluation stage)								
ท่านสามารถประเมินได้ว่าธุรกิจของท่านจะได้ผลประโยชน์อย่างไรจากการใช้เทคโนโลยี	30.4	55.5	14.2	0	0	4.16	0.648	ยอมรับมาก
ขั้นการทดลอง (Trial stage)								
ท่านมีความสนใจที่จะนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจเสมอ	31.9	51.9	15.3	0.9	0	4.15	0.698	ยอมรับมาก
ขั้นการยอมรับ (Adoption stage)								
ถึงแม้ว่าเทคโนโลยีจะมีความยุ่งยาก แต่ท่านก็จะยังยอมรับที่จะนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ	31.9	50.1	17.4	0.6	0	4.13	0.707	ยอมรับมาก
ผลรวมระดับการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรม						4.14	0.567	ยอมรับมาก

จากตารางที่ 4.22 จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการสตรีที่ตอบแบบสอบถามมีระดับการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการดำเนินธุรกิจอยู่ในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.567 เมื่อพิจารณาเป็นระดับขั้น ผู้ประกอบการสตรีที่ตอบแบบสอบถามมีระดับการยอมรับ

เทคโนโลยีและนวัตกรรมทั้ง 5 ชั้น อยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยขั้นการตื่นตัวและรับรู้ มีค่าเฉลี่ย 4.09 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.724 ชั้นความสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.17 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.651 ขั้นการประเมินค่า มีค่าเฉลี่ย 4.16 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.648 ขั้นการทดลอง มีค่าเฉลี่ย 4.15 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.698 และขั้นการยอมรับ มีค่าเฉลี่ย 4.13 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.707

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเปรียบเทียบระดับการยอมรับเทคโนโลยี 5 ชั้นของผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจ ในเขตอำเภอเมืองและนอกเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา

การยอมรับเทคโนโลยี และนวัตกรรม	พื้นที่	ระดับความคิดเห็น					Mean	S.D.	แปลผล
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ขั้นการตื่นตัวหรือการรับรู้ (Awareness stage)									
ท่านทราบว่าเทคโนโลยีมาก มายที่สามารถนำมาใช้ในการ ดำเนินธุรกิจที่สามารถช่วยเพิ่ม สรรมณะและความสามารถให้ กับธุรกิจของท่านได้	ในเขตเมือง นครราชสีมา	29.1	41.8	26.4	2.7	0	3.99	0.806	ยอมรับมาก
	นอกเขตเมือง นครราชสีมา	29.7	60.6	9.7	0	0	4.20	0.597	ยอมรับมาก
ชั้นความสนใจ (Interest stage)									
ท่านสนใจที่จะศึกษาเพิ่มเติม ในแง่ของการนำเทคโนโลยี เข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจ	ในเขตเมือง นครราชสีมา	33.5	46.2	19.8	0.5	0	4.15	0.721	ยอมรับมาก
	นอกเขตเมือง นครราชสีมา	27.1	65.2	7.7	0	0	4.19	0.559	ยอมรับมาก
ขั้นการประเมินค่า (Evaluation stage)									
ท่านสามารถประเมินได้ว่า ธุรกิจของท่านจะได้ ผลประโยชน์อย่างไรจากการ ใช้เทคโนโลยี	ในเขตเมือง นครราชสีมา	31.3	50	18.7	0	0	4.15	0.698	ยอมรับมาก
	นอกเขตเมือง นครราชสีมา	27.7	62.6	9.7	0	0	4.18	0.586	ยอมรับมาก

การยอมรับเทคโนโลยี และนวัตกรรม	พื้นที่	ระดับความคิดเห็น					Mean	S.D.	แปลผล
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ขั้นการทดลอง (Trial stage)									
ท่านมีความสนใจที่จะนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้	ในเขตเมือง นครราชสีมา	33.5	47.3	17	2.2	0	4.14	0.745	ยอมรับมาก
ในการดำเนินธุรกิจเสมอ	นอกเขตเมือง นครราชสีมา	29.7	56.8	13.5	0	0	4.16	0.639	ยอมรับมาก
ขั้นการยอมรับ (Adoption stage)									
ถึงแม้ว่าเทคโนโลยีจะมีความยุ่งยาก แต่ท่านก็จะยังยอมรับที่จะนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ	ในเขตเมือง นครราชสีมา	35.7	43.4	19.2	1.6	0	4.15	0.758	ยอมรับมาก
	นอกเขตเมือง นครราชสีมา	27.1	57.4	15.5	0	0	4.12	0.644	ยอมรับมาก

จากตารางที่ 4.23 จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการสตรีที่ตอบแบบสอบถามทั้งในเขตและนอกเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา มีระดับการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมทั้ง 5 ขั้น อยู่ในระดับมากที่สุด รายละเอียดดังนี้

1. ขั้นการตื่นตัวหรือการรับรู้ ผู้ประกอบการสตรีทั้งในและนอกเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา มีการยอมรับในระดับมาก โดยผู้ประกอบการสตรีนอกเขตเมืองมีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่าคือ 4.20 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.597 ในขณะที่ผู้ประกอบการสตรีในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา มีค่าเฉลี่ย 3.99 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.806

2. ขั้นความสนใจ ผู้ประกอบการสตรีทั้งในและนอกเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา มีการยอมรับในระดับมาก โดยผู้ประกอบการสตรีนอกเขตเมืองมีค่าเฉลี่ย 4.19 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.559 ในขณะที่ผู้ประกอบการสตรีในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา มีค่าเฉลี่ย 4.15 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.721 ซึ่งมีค่าที่ใกล้เคียงกัน

3. ขั้นการประเมินค่า ผู้ประกอบการสตรีทั้งในและนอกเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา มีการยอมรับในระดับมาก โดยผู้ประกอบการสตรีนอกเขตเมืองมีค่าเฉลี่ย 4.18 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

เท่ากับ 0.586 ในขณะที่ผู้ประกอบการสตรีในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมามีค่าเฉลี่ย 4.15 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.698 ซึ่งมีค่าที่ใกล้เคียงกัน

4. ขั้นการทดลอง ผู้ประกอบการสตรีทั้งในและนอกเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา มีการยอมรับในระดับมาก โดยผู้ประกอบการสตรีนอกเขตเมืองมีค่าเฉลี่ย 4.16 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.639 ในขณะที่ผู้ประกอบการสตรีในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมามีค่าเฉลี่ย 4.14 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.745 ซึ่งมีค่าที่ใกล้เคียงกัน

5. ขั้นการยอมรับ ผู้ประกอบการสตรีทั้งในและนอกเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา มีการยอมรับในระดับมาก โดยผู้ประกอบการสตรีนอกเขตเมืองมีค่าเฉลี่ย 4.12 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.644 ในขณะที่ผู้ประกอบการสตรีในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมามีค่าเฉลี่ย 4.15 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.758 ซึ่งมีค่าที่ใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 4. 24 แสดงการเปรียบเทียบระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจในพื้นที่ที่แตกต่างกัน ด้วยสถิติ Independent Simple T-test

พื้นที่การดำเนินธุรกิจ	N	Mean	S.D.	T	Sig.
ในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา	184	4.11	0.629	-0.929	0.354
นอกเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา	155	4.17	0.483		

จากตารางที่ 4.24 จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการสตรีในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมาที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 184 ราย มีระดับการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรม ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.629 และผู้ประกอบการสตรีนอกเขตอำเภอเมืองนครราชสีมาที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 155 ราย มีระดับการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรม ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.483 ซึ่งจากการทดสอบด้วยสถิติ Independent Simple T-test กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจในพื้นที่ที่แตกต่างกัน มีระดับการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ไม่แตกต่างกัน แสดงว่าปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 7 ที่ว่า การยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีในเขตเมืองไม่แตกต่างไปจากผู้ประกอบการสตรีนอกเขตเมือง

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล และ ปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีต่อระดับการยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล ประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านความเป็นผู้ประกอบการ (X_1) และปัจจัยด้านระบบนิเวศ (X_2) และปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยี ประกอบไปด้วย ด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (X_3) ด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้ (X_4) ด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (X_5) และด้านคุณลักษณะสามารถทดลองและสังเกตได้ (X_6) ต่อระดับการยอมรับเทคโนโลยี (Y) ด้วยวิธีการของเพียร์สัน ซึ่งได้กำหนดสัญลักษณ์แต่ละตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ดังนี้

X_1	หมายถึง ปัจจัยด้านความเป็นผู้ประกอบการ
X_2	หมายถึง ปัจจัยด้านระบบนิเวศ
X_3	หมายถึง ปัจจัยด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ
X_4	หมายถึง ปัจจัยด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้
X_5	หมายถึง ปัจจัยด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน
X_6	หมายถึง ปัจจัยด้านคุณลักษณะที่สามารถทดลองและสังเกตได้
Y	หมายถึง การยอมรับเทคโนโลยี

การแปลผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Best, 1977)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	การแปลผลระดับความสัมพันธ์
0.00 - 0.20	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก
0.21 - 0.50	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ
0.51 - 0.80	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
0.81 - 1.00	มีความสัมพันธ์ระดับสูง

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล และ ปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีต่อการยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม (n = 339)

		Y	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆
การยอมรับเทคโนโลยี (Y)	Pearson Correlation	1						
	Sig. (2-tailed)							
ปัจจัยด้านความเป็นผู้ประกอบการ (X ₁)	Pearson Correlation	.413**	1					
	Sig. (2-tailed)	.000						
ปัจจัยด้านระบบนิเวศ (X ₂)	Pearson Correlation	.507**	.361**	1				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000					
คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (X ₃)	Pearson Correlation	.628**	.300**	.563**	1			
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000				
คุณลักษณะที่เข้าถึงได้ (X ₄)	Pearson Correlation	.579**	.596**	.299**	.422**	1		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000			
คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (X ₅)	Pearson Correlation	.336**	.597**	0.099	.286**	.661**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	0.071	.000	.000		
คุณลักษณะสามารถทดลองและสังเกตได้ (X ₆)	Pearson Correlation	.371**	.570**	.133*	.179**	.640**	.632**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	0.015	0.001	.000	.000	

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล และปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีต่อการยอมรับเทคโนโลยีสามารถอธิบายสมมติฐานการวิจัย (Hypothesis Testing) ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 มีความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผู้ประกอบการและการยอมรับเทคโนโลยี

ตารางที่ 4. 26 แสดงค่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผู้ประกอบการและการยอมรับเทคโนโลยี

		การยอมรับเทคโนโลยี (Y)
ปัจจัยด้านความเป็นผู้ประกอบการ (X ₁)	ค่าสหสัมพันธ์	.413**
	P	.000
	ระดับความสัมพันธ์	ต่ำ

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.25 และ 4.26 จะเห็นได้ว่า ปัจจัยด้านผู้ประกอบการหรือปัจจัยภายในมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี ($r = .413, p = .01$) โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำ กล่าวคือ หากผู้ประกอบการสตรีมีคุณลักษณะ ความสามารถ และหรือคุณสมบัติเฉพาะบุคคลในการดำเนินธุรกิจที่ช่วยส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น จะส่งผลให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น

สมมติฐานที่ 2 มีความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านระบบนิเวศและการยอมรับเทคโนโลยี

ตารางที่ 4. 27 แสดงค่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านระบบนิเวศและการยอมรับเทคโนโลยี

		การยอมรับเทคโนโลยี (Y)
ปัจจัยด้านระบบนิเวศ (X ₂)	ค่าสหสัมพันธ์	.507**
	P	.000
	ระดับความสัมพันธ์	ปานกลาง

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.25 และ 4.27 จะเห็นได้ว่า ปัจจัยด้านระบบนิเวศหรือปัจจัยภายนอกมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี ($r = .507, p = .01$) โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ หากภูมิภาค หรือจังหวัด นครราชสีมา มีโครงสร้างพื้นฐานหรือสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการหรือธุรกิจในด้านดิจิทัลที่เพิ่มมากขึ้น จะส่งผลทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบมีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยี

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบและการยอมรับเทคโนโลยี

		การยอมรับเทคโนโลยี (Y)
คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (X_3)	ค่าสหสัมพันธ์	.628**
	P	.000
	ระดับความสัมพันธ์	ปานกลาง

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.25 และ 4.28 จะเห็นได้ว่า ปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี ($r = .628, p = .01$) โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ ประโยชน์ในเชิงเปรียบเทียบสามารถบ่งบอกได้ว่าเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ นั้นมีประสิทธิภาพและสามารถตอบโจทย์การใช้งานของผู้ประกอบการสตรีได้คืออะไร ซึ่งหากเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่นำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจสามารถทำให้เกิดประโยชน์จากการใช้งานได้ครกว่าสิ่งที่มีอยู่เดิม ไม่ว่าจะในด้านประสิทธิภาพที่มากขึ้น การช่วยทำเกิดกำไรในการดำเนินธุรกิจที่เพิ่มมากขึ้น หรือการช่วยลดต้นทุนและเวลาในการดำเนินงานได้ จะส่งผลทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยี

ตารางที่ 4. 29 แสดงค่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะที่เข้ากันและการยอมรับเทคโนโลยี

		การยอมรับเทคโนโลยี (Y)
คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (X_4)	ค่าสหสัมพันธ์	.579**
	P	.000
	ระดับความสัมพันธ์	ปานกลาง

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.25 และ 4.29 จะเห็นได้ว่า ปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี ($r = .579, p = .01$) โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ หมายถึง หากเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่จะนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจสามารถปรับใช้ได้กับรูปแบบธุรกิจเดิม สามารถสนับสนุนกระบวนการทำงานทางธุรกิจได้ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายของธุรกิจ จนก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีตามเป้าหมายและความต้องการของผู้ประกอบการ จะส่งผลทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อนมีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยี

ตารางที่ 4. 30 แสดงค่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อนและการยอมรับเทคโนโลยี

		การยอมรับเทคโนโลยี (Y)
คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (X_5)	ค่าสหสัมพันธ์	.336**
	P	.000
	ระดับความสัมพันธ์	ต่ำ

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.25 และ 4.30 จะเห็นได้ว่า ปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี ($r = .336, p = .01$) โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำ กล่าวคือ หากเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่จะนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจสามารถปรับใช้กับธุรกิจได้ง่ายไม่ซับซ้อน เข้าถึงได้ง่าย สามารถเรียนรู้และใช้งานได้ด้วยตนเอง และมีความเหมาะสมกับรูปแบบธุรกิจ จะส่งผลทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านคุณลักษณะที่สามารถทดลองและสังเกตได้มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยี

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะที่สามารถทดลองและสังเกตได้และการยอมรับเทคโนโลยี

		การยอมรับเทคโนโลยี (Y)
คุณลักษณะที่สามารถทดลองและสังเกตได้ (X_0)	ค่าสหสัมพันธ์	.371**
	P	.000
	ระดับความสัมพันธ์	ต่ำ

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.25 และ 4.31 จะเห็นได้ว่า ปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมด้านคุณลักษณะที่สามารถทดลองและสังเกตได้ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี ($r = .371, p = .01$) โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำ กล่าวคือ หากเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่จะนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจสามารถที่จะทดลองใช้งานจนทำให้เห็นผลได้อย่างชัดเจน หรือสามารถทำให้เกิดการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานได้อย่างชัดเจน เช่น สามารถทำให้เกิดการขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตหรือได้เปรียบทางการแข่งขันได้ จะส่งผลทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 4. 32 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	r	Sig.	T	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. มีความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผู้ประกอบการและการยอมรับเทคโนโลยี	0.413	0.01	-	ยอมรับสมมติฐาน
2. มีความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านระบบนิเวศและการยอมรับเทคโนโลยี	0.507	0.01	-	ยอมรับสมมติฐาน
3. ปัจจัยด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบมีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยี	0.628	0.01	-	ยอมรับสมมติฐาน
4. ปัจจัยด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยี	0.579	0.01	-	ยอมรับสมมติฐาน
5. ปัจจัยด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อนมีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยี	0.336	0.01	-	ยอมรับสมมติฐาน
6. ปัจจัยด้านคุณลักษณะที่สามารถทดลองและสังเกตได้มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยี	0.371	0.01	-	ยอมรับสมมติฐาน
7. การยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีในเขตเมืองแตกต่างไปจากผู้ประกอบการสตรีนอกเขตเมือง	-	0.354	-0.929	ปฏิเสธสมมติฐาน

จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อค้นหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งได้กำหนดสัญลักษณ์แต่ละตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ดังนี้

- X_1 หมายถึง ปัจจัยด้านความเป็นผู้ประกอบการ
- X_2 หมายถึง ปัจจัยด้านระบบนิเวศ
- X_3 หมายถึง ปัจจัยด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ
- X_4 หมายถึง ปัจจัยด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้

X_5 หมายถึง ปัจจัยด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน

X_6 หมายถึง ปัจจัยด้านคุณลักษณะที่สามารถทดลองและสังเกตได้

Y หมายถึง การยอมรับเทคโนโลยี

R หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ

R^2 หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (อำนาจพยากรณ์)

Adjusted R^2 หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่มีการเปลี่ยนจากเดิมเมื่อเพิ่มตัวแปรอิสระทีละตัว

SE.B หมายถึง ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์การถดถอย

B หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระในรูปของคะแนนมาตรฐาน

Beta หมายถึง ค่ามาตรฐานสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์การถดถอย

แสดงผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 4.33 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบปกติ

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	54.496	6	9.083	65.574	.000 ^a
Residual	45.016	325	0.139		
Total	99.512	331			

a. Predictors: (Constant), คุณลักษณะสามารถทดลองและสังเกตได้, ปัจจัยด้านระบบนิเวศ, คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ, ปัจจัยด้านความเป็นผู้ประกอบการ, คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน, คุณลักษณะที่เข้าถึงได้

b. Dependent Variable: ระดับการยอมรับเทคโนโลยี

จากตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ยืนยันว่าตัวแปรอิสระ ซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านความเป็นผู้ประกอบการ (X_1) ปัจจัยด้านระบบ

นิเวศ (X_2) ปัจจัยด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (X_3) ปัจจัยด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้ (X_4) ปัจจัยด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (X_5) และปัจจัยด้านคุณลักษณะที่สามารถทดลองและสังเกตได้ (X_6) มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ การยอมรับเทคโนโลยี (Y) เนื่องจากพบว่ามีค่า Sig. ของสมการมีค่าเท่ากับ .000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.34 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis)

