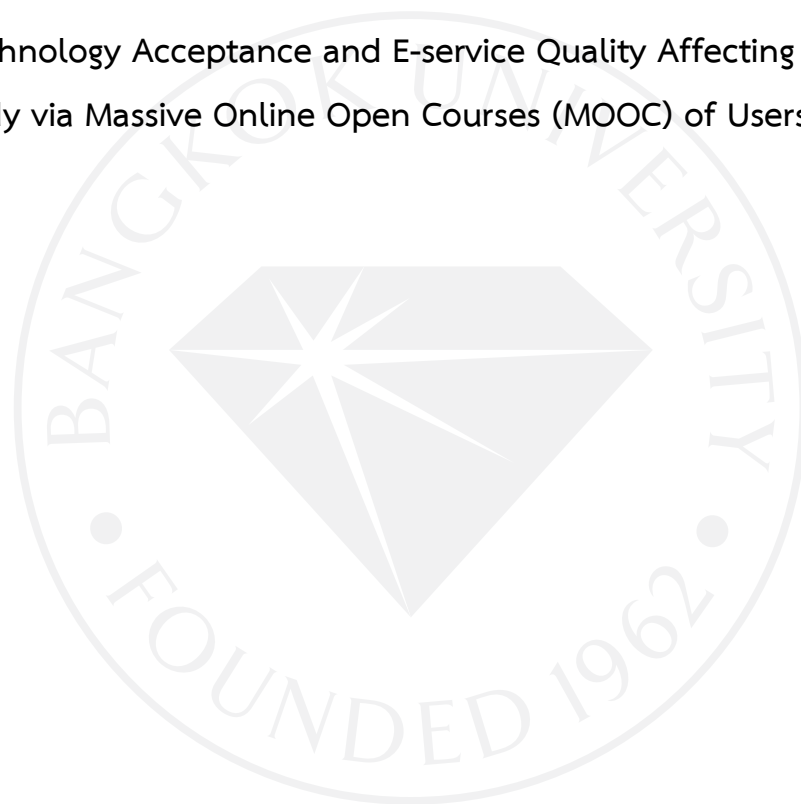


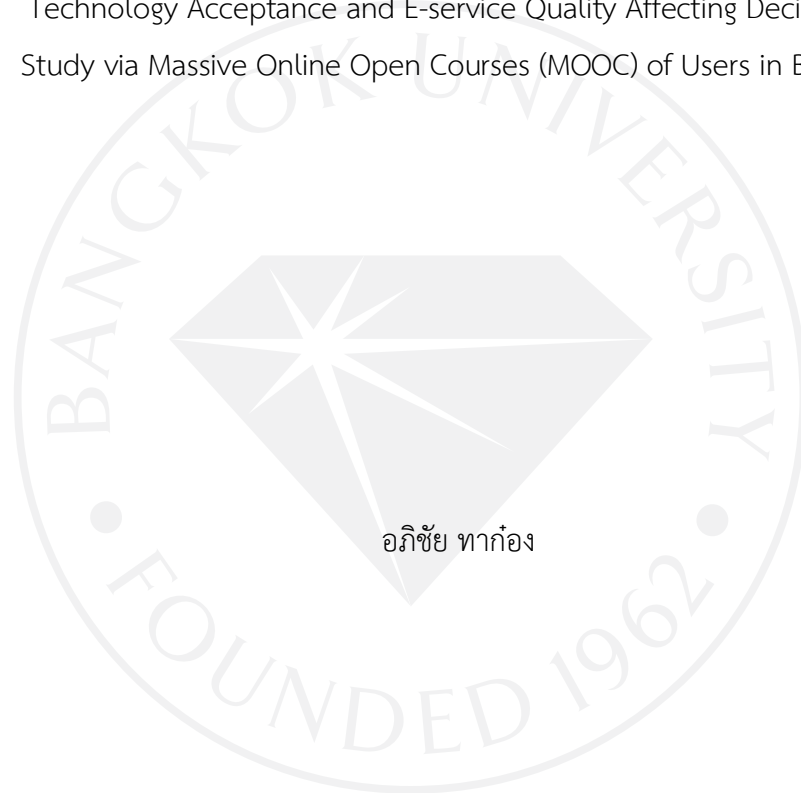
การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้
บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC)
ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร

Technology Acceptance and E-service Quality Affecting Decision to
Study via Massive Online Open Courses (MOOC) of Users in Bangkok



การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้
บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC)
ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร

Technology Acceptance and E-service Quality Affecting Decision to
Study via Massive Online Open Courses (MOOC) of Users in Bangkok



อภิชัย ทาก่อง

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2559



©2560

อภิชัย ทาก่อง

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการ
เรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย อภิชัย ทาก่อง

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา



(ดร.นิตนา ฐานิตธนกร)

ผู้เชี่ยวชาญ



(ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์)



(ดร.ศันสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

1 กรกฎาคม 2560

อภิชัย ทาก่อง. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, กรกฎาคม 2560, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
การเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร
(102 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.นิตนา ฐานิตธนกร

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการ
อิเล็กทรอนิกส์ว่าส่งผลต่อการตัดสินใจในการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC)
ในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้แบบสอบถามปลายปิดที่ผ่านการตรวจสอบความเชื่อมั่น และความตรง
เชิงเนื้อหาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เคยใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน
และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 260 คน และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน
ได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุผลการศึกษาพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการ
บริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน
ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ปัจจัยการยอมรับ
เทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน ด้านความง่ายของการใช้งาน และปัจจัยคุณภาพการ
บริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านความเป็นส่วนตัว ในขณะที่ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านความสะดวก
และปัจจัยคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความต้องการ และ
ด้านการเข้าถึงการให้บริการ ไม่ส่งผลกับการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับ
มหาชนของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี, คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์, การเรียนรู้ออนไลน์ระบบเปิด
สำหรับมหาชน

Takong, A. M.B.A., July 2017, Graduate School, Bangkok University.

Technology Acceptance and E-service Quality Affecting Decision to Study via Massive Online Open Courses (MOOC) of Users in Bangkok (102 pp.)

Advisor: Nittana Tarnittanakorn, Ph.D.

ABSTRACT

This research was aimed to study technology acceptance and e-service quality affecting decision to study via massive online open courses (MOOC) of users in Bangkok. Close-ended questionnaires were used to analyzed and passed the standards for the reliability and content validity of the data collection. The samples consisted of 260 users of massive online open courses in Bangkok. Inferential statistics used in the hypothesis testing was multiple regression analysis. The results indicated factors affecting decision to study via massive online open courses of users in Bangkok with statistically significant at .05 were the technology acceptance in terms of perceived usefulness and ease of use and the e-service quality in terms of privacy. However, the technology acceptance in terms of convenience and the e-service quality in terms of credibility, responsiveness, and access did not affect decision to study via massive online open courses of users in Bangkok.

Keywords: Technology Acceptance, E-service Quality, Massive Online Open Courses

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ดร.นิตนา ฐานิตรนกร อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ซึ่งให้ความรู้คำแนะนำและแนวทาง รวมทั้งข้อปฏิบัติต่าง ๆ สำหรับการดำเนินงานวิจัย ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องตลอดจนให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ในการวิจัยจนงานวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนไปได้ด้วยดี รวมถึงขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัยทำให้ผู้วิจัยสามารถนำความรู้ต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงใคร่ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมาไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่กรุณาให้คำปรึกษา ช่วยเหลือในการตรวจสอบความสมบูรณ์ และความถูกต้องของเครื่องมือ เพื่อให้งานวิจัยมีความตรงเชิงคุณภาพมากขึ้น ตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือและเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ขอกราบขอบพระคุณ บิดามารดาที่ให้การอบรม และสนับสนุนส่งเสริมการศึกษาของผู้วิจัย ด้วยความรักและความปรารถนาดีมาโดยตลอด รวมถึงขอขอบคุณพี่น้องและเพื่อนทุกท่านที่คอยห่วงใยและให้กำลังใจในงานวิจัยครั้งนี้ลุล่วง

คุณค่าและประโยชน์ของการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้แก่ทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการศึกษาครั้งนี้

อภิชัย ทาก่อง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย	5
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (Massive Online Open Courses: MOOC)	9
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance)	20
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-service Quality)	23
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ	29
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	34
2.6 สมมติฐานของการวิจัย	37
2.7 กรอบแนวคิดของการวิจัย	38
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 ประเภทของงานวิจัย	40
3.2 ประชากร กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง	40
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	42
3.4 การทดสอบเครื่องมือ	51
3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	59
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	59

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	64
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลการยอมรับเทคโนโลยี	67
4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์	70
4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิด สำหรับมหาชน	74
4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน	75
4.6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	79
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	81
5.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	82
5.3 การอภิปรายผล	83
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้	86
5.5 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย	87
5.6 ข้อจำกัดในการวิจัย	88
บรรณานุกรม	89
ภาคผนวก	95
ประวัติผู้เขียน	102
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการขออนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1: จำนวนเด็กที่เข้าสู่การศึกษาระดับต่าง ๆ	4
ตารางที่ 2.1: ข้อมูลรวบรวมสถิติปี 2548-2560 เกี่ยวกับโครงการ Thai Cyber U (TCU)	17
ตารางที่ 3.1: แสดงพื้นที่ในการลงภาคสนามเก็บข้อมูลแบบสอบถามและจำนวนตัวอย่าง ในแต่ละพื้นที่	42
ตารางที่ 3.2: ตัวแปรระดับการวัดข้อมูลและเกณฑ์การแบ่งกลุ่มคำตอบ สำหรับข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม	43
ตารางที่ 3.3: เกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อ การตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน (Perceived Usefulness: PU)	45
ตารางที่ 3.4: เกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อ การตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครด้าน ความง่ายของการใช้งาน (Ease of Use: EU)	46
ตารางที่ 3.5: เกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อ การตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครด้านความสะดวก (Convenience: CV)	46
ตารางที่ 3.6: เกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครด้านความน่าเชื่อถือ (Credibility: CD)	48
ตารางที่ 3.7: เกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครด้านการตอบสนอง ความต้องการ (Responsiveness: RS)	48

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 3.8: เกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy: PV)	49
ตารางที่ 3.9: เกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครด้านปัจจัยด้านการเข้าถึงการให้บริการ (Access: AC)	50
ตารางที่ 3.10: เกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (Decision to Use Massive Online Open Courses) ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร	51
ตารางที่ 3.11: ค่าดัชนีความสอดคล้อง และผลการพิจารณาของการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งานที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร	53
ตารางที่ 3.12: ค่าดัชนีความสอดคล้อง และผลการพิจารณาของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร	54
ตารางที่ 3.13: ค่าดัชนีความสอดคล้อง และผลการพิจารณาของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร	57
ตารางที่ 3.14: ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของแบบสอบถาม	58
ตารางที่ 3.15: การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ	61
ตารางที่ 3.16: แสดงสมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	62
ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	64
ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	65
ตารางที่ 4.3: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	65
ตารางที่ 4.4: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	66
ตารางที่ 4.5: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	66

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.6: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูล การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน	67
ตารางที่ 4.7: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูล การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายของการใช้งาน (Ease of Use: EU)	68
ตารางที่ 4.8: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูล การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความสะดวก (Convenience: CV)	69
ตารางที่ 4.9: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-service Quality) ด้านความน่าเชื่อถือ (Credibility: CD)	70
ตารางที่ 4.10: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพการบริการ อิเล็กทรอนิกส์ (E-service Quality) ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness: RS)	71
ตารางที่ 4.11: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพการบริการ อิเล็กทรอนิกส์ (E-service Quality) ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy: PV)	72
ตารางที่ 4.12: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพการบริการ อิเล็กทรอนิกส์ (E-service Quality) ด้านปัจจัยด้านการเข้าถึงการให้บริการ (Access: AC)	73
ตารางที่ 4.13: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการตัดสินใจใช้บริการการ เรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน	74
ตารางที่ 4.14: การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของการยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพ การบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร	76
ตารางที่ 4.15: สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการ อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบ เปิดสำหรับมหาชน (MOOC)	79

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1: แสดงโมเดลการเข้าใช้บริการโดยไม่จำกัด	12
ภาพที่ 2.2: แสดงโมเดลการเรียนรู้และค่าใช้จ่าย	12
ภาพที่ 2.3: แสดงมหาวิทยาลัยที่เข้าร่วมโครงการ	13
ภาพที่ 2.4: รูปแบบการส่งเสริมการเรียนรู้ Thai MOOC ในแต่ละระดับ	14
ภาพที่ 2.5: โครงสร้าง และรูปแบบการเรียนรู้ Thai MOOC	16
ภาพที่ 2.6: มหาวิทยาลัย/ หน่วยงานในประเทศ 40 แห่ง โครงการ Thai Cyber U	18
ภาพที่ 2.7: มหาวิทยาลัย/ หน่วยงานต่างประเทศ ที่ร่วมโครงการ 7 แห่ง โครงการ Thai Cyber U	19
ภาพที่ 2.8: แสดง Technology Acceptance Model (TAM)	22
ภาพที่ 2.9: มิติที่ใช้วัดคุณภาพการให้บริการ 10 มิติ	25
ภาพที่ 2.10: กรอบแนวคิดของงานวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการ อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิด สำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร	39
ภาพที่ 4.1: ผลการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของการยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพ การบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ใน ระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร	78

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเรียนรู้ที่มีคุณค่าก็คือ การเรียนรู้แบบร่วมมือ การแบ่งปันความรู้ ไม่ยึดถือในความเป็นเจ้าของมากเกินไปขัดโอกาสการเข้าถึง โอกาสการเรียนรู้ของผู้อื่น แนวคิดการสร้างช่องทางการเรียนรู้ที่เข้าถึงได้อิสระเสรี จึงเป็นแนวคิดของการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) โดยมีหัวใจสำคัญอยู่ที่การแบ่งปันแหล่งทรัพยากรด้านการศึกษาที่มีคุณภาพสู่สังคมโลกเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษาได้อย่างเสรี (Open Educational Resources, 2012)

การให้บริการอินเทอร์เน็ตในเมืองไทยเริ่มต้นมาตั้งแต่ปี 2538 ในระยะแรกเป็นการเชื่อมต่อสัญญาณผ่านสายโทรศัพท์พื้นฐาน เมื่อเทคโนโลยีก้าวหน้าขึ้นก็สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบไร้สายได้ ทั้ง Wi-fi และผ่านสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ การใช้งานอินเทอร์เน็ตได้แพร่หลายอย่างรวดเร็ว จากปี 2547 ที่มีผู้ใช้งานประมาณ 7 ล้านคน เพิ่มขึ้นกว่า 18 ล้านคน ในปี 2557 ทั้งนี้ กระทรวงไอซีทีได้สำรวจพบว่า ในปี 2558 คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตสูงถึง 7.2 ชั่วโมงต่อวัน หรือเท่ากับใช้เวลา 1 ส่วน 3 ของวัน อยู่กับหน้าจอเดิมทีเดียวการใช้งานข้อมูลออนไลน์เกิดขึ้นผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะหรือคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเป็นหลัก จนไม่นานมานี้เองได้มีการคิดค้นและทยอยวางจำหน่ายสมาร์ทโฟนและอุปกรณ์แท็บเล็ตระบบปฏิบัติการต่าง ๆ โดยไอโฟน คินเคิล และแอนดรอยด์ออกมาในปี 2550 ส่วนไอแพดวางจำหน่ายปี 2553 ซึ่งแทบไม่น่าเชื่อในเวลาเพียง 7 ปีเท่านั้น สัดส่วนคนไทยที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตด้วยอุปกรณ์โมบายได้แซงหน้าคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะไปแล้ว จากผลสำรวจการอ่านของคนไทยของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ระบุว่า คนไทยอ่านผ่านสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตเพิ่มขึ้นจากปี 2555 ที่มีเพียง 0.3 % เพิ่มขึ้นเป็น 1.8 % ในปี 2557 แม้จะดูเหมือนเป็นปริมาณที่น้อยนิด แต่อัตราการเติบโตนั้นสูงถึง 6 เท่าตัวในช่วงระยะเวลาเพียงสองปี ส่วนการอ่านทางคอมพิวเตอร์เพิ่มขึ้นประมาณ 2.5 เท่า ขณะที่การอ่านจากหนังสือหรือกระดาษลดลงเพียงเล็กน้อยชี้ให้เห็นว่าอุปกรณ์ไอทีมีได้ส่งผลกระทบต่อกรอ่านหนังสือที่เป็นกระดาษแต่อย่างใด แต่มีแนวโน้มที่คนจะอ่านผ่านช่องทางที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งที่เป็นหนังสือกระดาษ อุปกรณ์ไอที และหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2558)

ในต่างประเทศมีการวิจัยไว้ว่า สิ่งแวดล้อมแบบดิจิทัลซึ่งคนรุ่นใหม่สามารถเชื่อมต่อกับแหล่งข้อมูลข่าวสารได้ทุกที่ทุกเวลาเพียงปลายนิ้วสัมผัส ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยตรงต่อพฤติกรรมการอ่านของมนุษย์ คนรุ่นใหม่จะเลือกอ่านเฉพาะสิ่งที่ต้องการจะนำไปใช้ประโยชน์ เครื่องมือการค้นหา (Search Engine) จะช่วยอำนวยความสะดวกให้ข้อมูลที่ต้องการปรากฏอยู่

ตรงหน้าในเวลาไม่กี่วินาที การอ่านผ่านทางหน้าจอก็จะเป็นกวาดสายตาอย่างรวดเร็ว โดยมุ่งความสนใจไปที่คำสำคัญ (Keyword) และไม่เป็นเส้นตรง (Non-linear Reading) นอกจากนี้การอ่านอย่างลึกซึ้งซึ่งจะเกิดขึ้นน้อยลงและการจดจ่อกับเนื้อหาที่อ่านก็จะน้อยลงด้วย (รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA), 2558)

แนวคิดทางการศึกษาในปัจจุบันและในอนาคตเป็นแนวคิดทางการศึกษาที่ว่า การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) ซึ่งการเรียนรู้ในยุคปัจจุบันนั้นไม่จำกัดอยู่แค่ในห้องเรียนแต่ยังเป็นการเรียนรู้จากทุกที่ทุกเวลาเป็นการสนองตอบต่อแนวคิดการศึกษา ข้างต้นสำหรับในประเทศไทยนั้น แบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ระบบ คือ การศึกษาในระบบการศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย (ราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา, 2542) ซึ่งแนวคิดการเรียนรู้ตลอดชีวิตเป็นแนวคิดที่สนองตอบต่อการศึกษาทั้ง 3 ระบบ ประกอบกับพัฒนาการด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร หรือ Information Communication Technology (ICT) นับเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบวิธีการเรียนรู้ของประชาคมโลก เกิดเป็นการเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-learning) เทคโนโลยีด้านการเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-learning) มีการพัฒนารูปแบบและช่องทางใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น และการเรียนการสอนออนไลน์ที่กำลังถูกกล่าวถึงในปัจจุบันกันอย่างมากก็คือ “MOOC” (Massive Open Online Courses) (Thai OER/ MOOC, 2559)

แหล่งทรัพยากรการศึกษาแบบเปิด หรือ MOOC นั้นถือว่าเป็น การเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือ E-learning รูปแบบหนึ่ง คือ Fully Online Learning แต่ที่ต่างกันคือ การเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-learning) แบบเดิม ๆ ส่วนใหญ่มักจะใช้เรียนกับนักเรียนในกลุ่มจำกัด เช่น ในโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยของตนเอง ซึ่งส่วนใหญ่มีการคิดค่าใช้จ่ายในการเรียนเรียบร้อยแล้ว แต่มีสถาบันบางแห่งให้ผู้เรียนเสียเงินเรียนผ่านระบบการเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-learning) และเมื่อจบแล้วก็ได้ประกาศนียบัตรหรือปริญญาบัตรจริง ๆ แต่ในความหมายของ MOOC นั้นการเรียนการสอนเป็นวงกว้างกว่ามาก จนถึงระดับทั่วโลก ซึ่งความจริงมีมานานแล้วเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการถ่ายทอดสดหรือแบบวิดีโอ โดยเฉพาะระบบการสอนของมหาวิทยาลัยเปิดต่าง ๆ ซึ่งเริ่มมาจากทางอังกฤษและอเมริกา และมีในประเทศไทยในมหาวิทยาลัยเปิดอย่าง มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราชและมหาวิทยาลัยรามคำแหง รวมทั้งโรงเรียนติวเตอร์ต่าง ๆ ที่มีติวเตอร์ต่าง ๆ ที่ไม่สามารถไปสอนตามสาขาต่างจังหวัดได้ทั้งหมด แต่การเรียนกับครูอาจารย์เก่ง ๆ ของสถาบันต่าง ๆ ทั้งหลาย โดยเฉพาะระดับโลก เป็นปัญหาใหญ่และเป็นอุปสรรคกับคนธรรมดาที่ไม่ได้มีเงินเป็นจำนวนมากที่ต้องการจะเรียนกับสถาบันหรืออาจารย์เหล่านี้ได้ในวิชาที่ตนเองสนใจ เพราะค่าเรียนนั้นแพงมากและมีอัตราแนวโน้มเพิ่มขึ้น

ในช่วงปี 2002 มหาวิทยาลัยต่าง ๆ อย่างเช่น Massachusetts Institute of Technology (MIT) และ Yale University (Yale) เป็นผู้ริเริ่มสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมในสิ่งที่ตัวเองทำเป็นอยู่แล้ว ก็คือ เผยแพร่สื่อการเรียนการสอนฟรีทางออนไลน์ที่เรียกว่า Open Course Ware (OCW) ที่เรียกว่า MIT Open Course Ware และ Yale Open Course Ware และมีการเผยแพร่การสอนฟรีทาง YouTube เป็นแค่การเรียนที่ไม่สามารถโต้ตอบระหว่างกันได้ ต่อมาจึงผู้คิดพัฒนาเทคโนโลยีและรูปแบบการสอนแบบ MOOC เน้นการโต้ตอบ มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในบทเรียนได้ โดยผสมผสานเทคโนโลยีที่มีอยู่เดิมและเพิ่มเข้าไปใหม่ เพื่อเป็นการตอบโจทย์ที่ระบบการเรียนรู้ออนไลน์หรือ Online Learning หรือ E-learning เดิม ๆ ยังทำไม่ได้ (ภาสกร ไหลสกุล, 2557) ในปี 2555 ได้มีการถือกำเนิดผู้ให้บริการ MOOC ชื่อตั้งจากหลายมหาวิทยาลัยอย่างเช่น Udacity ก่อตั้งโดยมหาวิทยาลัย Stanford, edX ก่อตั้งโดยมหาวิทยาลัย Harvard และ MIT, Coursera ก่อตั้งโดยอาจารย์จากมหาวิทยาลัย Stanford และก่อนหน้านี้ก็มีเว็บไซต์ KhanAcademy.com ซึ่งเน้นการเรียนตั้งแต่ระดับประถมศึกษาเป็นหลัก ได้สร้างแนวทางของ MOOC ให้เป็นที่รู้จักมาก่อนแล้ว ส่วน MOOC ในยุคปัจจุบันมักจะหมายถึงการสอนระบบอุดมศึกษา (Higher Education) เป็นหลัก (ภาสกร ไหลสกุล, 2557) การที่ผู้วิจัยมีความสนใจการเรียนการสอนรูปแบบการสอนแบบ MOOC นั้นเหตุจากเป็นการจัดการศึกษาที่มีต้นทุนต่อผู้เรียนต่ำมากเป็นการขยายโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาทุกคนมีโอกาสเข้าเรียนได้และเป็นการขยายโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาสำหรับผู้เรียนที่อยู่ห่างไกลหรือมีความสะดวกเรียนในเวลาและวิธีการเรียนที่แตกต่างกันได้ MOOC จึงเป็นรูปแบบการศึกษาที่มีประสิทธิภาพและเป็นระบบที่ขยายโอกาสการศึกษาให้กับทุกคน