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	0.208	0.238		0.873	0.383
ปัจจัยด้านความเป็นผู้ประกอบการ (X_1)	0.038	0.064	0.031	0.586	0.558
ปัจจัยด้านระบบนิเวศ (X_2)	0.158	0.045	0.169	3.493	.001*
คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (X_3)	0.34	0.043	0.389	7.996	.000*
คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (X_4)	0.403	0.068	0.348	5.919	.000*
คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (X_5)	-0.116	0.062	-0.108	-1.886	0.06
คุณลักษณะที่สามารถทดลองและสังเกตได้ (X_6)	0.12	0.061	0.106	1.968	0.05
R = 0.740	R ² = 0.548	Adjusted R ² = 0.539			
SEE = 0.372	F = 65.574*				

* คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 เมื่อวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis) จะเห็นได้ว่า ปัจจัยทั้ง 6 ตัวแปร ร่วมกันส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.740 ซึ่งปัจจัยทั้งหมดสามารถอธิบายความแปรปรวนของการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีได้ร้อยละ 54.8 ($R^2 = 0.548$) และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์เท่ากับ 0.372 โดยตัวแปรพยากรณ์ที่สามารถอธิบายอิทธิพลที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีทั้งหมด 3 ตัวแปร ได้แก่ ปัจจัยด้านระบบนิเวศ (Sig. = .001) ปัจจัยด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Sig. = .000) และปัจจัยด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Sig. = .000) หมายความว่าปัจจัยดังกล่าวสามารถพยากรณ์การยอมรับเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสตรีได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่

ปัจจัยด้านความเป็นผู้ประกอบการ (Sig. = 0.558) ปัจจัยด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Sig. = 0.06) และปัจจัยด้านคุณลักษณะที่สามารถทดลองและสังเกตได้ (Sig. = 0.05) ปัจจัยทั้ง 3 ตัวนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ หมายความว่าปัจจัยดังกล่าวไม่สามารถพยากรณ์การยอมรับเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสตรีได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการพยากรณ์ได้ดีที่สุด คือ ปัจจัยด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์ เท่ากับ 0.389 และมีอำนาจพยากรณ์ไปในทิศทางเดียวกัน รองลงมา คือ ปัจจัยด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์ เท่ากับ 0.348 และมีอำนาจพยากรณ์ไปในทิศทางเดียวกัน และปัจจัยด้านระบบนิเวศ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์ เท่ากับ 0.169 และมีอำนาจพยากรณ์ไปในทิศทางเดียวกัน

2. การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 4.35 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) เมื่อเพิ่มปัจจัยทีละตัว

Model	R	R ²	Adjusted R ²	Std. Error of the Estimate	F	Sig.
1 X ₃	0.628 ^a	0.395	0.393	0.42714	215.422	.000 ^a
2 X ₃ , X ₄	0.717 ^b	0.514	0.511	0.38327	174.207	.000 ^b
3 X ₃ , X ₄ , X ₂	0.734 ^c	0.539	0.535	0.37392	127.905	.000 ^c

a. Predictors: (Constant), X3

b. Predictors: (Constant), X3, X4

c. Predictors: (Constant), X3, X4, X2

จากตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอนเพื่อหาตัวพยากรณ์ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี จากตัวแปรอิสระ 6 ตัวแปร มีตัวแปรอิสระที่ทดสอบแล้วว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งหมด 3 ตัวแปร ได้แก่ ปัจจัยด้าน

คุณลักษณะประโชยน์เชิงเปรียบเทียบ (X_3) ปัจจัยด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้ (X_4) และปัจจัยด้านระบบนิเวศ (X_2) ตามลำดับ ซึ่งสามารถนำมาอธิบายได้ดังนี้

ปัจจัยด้านคุณลักษณะประโชยน์เชิงเปรียบเทียบ (X_3) สามารถพยากรณ์ได้ว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีได้ดีที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรืออำนาจพยากรณ์เท่ากับ 0.393 มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีร้อยละ 39.30 เมื่อต้องการเพิ่มตัวแปรทีละตัว

เมื่อเพิ่มปัจจัยด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้ (X_4) เข้าไปในสมการ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรืออำนาจพยากรณ์เพิ่มขึ้นเป็น 0.511 ซึ่งค่าที่เพิ่มขึ้นเมื่อตรวจสอบความแตกต่างกับค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรืออำนาจพยากรณ์เดิม พบว่ายังมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และทำให้ทราบว่าปัจจัยด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีเพิ่มขึ้นร้อยละ 51.10

เมื่อเพิ่มปัจจัยด้านระบบนิเวศ (X_2) เข้าไปในสมการ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรืออำนาจพยากรณ์เพิ่มขึ้นเป็น 0.535 ซึ่งค่าที่เพิ่มขึ้นเมื่อตรวจสอบความแตกต่างกับค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยหรืออำนาจพยากรณ์เดิม พบว่ายังมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และทำให้ทราบว่าปัจจัยด้านระบบนิเวศมีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีเพิ่มขึ้นร้อยละ 53.50

ในขณะที่ตัวแปรอิสระอีก 3 ตัวแปร ได้แก่ ปัจจัยด้านความเป็นผู้ประกอบการ (X_1) ปัจจัยด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (X_5) และปัจจัยด้านคุณลักษณะที่สามารถทดลองและสังเกตได้ (X_6) ถูกคัดออกจากสมการ เนื่องจากไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4. 36 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (X_3)	0.320	0.042	0.366	7.637	.000
2 คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (X_4)	0.424	0.048	0.367	8.840	.000
3 ปัจจัยด้านระบบนิเวศ (X_2)	0.178	0.042	0.191	4.202	.000
R = 0.734		$R^2 = 0.539$		Adjusted $R^2 = 0.535$	
SEE = 0.374		F = 127.905*		Constant = 0.292	

* คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.36 เมื่อวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) จะเห็นได้ว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (X_3) ปัจจัยด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้ (X_4) และปัจจัยด้านระบบนิเวศ (X_2) สามารถร่วมกันพยากรณ์การยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีได้ร้อยละ 53.9 ($R^2 = 0.539$) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.734 และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์เท่ากับ 0.374 ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

ปัจจัยด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (X_3) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยเท่ากับ 0.320 หมายความว่า หากเทคโนโลยีให้ความสำคัญเรื่องคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบที่ได้รับจากการใช้เทคโนโลยี 1 หน่วย จะทำให้มีการยอมรับเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้น 0.320 หน่วย

ปัจจัยด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้ (X_4) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยเท่ากับ 0.424 หมายความว่า หากเทคโนโลยีให้ความสำคัญเรื่องคุณลักษณะที่เข้ากันได้กับธุรกิจ 1 หน่วย จะทำให้มีการยอมรับเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้น 0.424 หน่วย

ปัจจัยด้านระบบนิเวศ (X_2) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยเท่ากับ 0.178 หมายความว่า หากระบบนิเวศโดยรอบหรือมีปัจจัยภายนอกที่เอื้อหรือสนับสนุนด้านเทคโนโลยีให้กับผู้ประกอบการ 1 หน่วย จะทำให้มีการยอมรับเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้น 0.178 หน่วย

ดังนั้น จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถนำตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปรที่สามารถร่วมกันพยากรณ์การยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีมาสร้างสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้

$$Y = 0.292 + 0.320 (\text{คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ}) + 0.424 (\text{คุณลักษณะที่เข้าถึงได้}) + 0.178 (\text{ปัจจัยด้านระบบนิเวศ})$$

และสร้างสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานได้ ดังนี้

$$Z = 0.366 (\text{คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ}) + 0.367 (\text{คุณลักษณะที่เข้าถึงได้}) + 0.191 (\text{ปัจจัยด้านระบบนิเวศ})$$

ซึ่งจากสมการข้างต้นจะเห็นได้ว่า

1. หากปัจจัยด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยด้านอื่นๆ คงที่ การยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีจะเพิ่มขึ้นเป็น 0.366 หน่วย
2. หากปัจจัยด้านคุณลักษณะที่เข้าถึงได้เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยด้านอื่นๆ คงที่ การยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีจะเพิ่มขึ้นเป็น 0.367 หน่วย
3. หากปัจจัยด้านระบบนิเวศเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยด้านอื่นๆ คงที่ การยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีจะเพิ่มขึ้นเป็น 0.191 หน่วย

โดยปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านคุณลักษณะที่เข้าถึงได้ (X_4) เป็นปัจจัยที่มีอำนาจในการพยากรณ์การยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีได้ดีที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (X_3) และ ปัจจัยชีวิตการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลด้านระบบนิเวศ (X_2) ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มที่ 1 คือ ผู้ประกอบการสตรีที่ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ดำเนินธุรกิจประเภทธุรกิจการขนส่งและขายปลีก ธุรกิจการผลิต และธุรกิจบริการ ในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา จำนวน 4 คน ได้แก่ กลุ่มที่ 2 คือ ผู้ประกอบการสตรีที่ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ดำเนินธุรกิจประเภทธุรกิจการขนส่งและขายปลีก ธุรกิจการผลิต และธุรกิจบริการ นอกเขตอำเภอเมืองนครราชสีมาหรือต่างอำเภอ จำนวน 4 คน รวมทั้งสิ้น 8 คน โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการสตรี

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา จำนวน 4 คน เป็นผู้ประกอบการธุรกิจประเภทการขนส่งและขายปลีก จำนวน 1 คน ประเภทธุรกิจการผลิตสินค้า จำนวน 1 คน ประเภทธุรกิจบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 1 คน และประเภทธุรกิจบริการด้านที่พักแรม จำนวน 1 คน และผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจนอกเขตอำเภอเมืองหรือต่างอำเภอ จำนวน 4 คน เป็นผู้ประกอบการธุรกิจประเภทการขนส่งและขายปลีก จำนวน 1 คน ประเภทธุรกิจการผลิตสินค้า จำนวน 1 คน ประเภทธุรกิจบริการ จำนวน 1 คน และธุรกิจบริการด้านที่พักแรม จำนวน 1 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 8 คน ซึ่งระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการน้อยที่สุด 3 ปี และมากที่สุด 14 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 6 คน และระดับปริญญาโทจำนวน 2 คน มีอายุอยู่ในช่วง 26 – 40 ปี และเป็นผู้ที่มิอำนาจในการลงนามและตัดสินใจภายในธุรกิจ

ตอนที่ 2 ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับประสบการณ์ในการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสตรี

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมาและต่างอำเภอ ผู้ประกอบการทุกคนมีการยอมรับและได้นำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 2 ปีขึ้น

ไป โดยมีประสบการณ์การนำเทคโนโลยีไปปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันไปตามรูปแบบธุรกิจ จากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยสามารถสรุปข้อมูลได้ดังนี้

1) ผู้ประกอบการประเภทธุรกิจผลิตสินค้า เทคโนโลยีส่วนใหญ่ที่ผู้ประกอบการตัดสินใจนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ คือ เทคโนโลยีและเครื่องจักรที่ใช้ในกระบวนการผลิต ซึ่งข้อดีจากการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในกระบวนการผลิต คือ เทคโนโลยีหรือเครื่องจักรต่าง ๆ ช่วยทำให้งาน หรือสินค้าของธุรกิจ (Final Product) มีคุณภาพมากขึ้น สามารถช่วยในเรื่องของการควบคุมประสิทธิภาพการทำงานของธุรกิจได้ดีมากขึ้น และสามารถส่งมอบงานหรือสินค้าให้กับลูกค้าได้รวดเร็วมมากขึ้น ในขณะที่ลดกำลังแรงงานลง ดังคำกล่าวต่อไปนี้

“...มีการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในหลายๆด้านของธุรกิจ ด้านหลักคือด้านการผลิต จะใช้เป็นเทคโนโลยีเครื่องจักรต่าง ๆ สำหรับการผลิต ซึ่งมันทำให้งานเรามีคุณภาพที่สูงมากขึ้น จัดทำได้รวดเร็ว ส่งมอบงานให้ลูกค้าได้ไวขึ้น มีการใช้ระบบ *Flow Account* ที่เป็นแพลตฟอร์มที่ช่วยในการบริหารจัดการต้นทุน คำนวณสต็อกและทำเอกสารใบเสนอราคา คำสั่งซื้อและใบวางบิลต่าง ๆ และใช้เทคโนโลยีโซเชียลมีเดียเป็นช่องทางในการขายสินค้า นอกเหนือไปจากหน้าร้าน ซึ่งการที่เราเอาแพลตฟอร์มเข้ามาใช้ช่วย มันทำให้เราประหยัดเวลามากขึ้น สามารถทำงานได้ทุกที่ เพราะแพลตฟอร์มหรือเทคโนโลยีออนไลน์มันทำให้เราไม่จำเป็นต้องนั่งทำงานอยู่แต่หน้าคอม”

“...เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการผลิต เครื่องจักรต่าง ๆ มันช่วยทำให้ *Final Product* ของเรามีคุณภาพมากขึ้น ช่วยในเรื่องของการควบคุมประสิทธิภาพการทำงานของธุรกิจได้ดีมากขึ้น ลดกำลังแรงงานลง”

“...แต่เดิมธุรกิจของเราจะใช้กำลังคนในการผลิตในทุกๆขั้นตอน ซึ่งพอเปิดโรงงานมาได้สักพักก็ได้เริ่มนำเอาเทคโนโลยีเข้ามา ก็จะเป็นพวกเครื่องจักรต่างๆ นำเข้ามาใช้ในกระบวนการผลิตทั้งหมด ช่วยทำให้กระบวนการผลิตของเรามีประสิทธิภาพมากขึ้น ควบคุมคุณภาพของสินค้าได้ง่ายขึ้น และในส่วนของการบริหารจัดการ ก็จะเป็นเทคโนโลยีที่จัดการเกี่ยวกับสต็อกสินค้า ระบบบัญชี และในส่วนของงานขาย โฆษณา จะใช้เป็นสื่อโซเชียลมีเดีย ก็ช่วยทำให้เราเข้าถึงลูกค้า คนที่มีโอกาสเป็นลูกค้าได้มากขึ้น เร็วขึ้น ในขณะที่ใช้ต้นทุนน้อยลง หรือเท่าเดิม”

2) ผู้ประกอบการประเภทธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง เทคโนโลยีส่วนใหญ่ที่ผู้ประกอบการตัดสินใจนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ คือ ระบบเทคโนโลยีในการบริหารจัดการทั่วไป ระบบ POS ระบบจัดการสต็อก ระบบจัดการบัญชี และเทคโนโลยีที่ใช้สำหรับการขาย คือ เทคโนโลยีออนไลน์และโซเชียลมีเดีย ได้แก่ Facebook Line Official และ E-Marketplace ต่าง ๆ ซึ่งข้อดีจากการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ผู้ประกอบการระบุว่า เทคโนโลยีช่วยให้ธุรกิจสามารถบริหารจัดการระบบภายในของธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น สะดวกและรวดเร็ว สามารถทำงานได้ทุกที่ทุกเวลาด้วยเทคโนโลยีและระบบออนไลน์ และข้อดีด้านการตลาด คือ ช่วยทำให้ธุรกิจเข้าถึงลูกค้า หรือกลุ่มคนที่มีโอกาสเป็นลูกค้าได้มากขึ้น เร็วขึ้น ในขณะที่ใช้ต้นทุนน้อยลงหรือเท่าเดิม ดังคำกล่าวต่อไปนี้

“...ในส่วนของ Retail หน้าร้าน จะใช้เป็นระบบเทคโนโลยีในการบริหารจัดการทั่วไป ก็จะเป็นระบบ POS ระบบจัดการสต็อก ระบบจัดการบัญชี ในส่วนของ Marketing เทคโนโลยีหลักๆที่นำมาใช้จะเป็นเทคโนโลยีโซเชียลมีเดีย Facebook, Line official เพื่อใช้ในการทำ Marketing ให้กับแบรนด์ แล้วก็ช่วยเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงลูกค้า”

“...ธุรกิจมีการเอาเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ค่อนข้างเยอะ ใช้ Flow Account โปรแกรมลงบัญชีออนไลน์ นำมาปรับใช้คู่กับ Excel ใช้โซเชียลมีเดียอย่าง Facebook Page Line และ Shopee ในการโปรโมทธุรกิจ ให้รู้จักกันได้ทั่วถึง ก็มีลูกค้าหลายท่านรู้จักเราจากช่องทางนี้ และเกิดการซื้อขายสินค้ากัน และใช้เทคโนโลยีเกี่ยวกับการวัดความชื้นเพื่อรักษามาตรฐานสินค้า ข้อดีของเทคโนโลยีก็คือมันทำให้เราทำงานได้ง่ายขึ้น มีประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถช่วยควบคุมต้นทุนของธุรกิจได้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น”

3) ผู้ประกอบการประเภทธุรกิจบริการ (ด้านอาหารและที่พักแรม) เทคโนโลยีส่วนใหญ่ที่ผู้ประกอบการตัดสินใจนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ คือ ระบบเทคโนโลยีในการบริหารจัดการทั่วไป ระบบ POS ระบบจัดการสต็อก ระบบจัดการบัญชี เช่นเดียวกับธุรกิจประเภทอื่น ๆ แต่ในส่วนของธุรกิจที่พักแรมผู้ประกอบการมีการใช้เทคโนโลยีเพื่อความปลอดภัยมากขึ้น ได้แก่ ระบบคีย์การ์ดและคีย์แท็กสำหรับห้องพัก และเทคโนโลยีออนไลน์ เพื่อใช้ในการรับรองห้องพัก และโปรโมทธุรกิจ ซึ่งข้อดีของการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในธุรกิจบริการด้านที่พักแรมนั้น ผู้ประกอบการระบุว่า สามารถช่วยทำให้ภาพลักษณ์ของธุรกิจดูทันสมัยมากยิ่งขึ้น และสร้างความน่าเชื่อถือได้มากยิ่งขึ้น ในขณะที่ธุรกิจบริการ

เกี่ยวกับด้านอาหารและเครื่องดื่ม ได้มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้มากขึ้นเช่นกัน นอกเหนือไปจากเทคโนโลยีการขาย ระบบหน้าร้าน ได้มีการนำเทคโนโลยี Big Data มาใช้เพื่อการบริการที่ดีขึ้นและเข้าใจกลุ่มลูกค้ามากยิ่งขึ้น ซึ่งล้วนส่งผลดีต่อธุรกิจ ดังคำกล่าวต่อไปนี้

“...เทคโนโลยีเปรียบเสมือนกระดูกสันหลังของธุรกิจบริการ เราใช้ระบบ POS หน้าร้าน สำหรับแคชเชียร์ในการคิดเงินต่าง ๆ ใช้ระบบ ERP ในการบริหารจัดการภาพรวมของการดำเนินธุรกิจ และการเก็บฐานข้อมูลของลูกค้า ใช้เทคโนโลยีการประสานงาน อย่างเช่น VDO Conference (Zoom, Google Meet) ในการติดต่อประสานงานกับพนักงานหน้าร้านต่าง ๆ และใช้เทคโนโลยี Microsoft BI ในการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าเพื่อจัดทำกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจเพื่อใช้ในการนำเสนอลูกค้าต่อไปในอนาคต เทคโนโลยีที่เอามาใช้ช่วยลดความผิดพลาดในการทำธุรกิจไม่ว่าจะเป็น ช่วยลดความผิดพลาดในการสั่งออเดอร์ ลดความผิดพลาดในการสต็อกสินค้า ช่วยทำให้การประสานงานต่างๆ สะดวกและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นทั้งระหว่างภายใน และระหว่างภายนอก ”

“...เราใช้แอปพลิเคชันด้านการจัดการสต็อกสินค้า (Stock Management App) เพื่อช่วยจัดการระบบสินค้าคงคลังให้มีประสิทธิภาพในทุกๆสาขา ช่วยทำให้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น ควบคุมต้นทุนวัตถุดิบได้ดีขึ้น ใช้ระบบ POS ในรูปแบบแอปพลิเคชัน (POS Loyverse) ดูแลระบบการขายหน้าร้าน ซึ่งมันทำให้การทำงานเรามีประสิทธิภาพมากขึ้น ดูแลงานในทุกๆด้าน ได้ทั่วถึง สามารถบริหารจัดการร้านทุกๆสาขาได้ภายในแอปตัวเดียว และใช้แอปพลิเคชัน HR ในการบริหารจัดการเวลาการทำงานของพนักงานแต่ละสาขา รวมไปถึงบริหารจัดการในการจัดทำเงินเดือนให้กับพนักงาน ”

“...ในส่วนของห้องพัก ก็จะมีการใช้ ระบบคีย์การ์ด ระบบ Software Easyfo ที่ใช้สำหรับการจองห้อง และบริหารจัดการเกี่ยวกับห้องพัก ซึ่งจะลิงก์กับระบบคีย์การ์ดของห้องพัก จะเป็นระบบที่อยู่ในส่วนของพนักงานใช้ และในส่วนของการจองห้องพัก เราก็จะใช้เป็นเทคโนโลยีออนไลน์ โดยการนำห้องพักขายบน Online Travel Agency (OTAs) ”

ตอนที่ 3 ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับเทคโนโลยี

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมาและต่างอำเภอ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับเทคโนโลยี ผู้ประกอบการทุกคนให้ความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า การตัดสินใจนำเทคโนโลยีไปปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจเนื่องจากต้องการให้ทุก ๆ กิจกรรมภายในโซ่อุปทานของธุรกิจมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (เช่น ประสิทธิภาพด้านการผลิต ได้แก่ ความแม่นยำของงาน ความรวดเร็วในการผลิต และประสิทธิภาพด้านการบริการ ได้แก่ การทำงานของพนักงานที่ง่ายขึ้น ความพึงพอใจของลูกค้า) ความต้องการดังกล่าวเกิดขึ้นจากการรับรู้ถึงปัญหาหรือมองเห็นช่องโหว่ของธุรกิจของตนเอง ซึ่งที่มาของปัญหาหรือช่องโหว่ของธุรกิจล้วนเกิดขึ้นจากทั้งปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร โดยปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ ปัญหาหรือช่องโหว่จากการเติบโตของธุรกิจ ปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนไป และการปรับตัวใช้เทคโนโลยีของกลุ่มแข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน ดังคำกล่าวต่อไปนี้

“...เมื่อธุรกิจเริ่มโต เราจะเริ่มเจอปัญหาในด้านที่เราเคยคิดว่าเราสามารถจัดการด้วยตนเองได้ มันจะไม่สามารถทำได้แบบมีประสิทธิภาพ จึงทำให้เราเริ่มมองหาตัวช่วยอย่างเทคโนโลยีต่าง ๆ ”

“...การทำธุรกิจมาเป็นระยะเวลาานานๆ เราย่อมเห็นถึงช่องว่างหรือปัญหาของแต่ละจุด เมื่อธุรกิจเราโตขึ้น ขยายส่วนมากขึ้น ต้องการการประสานงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น เกิดการเปลี่ยนแปลงและการเติบโต จุดนี้เราจึงเริ่มมองหาเทคโนโลยีที่จะสามารถให้ประโยชน์ที่สอดคล้องกับธุรกิจของเรา ”

“...เพราะพฤติกรรมของผู้บริโภคสมัยนี้ ไม่ค่อยชอบรอ ต้องได้ ณ เวลานั้น ดังนั้นถ้าเราไม่ปรับนำเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความรวดเร็วในการผลิต จะทำให้เราตอบโจทย์ลูกค้าในจุดนี้ไม่ได้ และ เราก็จะเสียเปรียบคู่แข่งได้”

“...ความต้องการของลูกค้า พฤติกรรมของกลุ่มลูกค้า เราต้องการทราบถึงความต้องการ และต้องการพยากรณ์พฤติกรรมของลูกค้าในอนาคตได้ จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เรายอมรับและต้องการนำเทคโนโลยีที่มีคุณสมบัตินั้นๆเข้ามาใช้การทำงานของเรานี้”

ปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม ซึ่งนอกเหนือไปจากความต้องการ และ ปัญหาต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ที่ทำให้ผู้ประกอบการเริ่มมองหาและเกิดความต้องการนำ เทคโนโลยีไปปรับใช้ในธุรกิจแล้วนั้น อีกปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการทุกคนได้ให้ความคิดเห็นไปใน ทิศทางเดียวกัน คือ คุณลักษณะสำคัญของเทคโนโลยี มีผลต่อการตัดสินใจนำเทคโนโลยีไปใช้เช่นกัน โดยผู้ประกอบการมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า (1) เทคโนโลยีจะต้องให้คุณค่าตรงกับสิ่งที่ ธุรกิจต้องการได้ (คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ) และ (2) คุณสมบัติของเทคโนโลยีจะต้อง เหมาะสมกับรูปแบบธุรกิจ (คุณลักษณะที่เข้ากันได้) ดังคำกล่าวต่อไปนี้

“...เราเป็นธุรกิจ SME ที่มีการดำเนินธุรกิจตามรูปแบบ *Startup* ดังนั้นเราจึงมองว่า คุณสมบัติของเทคโนโลยีที่จะยอมรับนำมาใช้จะต้องมีความยืดหยุ่นต่อการใช้งาน เข้ากับรูปแบบการทำงานของเรา”

“...เทคโนโลยีนั้น ๆ จะต้องเข้ากับวัตถุประสงค์และเป้าหมายของธุรกิจเราในขณะนั้นว่า เราต้องการที่จะใช้มันแก้ปัญหาอะไร”

“...เทคโนโลยี หรือแอปพลิเคชันนั้น ๆ ต้องสามารถให้คุณค่าในสิ่งที่ธุรกิจต้องการได้ หรือ *Value Proposition* ของเทคโนโลยีตัวนั้นตรงกับ *Pain* ที่เกิดขึ้นกับธุรกิจของเรา และสามารถแก้ไข *Pain* ของธุรกิจได้”

“...มองที่ความเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจหรือรูปแบบธุรกิจของเรา และเรื่องของความ คุ่มค่า หากนำมาใช้แล้วเกิดความคุ้มค่าไหม คุ้มค่าในที่นี้คือ เราใช้มันได้บ่อยไหม มันสนับสนุนหรือเอื้อ ประโยชน์ต่อธุรกิจ หรือการเติบโต และการขยายตัวของธุรกิจไหม”

ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการสตรีต่อการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ จากการ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการทุกคนให้ความเห็นตรงกันว่าในปัจจุบันความเป็นผู้ประกอบการสตรีหรือความ เป็นผู้หญิงทางกายภาพ ไม่ค่อยมีผลหรือเป็นข้อจำกัดต่อการเข้าถึงและตัดสินใจใช้เทคโนโลยีใด ๆ ด้วย การเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน มีช่องทางที่ทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูล และข่าวสาร เพื่อเรียนรู้และพัฒนา เกี่ยวกับเรื่องของเทคโนโลยีได้ง่ายและสะดวกมากขึ้น แต่ผู้ประกอบการทุกคนมองว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้ประกอบการสตรีแต่ละบุคคลมากกว่าที่มีผลต่อการยอมรับและนำเทคโนโลยีไปใช้ในธุรกิจ

ผู้ประกอบการได้ให้คำจำกัดความเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล คือ วิธีคิด (Mindset) ลักษณะเฉพาะบุคคล (Characteristics) ภูมิหลัง (Background) และประสบการณ์ (Experience) นั้นหมายถึง ผู้ประกอบการมองว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการสตรีที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ การยอมรับ และการนำ เทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ดังคำกล่าวต่อไปนี้

“...ปัจจุบันไม่ว่าจะหญิงหรือชายมันไม่มีข้อจำกัดในการที่จะเรียนรู้ มันขึ้นอยู่กับตัวผู้ประกอบการเองมากกว่า เพราะเราสามารถเรียนรู้และเข้าถึงในเรื่องของเทคโนโลยีได้พอๆกัน แต่สิ่งที่มันทำให้เขาเรียนรู้ได้ช้าหรือเร็วมันขึ้นอยู่กับ Background และประสบการณ์ วิธีคิดของคนๆนั้นว่าเขาเปิดรับและแสวงหาโอกาส พร้อมที่จะเรียนรู้มากเพียงพอไหม สิ่งนี้น่าจะเป็นข้อจำกัดในตัวของผู้หญิงมากกว่า”

“...การตัดสินใจที่จะยอมรับอะไรบางอย่าง ขึ้นอยู่กับบุคคลมากกว่า อย่างผู้หญิงบางคนมีความกล้าที่จะเสี่ยง กล้าที่จะลุย กล้าที่จะออกไปเรียนรู้จากข้างนอก เขาก็จะมีโอกาสไปได้ไกลกว่าบางคนที่กลัว รู้สึกอ่อนไหวต่ออะไรหลาย ๆ อย่าง ซึ่งมันอยู่ที่บุคคลมากกว่าเพศ”

“...ความเป็นผู้หญิงไม่มีผลต่อการเข้าถึงเทคโนโลยี เพราะเราสามารถเข้าถึงได้ เรียนรู้เองได้ ในบางครั้งเราทำได้ดี เข้าใจ และละเอียดรอบคอบกับมัน ได้ดีกว่าผู้ชายด้วยซ้ำ นั่นอาจเป็นเพราะว่าเราค่อยข้างให้ความสำคัญกับเรื่องเทคโนโลยีกับธุรกิจของเราด้วย จึงทำให้เราเข้าถึงสิ่งเหล่านี้ได้ดี”

“...ทุกวันนี้ทุกอย่างค่อนข้างเท่าเทียม เราสามารถเข้าถึงข้อมูลได้เท่าเทียม แต่อาจจะมีความมุมในเชิงเทคนิค ที่ตัวเราเองอาจจะเข้าใจมันน้อยกว่าผู้ชาย แต่เราคิดว่ามันก็เป็น Skills ที่เราสามารถหาความรู้เพิ่มเติมได้ มันอาจจะไม่เกี่ยวกับเพศ มันเกี่ยวกับ Individua มากกว่า ว่าใครจะพยายามเรียนรู้มากกว่ากัน”

ปัจจัยเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งต่อการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทุกคน ทั้งผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจในเขตเมืองนครราชสีมาและต่างอำเภอให้ความเห็นตรงกันว่า ทำเลที่ตั้งที่แตกต่างกันในการดำเนินธุรกิจไม่มีผลต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่องของการนำเทคโนโลยีไปใช้ในธุรกิจ เนื่องจากการตัดสินใจใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคลมักขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้น แต่ในอดีตทำเลที่ตั้งมักจะมีผลต่อการรับรู้และการเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ ๆ ซึ่ง

ในปัจจุบันด้วยเทคโนโลยีออนไลน์หรือสื่อโซเชียลมีเดียที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น จึงทำให้การเข้าถึงข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยีสำหรับธุรกิจสามารถทำได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น ดังคำกล่าวต่อไปนี้

“...ต่อให้เราจะทำธุรกิจอยู่ที่ไหน ถ้ามันมี Pain เกิดขึ้น เราก็จะพยายามหาวิธีการหรือหาสิ่งที่มาช่วยทำให้ธุรกิจเราดีขึ้นเหมือนเดิม”

“...สุดท้ายแล้วไม่ว่าเราจะทำธุรกิจอยู่ที่ไหน แต่ถ้าเราอยากให้สินค้าเราดี มีคุณภาพ การทำธุรกิจเราสะดวกและรวดเร็วขึ้น เข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น เราก็จะมองหาสิ่งที่เข้ามาช่วย แต่ถ้าเป็นแต่ก่อนทำเลที่ตั้งมันอาจจะมีการเข้าถึงมากกว่า แต่ในปัจจุบันที่ทุกอย่างเราเข้าถึงได้ผ่านโลกออนไลน์ เรื่องของทำเลที่ตั้งมันก็แทบไม่มีผลแล้ว”

“...การที่เราจะตัดสินใจใช้อะไรสักอย่าง มันมาจากสิ่งที่เกิดขึ้น ปัญหาที่เราพบ ช่องโหว่ที่เราเจอ หรือเกิดจากความต้องการของเรามากกว่า ดังนั้นตัวเราเองจะพุ่งเข้าไปหาและนำมาใช้เพื่อประโยชน์ของธุรกิจของเราถึงแม้ว่าเราจะทำธุรกิจอยู่ที่ไหนก็ตาม”

“...พื้นที่ที่มีผลต่อการเข้าถึงข้อมูล เข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ๆ องค์กรใหม่ๆ ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีหรือระบบใหม่ๆ ซึ่งถ้าเราเข้าไปไม่ถึงข้อมูลข่าวสารเหล่านั้น อันนี้ก็จะทำให้มีผลต่อการตัดสินใจได้ แต่ตอนนี้ดีขึ้น เพราะเทคโนโลยีออนไลน์ มันทำให้เราเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้ง่ายขึ้น”

แต่สำหรับธุรกิจบางประเภท แม้ว่าในปัจจุบันจะมีเทคโนโลยีและแอปพลิเคชันที่เกิดขึ้นมาสนับสนุนการทำธุรกิจให้เกิดความสะดวก เกิดประสิทธิภาพที่มากขึ้น และผู้ประกอบการก็ยอมรับและมีความต้องการที่จะนำไปปรับใช้ในธุรกิจ แต่ด้วยข้อจำกัดในเรื่องของโครงสร้างพื้นฐาน หรือปัจจัยพื้นฐานของแต่ละพื้นที่ นับว่ายังเป็นข้อจำกัดต่อการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจได้เช่นกัน ดังคำกล่าวต่อไปนี้

“...บางพื้นที่ไม่มีไรเดอร์ของ Food Delivery Application ถึงแม้เราจะยอมรับและต้องการใช้เทคโนโลยีนั้นๆ แต่เรื่องของพื้นที่ก็มีโอกาสเป็นข้อจำกัดที่ทำให้เราเลือกที่จะใช้เทคโนโลยีนั้นๆ ไม่ได้”

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมและกฎระเบียบในปัจจุบันต่อการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ จากการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการทุกคนให้ความเห็นตรงกันว่า สภาพแวดล้อม กฎระเบียบ นโยบายต่างๆ ค่อยข้างสนับสนุนให้ผู้ประกอบการใช้ดิจิทัลและเทคโนโลยีมากขึ้นในการดำเนินธุรกิจ และมีการผลักดันจากหน่วยงานที่สนับสนุนการทำธุรกิจมากขึ้น โดยการสนับสนุนหรือส่งเสริมด้านเทคโนโลยีภายในจังหวัดนครราชสีมา มีทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่ดำเนินการส่งเสริมและสนับสนุน ไม่ว่าจะเป็น สภาอุตสาหกรรม หอการค้า ศูนย์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สมาพันธ์ SMEs โคราช และ Biz Club Korat ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการสนับสนุนและประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งหากผู้ประกอบการต้องการอัปเดตข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีสำหรับธุรกิจเฉพาะทาง ผู้ประกอบการมักจะเดินทางไปกรุงเทพมหานคร เนื่องจากทำให้เข้าถึงและได้รับข้อมูลที่ทันสมัยมากกว่า นอกเหนือไปจากการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ สภาพแวดล้อมการทำธุรกิจของผู้ประกอบการสตรีในจังหวัดนครราชสีมา มักจะสนับสนุนและส่งเสริมกันด้วยการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการเอง ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทุกคนมีการเข้าร่วมกลุ่มผู้ประกอบการ และให้เหตุผลไปในทิศทางตรงกันว่า เครือข่ายผู้ประกอบการทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้เฉพาะทางที่สามารถนำไปปรับใช้กับธุรกิจได้มากกว่าการส่งเสริมจากหน่วยงานต่าง ๆ

และอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการทุกคนให้ความเห็นตรงกันว่าเป็นข้อจำกัดในการยอมรับและนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ คือ ต้นทุนของเทคโนโลยีที่สูง เนื่องจากเทคโนโลยีหรือระบบต่าง ๆ มักถูกออกแบบมาเพื่อสนับสนุนการทำงานของธุรกิจขนาดใหญ่ จึงทำให้มีต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายสูงสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังคำกล่าวต่อไปนี้

“...ข้อจำกัดมากที่สุดคงเป็นเรื่องของต้นทุนของเทคโนโลยีบางประเภทที่ค่อนข้างสูง อย่างเราเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ถ้ามว่าเราอยากใช้เทคโนโลยีเพื่อทำให้ธุรกิจเราดีขึ้นใหม่ เราก็อยากใช้ แต่เทคโนโลยีสำหรับธุรกิจประเภทนี้มีแต่ระบบใหญ่ๆ ลงทุนสูงๆ มันก็จะทำให้เราเข้าไม่ถึง”