ภายใต้ต้นนโยบายสำคัญของรัฐบาล “ดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม” นั้นกระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้ร่วมมือกันพัฒนาการศึกษาแบบเปิด Thai MOOC ขึ้นเพื่อให้เป็นระบบการศึกษาที่จะส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตของประชาชนไทยโดยดำเนินการในรูปแบบการศึกษาแบบเปิดและด้วยการสนับสนุนของ กระทรวงศึกษาธิการและสถาบันการศึกษาในสังกัดผู้ที่เรียน Thai MOOC นอกจากจะได้รับความรู้ทักษะแล้วจะสามารถเก็บประวัติการเรียนรู้และสะสมผลการเรียนรู้เพื่อเทียบโอนเป็นวุฒิมัธยมศึกษาได้ (แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2559) โดยในสภาพปัจจุบันการอุดมศึกษาไทยโดยข้อมูลการศึกษา (สำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และพัฒนาคุณภาพเยาวชน (สสค.), 2555) ในตารางที่ 1.1 ชี้ให้เห็นว่าจากนักเรียนจำนวน 10 คน มีคนที่มีโอกาสได้รับการศึกษาน้อยลงอย่างชัดเจนเมื่อเข้าสู่การเรียนการสอนในชั้นอุดมศึกษา การเรียนการสอนออนไลน์ระบบเปิดเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต จึงเป็นตัวช่วยอย่างมากในการขยายโอกาสการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิตของคนไทยเป็นระบบหรือช่องทางในการเรียนอุดมศึกษาที่ทุกคนเข้าถึงได้เรียนความรู้ทักษะและสามารถต่อยอดสู่การรับรองวุฒิเพื่อโอกาสในการทำงานและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและสถาบันการศึกษามี

เกษียณอายุจากการทำงานก็สามารถเรียน Thai MOOC เพิ่มเติมความรู้เพิ่มโอกาสงานประกอบอาชีพและพัฒนาศักยภาพตัวเองได้

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (Massive Online Open Courses: MOOC) ของผู้ใช้ในกรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

ในการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) มีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร

1.3.1.1 ประชากร ได้แก่ ผู้ที่ใช้หรือศึกษาการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3.1.2 ตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ที่ใช้หรือศึกษาการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวนประมาณ 102,558 คน (มหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา, 2560 ก) โดยเลือกจากประชากรด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) และกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการใช้โปรแกรม G*Power ซึ่งเป็นโปรแกรมที่สร้างจากสูตรของ Cohen (1977) ผ่านการตรวจสอบและรับรองคุณภาพจากนักวิจัยจำนวนมาก (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2555) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 254 ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากตัวอย่างสำรวจรวมทั้งสิ้นเป็น 260 ตัวอย่าง

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.3.2.1 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ การตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (Decision to Use Massive Online Open Courses)

1.3.2.2 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน (Perceived Usefulness) ด้านความง่ายของการใช้งาน (Ease of Use) ด้านความสะดวก (Convenience) และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-service Quality) ด้านความน่าเชื่อถือ (Credibility) ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) ด้านการเข้าถึงการให้บริการ (Access)

1.3.3 ขอบเขตด้านสถานที่

สำหรับสถานที่ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล คือ มหาวิทยาลัยที่ร่วมโครงการ MOOC
เขตกรุงเทพมหานคร

1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

สำหรับระยะเวลาในการศึกษาครั้งนี้ เริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคม 2559 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2560

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ผลของการวิจัยในครั้งนี้ทำให้ผู้จัดการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (Massive Online Open Courses: MOOC) รับรู้ถึงเหตุในการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (Massive Online Open Courses: MOOC)

1.4.2 ผลของการวิจัยในครั้งนี้ทำให้ผู้จัดการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (Massive Online Open Courses: MOOC) นำไปปรับปรุงกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (Massive Online Open Courses: MOOC)

1.4.3 ผลของการวิจัยในครั้งนี้ทำให้ผู้จัดการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (Massive Online Open Courses: MOOC) ได้นำไปศึกษาเป็นแนวทางให้กับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาต่อไปรวมถึงเป็นการเพิ่มเติมองค์ความรู้ทางการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน

1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้บริโภคหรือผู้ใช้งาน หมายถึง ผู้ใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (Massive Online Open Courses: MOOC)

การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) หมายถึง การทำความเข้าใจในเทคโนโลยี และการตัดสินใจที่จะยอมรับเทคโนโลยีแล้วนำเทคโนโลยีมาใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน (Perceived Usefulness) ด้านความง่ายของการใช้งาน (Ease of Use) ด้านความสะดวก (Convenience) และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-service Quality) ด้านความน่าเชื่อถือ (Credibility) ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) ด้านการเข้าถึงการให้บริการ (Access) ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้การยอมรับเทคโนโลยียังหมายถึงการใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนนั้นมีหลักสูตรการเรียนรู้ที่น่าเชื่อถือ มีสถาบันที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในด้านการศึกษา ให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้สะดวกตลอดเวลา ผู้เรียนสามารถที่จะเลือกเรียนได้ตามเวลาที่เหมาะสมกับตัวผู้เรียน และระบบยังมีรายวิชาให้

เลือกอย่างอิสระในการเรียนรู้ระบบในการเรียน หรือลงทะเบียนต้องมีความปลอดภัยทางด้านข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อป้องกันไม่ให้บุคคลที่ไม่เกี่ยวข้องนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่นได้

การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) หมายถึง การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานของการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน ซึ่งส่งผลต่อประโยชน์ในการเรียนเพิ่มประสิทธิภาพและสมรรถภาพในการใช้งาน การรับรู้มีส่วนช่วยพัฒนาความรู้ความสามารถประสิทธิภาพการทำงานการเรียนรวมทั้งมีส่วนช่วยเพิ่มพูนความรู้และทำให้ผู้บริโภครู้สึกเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลายได้ทำให้ผู้บริโภครู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์นอกจากนี้การรับรู้ถึงประโยชน์ทำให้ผู้บริโภคได้คิดและแนวคิดมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันในการทำงานหรือการเรียนในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ การรับรู้ถึงประโยชน์ ยังหมายถึงการใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนนั้นมีหลักสูตรการเรียนรู้อันทันสมัยให้ผู้เรียนได้เข้าถึงในการเรียนรู้ได้ตลอดเวลา ผู้เรียนสามารถค้นหาหลักสูตรการเรียนที่หลากหลายได้รวดเร็วและง่ายช่วยให้การเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นมีหลักสูตรการเรียนรู้อันทันสมัยตลอดเวลาและช่วยให้ผู้เรียนได้เรียนกับสถาบันที่มีชื่อเสียงได้ง่ายขึ้น

ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) หมายถึง การรับรู้ว่าคุณสมบัติของเทคโนโลยีนั้นมีความง่ายสะดวกต่อการใช้งาน เทคโนโลยีไม่ซับซ้อนไม่ต้องใช้ความพยายามในการเรียนรู้การใช้งาน ผู้ใช้สามารถยอมรับเทคโนโลยีเพื่อใช้งาน ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานยังหมายถึงในด้านความง่ายในการใช้การเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน ซึ่งจากการที่นำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ง่ายไม่ต้องอาศัยความรู้ความสามารถในการใช้งานมากนักไม่ซับซ้อนหรือไม่ต้องการความพยายามในการใช้งานมากจนเกินไป

ความสะดวก (Convenience) หมายถึง ความสะดวกในการใช้งาน ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ความสะดวกในการใช้งานการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน โดยการศึกษาเป็นไปตามความสนใจตามอัธยาศัยของผู้ใช้งาน เปิดให้การเรียนรู้ได้ตลอดชีวิตและต่อเนื่อง

คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service Quality) หมายถึง ประสิทธิภาพการให้บริการของผู้ขายหรือผู้ให้บริการทางออนไลน์โดยแบ่งออกได้เป็นความน่าเชื่อถือ (Credibility) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ความเป็นส่วนตัว (Privacy) และการเข้าถึงการให้บริการ (Access) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความสม่ำเสมอและความพึงพอใจของผู้ให้บริการในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ความน่าเชื่อถือยังหมายถึงความน่าเชื่อถือของการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน ผู้ใช้งานมีความมั่นใจและเชื่อถือในการทำงานของระบบ

การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจในการให้บริการพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลา มีการติดตามอย่างต่อเนื่องและปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการอย่างดีในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ การตอบสนองความต้องการยังหมายถึงการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน มีการเรียนรู้ง่าย สะดวกในการเรียนรู้

ความเป็นส่วนตัว (Privacy) หมายถึง ระดับความปลอดภัยและการปกป้องข้อมูล พฤติกรรมการใช้งานของลูกค้าในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ความเป็นส่วนตัวยังหมายถึงการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนมีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและการปกป้องข้อมูล พฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้งาน

การเข้าถึงการให้บริการ (Access) หมายถึง ผู้ใช้งานเข้ามาใช้บริการหรือรับบริการ ได้สะดวกระดับขั้นตอนไม่ซับซ้อนเกินไป ผู้ใช้งานเสียเวลารอคอยน้อยเวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่สะดวกสำหรับผู้ใช้งานและอยู่ในสถานที่ที่ผู้ใช้งานติดต่อได้สะดวกในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ การเข้าถึงการให้บริการยังหมายถึงขั้นตอนการเข้าสู่การเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนมีความง่าย ไม่ซับซ้อนผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลการเรียนการสอนง่ายและสะดวก

การตัดสินใจ (Decision) หมายถึง กระบวนการพื้นฐานขององค์การ โดยผู้ที่ทำการตัดสินใจ บนพื้นฐานของข้อมูลสารสนเทศที่ได้จากส่วนต่าง ๆ ขององค์การ จากพฤติกรรมของบุคคลและกลุ่ม ภายในองค์การ ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้การตัดสินใจ ยังหมายถึงการตัดสินใจในการเรียนรู้ผ่านออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (Massive Online Open Courses: MOOC) โดยตัดสินใจจากการให้บริการ หลักสูตรการเรียนการสอน

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน MOOC ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นพื้นฐานในการวิจัยดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (Massive Online Open Courses: MOOC)
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance)
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-service Quality)
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 สมมติฐานการวิจัย
- 2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (Massive Online Open Courses: MOOC)

แนวคิดทางการศึกษาในปัจจุบันและในอนาคตเป็นแนวคิดทางการศึกษาที่ว่า “การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning)” ซึ่งการเรียนรู้ในยุคปัจจุบันนั้นไม่จำกัดอยู่แค่ในห้องเรียนแต่ยังเป็นการเรียนรู้จากทุกที่ทุกเวลาเป็นการสนองตอบต่อแนวคิดการศึกษาข้างต้นสำหรับในประเทศไทยนั้นแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ระบบ คือ การศึกษาในระบบการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (ราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา, 2542) ซึ่งแนวคิดการเรียนรู้ตลอดชีวิตเป็นแนวคิดที่สนองตอบต่อการศึกษาทั้ง 3 ระบบก่อกำเนิดพัฒนาการด้านเทคโนโลยีการสื่อสารหรือ ICT นับเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบวิธีการเรียนรู้ของประชาคมโลกเกิดเป็นการเรียนผ่านเครือข่าย (e-learning) เทคโนโลยีด้าน e-learning มีการพัฒนารูปแบบและช่องทางใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นเป็นเงาตามตัวและการเรียนการสอนออนไลน์ที่กำลังถูกกล่าวถึงในปัจจุบันกันอย่างมากก็คือ “MOOC” (Massive Open Online Courses)

2.1.1 ความหมาย “MOOC” (Massive Open Online Courses)

การเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (Massive Online Open Courses: MOOC) หรือ MOOC เป็นระบบหลักสูตรการเรียนการสอนแบบออนไลน์แบบเปิดเสรีที่ผู้ใดและอยู่แห่งใดใน

โลกก็สามารถสมัครเข้าเรียนได้ไม่โดยไม่จำกัดจำนวนผู้เรียน โดยที่ผู้เรียนไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ใน การเรียน ซึ่งระบบ MOOC สามารถรองรับผู้เรียนได้อย่างกว้างไกลผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตรองรับ ได้จำนวนผู้เรียนไม่จำกัด อีกทั้งเนื้อหาในการเรียนการสอนก็เป็นเนื้อหาแบบเปิด (Open Licensing of Content) และสิ่งที่ MOOC มีนอกเหนือจากสื่อประกอบการเรียนแบบปกติเช่นวิดีโอหนังสือและ แบบฝึกหัดมีฟอรัม (Forum) ให้ผู้เรียนได้แลกเปลี่ยนสนทนาระหว่างนักเรียนด้วยกันหรือกับผู้สอน และผู้ช่วยสอน ซึ่งเป็นการจัดสภาพแวดล้อมทางการเรียนที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้มีปฏิสัมพันธ์กัน แลกเปลี่ยนเรียนรู้กันอาจเรียกได้ว่าเป็นการสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้

Global Vision (2013) ได้ให้ความหมายและลักษณะการเรียนของ Massive Open Online Courses ที่ใช้หลักการนำเสนอแบบ “ใครก็ได้อยู่ที่ไหนก็ได้” (Anyone Anywhere) บนพื้นฐาน ของเป้าหมายการศึกษาที่ว่า การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) โดยสามารถอธิบาย ความหมายตามตัวอักษรย่อได้ดังนี้

Massive หมายถึง ผู้เรียนจำนวนมาก

Open หมายถึง การเปิดให้เข้าถึงโดยเสรีมีการแชร์ข้อมูลระหว่างกันและไม่มีค่าใช้จ่ายหรือ อาจมีค่าใช้จ่ายในหลักสูตรที่ให้ประกาศนียบัตร

Online หมายถึง การเรียนการสอนผ่านระบบเครือข่าย (Network) ที่มีการรูปแบบการ นำเสนอข้อมูลหลากหลายเช่น Blog, Twitter, VDO, Text, Facebook มีการประชุมหรืออภิปราย บนเครือข่ายที่เกิดขึ้นขณะนั้นทันที (Real Time)

Courses หมายถึง เนื้อหาการเรียนหรือหลักสูตรการเรียนที่น่าสนใจหรือประเด็นที่เป็น ประเด็นร้อน (Hot Issue) โดยใช้รูปแบบการเรียนแบบร่วมมือการเชื่อมต่อกับความรู้ในจุดต่าง ๆ ทุกคน นำความรู้ไปต่อยอดหรือสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ ได้

Yamamoto (2014 อ่างใน วิจารณ์ พานิช, 2555) อาจารย์ประจำ The Center of Teaching and Learning Kansai University ประเทศญี่ปุ่นได้ให้ความหมายของ MOOC ดังนี้

“MOOC เป็นคำย่อของหลักสูตรออนไลน์ที่มีเป้าหมายอยู่ที่การมีส่วนร่วมอย่างไม่จำกัด จำนวนของผู้เรียนเป็นการเรียนแบบเปิดโดยเน้นให้ผู้เรียนที่ต้องการเรียนรู้ได้เรียนรู้ในสิ่งที่ตัวเองสนใจ โดยใช้สื่อที่หลากหลายมีนำเสนองานและเน้นการโต้ตอบกับผู้เรียนในหลักสูตรรวมทั้งเปิดโอกาสใน การสร้างชุมชนการเรียนรู้ที่ผู้เรียนและผู้สอนต่างก็ถือว่าเป็นผู้มีส่วนร่วมทั้งหมดในการศึกษาใน หลักสูตรนี้” ซึ่งสอดคล้องกับ วิจารณ์ พานิช (2555) ได้กล่าวถึงวิถีสร้างการเรียนรู้เพื่อศิษย์ใน ศตวรรษที่ 21 โดยได้กล่าวถึงทักษะด้านการเรียนรู้และนวัตกรรม (Learning and Innovation Skills) นี้คือทักษะพื้นฐานที่มนุษย์ในศตวรรษที่ 21 ทุกคนต้องเรียนเพราะโลกจะยิ่งเปลี่ยนแปลงเร็ว ขึ้นเรื่อย ๆ และมีความซับซ้อนอ่อนไหวมากขึ้นคนที่อ่อนแอในทักษะด้านการเรียนรู้และนวัตกรรมจะ เป็นคนที่ตามโลกไม่ทันเป็นคนอ่อนแอชีวิตก็จะยากลำบากวิธีออกแบบการเรียนรู้ให้ศิษย์มีทักษะนี้ใช้

หลักการว่าต้องมีการเรียนรู้แบบที่ได้ร่วมกันสร้างความรู้เองคือ “เรียนรู้โดยการสร้างความรู้และเรียนรู้เป็นทีม” (วิจารณ์ พานิช, 2555)

2.1.2 การริเริ่ม MOOC ในประเทศไทย (Thai MOOC)

การริเริ่ม MOOC ในประเทศไทยเกิดขึ้นโดย (จินตวีร์ คล้ายสังข์, 2557) สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ได้ริเริ่มโครงการ Thai MOOC โดยมีความต้องการให้มหาวิทยาลัยชั้นนำต่างในประเทศไทยสร้างหลักสูตรออนไลน์โดยใช้แพลตฟอร์ม (Platforms) กลางที่ใช้ร่วมกันและสามารถรองรับการเข้าถึง (Access) ข้อมูลจากผู้เรียนจำนวนมากได้พร้อมกันโดยได้ให้หน่วยงานมหาวิทยาลัยไทยไซเบอร์ (Thai Cyber University) เป็นเจ้าภาพหลักในการสร้างระบบการเรียนรู้ออนไลน์ดังกล่าว โดยมีแนวคิดที่ว่า

1) เป็นการเปิดการศึกษาออกสู่สาธารณะ (Open Education) โดยการขยายโอกาสทางการศึกษาไปสู่ผู้ที่สนใจใฝ่เรียนรู้เนื่องจากการเรียนการสอนแบบ MOOC นี้ผู้เรียนจะต้องเป็นผู้ควบคุมตนเองเป็นหลัก

2) เป็นการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยที่เข้าร่วมในการสร้างหลักสูตรเนื่องจากมหาวิทยาลัยต้องมีการกิจหลักอย่างหนึ่งคือการบริการวิชาการอีกทั้งยังได้ประโยชน์จากการประชาสัมพันธ์อันจะนำไปสู่การช่วยเพิ่มฐานผู้เรียนให้หลากหลายมากขึ้น

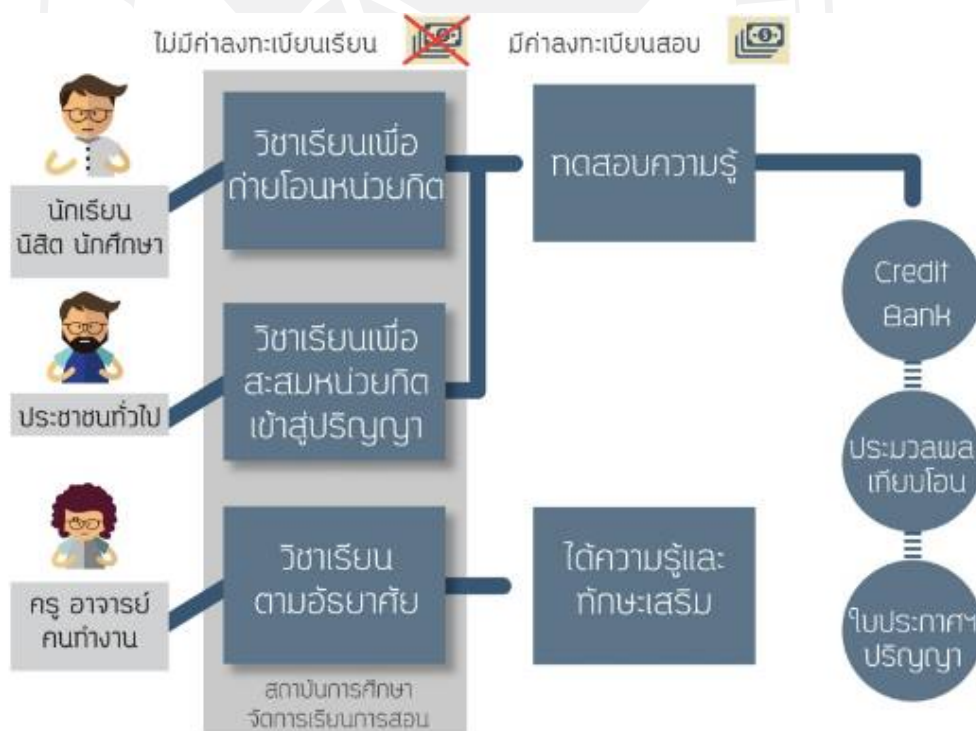
จากแนวคิดดังกล่าวมาแล้วสรุปได้ว่าจุดเด่นของ MOOC คือการให้การศึกษามีคุณภาพแก่ผู้ที่อยู่ห่างไกลได้ทุกมุมโลกช่วยต่อยอดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาอาชีพหรือความสนใจของผู้เรียนและช่วยขยายเครือข่ายทางปัญญาระหว่างบุคคลให้กลายเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้เมื่อพิจารณาถึงสภาพการศึกษาของประเทศไทยรวมถึงระบบสาธารณูปโภคหรือสิ่งที่เป็นความท้าทายของระบบ MOOC คือแม้ว่าจะดึงดูดผู้เรียนได้จำนวนมากแต่ส่วนใหญ่เรียนไม่จบจึงเป็นปัญหาให้ผู้ออกแบบระบบต้องไปวิเคราะห์ปรับปรุงวิธีการออกแบบสภาพแวดล้อมการเรียนการสอนใหม่เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการเรียนการสอนรูปแบบนี้รวมทั้งพัฒนาคุณภาพการศึกษาความน่าเชื่อถือของบทเรียนและความพร้อมของสาธารณูปโภคสิ่งเหล่านี้นับว่าเป็นความท้าทายที่นักเทคโนโลยีการศึกษาต้องพยายามสร้างรูปแบบการเรียนการสอนใหม่นี้ให้ประสบความสำเร็จภายใต้ข้อจำกัดดังกล่าว

ภาพที่ 2.1: แสดงโมเดลการเข้าใช้บริการโดยไม่จำกัด



ที่มา: มหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2560 ข). *การเรียนรู้ตลอดชีวิต*. สืบค้นจาก <https://www.thaimooc.org>.

ภาพที่ 2.2: แสดงโมเดลการเรียนและค่าใช้จ่าย



ที่มา: มหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2560 ข). *การเรียนรู้ตลอดชีวิต*. สืบค้นจาก <https://www.thaimooc.org>.