“...ข้อจำกัดที่ทำให้ลังเลในการจะเอาเทคโนโลยีมาใช้ในธุรกิจคือเรื่องของเงินทุน เพราะเราเป็นธุรกิจเล็ก ๆ ที่เริ่มต้นด้วยเงินทุนของตนเอง เริ่มแรกเราจึงพยายามมองหาสิ่งที่จะเข้ามาช่วยเราแบบฟรีๆ อันนี้เราทำเองก็ได้ อันนู้นเราทำเองก็ได้ แต่พอถึง ณ จุดหนึ่งที่ธุรกิจเราเริ่มขยาย เราก็ต้องยอมรับว่า มันมีความจำเป็นจริงๆที่เราจะต้องยอมมีต้นทุนส่วนนี้เพิ่มขึ้นมา”

“...ข้อเสียที่เป็นข้อจำกัดด้วย ก็คือในเรื่องของค่าใช้จ่าย และราคาที่ค่อนข้างสูง เทคโนโลยีที่มีคุณภาพดี ๆ บางตัวก็มีราคาสูงเหมาะกับองค์กรใหญ่ ๆ ธุรกิจเล็ก ๆ ก็ไม่มีทุนที่จะเข้าถึงเพียงพอ หรือสามารถเข้าถึงแต่ลงทุนไปแล้วมันไม่คุ้มค่ากับธุรกิจของตัวเอง”

คุณประโยชน์ที่คาดหวังจากการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการให้ความเห็นตรงกันว่า คุณประโยชน์ที่คาดหวังจากการใช้เทคโนโลยี คือ ประสิทธิภาพของกระบวนการการดำเนินธุรกิจที่มากขึ้น และคุณภาพของสินค้าและบริการที่ส่งมอบให้กับลูกค้าที่มากขึ้น โดยคุณประโยชน์ที่คาดหวังจะแตกต่างกันออกไปตามกระบวนการทางธุรกิจ หากเป็นในด้านการผลิต คุณประโยชน์ที่ผู้ประกอบการคาดหวัง คือ 1) ประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตที่ดีขึ้น 2) เกิดมาตรฐานของสินค้าและบริการ 3) ลดความผิดพลาดในกระบวนการผลิต ถัดมาในด้านการบริหารจัดการ คุณประโยชน์ที่ผู้ประกอบการคาดหวัง คือ 1) มีการตัดสินใจที่ง่ายขึ้น 2) บริหารจัดการต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ และในด้านการตลาดและการขาย คุณประโยชน์ที่ผู้ประกอบการคาดหวัง คือ 1) เข้าใจและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น 2) ภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น

ตอนที่ 4 ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นเพิ่มเติม

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจ ในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมาและนอกเขตอำเภอเมืองหรือต่างอำเภอ เกี่ยวกับประเด็นการสนับสนุนและการส่งเสริมด้านเทคโนโลยีให้กับผู้ประกอบการสตรีในปัจจุบัน ผู้ประกอบการให้ความเห็นว่าการส่งเสริมหรือสนับสนุนควรเริ่มต้นจากความเข้าใจข้อมูลเชิงลึกของปัญหา ข้อจำกัด และความต้องการที่แท้จริงของผู้ประกอบการ (Insight) เพราะธุรกิจแต่ละประเภทมีความต้องการหรือเป้าหมายการพัฒนาที่แตกต่างกัน หากหน่วยงานที่มีเป้าหมายในการส่งเสริมหรือสนับสนุนมีความเข้าใจถึง Insight ของผู้ประกอบการหรือธุรกิจอย่างแท้จริง จะนำไปสู่การส่งเสริมหรือสนับสนุนที่สร้างสรรค์มากยิ่งขึ้น วิธีการที่ผู้ประกอบการให้ความคิดเห็นที่สามารถช่วยให้การส่งเสริมหรือการสนับสนุนมีประสิทธิภาพ และเป็นที่ยอมรับของผู้ประกอบการได้ คือ 1) การเปิดโอกาสให้เกิดการพูดคุยและรับฟังซึ่งกันและกัน ระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ กับผู้ประกอบการ หรือ ระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง โดยผู้ประกอบการให้ความคิดเห็นว่าการสร้างกลุ่ม การสร้างเครือข่ายที่เปิดโอกาสให้เกิดการพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เป็นวิธีการที่

สามารถทำให้เกิดการเรียนรู้จากการ ได้รับฟังซึ่งกันและกัน ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ในการนำ วิธีคิด มุมมองการแก้ปัญหา และเทคนิคใหม่ๆ ไปปรับใช้กับธุรกิจได้ตรงจุดมากกว่าการส่งเสริมในจุดที่ไม่ เหมาะสมกับบริบทของปัญหา ความต้องการ หรือวัตถุประสงค์ของธุรกิจนั้นๆ 2) การให้องค์ความรู้ที่ เหมาะสมกับบริบทของปัญหาและความต้องการ องค์ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ ทันสมัย และเป็นที่ยอมรับในปัจจุบันเพราะองค์ความรู้คือกุญแจที่สำคัญที่จะสามารถช่วยทำให้ ผู้ประกอบการเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทำให้เกิดการยอมรับ และพร้อมที่จะปรับตัวและก้าวทันการ เปลี่ยนแปลงในทุก ๆ สถานการณ์ และ 3) การใช้หน่วยงานในการส่งเสริมและสนับสนุนให้สอดคล้อง กับความต้องการของผู้ประกอบการ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมโดยตรง เพื่อมุ่งนำนักและความสำคัญไปที่การส่งเสริมและสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อธุรกิจ อย่างชัดเจน เช่นเดียวกับหน่วยงานของต่างประเทศ อาทิ Sandbox ของประเทศเกาหลี และ Silicon Valley ของประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นต้น ดังคำกล่าวต่อไปนี้

“...สิ่งที่สำคัญและควรให้การสนับสนุนมากที่สุดนั่นคือ การให้องค์ความรู้เกี่ยวกับ เทคโนโลยีที่ทันสมัย และเป็นที่ยอมรับในปัจจุบันเพื่อที่จะสามารถช่วยทำให้ผู้ประกอบการรู้จักปรับตัว และก้าวทันการเปลี่ยนแปลงในทุกๆสถานการณ์”

“...การเข้าถึงเทคโนโลยีประเภทต่าง ๆ การช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนให้เราเข้าถึง เทคโนโลยีที่มันเหมาะสมกับธุรกิจของเราได้ง่ายขึ้น และอยากให้มีการให้ความรู้หรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับ เทคโนโลยีที่ต้องอัปเดตตลอดเวลา”

“...ควรให้ความสำคัญกับความเข้าใจในผู้ประกอบการก่อน เพื่อที่จะได้ส่งเสริมหรือ สนับสนุนได้ตรงจุด และใช้หน่วยงานในการส่งเสริมและสนับสนุน ได้ตรงกับความต้องการของ ผู้ประกอบการ”

“...ควรเริ่มต้นจากการรับฟังแล้วค่อยส่งเสริม เพราะการรับฟังคนที่มาจากหลากหลาย ประเภทธุรกิจ หากมี 10 คน แน่ใจว่าสิ่งที่เขาได้เรียนรู้หรือพบเจอปัญหาจากธุรกิจของพวกเขา มัน ย่อมแตกต่างกันออกไป ซึ่งการรับฟังหรือการพูดคุยกันก่อนจึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะมันจะทำให้คนที่ ได้ฟัง หรือคนที่ได้พูดคุยด้วย เข้าใจและสามารถพัฒนาไปด้วยกันได้จริง ๆ”

“...ควรมีการส่งเสริมหรือสนับสนุนที่เหมาะสมกับธุรกิจแต่ละรูปแบบจะส่งผลดีมากกว่า เพราะปัจจุบันเราจะเห็นการส่งเสริมที่เป็นแบบแผนเดียวกันทั้งหมด หน่วยงานหรือคนที่ส่งเสริม บางครั้งไม่ได้มีความชำนาญในด้านนั้นๆ ซึ่งหากส่งเสริมยังงี้ก็ไม่ได้ผล ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เขาจึง รวมกลุ่มช่วยเหลือกันเอง”

และจากการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการทำให้ผู้ประกอบการสตรีหันมาใช้เทคโนโลยีมากขึ้นในปัจจุบัน คือ สถานการณ์ภายนอกที่บีบบังคับ ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจหลาย ๆ ประเภทต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ หนึ่งในสถานการณ์สำคัญในปัจจุบัน คือ วิกฤตโควิด-19 ซึ่งส่งผลทำให้ธุรกิจหรือผู้ประกอบการเริ่มปรับตัวเข้าหาเทคโนโลยีมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจน เพราะเทคโนโลยีคือสิ่งที่จะทำให้ธุรกิจอยู่รอดได้

จากข้อมูลการให้สัมภาษณ์ข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นข้อค้นพบเกี่ยวกับการยอมรับและการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา ได้ดังตารางที่ 4.37

ตารางที่ 4. 37 สรุปประเด็นข้อค้นพบเกี่ยวกับการยอมรับและการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสตรี

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์	สรุปข้อค้นพบ	ข้อเสนอแนะ
1. ปัจจัยด้านผู้ประกอบการ (ปัจจัยภายใน)	ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการสตรี ได้แก่ วิธีคิด (Mindset) ลักษณะเฉพาะบุคคล (Characteristics) ภูมิหลัง (Background) และประสบการณ์ (experience) ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ การยอมรับ และการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน	การปรับวิธีคิดให้กับผู้ประกอบการสตรีนับว่าเป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะปัจจุบันผู้หญิงเป็นเพศที่พร้อมที่จะเรียนรู้และพัฒนาตัวเองเป็นอย่างมาก หากสามารถไปกระตุ้นหรือช่วยปิดช่องว่างที่พวกเรามีได้ จะเป็นการส่งเสริมผู้ประกอบการสตรีได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์	สรุปข้อค้นพบ	ข้อเสนอแนะ
2. ปัจจัยด้านระบบนิเวศ (ปัจจัยภายนอก)	<p>1. การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคม ได้แก่ โรคระบาดโควิด-19 พฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนไป และการปรับตัวใช้เทคโนโลยีของกลุ่มที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน มีผลต่อการตัดสินใจยอมรับและนำเทคโนโลยีไปปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ</p> <p>2. กฎระเบียบและนโยบายในปัจจุบันค่อนข้างสนับสนุนให้ผู้ประกอบการใช้ดิจิทัลและเทคโนโลยีมากขึ้นในการดำเนินธุรกิจ</p> <p>3. ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน หรือปัจจัยพื้นฐานในแต่ละพื้นที่ นับว่าเป็นข้อจำกัดต่อการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ</p>	<p>การส่งเสริมหรือสนับสนุนด้านเทคโนโลยีให้กับผู้ประกอบการ ควรเริ่มต้นจากความเข้าใจข้อมูลเชิงลึกของปัญหา ข้อจำกัด และความต้องการที่แท้จริงของผู้ประกอบการ (Insight) ตามด้วยการให้องค์ความรู้ที่เหมาะสม มีความทันสมัยและเป็นที่ยอมรับในปัจจุบัน และควรใช้หน่วยงานในการส่งเสริมและสนับสนุนให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ</p>
3. ปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม	<p>1. หากเทคโนโลยีมีคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ หรือเทคโนโลยีนั้น ๆ สามารถให้คุณค่าตรงกับสิ่งที่ธุรกิจต้องการได้ จะส่งผลทำให้เกิดการยอมรับและนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ</p> <p>2. หากเทคโนโลยีมีคุณลักษณะที่เข้ากันได้ หรือ เทคโนโลยีนั้น ๆ เหมาะสมกับรูปแบบธุรกิจ หรือเป้าหมายของธุรกิจ จะส่งผลทำให้เกิดการยอมรับและนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ</p>	<p>เทคโนโลยี คือ ต้นทุนของธุรกิจ ความคุ้มค่าจึงนับว่าเป็นมุมมองสำคัญในการตัดสินใจของผู้ประกอบการ ซึ่งเทคโนโลยีที่คุ้มค่าในมุมมองของเหล่าผู้ประกอบการ หมายถึง เทคโนโลยีที่ธุรกิจสามารถใช้ฟังก์ชันและคุณประโยชน์ได้ คุ้มค่ากับเงินที่ลงทุนไป แม้ว่าเทคโนโลยีนั้น ๆ จะมีฟังก์ชันที่มากมาย แต่หากธุรกิจไม่ได้ใช้ประโยชน์ ผู้ประกอบการจะมอง</p>

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์	สรุปข้อค้นพบ	ข้อเสนอแนะ
		ว่าเทคโนโลยีนั้นไม่มีความคุ้มค่ากับการลงทุน ดังนั้นหากเทคโนโลยีหรือระบบต่าง ๆ มีความยืดหยุ่นและมีตัวเลือกที่เหมาะสมกับทุกรูปแบบและขนาดของธุรกิจ จะส่งผลทำให้เกิดการยอมรับและเข้าถึงจากผู้ประกอบการได้มากยิ่งขึ้น
4. ปัจจัยภายในองค์กร	การรับรู้ถึงปัญหาหรือการมองเห็นช่องโหว่ของธุรกิจมีผลต่อการยอมรับและตัดสินใจนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ	ปัจจัยเพิ่มเติมที่ค้นพบจากการศึกษา

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การยอมรับและการนำเทคโนโลยีไปใช้ในผู้ประกอบการสตรี” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับและการนำเทคโนโลยีไปใช้ของผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตเมืองและนอกเขตเมือง จังหวัดนครราชสีมา และเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการส่งเสริมและสนับสนุนด้านเทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการสตรีในกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะได้ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods Approach) ในรูปแบบการวิจัยแบบขั้นตอนเชิงอธิบาย (Explanatory Sequential Design) ประกอบไปด้วย 2 ขั้นตอน คือ การวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

5.1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

5.1.1.1 ภาพรวมของการวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยและเปรียบเทียบระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตเมืองและนอกเขตเมือง จังหวัดนครราชสีมา

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 355 ราย โดยจำแนกตามพื้นที่การดำเนินธุรกิจ ได้แก่ ผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจในเขตเมืองนครราชสีมา จำนวน 184 ราย และผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจนอกเขตเมืองหรือต่างอำเภอ จำนวน 155 ราย และจำแนกตามประเภทธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจการขายปลีกและขายส่ง จำนวน 229 ราย ธุรกิจบริการ จำนวน 66 ราย และธุรกิจการผลิต จำนวน 44 ราย ตามสัดส่วนจำนวนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับประสบการณ์การใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ เพื่อคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง และเพื่อให้ทราบถึงประสบการณ์การยอมรับและการนำเทคโนโลยีไปใช้ของผู้ประกอบการสตรี ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปและลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ทราบถึงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่ 3 คำถามให้แสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล ด้านความเป็นผู้ประกอบการและด้านระบบนิเวศ เพื่อพิจารณาว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเมินปัจจัยด้านความเป็นผู้ประกอบการและด้านระบบนิเวศต่อการยอมรับเทคโนโลยีไว้ในระดับใด และเพื่อนำไปวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับเทคโนโลยีของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่ 4 คำถามให้แสดงระดับความคิดเห็นจากประสบการณ์เกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม เพื่อพิจารณาว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเมินปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมต่อการยอมรับเทคโนโลยีไว้ในระดับใด และเพื่อนำไปวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับเทคโนโลยีของกลุ่มตัวอย่าง และส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับระดับการยอมรับเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ เพื่อพิจารณาว่าผู้ตอบแบบสอบถามยอมรับเทคโนโลยีอยู่ในระดับใด และเพื่อใช้ในการศึกษาเปรียบเทียบระดับการยอมรับเทคโนโลยีของกลุ่มตัวอย่างที่ดำเนินธุรกิจในพื้นที่ที่แตกต่างกัน ถัดมาทำการทดสอบความตรงของเนื้อหาและโครงสร้างของแบบสอบถาม โดยอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เป็นผู้ทดสอบ จากนั้นทำการเก็บแบบสอบถามชุดทดสอบ (Pilot Test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะคล้ายกับประชากรที่ต้องการศึกษาจำนวน 30 คน เพื่อ 1) นำมาวิเคราะห์องค์ประกอบของตัวแปร (Factor Analysis) และ 2) นำมาทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability Test) เพื่อหา

ค่าสัมประสิทธิ์ของแบบสอบถามของครอนบัค (Cronbach's Alpha) โดยได้ค่าครอนบัคแอลฟา เท่ากับ 0.960 จากค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ศึกษาที่กำหนดไว้ คือ พื้นที่จังหวัดนครราชสีมา โดยผู้วิจัยได้ทำการขอความอนุเคราะห์ในการส่งมอบแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างผ่านทางศูนย์ให้บริการ SMEs ครอบคลุมจังหวัดนครราชสีมา (SMEs One-Stop Service Center : OSS) สมาพันธ์เอสเอ็มอีไทยจังหวัดนครราชสีมา และหอการค้าจังหวัดนครราชสีมา เพื่อเข้าถึงและขอเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผ่านทางช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งได้ดำเนินการจัดเก็บแบบสอบถามในช่วงระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 22 มีนาคม ถึง 2 เมษายน พ.ศ. 2564 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้ทั้งหมดจำนวน 355 ชุด นำมาคัดกรองเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจและมีความสมบูรณ์ของแบบสอบถามได้ทั้งสิ้น 339 ชุด

การวิเคราะห์ผลการวิจัย ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ผลทางสถิติด้วยโปรแกรม IBM SPSS ประกอบไปด้วยการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ สถิติการวิเคราะห์ t-test สถิติการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient) และสถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression analysis)

5.1.1.2 สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ

1) ข้อมูลประสบการณ์การใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ

ผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมาจำนวน 339 คน มีประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 95.49 ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยประเภทของเทคโนโลยีที่ผู้ประกอบการสตรีใช้ในการดำเนินธุรกิจมากที่สุดคือ อันดับที่ 1 เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงิน (Financial Technology) ได้แก่ (1) ระบบการชำระเงินผ่านมือถือ (Mobile Payment) (2) ระบบการรับชำระเงิน (Cashless Payment Solution) และ (3) โปรแกรมสำเร็จรูปทางการเงิน (Financing Software) รองลงมา

อันดับที่ 2 เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ได้แก่ (1) โซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Line Official และ Instagram (2) E - Market Place เช่น Website, Shopee, Lazada และ (3) เทคโนโลยีแพลตฟอร์มเพื่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน คือระบบ Delivery Application อันดับที่ 3 เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร (Communication Technology) ได้แก่ (1) ระบบการรับ-ส่งอีเมลและบริการซอฟต์แวร์ เช่น Outlook, Gmail (2) ระบบแชร์ข้อมูลภายใน เช่น Google Drive , Dropbox และ (3) โปรแกรมใช้งานภายในออฟฟิศต่าง ๆ และอันดับที่ 4 เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการและการพัฒนา ได้แก่ (1) เทคโนโลยี Big Data (2) เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) (3) เทคโนโลยีและระบบอื่นๆ เช่น ระบบ Enterprise Resource Planning (ERP) และ ระบบบริหารจัดการสต็อกสินค้า

2) ข้อมูลและลักษณะทั่วไปของผู้ประกอบการสตรี

ผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมาจำนวน 339 คน มีสัดส่วนเป็นผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา ร้อยละ 54.29 และเป็นผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจอยู่นอกเขตอำเภอเมืองหรือต่างอำเภอ ร้อยละ 45.72 มีอายุอยู่ระหว่าง 30 – 40 ปี (คิดเป็นร้อยละ 43.66) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี (คิดเป็นร้อยละ 53.69) ดำเนินธุรกิจประเภทกิจการค้าส่งและค้าปลีกมากที่สุด ร้อยละ 67.55 รองลงมาคือประเภทธุรกิจบริการ ร้อยละ 19.47 และประเภทธุรกิจการผลิตมีสัดส่วนน้อยที่สุด ร้อยละ 12.98 ตามลำดับ ซึ่งจำนวนของประเภทธุรกิจในการศึกษานั้น ผู้วิจัยใช้สัดส่วนประเภทธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของจังหวัดนครราชสีมา มาใช้ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาในครั้งนี้ โดยผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจในรูปแบบบุคคลธรรมดา (คิดเป็นร้อยละ 79.94) และมีจำนวนการจ้างงานของธุรกิจต่ำกว่า 15 คน (คิดเป็นร้อยละ 80.83) หรือเรียกได้ว่าอยู่ในกลุ่มวิสาหกิจขนาดย่อม ซึ่งมีสัดส่วนการจ้างงานเพศหญิงมากกว่าเพศชายในองค์กร (คิดเป็นร้อยละ 48.67) มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมาแล้วมากกว่า 5 ปี (คิดเป็นร้อยละ 43.66) และผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการทันทีโดยไม่มีประสบการณ์การทำงานในด้านอื่นๆ (คิดเป็นร้อยละ 70.21)

3) ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการ ดิจิทัลของผู้ประกอบการสตรี

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลด้านความเป็นผู้ประกอบการหรือปัจจัยภายในของผู้ประกอบการสตรีอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัยย่อย จะเห็นได้ว่า

1. ปัจจัยด้านคุณลักษณะและความสามารถส่วนบุคคล มีระดับความคิดเห็นเห็น โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด หมายความว่า ผู้ประกอบการเห็นด้วยเป็นอย่างมากที่สุดว่า ผู้ประกอบการสตรีในปัจจุบันมีความพร้อมทั้งในเรื่องของทักษะ ความสามารถ และพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น ซึ่งเห็นได้จากข้อมูลจากการศึกษาซึ่งผู้ประกอบการสตรีมีความคิดเห็นว่าคุณลักษณะผู้ประกอบการสตรีในปัจจุบัน (1) มีความสามารถในการบริหารจัดการเวลาในด้านธุรกิจและครอบครัวได้เป็นอย่างดี (2) มีความสามารถในการเข้าสังคม (3) มีความสามารถในการปรับตัวให้ทันต่อเหตุการณ์และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ (4) มีคุณลักษณะของคนที่ไม่ใฝ่เรียนรู้และพัฒนาอยู่เสมอ (5) มีคุณลักษณะของความเป็นผู้นำ คือ มีความยืดหยุ่นในการทำงานและการบริหารจัดการคนและงานได้เป็นอย่างดี และ (5) มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ คือ ทุ่มเท อดทน และสนุกกับการได้ทำสิ่งใหม่ ๆ

2. ปัจจัยด้านผลลัพธ์ส่วนบุคคล มีระดับความคิดเห็นเห็น โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน หมายความว่า ผู้ประกอบการสตรีเห็นด้วยเป็นอย่างมากที่สุดว่าผู้ประกอบการสตรีในปัจจุบันมีการให้ความสำคัญและพร้อมที่จะยอมรับและปรับเปลี่ยนเพื่อผลลัพธ์และความสำเร็จที่จะเกิดขึ้น เห็นได้จากข้อมูลจากการศึกษาที่ผู้ประกอบการสตรีมีความคิดเห็นว่าคุณลักษณะผู้ประกอบการสตรีในปัจจุบัน (1) มีความมุ่งมั่น ไม่ยอมแพ้แม้เกิดข้อผิดพลาด พร้อมที่จะเรียนรู้จากโอกาสเหล่านั้นเพื่อเป็นแรงผลักดันสู่ความสำเร็จ (2) มีความพร้อมที่จะพัฒนาทักษะและศักยภาพในการบริหารจัดการเพื่อให้เป็นที่ยอมรับในสังคม และ (3) มีความเชื่อว่าการยอมรับและการปรับเปลี่ยนจะส่งผลดีต่อความก้าวหน้าของธุรกิจ

3. ปัจจัยด้านการตัดสินใจและเหตุผลที่มีขอบเขต มีระดับความคิดเห็น เห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน หมายความว่า ผู้ประกอบการสตรีเห็นด้วยเป็นอย่างมากที่สุดว่าผู้ประกอบการสตรีในปัจจุบันมีทัศนคติที่ดีต่อเรื่องของโอกาสและความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น เห็นได้จากข้อมูลจากการศึกษาที่ผู้ประกอบการสตรีมีความคิดเห็นว่าผู้ประกอบการสตรีในปัจจุบัน (1) มีความพยายามที่จะแก้ไขปัญหาและมีการตัดสินใจที่รอบคอบ (2) เป็นผู้คิดริเริ่ม ผู้วางแผน และผู้แสวงหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจอยู่เสมอ และ (3) มีความรับผิดชอบต่อกันทุก ๆ การกระทำ และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นมากกว่าผู้ประกอบการชาย

ถัดมา ด้านระบบนิเวศหรือปัจจัยภายนอก ผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัยย่อย จะเห็นได้ว่า

1. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจดิจิทัลในภูมิภาค มีระดับความคิดเห็นเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก หมายความว่า ผู้ประกอบการสตรีเห็นด้วยเป็นอย่างมากว่าสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในภูมิภาคมีผลต่อการดำเนินธุรกิจที่นำไปสู่ความเป็นธุรกิจดิจิทัล ซึ่งเห็นได้จากข้อมูลจากการศึกษาที่ผู้ประกอบการสตรีมีความคิดเห็นว่า สภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎระเบียบของประเทศเกี่ยวกับผู้ประกอบการสตรีจะสามารถช่วยสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการได้ และบริบทของสังคมและองค์กรนับว่าเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญที่จะช่วยให้สตรีก้าวเข้ามามีบทบาทในด้านธุรกิจและเทคโนโลยีที่มากขึ้น

2. ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานของธุรกิจดิจิทัล มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน หมายความว่า ผู้ประกอบการสตรีเห็นด้วยเป็นอย่างมากว่าโครงสร้างพื้นฐานมีผลต่อการดำเนินธุรกิจที่นำไปสู่ความเป็นธุรกิจดิจิทัล และในปัจจุบันผู้ประกอบการสตรีสามารถเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานทางธุรกิจได้เป็นอย่างมาก ซึ่งเห็นได้จากข้อมูลจากการศึกษาที่ผู้ประกอบการสตรีมีความคิดเห็นว่า ในปัจจุบันผู้ประกอบการสตรีในประเทศไทยสามารถเข้าถึงปัจจัยที่เอื้อต่อความสามารถได้เป็นอย่างดี เช่น โครงข่ายอินเทอร์เน็ตที่ครอบคลุมจากภาครัฐ และการเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจที่ง่ายและรวดเร็วมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันผู้ประกอบการสตรีต่างรับรู้ว่ามี การสนับสนุนจากสถาบันหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจอยู่ในระดับมาก แต่

จากการศึกษากลับพบว่า มีสัดส่วนของผู้ประกอบการสตรีที่เข้าร่วมและสัมมนาเกี่ยวกับการส่งเสริมธุรกิจจากหน่วยงานต่าง ๆ น้อยกว่าสัดส่วนการรับรู้

4) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมามีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม ดังนี้

1. ด้านคุณลักษณะที่เข้าถึงได้ ด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน ด้านคุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้และคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด หมายความว่า ผู้ประกอบการสตรีเห็นด้วยเป็นอย่างมากที่สุดว่า คุณลักษณะที่สำคัญของเทคโนโลยี ควรเป็นเทคโนโลยีที่เหมาะสมและเข้าถึงได้กับธุรกิจ สามารถสนับสนุนกระบวนการทางธุรกิจได้ สามารถเข้าถึงได้ง่าย สามารถปรับใช้ได้ง่าย ไม่ซับซ้อน และสามารถทำได้ด้วยตนเอง

2. ด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก หมายความว่า ผู้ประกอบการสตรีเห็นด้วยเป็นอย่างมากว่า คุณลักษณะที่สำคัญของเทคโนโลยี ควรเป็นเทคโนโลยีที่สามารถให้ประโยชน์และคุณค่าต่อธุรกิจได้ เช่น การทำให้เกิดประสิทธิภาพที่มากขึ้น การช่วยเพิ่มความสามารถในการทำกำไรหรือช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงาน และการทำให้เวลาในการดำเนินงานลดลง เป็นต้น

5) ผลการวิเคราะห์ระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งในเขตอำเภอเมืองและนอกเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา มีระดับการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการดำเนินธุรกิจอยู่ในระดับมาก นั้นหมายถึง การยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีในเขตเมืองไม่แตกต่างไปจากผู้ประกอบการสตรีนอกเขตเมือง ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานที่ 7 ที่ว่าการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีในเขตเมืองแตกต่างไปจากผู้ประกอบการสตรีนอกเขตเมือง ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจในพื้นที่ที่แตกต่างกัน มีระดับการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ไม่แตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการสตรีในจังหวัดนครราชสีมามีการรับรู้

เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่สามารถนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจได้ รวมไปถึงมีการศึกษาข้อมูล มีการประเมินถึงความคุ้มค่าที่จะได้รับจากการนำเทคโนโลยีมาใช้ และมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ในธุรกิจอยู่ในระดับมาก

6) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลและปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลด้านความเป็นผู้ประกอบการและด้านระบบนิเวศมีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี และยอมรับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 และ 2 ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 มีความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผู้ประกอบการและการยอมรับเทคโนโลยี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผู้ประกอบการหรือปัจจัยภายใน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี นั่นคือ หากผู้ประกอบการสตรีมีคุณลักษณะความสามารถ และหรือคุณสมบัติเฉพาะบุคคลในการดำเนินธุรกิจที่ช่วยส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น จะส่งผลทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น

สมมติฐานที่ 2 มีความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านระบบนิเวศและการยอมรับเทคโนโลยี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านระบบนิเวศหรือปัจจัยภายนอกมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี นั่นคือ หากภูมิภาค หรือจังหวัดนครราชสีมา มีโครงสร้างพื้นฐานหรือสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการหรือธุรกิจในด้านดิจิทัลที่เพิ่มมากขึ้น จะส่งผลทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี และยอมรับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ถึง 6 ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบมีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี นั่นคือ หากเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่จะนำมาใช้ในการดำเนิน

ธุรกิจสามารถให้ประโยชน์และคุณค่ากับธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น จะส่งผลทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี นั่นคือ หากเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่จะนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจมีความเหมาะสมและเข้ากันได้กับทุกๆ รูปแบบธุรกิจมากขึ้น สามารถสนับสนุนในทุก ๆ กระบวนการทางธุรกิจได้มากขึ้น จนก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีต่อกระบวนการทางธุรกิจมากขึ้น จะส่งผลทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อนมีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี นั่นคือ หากเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมสามารถปรับใช้กับธุรกิจได้ง่ายขึ้น มีความซับซ้อนน้อยลง สามารถเข้าถึงและเรียนรู้การใช้งานได้ง่ายและสะดวกขึ้น จะส่งผลทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านคุณลักษณะที่สามารถทดลองและสังเกตได้มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมด้านคุณลักษณะที่สามารถทดลองและสามารถสังเกตได้มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี นั่นคือ หากเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่จะนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจสามารถที่จะให้ทดลองใช้งานก่อนได้ ไม่มีเงื่อนไขที่ผูกมัดหรือมีความยืดหยุ่น และมีการถูกพูดถึงประโยชน์ที่ได้จากการใช้งานจริงที่มากขึ้น จะส่งผลทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น

จากข้อมูลข้างต้น สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้ ปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลด้านความเป็นผู้ประกอบการและด้านระบบนิเวศ และปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมทั้ง 4 คุณลักษณะ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี โดยปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบมีความสัมพันธ์กับการ

ยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้ ถัดมาคือ ปัจจัยชีวิตการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลด้านระบบนิเวศ ปัจจัยชีวิตการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลด้านความเป็นผู้ประกอบการ ปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีด้านคุณลักษณะที่สามารถทดลองและสังเกตได้ และปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อนตามลำดับ เช่นเดียวกับผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ทั้งแบบปกติและแบบขั้นตอน แสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี โดยตัวแปรที่มีอำนาจในการพยากรณ์การยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีได้ดีที่สุด คือ (1) ปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (2) ปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้ และ (3) ปัจจัยชีวิตการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลด้านระบบนิเวศ ซึ่งหาก 1 ใน 3 ปัจจัยดังกล่าวเพิ่มขึ้น จะส่งผลทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้นเช่นกัน

5.1.2 การวิจัยคุณภาพ

5.1.1.1 ภาพรวมของการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการวิจัยเพื่อช่วยอธิบายผลการศึกษานี้ในประเด็นของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีในเขตเมืองและนอกเขตเมือง รวมไปถึงประเด็นความต้องการที่สามารถส่งเสริมทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น ซึ่งการวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยทำการศึกษาโดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)

ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจในเขตเมืองนครราชสีมาจำนวน 4 คน และผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจนอกเขตเมืองนครราชสีมาจำนวน 4 คน รวมทั้งสิ้น 8 คน โดยผู้วิจัยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยใช้เกณฑ์ ดังนี้ (1) เป็นผู้ประกอบการสตรีที่ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ SMEs หรือเป็นสมาชิกสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ดำเนินธุรกิจประเภทธุรกิจการขายส่งและขายปลีก ธุรกิจการผลิต และธุรกิจบริการ และ (2) เป็นผู้ประกอบการสตรีที่มีประสบการณ์การใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจไม่ต่ำกว่า 1 ปีขึ้นไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการขอความอนุเคราะห์ข้อมูลในการติดต่อเพื่อขอสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสตรีผ่านทางศูนย์ให้บริการ SMEs ครอบคลุมจังหวัดนครราชสีมา (SMEs One-Stop Service Center : OSS) สมาพันธ์เอสเอ็มอีไทยจังหวัดนครราชสีมา และหอการค้าจังหวัดนครราชสีมา และทำการสัมภาษณ์ผ่านระบบออนไลน์ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 ถึง 20 พฤษภาคม พ.ศ. 2564 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้รูปแบบการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการหาแพทเทิร์นของคำตอบและความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

5.1.1.2 สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า เป็นผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา จำนวน 4 คน และดำเนินธุรกิจนอกเขตอำเภอเมืองหรือต่างอำเภอ จำนวน 4 คน รวมทั้งสิ้น 8 คน โดยเป็นผู้ประกอบการธุรกิจประเภทการขายส่งและขายปลีก จำนวน 2 คน ประเภทธุรกิจการผลิตสินค้า จำนวน 2 คน ประเภทธุรกิจบริการด้านที่พักแรม จำนวน 2 คน และประเภทธุรกิจบริการด้านอื่น ๆ จำนวน 2 คน มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจอยู่ระหว่าง 3-14 ปี อายุอยู่ในช่วง 26 – 40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 6 คนและระดับปริญญาโทจำนวน 2 คน และเป็นผู้ที่มีอำนาจในการลงนามและตัดสินใจภายในธุรกิจ

2) ประสิทธิภาพในการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสตรี

ผู้ประกอบการสตรีมีการยอมรับและนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ โดยมีประสิทธิภาพการนำเทคโนโลยีไปปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันไปตามรูปแบบธุรกิจ โดยเทคโนโลยีออนไลน์และโซเชียลมีเดีย และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการด้านการบัญชี การเงิน และระบบจัดการสต็อกสินค้า เป็นเทคโนโลยีที่ผู้ประกอบการสตรีทุกคนมีการนำไปปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจมากที่สุด นอกเหนือไปจากนั้น แต่ละธุรกิจได้มีการปรับใช้เทคโนโลยีประเภทอื่น ๆ ที่แตกต่างกันไปตามประเภทของธุรกิจ นั่นคือ ธุรกิจประเภทการผลิตสินค้า เทคโนโลยีที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญและเกิดการตัดสินใจนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ คือ เทคโนโลยีและ

เครื่องจักรที่ใช้ในกระบวนการผลิต เนื่องจาก กระบวนการผลิตคือหัวใจสำคัญของธุรกิจ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทการผลิตสินค้า จึงให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีหรือเครื่องจักรต่าง ๆ ที่สามารถช่วยทำให้งานหรือสินค้าของธุรกิจ (Final Product) มีคุณภาพ และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของธุรกิจได้ เช่นเดียวกับ ธุรกิจประเภทการบริการ เทคโนโลยีที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญและเกิดการตัดสินใจนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ คือ เทคโนโลยีที่สามารถช่วยทำให้ธุรกิจมีการบริการที่ดียิ่งขึ้น เข้าใจความต้องการของลูกค้ามากขึ้น และสามารถทำให้ภาพลักษณ์ของการบริการของธุรกิจดีขึ้น เพราะการบริการคือหัวใจสำคัญของธุรกิจ ในขณะที่ธุรกิจประเภทการขายส่งและการขายปลีก เทคโนโลยีที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญและเกิดการตัดสินใจนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ คือ เทคโนโลยีที่ช่วยในเรื่องของการขาย การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มากขึ้นและรวดเร็วขึ้น

3) ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับเทคโนโลยี

จากการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการสตรีให้ความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่าการตัดสินใจนำเทคโนโลยีไปปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจนั้น เกิดจาก

1. การรับรู้ถึงปัญหาหรือมองเห็นช่องโหว่ของธุรกิจ ซึ่งส่งผลทำให้ผู้ประกอบการเกิดความต้องการในการที่จะนำเครื่องมือหรือเทคโนโลยีเข้ามาช่วยแก้ปัญหาหรือปิดช่องโหว่ของธุรกิจของตน เนื่องจากเทคโนโลยีเป็นสิ่งที่สามารถช่วยทำให้ทุก ๆ กิจกรรมภายในโซ่อุปทานของธุรกิจเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นได้ โดยปัญหาและช่องโหว่ของธุรกิจที่มีผลต่อการทำให้ผู้ประกอบการสตรีตัดสินใจนำเทคโนโลยีไปปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจมักเกิดขึ้นจากปัจจัยภายในองค์กรและปัจจัยภายนอกองค์กร ดังนี้ (1) ปัจจัยภายในองค์กร คือ ปัญหาหรือช่องโหว่ที่เกิดขึ้นจากการเติบโตของธุรกิจ หมายถึง เมื่อธุรกิจมีการเติบโตมากยิ่งขึ้น ย่อมส่งผลต่อกำลังการผลิตที่เพิ่มขึ้น ต้นทุนการบริหารจัดการที่เพิ่มขึ้น จึงส่งผลทำให้ผู้ประกอบการสตรีมีความต้องการใช้เทคโนโลยีเพื่อเข้ามาช่วยบริหารจัดการในธุรกิจมากยิ่งขึ้น และ (2) ปัจจัยภายนอกองค์กร คือ ปัญหาหรือช่องโหว่ที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มคู่แข่ง หมายถึง ถ้าหากคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันมีการปรับใช้และพัฒนาด้านเทคโนโลยีจนก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มากขึ้น จะส่งผลทำให้ผู้ประกอบการสตรีเกิดความต้องการในการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและมีการปรับใช้เพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจไว้ เช่นเดียวกับปัญหาหรือช่องโหว่ที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของลูกค้าเช่นกัน

2. คุณลักษณะของเทคโนโลยี มีผลต่อการยอมรับและการตัดสินใจนำเทคโนโลยีไปปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจ ภายหลังจากที่ผู้ประกอบการสตรีรับรู้ถึงปัญหาหรือมองเห็นช่องโหว่ของธุรกิจ โดยผู้ประกอบการสตรีมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่าคุณลักษณะสำคัญของเทคโนโลยีที่จะส่งผลต่อการยอมรับ คือ (1) เทคโนโลยีจะต้องให้คุณค่าตรงกับสิ่งที่ธุรกิจต้องการได้ หมายถึง หากเทคโนโลยีนั้น ๆ มีคุณสมบัติที่สามารถแก้ปัญหา เดิมเติมช่องว่าง หรือสร้างความได้เปรียบให้กับธุรกิจได้อย่างคุ้มค่ากับการลงทุนได้ จะส่งผลต่อการยอมรับและตัดสินใจนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น และ (2) คุณสมบัติของเทคโนโลยีจะต้องเหมาะสมกับรูปแบบธุรกิจ หมายถึง หากเทคโนโลยีนั้น ๆ มีคุณสมบัติหรือฟังก์ชันการใช้งานที่เหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจ มีความยืดหยุ่น สามารถสนับสนุนและเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจหรือการเติบโตของธุรกิจได้ จะส่งผลต่อการยอมรับและตัดสินใจนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสตรี

3. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการสตรี มีผลต่อการยอมรับและการตัดสินใจนำเทคโนโลยีไปปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจ นั่นคือ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการสตรี ไม่ว่าจะเป็น วิธีคิด (Mindset) ลักษณะเฉพาะบุคคล (Characteristics) ภูมิหลัง (Background) และประสบการณ์ (experience) ที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อการรับรู้ การยอมรับ และการตัดสินใจนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน

4. สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคม มีผลต่อการยอมรับและการตัดสินใจนำเทคโนโลยีไปปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจ เห็นได้อย่างชัดเจนในสถานการณ์ปัจจุบันคือ โรคระบาดโควิด-19 ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่ไม่สามารถควบคุมได้ และมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของลูกค้า และทำให้เกิดข้อจำกัดเกี่ยวกับช่องทางการขายหรือการให้บริการของธุรกิจ จึงส่งผลต่อการตัดสินใจยอมรับและนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ เพื่อความอยู่รอด

นอกเหนือไปจากปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสตรีแล้วนั้น ยังคงมีปัจจัยที่ผู้ประกอบการสตรีให้ความคิดเห็นว่ายังเป็นข้อจำกัดต่อการยอมรับและการตัดสินใจนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่

1. ต้นทุนของเทคโนโลยีที่สูง เนื่องจากเทคโนโลยีหรือระบบต่าง ๆ มักถูกออกแบบมาเพื่อสนับสนุนการทำงานของธุรกิจขนาดใหญ่ มีฟังก์ชันการใช้งานมากมาย จึงทำให้มีต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่สูง และไม่คุ้มค่ากับการลงทุนสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2. การสนับสนุนหรือส่งเสริมด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้กับผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการสตรียอมรับว่าในปัจจุบันสภาพแวดล้อม กฎระเบียบ และนโยบายต่างๆ ค่อยข้างสนับสนุนให้ผู้ประกอบการใช้ดิจิทัลและเทคโนโลยีมากขึ้น และมีการผลักดันจากหน่วยงานที่สนับสนุนการทำธุรกิจมากขึ้น แต่การสนับสนุนหรือส่งเสริมในปัจจุบันเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนตามแผนงานหรือนโยบายของแต่ละหน่วยงาน ไม่ใช่การส่งเสริมหรือสนับสนุนที่เกิดจากความต้องการของธุรกิจ และหน่วยงานที่เข้ามาส่งเสริมหรือสนับสนุนนั้นไม่มีองค์ความรู้เฉพาะทางที่ตรงกับธุรกิจ จึงทำให้การส่งเสริมหรือสนับสนุนไม่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย เรื่อง การศึกษาการยอมรับและนำเทคโนโลยีไปใช้ในผู้ประกอบการสตรี ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยเป็นประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

5.2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยชีวิตการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลด้านความเป็นผู้ประกอบการและด้านระบบนิเวศต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี

ปัจจัยด้านผู้ประกอบการหรือปัจจัยภายในของผู้ประกอบการ (ประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านคุณลักษณะและความสามารถส่วนบุคคล ปัจจัยด้านทัศนคติและเหตุผลที่มีขอบเขต และปัจจัยด้านผลลัพธ์ส่วนบุคคล) มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี ($r = .413, p = .01$) นั้นหมายถึง ปัจจัยส่วนบุคคลหรือคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการสตรี ซึ่งได้แก่ การมีความพร้อมในเรื่องของทักษะความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเทคโนโลยี การมีความพร้อมที่จะพัฒนาทักษะและศักยภาพเพื่อให้เข้าถึงโอกาสที่มากยิ่งขึ้น การมีวิสัยทัศน์ที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงเพื่อเป้าหมายที่ดียิ่งขึ้น การมีคุณลักษณะที่ชอบเรียนรู้และชอบพัฒนาอยู่เสมอ และการมีความกล้าในการตัดสินใจและพร้อมที่จะยอมรับความเสี่ยง จะมีโอกาสยอมรับและนำเทคโนโลยีไปปรับ

ใช้ในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Barbara J. Orser และคนอื่นๆ (2018) ที่อธิบายว่า การตัดสินใจของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจยังคงมีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการนำเทคโนโลยีมาใช้ ดังนั้นปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับเพศสภาพจึงส่งผลต่อการนำเทคโนโลยีไปใช้ และความแตกต่างทางเพศที่เป็นอุปสรรคต่อการนำเทคโนโลยีไปใช้มักเกิดจากคุณลักษณะส่วนบุคคล เช่น การศึกษา ประสบการณ์ การขาดการเปิดเผยข้อมูล และความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี

ปัจจัยด้านระบบนิเวศหรือปัจจัยภายนอก (ประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจดิจิทัล และปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานของธุรกิจดิจิทัล) มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี ($r = .507, p = .01$) นั่นหมายถึง การมีโครงสร้างพื้นฐานหรือสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนต่อการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม และการมีนโยบายหรือการส่งเสริมและการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้กับผู้ประกอบการสตรีหรือธุรกิจมากยิ่งขึ้น จะส่งผลทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Sussan และ Acs (2017) ที่อธิบายว่า ปัจจัยด้านระบบนิเวศมีความสัมพันธ์ต่อการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล เช่นเดียวกับการศึกษาของ Liliya Satalkina และ Gerald Steiner (2020) ซึ่งถูกอธิบายไว้เช่นกันว่า ปัจจัยด้านระบบนิเวศมีความสัมพันธ์ต่อการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล โดยการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล คือ การที่องค์กรหรือผู้ประกอบการมีการใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมดิจิทัลในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยด้านระบบนิเวศมีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับและการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการนั่นเอง

5.2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี

ปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ปัจจัยด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้ ปัจจัยด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน และปัจจัยด้านคุณลักษณะสามารถทดลองและสังเกตได้ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีของ Roger (1995) ที่กล่าวไว้ว่า เมื่อบุคคลหรือองค์กรใดได้รับรู้ว่าเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมีความซับซ้อนน้อย มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ มี

ความสามารถเข้ากันได้ มีความสามารถทดลองได้ และมีความสามารถสังเกตเห็นได้ บุคคลหรือองค์กรนั้นจะรับเอาเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมไปใช้ ผู้วิจัยอภิปรายตามปัจจัยย่อย ได้ดังนี้

ปัจจัยด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี ($r = .628, p = .01$) นั้นหมายถึง ประโยชน์ในเชิงเปรียบเทียบสามารถบ่งบอกได้ว่าเทคโนโลยีและระบบต่าง ๆ มีประสิทธิภาพและสามารถตอบโจทย์การใช้งานของผู้ประกอบการสตรีได้คืออะไร โดยการหากเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่นำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจสามารถทำให้ผู้ประกอบการสตรีเห็นถึงประโยชน์จากเทคโนโลยีมากเท่าไร จะยิ่งทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้นเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Un Nay (2017) ที่อธิบายว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีมีผลกระทบที่สำคัญสูงที่สุดในการตัดสินใจยอมรับหรือนำเทคโนโลยีไปใช้ และสอดคล้องกับการศึกษาของ Zaremohzabbieh และคนอื่น ๆ (2015) ที่อธิบายว่า แรงจูงใจของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในชนบทในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศขึ้นอยู่กับความเชื่อในการรับรู้ถึงประโยชน์ นั่นคือ ความตั้งใจของผู้ประกอบการที่จะนำเทคโนโลยีมาใช้นั้น มีลักษณะตามระดับที่พวกเขาเชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพวกเขาได้

ปัจจัยด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี ($r = .579, p = .01$) นั้นหมายถึง หากเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่จะนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจสามารถปรับใช้ได้กับรูปแบบธุรกิจเดิม สามารถสนับสนุนกระบวนการทำงานทางธุรกิจได้ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายของธุรกิจ จะทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Un Nay (2017) ที่อธิบายว่า ความเข้ากันได้เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความตั้งใจในการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในธุรกิจ

ปัจจัยด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี ($r = .336, p = .01$) นั้นหมายถึง หากเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่จะนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจสามารถปรับใช้กับธุรกิจได้ง่ายไม่ซับซ้อน เข้าถึงได้ง่าย สามารถเรียนรู้และใช้งานได้ด้วยตนเอง และมีความเหมาะสมกับรูปแบบธุรกิจ จะทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจในผู้ประกอบการสตรีมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ

Barbara J. Orser และคนอื่น ๆ (2018) ที่อธิบายว่า ความคาดหวังของความพยายาม (การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน หรือความซับซ้อน) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรับเอาเทคโนโลยีไปใช้ในธุรกิจ โดยผู้หญิงมักจะขาดความมั่นใจหรือรู้สึกว่าคุณเองมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีค่อนข้างน้อย และส่วนใหญ่มักฟังเสียงผู้ชายเพื่อขอคำแนะนำ ทำให้เห็นว่าความคาดหวังของความพยายามมีความสำคัญสำหรับผู้หญิง และมีผลต่อการตัดสินใจยอมรับเทคโนโลยี เช่นเดียวกับการศึกษาของ Sunita Hajiburah และคนอื่น ๆ (2017) ที่พบว่า ปัจจัยเกี่ยวกับการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดต่อการยอมรับหรือตัดสินใจใช้เทคโนโลยีของธุรกิจ SME ขนาดเล็กในพื้นที่ 3 จังหวัด ชายแดนภาคใต้

ปัจจัยด้านคุณลักษณะที่สามารถทดลองและสังเกตได้ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี ($r = .371, p = .01$) นั้นหมายถึง หากเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่จะนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจสามารถที่จะทดลองใช้งานจนทำให้เห็นผลได้อย่างชัดเจน หรือสามารถทำให้เกิดการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานได้อย่างชัดเจน จะทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ Un Nay (2017) ที่อธิบายว่า ปัจจัยการสาธิตผลลัพธ์ไม่ได้แสดงให้เห็นถึงผลกระทบที่มีนัยสำคัญใด ๆ ต่อความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในกัมพูชา

5.2.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี

จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน พบว่า ปัจจัยที่มีอำนาจในการพยากรณ์การยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี จากตัวแปรอิสระ 6 ตัวแปร มีตัวแปรอิสระที่ทดสอบแล้วว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งหมด 3 ตัวแปร ได้แก่ ปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้ และปัจจัยชีวิตการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลด้านระบบนิเวศ โดยปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้ เป็นปัจจัยที่มีอำนาจในการพยากรณ์การยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีได้ดีที่สุด ($\beta = 0.367$) รองลงมาคือ ปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ($\beta = 0.366$) และปัจจัยชีวิตการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลด้านระบบนิเวศ ($\beta = 0.191$) ตามลำดับ นั้นหมายถึง หากเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่จะนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจสามารถปรับใช้ได้กับรูปแบบธุรกิจเดิม มี

ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายของธุรกิจ จนสามารถตอบโจทย์และให้ประโยชน์กับกระบวนการทางธุรกิจได้มากกว่าสิ่งที่มีอยู่เดิมได้ จะทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้น ในขณะที่เดียวกันหากธุรกิจมีสภาพแวดล้อมและโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนต่อการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมไปถึงการส่งเสริมและการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เหมาะสม จะยิ่งส่งผลทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจมากยิ่งขึ้นเท่านั้น

5.2.4 ระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีในเขตเมืองและนอกเขตเมือง

ผู้ประกอบการสตรีในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา และผู้ประกอบการสตรีนอกเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา มีระดับการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมอยู่ในระดับมาก นั้นหมายถึงผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจในพื้นที่ที่แตกต่างกัน มีระดับการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากผู้ประกอบการสตรีในปัจจุบันมีระดับการศึกษาคือระดับปริญญาตรีขึ้นไป และเป็นผู้ที่มีความคิดที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลง สามารถยอมรับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนได้มากขึ้น มีความมุ่งมั่นและพร้อมที่จะเรียนรู้เพื่อความสำเร็จของธุรกิจ เห็นได้จากผลการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และผู้ประกอบการ อีกทั้งในปัจจุบันผู้ประกอบการสตรีได้รับข้อมูลข่าวสารและการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยีต่าง ๆ ได้รวดเร็วและหลากหลายช่องทางมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นช่องทางโซเชียลมีเดีย การรวมกลุ่มผู้ประกอบการ ซึ่งทำให้สามารถพิจารณาประเมินค่าและตัดสินใจได้ง่ายขึ้น จึงส่งผลทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีในระดับที่มากขึ้นในผู้ประกอบการสตรีในเขตเมืองและนอกเขตเมือง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Rogers (2003) ที่อธิบายว่า ลักษณะของบุคคลส่งผลต่อระดับการรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม ประกอบไปด้วย 3 ประการ ได้แก่ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้ประกอบการ บุคลิกภาพของผู้ประกอบการ และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของผู้ประกอบการ

รวมไปถึงโครงสร้างพื้นฐานของจังหวัดนครราชสีมาเป็นพื้นที่ที่มีโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่สมบูรณ์กระจายอยู่ทั่วทุกเขตของจังหวัด ทั้งภาคอุตสาหกรรม ภาคการเกษตร ภาคการท่องเที่ยว และการค้าปลีกค้าส่ง รวมไปถึงเป็นพื้นที่ที่เป็นศูนย์กลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนในหลาย ๆ ด้านทั้งจากหน่วยงานเอกชนและภาครัฐ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาในปัจจัยด้านระบบนิเวศที่มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับเทคโนโลยี จึงเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีผลทำให้ผู้ประกอบการในเขตเมืองและนอกเขตเมืองนครราชสีมา มีความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร มีระดับการยอมรับเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจอยู่ในระดับมาก และมีระดับการยอมรับที่ไม่แตกต่างกัน

5.3 ข้อจำกัดของการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ เดิมผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการเก็บข้อมูลรูปแบบการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจในเขตเมืองนครราชสีมาและนอกเขตเมือง ซึ่งมีข้อจำกัดที่เกิดขึ้นในขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ข้อจำกัดของผู้ประกอบการ ได้แก่ ข้อจำกัดเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของข้อมูล ซึ่งเกี่ยวข้องกับการค้าขายของผู้ประกอบการและการแสดงความคิดเห็นส่วนบุคคล จึงส่งผลทำให้ผู้ประกอบการไม่สะดวกในการแสดงความคิดเห็นหรือให้ข้อมูลร่วมกับผู้ประกอบการท่านอื่น ๆ และข้อจำกัดเกี่ยวกับเวลา ผู้ประกอบการสะดวกในการให้ข้อมูลในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน จึงส่งผลทำให้เกิดข้อจำกัดในการนัดหมายเพื่อทำการจัดสนทนากลุ่มร่วมกัน

2. ข้อจำกัดจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในช่วงการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเกิดเหตุการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 จึงส่งผลทำให้ไม่สามารถรวมกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อทำการสนทนากลุ่มร่วมกันได้