วัตถุประสงค์ของโครงการ Thai MOOC ดังนี้ (โครงการมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย, 2560)

1) การพัฒนาระบบจัดการเรียนการสอนออนไลน์ในระบบเปิดที่สามารถรองรับผู้เรียนได้อย่างไม่จำกัดจำนวนที่มีระบบฐานข้อมูลผู้เรียน ประวัติการเรียนและหน่วยกิตสะสม (Credit Bank and Credit Transfer) พร้อมระบบการถ่ายโอนหน่วยกิต

2) การพัฒนามาตรฐานและแนวปฏิบัติการจัดการเรียนการสอน และการประกันคุณภาพการศึกษาระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC)

3) การสร้างความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและระหว่างมหาวิทยาลัยเพื่อการสร้างและหรือปรับปรุงสื่อรายวิชาให้เป็นลักษณะ MOOC และประสานความร่วมมือในการถ่ายโอนหน่วยกิตระหว่างสถาบัน

4) การพัฒนารายวิชา ประกอบด้วยสื่อการเรียนรู้ และกิจกรรมการเรียนรู้ ตามมาตรฐานคุณภาพและกระบวนการเรียนการสอนออนไลน์ระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC)

5) การพัฒนาคลังข้อสอบเพื่อการวัดและประเมินผลการเรียนรายวิชาในระบบ MOOC การเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยและพัฒนากระบวนการ และระบบการเรียนการสอนให้มีคุณภาพมากขึ้น

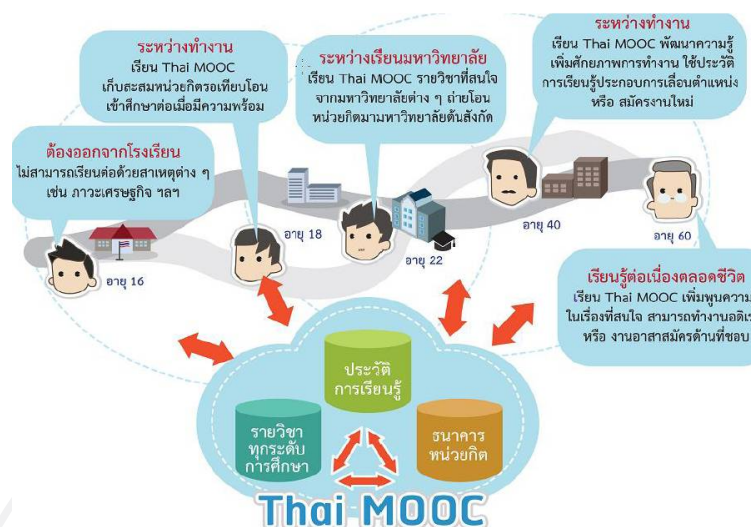
ภาพที่ 2.3: แสดงมหาวิทยาลัยที่เข้าร่วมโครงการ



ที่มา: มหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา. (2560 ข). *การเรียนรู้ตลอดชีวิต*.

สืบค้นจาก <https://www.thaimooc.org>.

ภาพที่ 2.4: รูปแบบการส่งเสริมการเรียนรู้ Thai MOOC ในแต่ละระดับ



ที่มา: มหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา. (2560 ข). *การเรียนรู้ตลอดชีวิต*.

สืบค้นจาก <https://www.thaimooc.org>.

เป้าหมายของโครงการ Thai MOOC ดังนี้ (มหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย สำนักงาน คณะกรรมการอุดมศึกษา, 2560 ข)

1) ได้มหาวิทยาลัยไซเบอร์ที่มีระบบการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับ มหาชน (Thailand Cyber University) มีระบบฐานข้อมูลผู้เรียน ประวัติการเรียนและหน่วยกิต สะสม (Credit Bank and Credit Transfer) พร้อมระบบการถ่ายโอนหน่วยกิต และระบบคลัง ข้อสอบ

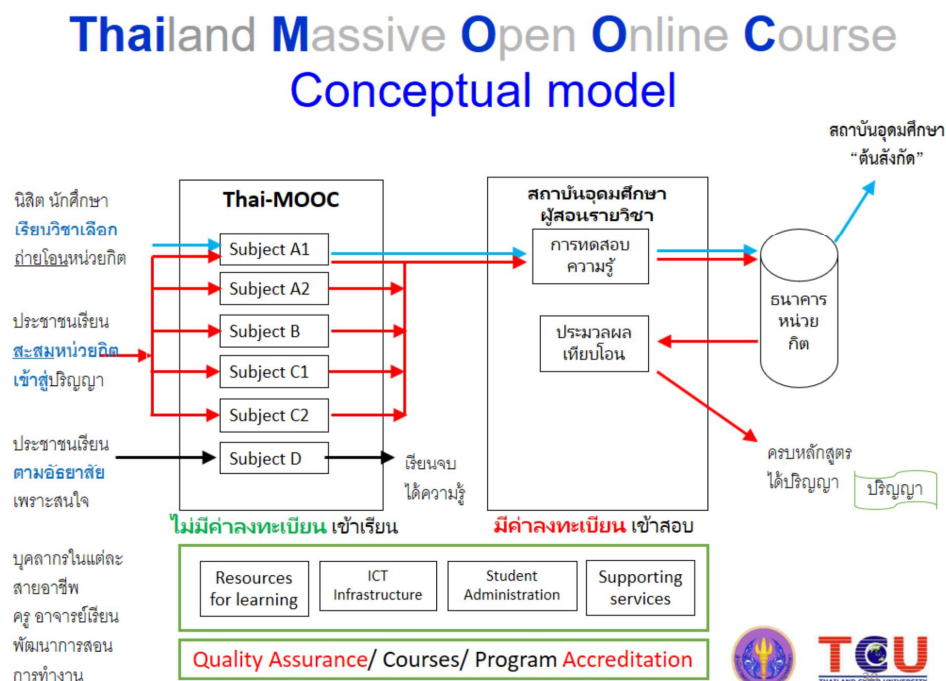
2) ได้มาตรฐานและแนวปฏิบัติการจัดการเรียนการสอน และการประกันคุณภาพการศึกษา ระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC)

3) ได้วิชาเพื่อการเรียนการสอนในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) จำนวนไม่น้อยกว่า 30 วิชา คือ

- วิชาด้านเทคโนโลยี การพัฒนาซอฟต์แวร์ การจัดการเทคโนโลยีและระบบเครือข่าย
- วิชาการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในศตวรรษที่ 21
- วิชาการเพิ่มความรู้ ความสามารถในการประกอบอาชีพ/ วิชาชีพ
- วิชาการจัดการเรียนการสอนยุคใหม่
- วิชาที่เกี่ยวกับภาษา วัฒนธรรม การทำงาน และการใช้ชีวิตในประเทศไทย และอาเซียน

- 4) จัดการเรียนการสอน เพื่อพัฒนาความรู้สำหรับ พนักงาน ผู้ประกอบการ นักเรียน นิสิต นักศึกษาและประชาชนที่สนใจ ไม่น้อยกว่า 3,000 คน
- 5) สนับสนุนนโยบายรัฐบาลในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล
 - กลุ่มเป้าหมายของโครงการ Thai MOOC ดังนี้ (มหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา, 2560 ข)
 - 1) กลุ่มเป้าหมายหลัก พนักงาน ผู้ประกอบการ นักเรียน นิสิต นักศึกษา ครู อาจารย์
 - 2) กลุ่มเป้าหมายรอง ประชาชนทั่วไป
 วิธีดำเนินการของโครงการ Thai MOOC ดังนี้ (มหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา, 2560 ข)
 - 1) ประสานเครือข่ายพัฒนาอุดมศึกษา 9 เครือข่าย และมหาวิทยาลัยตามกลุ่มเป้าหมาย (ครอบคลุมทั่วประเทศ) เพื่อระดมผู้เชี่ยวชาญจากทุกมหาวิทยาลัยเข้าร่วมโครงการ
 - 2) ศึกษาและพัฒนาระบบการเรียนการสอนออนไลน์ระบบเปิดสำหรับมหาชนแห่งชาติ (Thai MOOC) ที่มีคุณลักษณะรองรับการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ระบบเปิดสำหรับมหาชน มีระบบคลังสื่อการเรียนรู้ ที่มีระบบฐานข้อมูลผู้เรียน ประวัติการเรียนและหน่วยกิตสะสม (Credit Bank and Credit Transfer) พร้อมระบบการถ่ายโอนหน่วยกิต
 - 3) พัฒนามาตรฐานกระบวนการเรียนการสอน มาตรฐานสื่อการเรียนรู้ และการประกันคุณภาพการเรียนการสอนออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (Thai MOOC)
 - 4) พัฒนาและหรือแปลง/ ปรับปรุงสื่อการเรียนรู้ตามเป้าหมายที่กำหนด ให้เป็นรายวิชาเพื่อจัดการเรียนการสอนออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (Thai MOOC)
 - 5) จัดการเรียนการสอนออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (Thai MOOC) ประเมินและปรับปรุง พัฒนาต่อเนื่อง
 - 6) ประสานมหาวิทยาลัย/ หน่วยงานทั้งในและต่างประเทศที่เกี่ยวข้องเพื่อการรับรองมาตรฐานและการถ่ายโอนหน่วยกิตที่เป็นผลการเรียนรู้จากระบบการเรียนการสอนออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนทั้งในระดับชาติและนานาชาติ
 - 7) สร้างความร่วมมือกับเครือข่ายการจัดการเรียนการสอนในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ในภูมิภาคและนานาชาติ

ภาพที่ 2.5: โครงสร้าง และรูปแบบการเรียนรู้ Thai MOOC



ที่มา: มหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา. (2560). *การเรียนรู้ตลอดชีวิต*. สืบค้นจาก <https://www.thaimooc.org>.

กิจกรรมภายใต้โครงการ Thai MOOC ดังนี้ (มหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา, 2560 ข)

กิจกรรมที่ 1 พัฒนาระบบการเรียนการสอนกลางสำหรับการใช้ร่วมทุกโครงการ MOOC

กิจกรรมที่ 2 การประชาสัมพันธ์โครงการ

กิจกรรมที่ 3 พัฒนา และหรือแปลง/ ปรับปรุงสื่อการเรียนรู้

กิจกรรมที่ 4 จัดประชุมเพื่อพัฒนามาตรฐานและแนวปฏิบัติการเรียนการสอน MOOC ที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ

กิจกรรมที่ 5 จัดอบรมเพื่อเตรียมอาจารย์และผู้เกี่ยวข้องในกระบวนการ ให้บริการการเรียนการสอนในระบบฯ

กิจกรรมที่ 6 การประสานติดตามการดำเนินงาน

การเรียนรู้ออนไลน์ หรือ Online Learning นั้นได้มีการพัฒนารูปแบบจากอดีตมาถึงปัจจุบันเรื่อยมา เช่น Thai Cyber U (TCU) โดยที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษามีการส่งเสริมการอุดมศึกษาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาจึงได้จัดตั้งโครงการ Thailand Cyber University (TCU) ขึ้น เพื่อให้บริการ การเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-Learning) ให้กับประชาชน ทุกระดับ ทุกอาชีพ ผ่านเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนาการศึกษา (Inter-University Network: UniNet) เพื่อสร้างโอกาสให้แก่ประชาชน เข้าถึงการศึกษา ระดับอุดมศึกษาเพิ่มขึ้น และเพื่อให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ เพียงแต่การเรียนการสอนของ Thai Cyber U (TCU) มีค่าใช้จ่ายในการเรียนการสอน มีการกำหนดการเรียน การรับเข้าศึกษา ปัจจุบันมีมหาวิทยาลัย/ หน่วยงานในประเทศ ที่ร่วมโครงการ 40 แห่ง มีมหาวิทยาลัย/ หน่วยงานต่างประเทศ ที่ร่วมโครงการ 7 แห่ง (มหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2560 ข) มีข้อมูลสถิติที่น่าสนใจเกี่ยวกับโครงการ Thai Cyber U (TCU) ตั้งแต่เปิดให้บริการครั้งแรก เมื่อ 12 ม.ค. 2548 ตาม ตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1: ข้อมูลรวบรวมสถิติปี 2548-2560 เกี่ยวกับโครงการ Thai Cyber U (TCU)

จำนวนสมาชิกที่ลงทะเบียน	256,973 คน
- นักเรียน	256,396 คน
- อาจารย์	577 คน
จำนวนรายวิชา	750 รายวิชา
จำนวนหลักสูตร	17 หลักสูตร
จำนวนบทเรียนที่มีการลงทะเบียนเพื่อเข้าเรียน	484,603 บทเรียน
จำนวนครั้งที่มิผู้เข้าใช้บริการในบทเรียน	6,348,856 ครั้ง
มหาวิทยาลัย/ หน่วยงาน ที่ร่วมโครงการ	47 แห่ง