จากข้อจำกัดข้างต้น ผู้วิจัยจึงปรับวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการรายบุคคล เพื่อลดข้อจำกัดด้านความเป็นส่วนตัวของข้อมูล และทำการนัดหมายสัมภาษณ์ตามเวลาที่ผู้ประกอบการแต่ละท่านสะดวก โดยใช้การสัมภาษณ์ออนไลน์ผ่านระบบ Zoom ในการสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลที่ผ่านมา

5.4 ข้อเสนอแนะ

5.4.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการใช้ประโยชน์จากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม และปัจจัยด้านระบบนิเวศ มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี ดังนั้นผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ดังนี้

1. ปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม ด้านคุณลักษณะที่เข้าถึงได้ และด้านคุณประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี ดังนั้น เพื่อทำให้เกิดการยอมรับและการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสตรีที่มากยิ่งขึ้น ผู้พัฒนาเทคโนโลยีสำหรับภาคธุรกิจ ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาแผนเทคโนโลยีที่สอดคล้องกับแผนธุรกิจและความคาดหวังของผู้ประกอบการสตรี โดยมุ่งเน้นการพัฒนาระบบหรือเทคโนโลยีที่มีคุณลักษณะที่ผู้ประกอบการสตรีให้ความสำคัญ นั่นคือ “ความเข้าถึงได้กับธุรกิจ” โดยการออกแบบหรือพัฒนารูปแบบและฟังก์ชันการใช้งานที่สามารถปรับใช้ได้กับระบบและกระบวนการทำงานเดิมของธุรกิจ ที่มีความยืดหยุ่นเกี่ยวกับฟังก์ชันการใช้งาน รวมไปถึงต้องมีการนำเสนอถึงข้อมูลที่แสดงให้เห็นถึงคุณประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นจากการใช้เทคโนโลยีเมื่อเปรียบเทียบกับวิธีการเดิม ซึ่งคุณลักษณะดังกล่าวจะส่งผลทำให้ผู้ประกอบการรับรู้ถึงประโยชน์ในเชิงเปรียบเทียบด้านเศรษฐศาสตร์ นั่นคือ ความคุ้มค่าต่อการลงทุน เพราะเทคโนโลยี คือ ต้นทุนของธุรกิจ ความคุ้มค่าจึงนับว่าเป็นมุมมองสำคัญในการตัดสินใจของผู้ประกอบการสตรี ซึ่งเทคโนโลยีที่คุ้มค่าในมุมมองของเหล่าผู้ประกอบการ หมายถึง เทคโนโลยีที่ธุรกิจสามารถใช้ฟังก์ชันและคุณประโยชน์ได้คุ้มค่ากับเงินที่ลงทุนไป แม้ว่าเทคโนโลยีนั้น ๆ จะมีฟังก์ชันที่มากมาย แต่หากธุรกิจไม่ได้ใช้ประโยชน์ ผู้ประกอบการจะมองว่าเทคโนโลยีนั้นไม่มีความคุ้มค่ากับการลงทุน ดังนั้นหากมีเทคโนโลยีหรือระบบต่าง ๆ ที่มีความยืดหยุ่นและมีตัวเลือกให้เหมาะสมกับทุกรูปแบบและขนาดของธุรกิจได้ จะส่งผลทำให้เกิดการยอมรับและเข้าถึงจากผู้ประกอบการสตรีได้มากยิ่งขึ้น

2. ปัจจัยชีวิตการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลด้านระบบนิเวศ มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรี โดยการได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นหนึ่งในแรงจูงใจต่อการยอมรับเทคโนโลยี ดังนั้นเพื่อให้เกิดการยอมรับและนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสตรีที่มากยิ่งขึ้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรให้ความสำคัญและปรับปรุงเกี่ยวกับประเด็นดังต่อไปนี้

2.1 แผนการส่งเสริมหรือสนับสนุนด้านเทคโนโลยีให้กับผู้ประกอบการควรเริ่มต้นจากความเข้าใจข้อมูลเชิงลึกของปัญหา ข้อจำกัด และความต้องการที่แท้จริง

(Insight) ของผู้ประกอบการ เพื่อนำมากำหนดเป็นแนวทางในการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น เพราะในปัจจุบันการส่งเสริมและสนับสนุนมีประสิทธิผลค่อนข้างน้อย เห็นได้จากผลการวิจัย ผู้ประกอบการสตรีระบุว่าในปัจจุบันมีการสนับสนุนและส่งเสริมด้านเทคโนโลยีที่เพิ่มมากขึ้น และรับรู้ว่ามีการจัดอบรมและสัมมนาเกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมจากหน่วยงานต่าง ๆ แต่จากผลการวิจัย ผู้ประกอบการสตรีมีการเข้าร่วมในสัดส่วนที่น้อยกว่าจำนวนการรับรู้ เนื่องจากการส่งเสริมและสนับสนุนในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการและธุรกิจ แต่เป็นการส่งเสริมตามวัตถุประสงค์และแผนงานของหน่วยงานเท่านั้น

2.2 จัดการอบรมหรือสัมมนาเพื่อเพิ่มองค์ความรู้ที่สอดคล้องกับปัญหา ข้อจำกัด และความต้องการที่แท้จริง (Insight) ของผู้ประกอบการสตรี โดยมุ่งเน้นและให้ความสำคัญถึงข้อมูล ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ตรงกับประเภทธุรกิจ มีความทันสมัยและเป็นทันสมัยในปัจจุบัน การเพิ่มองค์ความรู้นับว่าเป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะการเติมทักษะและความรู้ในสิ่งที่ผู้ประกอบการไม่มีหรือไม่รู้ได้ จะสามารถช่วยเพิ่มความมั่นใจ และเพิ่มความกล้าให้กับผู้ประกอบการสตรี เปรียบเสมือนการปรับวิธีคิด ซึ่งจากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การปรับวิธีคิดให้กับผู้ประกอบการสตรีเป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะปัจจุบันสตรีเป็นเพศที่พร้อมที่จะเรียนรู้และพัฒนาตัวเองเป็นอย่างมาก หากสามารถกระตุ้นหรือช่วยปิดช่องว่างได้จะเป็นการส่งเสริมผู้ประกอบการสตรีได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.3 การส่งเสริมและสนับสนุนรวมไปถึงการจัดการอบรมหรือสัมมนาให้กับผู้ประกอบการควรใช้หน่วยงานให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการและเป็นหน่วยงานที่มีองค์ความรู้เฉพาะทางที่สามารถให้คำปรึกษาและความรู้ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับการดำเนินธุรกิจได้

5.4.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต ดังนี้

1. การวิจัยในอนาคต ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่เป็นปัจจัยเหตุที่ส่งผลต่อการยอมรับและการตัดสินใจนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสตรี ซึ่งจาก

การศึกษาผู้วิจัยค้นพบว่า ปัจจัยภายในองค์กร เช่น เป้าหมายหรือจุดมุ่งหมายของธุรกิจ กลยุทธ์ของธุรกิจ ทักษะการทำงานของบุคลากร ความสามารถทางการเงิน จุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจ เป็นปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลต่อการยอมรับและตัดสินใจนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสตรี เช่นกัน

2. การวิจัยในอนาคต ควรมีการนำแบบจำลองและตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ไปทำการศึกษาในพื้นที่จังหวัดอื่นๆ หรือในบริบทของประเทศ เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้เป็นเพียงการศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการสตรีในจังหวัดนครราชสีมาเท่านั้น จึงอาจทำให้ผลการศึกษายังไม่สามารถสื่อความหมายได้ในภาพรวมของผู้ประกอบการสตรีทั้งหมด

3. การวิจัยในอนาคต ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี โดยขยายขอบเขตการศึกษาในอุตสาหกรรมหรือธุรกิจประเภทอื่น ๆ โดยแบ่งการศึกษาตามอุตสาหกรรมหรือประเภทของธุรกิจอย่างชัดเจน เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึกที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตรีในแต่ละอุตสาหกรรม ว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

บรรณานุกรม

- กชมน ทิพย์รัตน์ และคนอื่น ๆ. (2561). *อุปสรรคของสตรีในการได้รับการพัฒนาสู่อาชีพทนายความและที่ปรึกษา กฎหมาย*. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, 10(1), 160-179.
- กรณษา แสนละเอียด, พิรภาว ทีวีสุข และศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล. (2560). *การยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความตั้งใจในการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ใน กรุงเทพมหานคร*. วารสารปัญญาภิวัฒน์, 9(3), 3-15.
- คณะกรรมการบูรณาการนโยบายพัฒนาภาค. (2562). *แผนพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ: แผนพัฒนาภาค พ.ศ.2560-2565 (ฉบับทบทวน)*
- ธนาภา หิมารัตน์. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน บริบทธนาคารพาณิชย์*. (ปริญา การบริหารเทคโนโลยีมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นันทพร คำรงพงศ์. (2561). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อรองรับเศรษฐกิจยุคดิจิทัลในประเทศไทย*. วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่, 11(1), 239-255.
- พรจันทร์ เสียงสอน. (2557). *การนำเสนอผู้หญิงและความรุนแรงในภาพยนตร์ไทย*. (ปริญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วิไลลักษณ์ คำแจ่ม และปัทสรา ชัยวงศ์. (2563). *การก้าวสู่บทบาทผู้บริหารระดับสูงของผู้หญิงในองค์กรไทย แบบอินไซด์-เอาท์ (inside-out): การรับรู้อัตลักษณ์และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้อัตลักษณ์ของผู้บริหารหญิงระดับสูง*. วารสารการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์กร, 12(1), 30-58.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ศรุตสา สายบัวต่อ และกนกกาญจน์ เสน่ห์นมะหุด. (2562). รูปแบบการยอมรับพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้บริการสมาร์ตแอปพลิเคชันเพื่อสุขภาพของ Gen X. วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทร์ วิโรฒ, 10(2), 78-91.
- ศุภิสรา คุณรัตน์. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร. (ปริญาการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2561). เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อธุรกิจบริการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง. [เว็บไซต์]. สืบค้นจาก <https://www.sme.go.th>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2562). แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564).
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). จำนวนและการจ้างงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2562
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2562. SME Speed up
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). สรุปผลสำคัญการทำงานของสตรีในประเทศไทย พ.ศ. 2562. รายงานกองสถิติ พยากรณ์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ
- สิงหะ จวีสุข และ สุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2555). ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ. วารสาร เทคโนโลยีสารสนเทศลาดกระบัง

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สุนิตา หะยีบุระ และคนอื่น ๆ. (2560). *การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศของ SMEs ขนาดเล็กในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้*. การประชุมวิชาการระดับชาติ, 10 มีนาคม 2560. มหาวิทยาลัยราชภัฏ เพชรบูรณ์
- อรนิภา กุลสมบูรณ์สินธุ์ และเจริญชัย เอกมาไพศาล ๆ. (2560). *อิทธิพลของคุณลักษณะทางเพศต่อความก้าวหน้าในอาชีพของผู้จัดการโรงแรม: กรณีศึกษาผู้จัดการโรงแรมเทศหญิงในเมืองพัทลุง จังหวัดพัทลุง*. วารสารวิจัยธรรมศาสตร์, 36(3), 148-182.
- อรุโณทัย พยัคฆงพงษ์. (2560). *แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีในการแข่งขันทางการตลาด*. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี, 11(25), 128-136.
- Abraham K. Song (2019). *The Digital Entrepreneurial Ecosystem—a critique and reconfiguration*. Springer Journal, 10(7), 569-590.
- Barbara J. Orser., & Allan R. (2018). *The influence of gender on the adoption of technology among SMEs*. International Journal of Entrepreneurship and Small Business 33(4), 514
- Dace A., & Egils G., & Miquel-Angel P. Eroles. (2014). *Applying Theory of Diffusion of Innovations to Evaluate Technology Acceptance and Sustainability*. Journal of Social Sciences, 69-77.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. MIS quarterly, 13(3), 319-340.
- Ismail, S. (2006). *Detailed review of Rogers' diffusion of innovations theory*. The Turkish Online Journal of Educational Technology, 5(2), 14-23.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Kunjlata, Lal. (2018). *Role of Technology for Success of Entrepreneurs*. Journal of Business and Management, 20(7), 12-14.
- Liliya, S., Gerald, S. (2020). *Digital Entrepreneurship: A Theory-Based Systematization of Core Performance Indicators*. Journal of Sustainability, 12(18), 1-22.
- Linda F., & Roisín D., & Tatiana M. (2018). *Gender stereotypes in the angel investment process*. Journal of Business and Management, 10(2), 134-157.
- Morteza G. et al. (2012). *Strategies for Successful Information Technology Adoption in Small and Medium-sized Enterprises*. Journal of Information, 3(1), 36-67.
- Morteza G. et al. (2012). *Strategies for Successful Information Technology Adoption in Small and Medium-sized Enterprises*. Journal of Information, 3(1), 36-67.
- Ong, Jeen W., & Hishamuddin Bin I. (2009). *Adoption of Technology among Businesses: The Strategic Adoption*. Journal of Innovation and Business Best Practices, 1(1), 1-8.
- Ottomatik. (2018). *The Role and Importance of Technology in Business*. Retrieved December 2020, from [https://industrytoday.com/the-role-and-importance-of-technology-in business/](https://industrytoday.com/the-role-and-importance-of-technology-in-business/)
- Rabi Sidi A. (2018). *Feminist Theory and its Influence on Female Entrepreneur's Growth Intentions*. International Journal of Innovation and Economic Development, 4(3), 20-31.
- Susan Clark M., & Banu O. (2015). *A Gender Integrative Conceptualization of Entrepreneurship*. New England Journal of Entrepreneurship, 18(1), 27-40.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Sussan, F., & Acs, Z. J. (2017). *The digital entrepreneurial ecosystem*. *Small Business Economics*, 49(1), 55–73. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9867-5>.
- Syed et al. (2011). *Applying the Theory of Perceived Characteristics of Innovating (PCI) on ICT Adoption in the SMEs in Malaysia*. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(8), 8-17.
- Un Nay. (2017). *Factors Impacting on ICT System Adoption Intention by Cambodian SMEs*. (Master of Business Administration), University of the Thai Chamber of Commerce
- United Nations ESCAP. (2018). *Fostering Women's Entrepreneurship in ASEAN*. United Nations Publication, 23-44.
- Zeinab Z. et al. (2015). *A Test of the Technology Acceptance Model for Understanding the ICT Adoption Behavior of Rural Young Entrepreneurs*. *International Journal of Business and Management*, 10(2), 12-14.





แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาการยอมรับและการนำเทคโนโลยีไปใช้ในผู้ประกอบการสตรี
(Technology acceptance among female entrepreneurs)

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ สาขา
ผู้ประกอบการและนวัตกรรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา
“การยอมรับและการนำเทคโนโลยีไปใช้ในผู้ประกอบการสตรี” โดยข้อมูลที่ได้รับจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ
ผู้วิจัยจะนำเสนอแต่เพียงข้อมูลในภาพรวม และจะนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาเท่านั้น ทั้งนี้ผู้วิจัย
ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา
 ณ โอกาสนี้


แบบสอบถามประกอบไปด้วยคำถาม 5 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1: แบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพการใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ
- ส่วนที่ 2: แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปและลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 3: แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการที่ดี ด้านความเป็น
ผู้ประกอบการและด้านระบบนิเวศ
- ส่วนที่ 4: แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม
- ส่วนที่ 5: แบบสอบถามระดับการยอมรับเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ

นางสาวชฎาภรณ์ สะหาย

นักศึกษาระดับปริญญาโท วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล สาขาผู้ประกอบการและนวัตกรรม
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้วิจัย

	ภาควิชาการตลาดและการจัดการการวิจัยในสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยมหิดล (M-CRU)
	รหัสโครงการ M-CRU 2021/116.1603 วันที่ 2 มี.ค. 2564

ส่วนที่ 1: แบบสอบถามเกี่ยวกับประสบการณ์การใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ

คำชี้แจง: กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ท่านเคยใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจหรือไม่

เคย ไม่เคย (สิ้นสุดการทำแบบสอบถาม)

2. เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ท่านใช้ในการดำเนินธุรกิจ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

(2.1) เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงิน (Financial Technology)

- การจ่ายเงินผ่านมือถือ (Mobile Payment) สินเชื่อออนไลน์ (Online loan)
- แพลตฟอร์มการระดมทุน (Crowdfunding) โปรแกรมสำเร็จรูปทางการเงิน (Financing Software)
- ระบบการรับชำระเงิน (Cashless Payment Solution)
- อื่น ๆ (โปรดระบุ)

(2.2) เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร (Communication Technology)

- ระบบการรับ-ส่งอีเมล และบริการซอฟต์แวร์ เช่น Outlook, Yahoo, Gmail, Facebook
- ระบบแชร์ข้อมูลภายใน เช่น Google Drive, Dropbox
- โปรแกรมใช้งานภายในออฟฟิศต่าง ๆ เช่น Google Document
- อื่น ๆ (โปรดระบุ)

(2.3) เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

- โซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Line, Instagram, Twitter
- E - Market Place เช่น Website, Shopee, Lazada
- อื่น ๆ (โปรดระบุ)

(2.4) เทคโนโลยีเพื่อการบริหารจัดการและการพัฒนา

เทคโนโลยี Big Data

เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI)

อื่น ๆ (โปรดระบุ)

(2.5) เทคโนโลยีอื่น ๆ เพิ่มเติม (โปรดระบุ)

3) ท่านเลือกใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจเนื่องจากเทคโนโลยีสามารถช่วย (เลือกคำตอบที่ใช้ที่สุด 3 ข้อ)

ลดความยุ่งยากในการสื่อสาร

เพิ่มสมรรถนะและความสามารถในการดำเนินธุรกิจ

การตัดสินใจที่ง่ายยิ่งขึ้น

เปิดโอกาสและส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ

ขยับเคลื่อนการเติบโตของธุรกิจ

การเข้าถึงบริการและข้อมูลที่เป็นประโยชน์

การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มากขึ้น

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ลดเวลาการทำงาน

อื่น ๆ (โปรดระบุ)

ส่วนที่ 2: แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปและลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. อายุ (ปี)

ต่ำกว่า 30 ปี

30 – 40 ปี

41 – 50 ปี

มากกว่า 50 ปี

2. วุฒิกวศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

ส่วนที่ 3 : ปัจจัยชีวิตการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลของผู้ประกอบการสตรี

คำชี้แจงส่วนที่ 3 : โปรดตอบคำถามแสดงความคิดเห็นว่าท่านเห็นด้วยหรือไม่ โดยกรอกตัวเลขเครื่องหมาย ✓ ลง

ในช่องว่างตามระดับความคิดเห็นของท่าน ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับความคิดเห็น ดังนี้

ระดับคะแนน 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย หรือ ไม่ค่อยเห็นด้วย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด หรือ ไม่เห็นด้วย

ปัจจัยชีวิตการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur)					
1. ปัจจัยด้านคุณลักษณะและความสามารถส่วนบุคคล					
1. ผู้ประกอบการสตรีสามารถบริหารจัดการเวลาในด้านธุรกิจและครอบครัวได้					
2. ผู้ประกอบการสตรีมักจะมีทัศนคติที่เข้าสังคมเป็น หันต่อเหตุการณ์และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา					
3. ผู้ประกอบการสตรีมักจะมีเรียนรู้และพัฒนาทักษะความสามารถของตนเองให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ					
4. ผู้ประกอบการสตรีมักจะมีทัศนคติที่มุ่งมั่นในการทำงานและการบริหารจัดการคนและงาน ได้เป็นอย่างดี					
5. ผู้ประกอบการสตรีมักจะมีมุมมองที่นอกเหนือ และสนุกกับการได้ทำสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ					
6. ผู้ประกอบการสตรีมักจะมีทัศนคติที่ปกป้องผู้ได้บังคับบัญชา แสดงความรับผิดชอบทุกการกระทำและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นมากกว่าผู้ประกอบการชาย					

3. ประเภทธุรกิจ

- กิจการผลิตสินค้า กิจการค้าส่ง
- กิจการค้าปลีก กิจการให้บริการ

4. รูปแบบธุรกิจ

- บุคคลธรรมดา ห้างหุ้นส่วนจำกัด
- บริษัทจำกัด วิสาหกิจชุมชน

5. จำนวนการจ้างงานของธุรกิจ

- ต่ำกว่า 15 คน 15 – 30 คน
- 31 – 50 คน มากกว่า 50 คน

6. สัดส่วนการจ้างงานเพศชายและเพศหญิงในองค์กร

- เพศชาย มากกว่า เพศหญิง เพศหญิง มากกว่า เพศชาย
- พอดีกัน

7. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

- ต่ำกว่า 1 ปี 1 – 2 ปี
- 3 – 5 ปี มากกว่า 5 ปี

8. พื้นที่ดำเนินธุรกิจ

- ย่านเมือง จังหวัดนครราชสีมา ต่างอำเภอ (โปรดระบุ)

9. ภูมิหลังหรือประสบการณ์การทำงาน

- เป็นผู้ประกอบการ ไม่มีประสบการณ์การทำงานในด้านอื่น ๆ
- เคยมีประสบการณ์การทำงานในด้านอื่น ๆ มาก่อน (โปรดระบุ)
-

ปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
7. ผู้ประกอบการสตรีมักจะให้ความสำคัญกับความได้เปรียบทางการแข่งขันในทุก ๆ เรื่อง					
2. ปัจจัยด้านการตัดสินใจและเหตุผลที่มีขอบเขต					
8. ผู้ประกอบการสตรีมักจะเป็นผู้คิดริเริ่ม ผู้วางแผน และผู้แสวงหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจอยู่เสมอ					
9. ผู้ประกอบการสตรีชอบที่จะทดลองสิ่งใหม่ ๆ และหากมีโอกาสใหม่ ๆ จะลงมือทำทันที					
10. หากเกิดปัญหาผู้ประกอบการสตรีมักจะพยายามหาวิธีการแก้ไขปัญหาลงมืออย่างสุดความสามารถ					
11. ผู้ประกอบการสตรีมักจะไม่ยอมแพ้หากเกิดข้อผิดพลาด แต่จะเรียนรู้จากโอกาสเหล่านั้นเพื่อเป็นแรงผลักดันสู่ความสำเร็จ					
3. ปัจจัยด้านผลลัพธ์ส่วนบุคคล					
12. ผู้ประกอบการสตรีหรือผู้ที่พัฒนาทักษะและศักยภาพในการบริหารจัดการเพื่อให้เป็นที่ยอมรับในสังคม					
13. ผู้ประกอบการสตรีหรือผู้ที่พัฒนาทักษะและศักยภาพในการบริหารจัดการเพื่อให้เข้าถึงโอกาสที่มากยิ่งขึ้น					
14. หากการดำเนินงานธุรกิจของผู้ประกอบการสตรีมีความก้าวหน้า ผู้ประกอบการสตรีมักจะได้รับคำชมรับจากสังคมมากขึ้น					
15. ผู้ประกอบการสตรีมักจะคิดว่าการยอมรับและปรับเปลี่ยนจะส่งผลดีต่อความก้าวหน้าของธุรกิจ					

ปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านระบบนิเวศ (Ecosystem)					
1. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจดิจิทัลในภูมิภาค					
16. ท่านคิดว่าสภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎระเบียบของประเทศเกี่ยวกับผู้ประกอบการสตรีสามารถช่วยสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการได้					
17. ท่านคิดว่าในปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภค มีการแลกเปลี่ยนและมีส่วนร่วมในกิจกรรมออนไลน์มากขึ้น					
18. ท่านคิดว่าควรมีการจัดอบรมและสัมมนาเกี่ยวกับการส่งเสริมเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้กับผู้ประกอบการสตรีอยู่เสมอ					
19. ท่านได้เข้าร่วมประชุมและสัมมนาเกี่ยวกับการส่งเสริมธุรกิจของท่านอยู่เสมอ					
2. ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานของธุรกิจดิจิทัล					
20. ผู้ประกอบการสตรีในประเทศไทยสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจได้ง่ายและรวดเร็ว					
21. ผู้ประกอบการสตรีในประเทศไทยได้รับการสนับสนุนจากสถาบันหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจอยู่เสมอ					
22. ผู้ประกอบการสตรีในประเทศไทยสามารถเข้าถึงปัจจัยที่เอื้อต่อความสามารถได้เป็นอย่างดี เช่น โครงข่ายอินเทอร์เน็ตที่ครอบคลุมจากภาครัฐ					
23. ท่านคิดว่าความเป็นสตรีสามารถทำให้เข้าถึงการบริการของภาครัฐ ได้น้อยกว่าผู้ประกอบการชาย					

ปัจจัยชี้วัดการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
3. ปัจจัยด้านการทำงานร่วมกันและคุณค่าทางสังคม					
24. ท่านคิดว่าสังคมและองค์กรถือเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญที่จะช่วยให้สตรีก้าวเข้ามามีบทบาทในด้านธุรกิจและเทคโนโลยีมากขึ้น					
25. ท่านคิดว่าการทำงานร่วมกันกับบุคคลที่มีความแตกต่างกันจะนำพาความสำเร็จมาสู่ผู้ประกอบการสตรีและธุรกิจ					

คำชี้แจงส่วนที่ 4 และ 5 : โปรดตอบคำถามโดยใช้ประสบการณ์ของท่าน และใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามระดับความคิดเห็น ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับความคิดเห็น ดังนี้

- ระดับคะแนน 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
 ระดับคะแนน 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก
 ระดับคะแนน 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
 ระดับคะแนน 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย หรือ ไม่ค่อยเห็นด้วย
 ระดับคะแนน 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด หรือ ไม่เห็นด้วย

ส่วนที่ 4: ปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม

ปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage)					
ท่านคิดว่าการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจของท่านทำให้เกิด					
1. ประสิทธิภาพที่มากขึ้น					
2. ความสามารถในการทำกำไร					
3. ต้นทุนที่ลดลง					

ปัจจัยคุณลักษณะของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
4. เวลาในการดำเนินงานที่ลดลง					
5. ภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น					
2. คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility)					
ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่าการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจจะต้อง					
6. มีความเหมาะสมกับธุรกิจ					
7. ทำให้ได้รับข้อมูลที่ทันสมัย					
8. ปรับใช้กับธุรกิจได้					
9. ทำให้เข้าใจลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น					
10. สนับสนุนกระบวนการทางธุรกิจ					
3. คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity)					
ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่าการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เทคโนโลยีจะต้องสามารถ					
11. สามารถปรับใช้ง่ายและไม่ซับซ้อน					
12. สามารถเข้าถึงได้ง่าย					
13. สามารถทำได้ด้วยตนเอง					
14. สามารถการเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง					
15. สามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา					
4. คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trainability)					
ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่าเทคโนโลยีนั้นควรที่จะ					
16. มีการให้บริการฟรี ไม่มีเงื่อนไขผูกมัด					
17. มีผู้ให้คำแนะนำ และวิวถึงประโยชน์					
5. คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability)					
ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่าการใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจจะทำให้เกิด					
18. การรับรู้ประโยชน์จากผู้ใช้งานจริง					
19. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน					
20. การขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโต					

ส่วนที่ 5: ระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ตอบแบบสอบถาม

การยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ขั้นการตื่นตัวหรือการรับรู้ (Awareness stage)					
ท่านทราบว่าเทคโนโลยีมากมายที่สามารถนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจที่สามารถช่วยเพิ่มสมรรถนะและความสามารถให้กับธุรกิจของท่านได้					
ขั้นความสนใจ (Interest stage)					
ท่านสนใจที่จะศึกษาเพิ่มเติมในแง่ของการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจ					
ขั้นการประเมินค่า (Evaluation stage)					
ท่านสามารถประเมินได้ว่าธุรกิจของท่านจะได้ผลประโยชน์อย่างไรจากการใช้เทคโนโลยี					
ขั้นการทดลอง (Trial stage)					
ท่านมีความสนใจที่จะนำเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจเสมอ					
ขั้นการยอมรับ (Adoption stage)					
ถึงแม้ว่าเทคโนโลยีจะมีความยุ่งยาก แต่ท่านก็จะยังยอมรับที่จะนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ					



แบบคำถามสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ: การสัมภาษณ์ (Interview)
สำหรับผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจ SMEs ในเขตเมืองและนอกเขตเมือง จังหวัดนครราชสีมา
เรื่อง การศึกษาการยอมรับและการนำเทคโนโลยีไปใช้ของผู้ประกอบการสตรี
(Technology acceptance among female entrepreneurs)

แบบคำถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้สำหรับการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจ SMEs ในเขตเมืองและนอกเขตเมือง จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ สาขาผู้ประกอบการและนวัตกรรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา “การยอมรับและการนำเทคโนโลยีไปใช้ของผู้ประกอบการสตรี” ประกอบไปด้วยแบบคำถาม 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1: คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการสตรี

- 1.1 ชื่อ-สกุล
- 1.2 ระดับการศึกษา
- 1.3 ประเภทของธุรกิจ
- 1.4 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ
- 1.5 พื้นที่การดำเนินธุรกิจ (ในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมาหรือต่างอำเภอ)

ส่วนที่ 2: คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อมูลประสบการณ์ในการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ

- 2.1 ท่านมีประสบการณ์ในการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจอย่างไร
 - (1) ท่านใช้เทคโนโลยีประเภทใดบ้างในการดำเนินธุรกิจ
 - (2) ธุรกิจของท่านมีการนำเทคโนโลยีไปปรับใช้ในด้านใดบ้าง
- 2.2 ข้อดีและข้อเสียจากการนำเทคโนโลยีไปปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจของท่านคืออะไร



ส่วนที่ 3: คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับเทคโนโลยี

- 3.1 ปัจจัยอะไรบ้างที่ทำให้ท่านตัดสินใจนำเทคโนโลยีไปปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจ
- 3.2 ท่านคิดว่าอะไรคือข้อจำกัดในการนำเทคโนโลยีไปปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจของท่าน
- ท่านคิดว่าทำเลที่ตั้งในการดำเนินธุรกิจมีผลต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ๆหรือไม่
 - ความเป็นผู้ประกอบการสตรีของท่านมีผลต่อการเข้าถึงเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจของท่านหรือไม่ อย่างไร
 - ท่านคิดว่าสภาพแวดล้อมและนโยบายของจังหวัดนครราชสีมา สนับสนุนต่อการเข้าถึงและนำเทคโนโลยีไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจของท่านหรือไม่ อย่างไร
 - ท่านเคยได้รับการสนับสนุนและการส่งเสริมด้านเทคโนโลยีจากสถาบันหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจหรือไม่ อย่างไร
 - ท่านคิดว่า ความเป็นผู้ประกอบการสตรีของท่านมีผลต่อการเข้าถึงการให้บริการและการสนับสนุนจากภาครัฐหรือหน่วยงานต่าง ๆ หรือไม่ อย่างไร
- 3.3 คุณลักษณะสำคัญของเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจในการนำไปใช้ในการดำเนินธุรกิจของท่านคืออะไร
- (1) คุณประโยชน์ที่ธุรกิจจะได้รับจากการใช้เทคโนโลยี มีผลหรือไม่
 - (2) ความเข้ากันได้ของธุรกิจและเทคโนโลยี มีผลหรือไม่
 - (3) คุณลักษณะการใช้งานที่ไม่ยุ่งยาก และซับซ้อนของเทคโนโลยี มีผลหรือไม่
- 3.4 คุณประโยชน์ที่ท่านคาดหวังจากการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจของท่านคืออะไร

ส่วนที่ 4: คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะหรือความต้องการเพิ่มเติม

- 4.1 การสนับสนุนและส่งเสริมด้านเทคโนโลยีให้กับผู้ประกอบการสตรีในปัจจุบัน ท่านคิดว่าควรให้ความสำคัญ ไปที่ประเด็นใดบ้าง
- 4.2 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติม



ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย



College of Management
Mahidol University

ที่ อว 78.32 / 0328

วันที่ 11 มีนาคม พ.ศ. 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ข้อมูล

เรียน สมาพันธ์เอสเอ็มอีไทย จังหวัดนครราชสีมา

เนื่องด้วย นางสาวชฎาภรณ์ สะหาย รหัสประจำตัวนักศึกษา 6250190 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาภาวะผู้ประกอบการและนวัตกรรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล มีความประสงค์จะขอความอนุเคราะห์ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา คอบแบบสอบถามการศึกษาการยอมรับและการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ ผ่านระบบออนไลน์ทางเว็บไซต์ <https://forms.gle/AvVEY7J52QABcrwK19> ระหว่างวันที่ 22 มีนาคม ถึง วันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2564 เพื่อไปประกอบการทำวิจัยในหัวข้อ "การศึกษาการยอมรับและการนำเทคโนโลยีไปใช้ในผู้ประกอบการสตรี (กรณีศึกษาผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจ SMEs ในจังหวัดนครราชสีมา)" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชา MGMG698 Thesis

ในการนี้ เพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษา วิทยาลัยการจัดการ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน ในการให้ข้อมูลแก่นักศึกษาเพื่อไปประกอบการทำวิจัย โดยข้อมูลที่ได้รับจะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปุริม โอทากานต์)

วิชาการแทน รองคณบดีงานสนับสนุนการศึกษาและวิชาการ
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

นักศึกษาผู้ประสานงาน: นางสาวชฎาภรณ์ สะหาย

โทร. 090-093-6689

อีเมลล์ chadapomsaha@gmail.com



College of Management
Mahidol University

ที่ อว 78.32 / 0329

วันที่ 11 มีนาคม พ.ศ. 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ข้อมูล

เรียน สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดนครราชสีมา

เนื่องด้วย นางสาวชฎาภรณ์ สหาย รหัสประจำตัวนักศึกษา 6250190 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาภาวะผู้ประกอบการและนวัตกรรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล มีความประสงค์จะขอความอนุเคราะห์ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา ตอบแบบสอบถามการศึกษาการยอมรับและการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ ผ่านระบบออนไลน์ทางเว็บไซต์ <https://forms.gle/AvvEY7J52OABcwyK19> ระหว่างวันที่ 22 มีนาคม ถึง วันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2564 เพื่อไปประกอบการทำวิจัยในหัวข้อ "การศึกษาการยอมรับและการนำเทคโนโลยีไปใช้ในผู้ประกอบการสตรี (กรณีศึกษาผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจ SMEs ในจังหวัดนครราชสีมา)" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชา MGMG698 Thesis

ในการนี้ เพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษา วิทยาลัยการจัดการ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน ในการให้ข้อมูลแก่นักศึกษาเพื่อไปประกอบการทำวิจัย โดยข้อมูลที่ได้รับจะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บุริม โอทากานท์)

รักษาการแทน รองคณบดีงานสนับสนุนการศึกษาและวิชาการ
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

นักศึกษาผู้ประสานงาน: นางสาวชฎาภรณ์ สหาย

โทร. 090-093-6689

อีเมล chadapornsaha@gmail.com



College of Management
Mahidol University

ที่ อว 78.32 / 0330

วันที่ 11 มีนาคม พ.ศ. 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ข้อมูล

เรียน หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา

เนื่องด้วย นางสาวชฎาภรณ์ สะหาย รหัสประจำตัวนักศึกษา 6250190 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาภาวะผู้ประกอบการและนวัตกรรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล มีความประสงค์จะขอความอนุเคราะห์ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา คัดแบบสอบถามการศึกษาการยอมรับและการนำเทคโนโลยีไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ ผ่านระบบออนไลน์ทางเว็บไซต์ <https://forms.gle/AvY7J52OABcrwK19> ระหว่างวันที่ 22 มีนาคม ถึง วันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2564 เพื่อไปประกอบการทำวิจัยในหัวข้อ "การศึกษาการยอมรับและการนำเทคโนโลยีไปใช้ของผู้ประกอบการสตรี (กรณีศึกษาผู้ประกอบการสตรีที่ดำเนินธุรกิจ SMEs ในจังหวัดนครราชสีมา)" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชา MGMT698 Thesis

ในการนี้ เพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษา วิทยาลัยการจัดการ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน ในการให้ข้อมูลแก่นักศึกษาเพื่อไปประกอบการทำวิจัย โดยข้อมูลที่ได้รับจะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปูม โยทยานนท์)

รักษาการแทน รองคณบดีงานสนับสนุนการศึกษาและวิชาการ
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

นักศึกษาผู้ประสานงาน: นางสาวชฎาภรณ์ สะหาย

โทร. 090-093-6689

อีเมล chatapomsaha@gmail.com