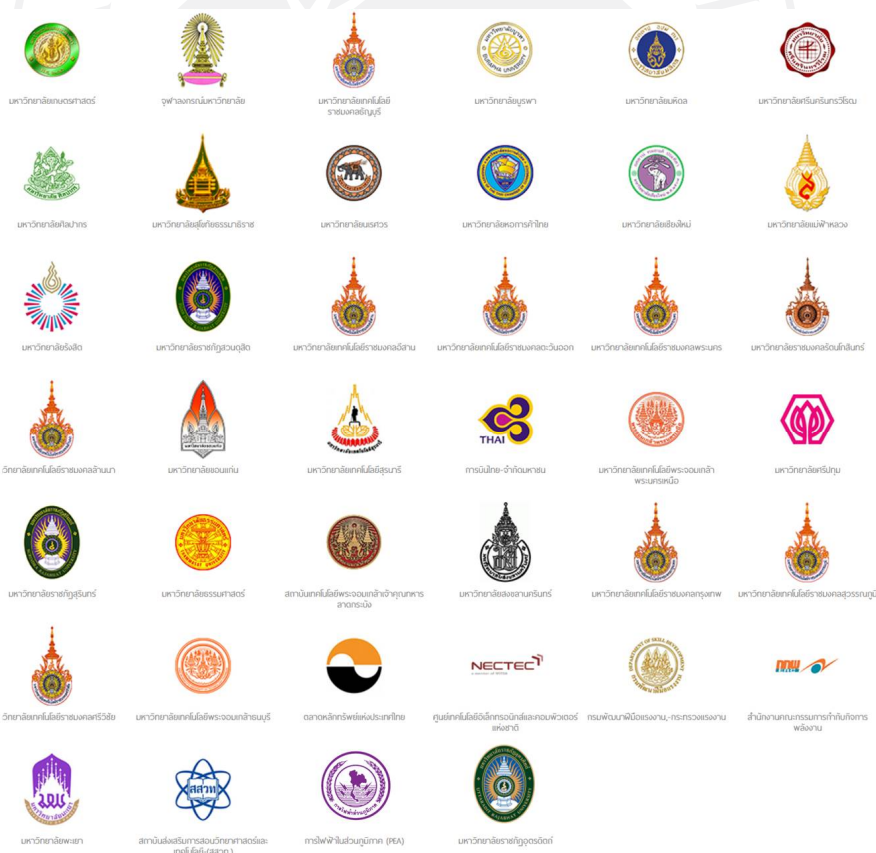
ที่มา: มหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2560 ก). *Thailand cyber university project*. สืบค้นจาก <http://www.thaicyperu.go.th/th>.

จำนวนหลักสูตร/ รายวิชา/ ชั่วโมงเรียน ดังนี้

- 1) เครือข่ายอุดมศึกษาภาคเหนือตอนบน (29 วิชา 290 ชั่วโมง)
- 2) เครือข่ายอุดมศึกษาภาคเหนือตอนล่าง (15 วิชา 120 ชั่วโมง)
- 3) เครือข่ายอุดมศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน (10 วิชา 100 ชั่วโมง)

- 4) เครือข่ายอุดมศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (5 วิชา 120 ชั่วโมง)
- 5) เครือข่ายอุดมศึกษาภาคใต้ตอนบน (7 วิชา 100 ชั่วโมง)
- 6) เครือข่ายอุดมศึกษาภาคใต้ตอนล่าง (11 วิชา 100 ชั่วโมง)
- 7) เครือข่ายอุดมศึกษาภาคกลางตอนบน (13 วิชา 132 ชั่วโมง)
- 8) มหาวิทยาลัยมหิดล (14 วิชา 124 ชั่วโมง)
- 9) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (12 วิชา 120 ชั่วโมง)
- 10) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช: CCDKM (6 วิชา 115 ชั่วโมง)
- 11) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (6 วิชา 60 ชั่วโมง)
- 12) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง (7 วิชา 42 ชั่วโมง)
- 13) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา (6 วิชา 36 ชั่วโมง)
- 14) รายวิชา ภายใต้งบประมาณ TCU (35 รายวิชา)

ภาพที่ 2.6: มหาวิทยาลัย/ หน่วยงานในประเทศ 40 แห่ง โครงการ Thai Cyber U



ที่มา: โครงการมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย. (2560). *มหาวิทยาลัย/ หน่วยงานในประเทศที่ร่วมโครงการ*. สืบค้นจาก <http://www.thaicyberu.go.th/about-us/institutes>.

ภาพที่ 2.7: มหาวิทยาลัย/ หน่วยงานต่างประเทศ ที่ร่วมโครงการ 7 แห่ง โครงการ Thai Cyber U



ที่มา: โครงการมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย. (2560). *มหาวิทยาลัย/ หน่วยงานในประเทศที่ร่วมโครงการ*. สืบค้นจาก <http://www.thaicyperu.go.th/about-us/institutes>.

โครงการพัฒนามหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทยเพื่อการจัดการเรียนการสอนในระบบเปิด (Thai MOOC) ภายใต้โครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล ชื่อแผนงานที่ 3 การสร้างสังคมคุณภาพ ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล โดยโครงการมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ร่วมกับสำนักงานปลัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จัดทำโครงการพัฒนามหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย เพื่อเป็นระบบและศูนย์กลางการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ระบบเปิดสำหรับมหาชนแห่งชาติ (Thai MOOC) เป็นสถาปัตยกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศกลางเพื่อรองรับ “การศึกษาระบบเปิดเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต” (Lifelong Learning Space)

โครงการมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา เล็งเห็นความสำคัญที่จะสร้างให้เกิดความร่วมมือทางวิชาการเพื่อการเรียนการสอนออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) เพื่อให้เกิดการแบ่งปันทรัพยากรการเรียนรู้ระหว่างสถาบันอุดมศึกษาที่มีความเชี่ยวชาญหลากหลายสาขาวิชาเกิดความร่วมมือกันในการพัฒนาและจัดการเรียนการสอนออนไลน์ระบบเปิดสำหรับมหาชน และร่วมกันในการพัฒนาระบบกลางในการจัดการเรียนการสอนกระบวนการวัดและประเมินผลมีการจัดเก็บฐานข้อมูลผู้เข้าเรียนและประวัติและผลการเรียนจำนวนหน่วยกิตรายวิชาพร้อมทั้งข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และสร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันอุดมศึกษา พัฒนาไปสู่ความร่วมมือในการเรียนการสอนในหลักสูตรที่มีหน่วยกิต การลงทะเบียนเรียนรายวิชาข้ามสถาบันอุดมศึกษา การถ่ายโอนหน่วยกิตระหว่างสถาบันอุดมศึกษา ฯลฯ

เมื่อพิจารณาถึงสภาพการศึกษาของประเทศไทยรวมถึงระบบสาธารณสุขภาคต่าง ๆ สิ่งที่เป็นความท้าทายของระบบ MOOC การศึกษาออนไลน์ก็คือแม้ว่าจะดึงดูดผู้เรียนได้จำนวนมากแต่ส่วนใหญ่เรียนไม่จบจึงเป็นปัญหาให้ผู้วิจัยต้องไปวิเคราะห์เหตุผลของการยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพ

การบริการอิเล็กทรอนิกส์ว่า ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (Massive Online Open Courses: MOOC) ได้อย่างไร

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance)

2.2.1 ความหมายและนิยามของการยอมรับเทคโนโลยี

เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล (2554) ได้ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นการนำเทคโนโลยีนั้นมาใช้ให้เป็นที่ไปได้โดยสิ่งที่ตามมาคือก่อให้เกิดการลงทุนกับการยอมรับ

สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร (2555) ได้ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นองค์ประกอบที่ทำให้บุคคลเกิดความเปลี่ยนแปลงด้านที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีใน 3 ด้าน คือ (1) พฤติกรรม (2) ทักษะที่มีต่อเทคโนโลยีและ (3) การใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น

ศศิพร เหมือนศรีชัย (2555) ได้ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการใช้งานและอยู่ร่วมกับเทคโนโลยีจากการที่ได้ใช้เทคโนโลยีทำให้เกิดประสบการณ์ความรู้ทักษะและความต้องการใช้งานเทคโนโลยี

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่าการยอมรับเทคโนโลยีหมายถึงเป็นการนำเทคโนโลยีที่ยอมรับมาใช้งานซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตัวบุคคลหรือการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม ทักษะและการใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้นนอกจากนี้การนำเทคโนโลยีมาใช้งานทำให้แต่ละบุคคลมีประสบการณ์ความรู้และทักษะในการใช้งานเพิ่มเติม

2.2.2 ลักษณะของการยอมรับเทคโนโลยี

ภาณุพงศ์ เสกทวีลาภ (2557) ได้อธิบายเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นขั้นตอน (Process) ที่เกิดขึ้นทางจิตใจภายในบุคคลเริ่มจากได้ยินในเรื่องราววิชาการจนยอมรับนำไปใช้ในที่ที่สุดซึ่งกระบวนการนี้มีลักษณะคล้ายกับกระบวนการเรียนรู้และการตัดสินใจ (Decision Making) โดยได้แบ่งกระบวนการยอมรับออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ

1) ขั้นรับรู้หรือตื่นตน (Awareness Stage) เป็นขั้นเริ่มแรกที่น่าไปสู่การยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใหม่หรือวิธีการใหม่ขั้นนี้เป็นขั้นที่ได้รับรู้เกี่ยวกับสิ่งใหม่ ๆ (นวัตกรรม) ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพหรือกิจกรรมของเขาแต่ยังได้รับข่าวสารไม่ครบถ้วนซึ่งการรับรู้ส่วนใหญ่เป็นการรับรู้โดยบังเอิญจะทำให้เกิดความอยากรู้และแก้ปัญหาที่ตนเองมีอยู่

2) ขั้นสนใจ (Interest Stage) เริ่มให้ความสนใจรายละเอียดเกี่ยวกับวิทยาการใหม่เป็นพฤติกรรมที่มีลักษณะตั้งใจและในขั้นนี้ได้รับความรู้เกี่ยวกับวิธีการใหม่มากขึ้นและใช้วิธีการคิดมากกว่าขั้นแรกบุคลิกภาพและค่านิยมมีผลต่อการติดตามข่าวสารหรือรายละเอียดของสิ่งใหม่หรือวิทยาการใหม่ด้วย

3) ขั้นประเมินค่า (Evaluation Stage) เริ่มคิดไตร่ตรองหาวิธีลองใช้วิธีการใหม่โดยมีการเปรียบเทียบระหว่างข้อดีและข้อเสียหากว่ามีข้อดีมากกว่าจะตัดสินใจใช้โดยทั่วไปมักจะคิดว่าวิธีการนี้เป็นวิธีที่เสี่ยงไม่ทราบถึงผลลัพธ์ตามมาจึงต้องมีแรงผลักดัน (Reinforcement) เพื่อให้เกิดความแน่ใจโดยอาจมีคำแนะนำเพื่อใช้ประกอบในการตัดสินใจ

4) ขั้นทดลอง (Trial Stage) เป็นขั้นตอนที่เริ่มทดลองกับคนส่วนน้อยเพื่อตรวจสอบผลลัพธ์ก่อนโดยทดลองใช้วิธีการใหม่ให้เข้ากับสถานการณ์ของตนในขั้นนี้จะสรรหาหาข่าวสารที่มีความเฉพาะเกี่ยวกับวิทยาการใหม่หรือนวัตกรรมนั้น

5) ขั้นตอนการยอมรับ (Adoption Stage) เป็นขั้นที่ปฏิบัตินำไปใช้จริงซึ่งบุคคลยอมรับวิทยาการใหม่ว่าเป็นประโยชน์ในสิ่งนั้นแล้ว

Rogers (1983 อ้างใน อรทัย เลื่อนวัน, 2555) กล่าวว่า การยอมรับเทคโนโลยีเป็นผลมาจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นกระบวนการดังนี้

1) ขั้นตระหนักหรือขั้นตื่นตัว (Awareness Stage) เป็นขั้นที่บุคคลรู้ว่ามีความเทคโนโลยีใหม่เกิดขึ้นแต่ยังขาดความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีนั้น

2) ขั้นสนใจ (Interest Stage) บุคคลเริ่มมีความสนใจในเทคโนโลยีและพยายามแสวงหาข้อมูลหรือความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับเทคโนโลยีนั้น

3) ขั้นประเมินผล (Evaluation Stage) บุคคลจะประเมินผลในสมองของตนโดยลองคิดว่าถ้าการยอมรับเทคโนโลยีนั้นมาใช้แล้วจะเหมาะสมกับเหตุการณ์ในปัจจุบันหรืออนาคตหรือไม่จะส่งผลคุ้มค่ากับการเสี่ยงหรือไม่

4) ขั้นทดลอง (Trial Stage) บุคคลจะนำเทคโนโลยีมาลองใช้หรือลองปฏิบัติในวงจำกัดก่อนเพื่อทดลองว่าเทคโนโลยีนั้นมีประโยชน์สามารถเข้ากับสถานการณ์ได้หรือไม่

5) ขั้นยอมรับ (Adoption Stage) บุคคลยอมรับเทคโนโลยีโดยนำเทคโนโลยีนั้นมาใช้อย่างเต็มที่สม่ำเสมอ

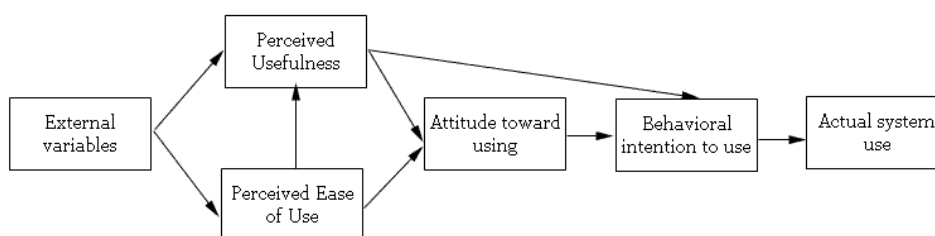
2.2.3 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (The Technology Acceptance Model: TAM)

เป็นทฤษฎีที่คิดค้นโดย Davis, Bagozzi และ Warshaw (1989 อ้างใน ภัทราวดี วงศ์สุเมธ, 2556) (The Theory of Reasoned Action: TRA) โดย TAM จะเน้นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับหรือการตัดสินใจที่จะใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ซึ่งปัจจัยหลักที่ส่งผลโดยตรงต่อการยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมของผู้ใช้ได้แก่การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ (Perceived Usefulness) โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยี (Behavioral Intention) มีทั้งสิ้น 3 ปัจจัย ได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) การรับรู้ประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ (Perceived

Usefulness) และทัศนคติ (Attitude) ซึ่งในท้ายที่สุดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยีจะส่งอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้และใช้งานจริงของเทคโนโลยี

Ajzen (1991) และ Davis (1989 อ้างใน อรรถีย์ เลื่อนวัน, 2555) ได้นำทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ [Technology Acceptance Model (TAM)] (Davis, Bagozzi & Warshaw, 1989) ประยุกต์กับการพยากรณ์พฤติกรรมและความความเข้าใจของมนุษย์ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ภาพที่ 2.8: แสดง Technology Acceptance Model (TAM)



ที่มา: อรรถีย์ เลื่อนวัน. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ: กรณีศึกษารวมการพัฒนาชุมชนศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

External Variable หมายถึง อิทธิพลของตัวแปรภายนอกสร้างจากการรับรู้ให้แต่ละบุคคลที่มีอิทธิพลแตกต่างกันซึ่งได้แก่ประสบการณ์ความรู้ความเข้าใจความเชื่อและพฤติกรรมทางสังคมเป็นต้น

Perceived Usefulness หมายถึง การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ซึ่งเป็นตัวกำหนดการรับรู้ในแต่ละบุคคลกล่าวคือแต่ละคนจะรับรู้ได้ว่าเทคโนโลยีจะมีส่วนช่วยในการพัฒนาหรือศักยภาพผลงานของตนเองได้อย่างไรบ้าง

Perceived Ease of Use หมายถึง การรับรู้ความง่ายในการใช้งานซึ่งเป็นตัวกำหนดการรับรู้ในปริมาณหรือความสำเร็จที่จะได้รับว่าตรงกับที่ต้องการหรือไม่

Attitude toward Use หมายถึง ทัศนคติที่มีต่อการใช้ว่าแต่ละบุคคลมีความสนใจที่จะใช้ระบบเทคโนโลยีหรือยอมรับการใช้งาน

Intention to Use หมายถึง การตั้งใจที่จะใช้งานซึ่งขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลมีพฤติกรรมสนใจที่จะใช้เทคโนโลยี

Actual Systems Use หมายถึง มีที่แต่ละบุคคลการยอมรับเทคโนโลยีและนำมาใช้งานจริง

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-service Quality)

2.3.1 ความหมายของคุณภาพการให้บริการ

นักวิชาการได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการไว้หลากหลายความหมายเช่น

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2543, หน้า 14-15) คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) คือ ความสอดคล้องกันของความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการหรือระดับของความสามารถในการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการอันทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่เขาได้รับ

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550, หน้า 66) เสนอความเห็นไว้ว่าคุณภาพการให้บริการเป็นทัศนคติที่ผู้รับบริการสะสมข้อมูลความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับจากบริการซึ่งหากอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Tolerance Zone) ผู้รับบริการก็จะมีคามพึงพอใจในการให้บริการซึ่งจะมีระดับแตกต่างกันออกไปตามความคาดหวังของแต่ละบุคคลและความพึงพอใจนี้เป็นผลมาจากการประเมินผลที่ได้รับจากบริการนั้น ณ ขณะเวลาหนึ่ง

Lewis และ Bloom (1983, pp. 99-107) ได้ให้คำนิยามของคุณภาพการให้บริการว่าเป็นสิ่งที่ชี้วัดถึงระดับการบริการที่ส่งมอบโดยผู้ให้บริการต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการว่าสอดคล้องกับความต้องการของเขาได้ดีเพียงใดการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ (Delivering Service Quality) จึงหมายถึงการตอบสนองต่อผู้รับบริการบนพื้นฐานความคาดหวังของผู้รับ

Gronroos (1990, p. 17 อ้างใน ชัชวาลย์ ทัดศิวิชัย, 2554) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการว่าคุณภาพจำแนกได้ 2 ลักษณะ คุณภาพเชิงเทคนิค (Technical Quality) อันเกี่ยวกับผลลัพธ์หรือสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจากบริการนั้นโดยสามารถวัดได้เช่นเดียวกับการประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Product Quality) ส่วนคุณภาพเชิงหน้าที่ (Functional Quality) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการของการประเมิน

Crosby (1988, p. 15 อ้างใน ชัชวาลย์ ทัดศิวิชัย, 2554) กล่าวไว้ว่า คุณภาพการให้บริการเป็นแนวคิดที่ยึดหลักการดำเนินงานบริการที่ปราศจากข้อบกพร่องของผู้ให้บริการและตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้รับบริการอีกทั้งยังสามารถทราบความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ด้วย

คุณภาพการให้บริการเป็นมโนทัศน์ในการประเมินของผู้รับบริการโดยทำการเปรียบเทียบระหว่างบริการที่คาดหวัง (Expectation Service) กับบริการที่รับรู้จริง (Perception Service) จากผู้ให้บริการซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการหรือสร้างการบริการที่มีระดับสูงกว่าที่ผู้รับบริการได้คาดหวังจะส่งผลให้การบริการดังกล่าวเกิดคุณภาพการให้บริการซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับเป็นอย่างมาก (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988, 1990; J. A. Fitzsimmons & Fitzsimmons, 2004, p. 78 และ Kotler & Anderson, 1987, p. 102 อ้างใน ชัชวาลย์ ทัดศิวิชัย, 2554) ผลการศึกษาวิจัยของนักวิชาการกลุ่มนี้

ช่วยให้เห็นว่าการประเมินคุณภาพการให้บริการตามการรับรู้ของผู้บริโภคเป็นไปในรูปแบบของการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการบริการที่คาดหวังและการบริการตามที่ได้รับรู้ว่ามีความสอดคล้องกันเพียงใดข้อสรุปที่น่าสนใจอีกหนึ่งประการคือการให้บริการที่มีคุณภาพนั้นหมายถึงการให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการหรือผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นความพึงพอใจของการบริการจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการทำให้เป็นไปตามความคาดหวัง (Confirm or Disconfirm Expectation) ของผู้รับบริการหรือผู้บริโภคนั่นเอง

Parasuraman และคณะ (1988) ได้ให้ความสนใจในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการนั้นเป็นการมุ่งตอบคำถามสำคัญ 3 ข้อ ประกอบด้วย

- 1) คุณภาพการให้บริการคืออะไร (What is Service Quality?)
- 2) อะไรคือสาเหตุที่เกิปัญหาคคุณภาพการให้บริการ (What Causes Service Quality Problems?)
- 3) องค์กรสามารถแก้ปัญหาคุณภาพการให้บริการที่เกิดได้อย่างไร (What Can Organizations Do to Solve These Problems?)

คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service Quality) หมายถึง ประสิทธิภาพการให้บริการของผู้ขายหรือผู้ให้บริการทางออนไลน์โดยแบ่งออกได้เป็น ความน่าเชื่อถือ (Credibility) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ความเป็นส่วนตัว (Privacy) และการเข้าถึงการให้บริการ (Access) (Parasuraman et al., 1988) โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความสม่ำเสมอและความพึงพอใจของผู้ให้บริการ (Barry, 1986) ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ความน่าเชื่อถือยังหมายถึงความน่าเชื่อถือของการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน ผู้ใช้งานมีความมั่นใจและเชื่อถือในการทำงานของระบบ

- การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจในการให้บริการการพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลาที่มีการติดตามอย่างต่อเนื่องและปฏิบัติต่อผู้ให้บริการอย่างดี (Barry, 1986) ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ การตอบสนองความต้องการยังหมายถึงการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานมีการเรียนรู้ง่าย สะดวกในการเรียนรู้

- ความเป็นส่วนตัว (Privacy) หมายถึง ระดับความปลอดภัยและการปกป้องข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานของลูกค้า (Parasuraman et al., 1988) ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ความเป็นส่วนตัวยังหมายถึงการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนมีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและการปกป้องข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้งาน

- การเข้าถึงการให้บริการ (Access) หมายถึง ผู้ใช้งานเข้ามาใช้บริการหรือรับบริการได้สะดวกระเบียบขั้นตอนไม่ซับซ้อนเกินไปผู้ใช้งานเสียเวลารอคอยน้อยเวลาที่ให้บริการเป็นเวลา

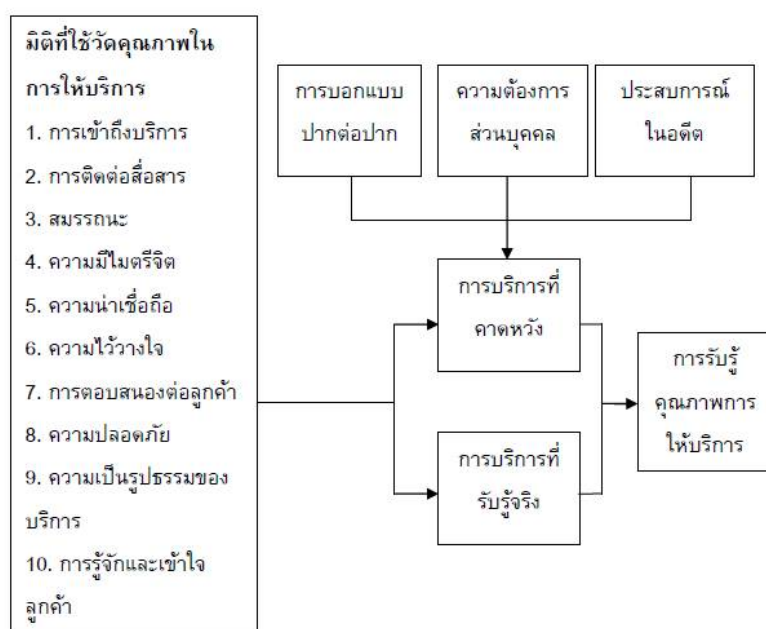
สะดวกสำหรับผู้ใช้งานและอยู่ในสถานที่ที่ผู้ใช้งานติดต่อได้สะดวก (Barry, 1986) ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ การเข้าถึงการให้บริการยังหมายถึงขั้นตอนการเข้าสู่การเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนมีความง่ายไม่ซับซ้อนผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลการเรียนการสอนง่ายและสะดวก

2.3.2 เครื่องมือวัดคุณภาพการให้บริการ

เครื่องมือวัดคุณภาพการให้บริการหรือเรียกว่า SERVQUAL ที่ได้รับความนิยมนำมาใช้อย่างแพร่หลายนั้นได้แก่ผลงานของ Parasuraman และคณะ (1988) ซึ่งได้พัฒนาเพื่อใช้สำหรับประเมินคุณภาพการให้บริการโดยอาศัยการประเมินพื้นฐานการรับรู้ของผู้รับบริการหรือลูกค้าพร้อมกับได้พยายามหาคำนิยามความหมายของคุณภาพการให้บริการและปัจจัยที่กำหนดคุณภาพการให้บริการที่เหมาะสมผลงานความคิดและการพัฒนาเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการ SERVQUAL ของ Parasuraman และคณะ (1988) ได้มาจากการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างคุณภาพการให้บริการ

ในระยะเริ่มแรก Parasuraman และคณะ (1988) ได้มีการกำหนดมิติที่ใช้วัดคุณภาพในการให้บริการ (Dimension of Service Quality) ไว้ 10 มิติ ดังภาพที่ 2.9

ภาพที่ 2.9: มิติที่ใช้วัดคุณภาพการให้บริการ 10 มิติ



ที่มา: Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 47.

มิติของคุณภาพการให้บริการทั้ง 10 มิติ สามารถหาความหมายของมิติหรือมุมมองคุณภาพการให้บริการได้ดังนี้

มิติที่ 1 การเข้าถึงบริการ (Access) การเข้ารับบริการเป็นไปด้วยความสะดวกง่ายและไม่ใช้เวลารอคอยนานจนเกินไป

มิติที่ 2 การติดต่อสื่อสาร (Communication) ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์และการสื่อความหมายรวมถึงการทำความเข้าใจในเรื่องภาษาที่อาจจะแตกต่างกันของลูกค้า

มิติที่ 3 สมรรถนะ (Competence) ความรู้ความสามารถและทักษะในการปฏิบัติงานที่รับผิดชอบได้อย่างมีประสิทธิภาพรวมถึงความรู้และทักษะด้านการจัดการและการติดต่อบุคคล

มิติที่ 4 ความมีเมตตาจิต (Courtesy) การมีมารยาทความเคารพให้เกียรติผู้อื่นจริงใจและเป็นมิตรในการติดต่อกับบุคคล

มิติที่ 5 ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นความน่าเชื่อถือ ความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการ

มิติที่ 6 ความไว้วางใจ (Reliability) มีความสม่ำเสมอในเรื่องของประสิทธิภาพและความน่าเชื่อถือในการให้บริการหรือนำเสนอผลิตภัณฑ์เป็นไปอย่างตรงไปตรงมาและถูกต้อง

มิติที่ 7 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ความพร้อมและความเต็มใจในการให้บริการขององค์กรหรือพนักงาน

มิติที่ 8 ความปลอดภัย (Security) การให้บริการที่ปราศจากอันตรายความเสี่ยงหรือข้อกังขาใด ๆ

มิติที่ 9 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆเช่นสถานที่บุคลากรอุปกรณ์เครื่องมือ เป็นต้น

มิติที่ 10 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Understanding's Knowing the Customer) การเข้าใจความต้องการของลูกค้าเรียนรู้และตระหนักความต้องการเฉพาะของลูกค้าแต่ละคน

ในปี ค.ศ. 1990 ทีมนักวิจัยชุดเดิมคือ Parasuraman และคณะ (1988) ได้พัฒนาปรับปรุงเครื่องมือ SERVQUAL โดยมีการสำรวจการใช้เครื่องมือดังกล่าวในองค์กรธุรกิจที่มีการให้บริการแตกต่างกันได้แก่ธุรกิจด้านการซ่อมแซมและบำรุงรักษาธุรกิจการเงินโทรศัพท์ทางไกลการรักษาความปลอดภัยและการบริการบัตรเครดิตซึ่งการปรับปรุงและพัฒนาเครื่องมือ SERVQUAL ในครั้งนี้ได้กำหนดปัจจัยหรือเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพบริการเหลือเพียง 5 ด้าน ดังนี้ (Zeithaml, Parasuraman & Berry, 1990)

1) ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) คือ การแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพที่ทำให้ผู้รับความสะดวกได้แก่เครื่องมืออุปกรณ์บุคคลและวัสดุในการติดต่อสื่อสารซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามที่เกี่ยวข้อง 4 ข้อ ได้แก่ บริเวณที่ให้บริการเข้าใช้สะดวกต่อผู้ใช้เครื่องมือและอุปกรณ์มีความทันสมัยวัสดุและอุปกรณ์ต่าง ๆ อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานและผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี

2) ความน่าเชื่อถือของบริการ (Reliability) คือ ความสามารถกระทำตามสัญญาที่แจ้งไว้ว่าจะให้บริการเกิดขึ้นและสร้างความไว้วางใจความถูกต้องและความสม่ำเสมอซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามที่เกี่ยวข้อง 5 ข้อ ได้แก่ เมื่อผู้ใช้มีปัญหาจะสนใจแก้ปัญหาให้อย่างจริงจังสามารถรับรู้ถึงปัญหาของผู้ใช้ได้อย่างถูกต้องสามารถให้บริการได้ตรงตามความต้องการตั้งแต่ครั้งแรกสามารถให้บริการได้ตามที่แจ้งไว้ให้บริการได้ตามระยะเวลาที่ได้มีการแจ้งไว้

3) การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) คือ ความปรารถนาในการช่วยเหลือผู้ใช้บริการและจัดหาบริการมาให้ตามที่ได้สัญญาตกลงไว้ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามที่เกี่ยวข้อง 4 ข้อ ได้แก่ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการสามารถให้ความช่วยเหลือผู้ใช้ได้ตรงตามที่ต้องการให้บริการด้วยขั้นตอนที่สะดวกรวดเร็วและมีการแจ้งให้ผู้ใช้ทราบทุกครั้งเกี่ยวกับการให้บริการ

4) ความไว้วางใจ (Assurance) คือ การมีความรู้ความสามารถและความสุภาพอ่อนโยนของผู้ให้บริการการให้บริการด้วยความซื่อสัตย์และการสร้างให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามที่เกี่ยวข้อง 4 ข้อ ได้แก่ ผู้ให้บริการมีความรู้ที่จะตอบปัญหาได้ผู้ให้บริการสามารถอธิบายให้เข้าใจในข้อสงสัยต่าง ๆ ผู้ให้บริการมีพฤติกรรมที่สร้างให้เกิดความมั่นใจในการบริการและผู้ให้บริการมีกิริยามารยาทสุภาพและเป็นมิตร

5) การเข้าถึงจิตใจ (Empathy) คือ การให้ความเป็นห่วงและสนใจผู้มารับบริการแต่ละคนและมีความตั้งใจที่จะจัดหาสิ่งที่ผู้ใช้ต้องการมาตอบสนองได้ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามที่เกี่ยวข้อง 5 ข้อ ได้แก่ ผู้ให้บริการเอาใจใส่ผู้ใช้บริการผู้ให้บริการมีความเต็มใจในการให้บริการผู้ให้บริการเป็นกันเองกับผู้ใช้ผู้ใช้บริการมีการคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ใช้และผู้ให้บริการเข้าใจถึงความจำเป็นในการมาขอใช้บริการ

สำหรับเกณฑ์ใหม่ทั้ง 5 ด้านนี้ ได้มีการรวมองค์ประกอบบางด้านที่มีความคล้ายกันของเกณฑ์เดิมมาไว้ด้วยกันซึ่งด้านที่ยังคงใช้เหมือนเดิมมี 3 ด้าน คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือของบริการด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการส่วนเกณฑ์ใหม่ ด้านความไว้วางใจเป็นการรวมเกณฑ์เดิม 4 ด้านมาไว้ด้วยกันคือ ความเชี่ยวชาญความมีอัธยาศัยความน่าเชื่อถือและความปลอดภัย ส่วนด้านการเข้าถึงจิตใจได้รวมเกณฑ์เดิม 3 ด้านไว้ด้วยกันคือ การเข้าถึงบริการการติดต่อสื่อสารและความเข้าใจลูกค้า

เครื่องมือ SERVQUAL ที่พัฒนาปรับปรุงใหม่ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งสิ้นจำนวน 22 ข้อ ซึ่งครอบคลุมเกณฑ์ประเมินคุณภาพบริการ 5 ด้าน โดยคำถามแต่ละข้อจะวัดทั้งระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามระดับของการได้รับบริการตามจริงและแต่ละข้อจะประเมินค่า 7 ระดับ (ระดับ 1 - 7) ข้อมูลที่ได้จะนำมาหาค่าความแตกต่างของคะแนนความคาดหวังกับคะแนนบริการที่ได้รับจริงซึ่งความแตกต่างของคะแนนจะสามารถบอกระดับของคุณภาพบริการได้ว่าเป็นอย่างไรผลที่ได้จากการประเมินจะช่วยให้ผู้ที่มีหน้าที่ให้บริการเข้าใจความต้องการของผู้ใช้และสามารถนำไปพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพบริการให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรต่อไป (Parasuraman et al., 1985)

การประเมินคุณภาพบริการโดยใช้เครื่องมือ SERVQUAL เพื่อหาความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้า (Service Quality = Perceived Service minus Expected Service) ซึ่งสามารถคำนวณในแต่ละด้านของ SERVQUAL ได้ดังนี้

- 1) ถ้าคะแนนการรับรู้มากกว่าคะแนนความคาดหวัง ($P - E > 0$) หมายถึงการส่งมอบคุณภาพอยู่ในเกณฑ์ที่ดีและถ้าระดับคะแนนมากขึ้นแสดงว่าคุณภาพบริการจะดีขึ้นตามลำดับ
- 2) ถ้าคะแนนการรับรู้น้อยกว่าคะแนนความคาดหวัง ($P - E < 0$) หมายถึงการส่งมอบคุณภาพบริการอยู่ในเกณฑ์ที่ไม่ดีและถ้าระดับคะแนนติดลบมากขึ้นแสดงว่าคุณภาพบริการยิ่งลดลงตามลำดับ
- 3) ถ้าคะแนนการรับรู้เท่ากับคะแนนความคาดหวัง ($P - E = 0$) หมายถึงการส่งมอบคุณภาพบริการที่พอเพียงแล้วเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ (Parasuraman et al., 1988)

ในปี ค.ศ. 2005 Parasuraman (Parasuraman et al., 2005) ได้นำหลักของ SERVQUAL มาประยุกต์ใช้กับธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และได้พัฒนาเครื่องมือในการประเมินคุณภาพการบริการเว็บไซต์ขึ้นใหม่ที่ชื่อว่า “E-S-QUAL” และ “E-RecS-Qual” และจัดกลุ่มของการวัดคุณภาพของเว็บไซต์โดยแบ่งเป็นมิติการวัดคุณภาพ 4 ด้าน ได้แก่

- 1) ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency) หมายถึง การใช้งานง่าย ความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลภายในเว็บไซต์
- 2) การบรรลุเป้าหมาย (Fulfillment) หมายถึง ความสามารถในการทำงานให้ได้ตามเป้าหมายที่ตกลงไว้ (ผ่านเว็บไซต์) ที่เกี่ยวกับการจัดส่งสินค้าและความพร้อมของสินค้าที่จะจัดส่ง
- 3) ความสามารถของระบบ (System Availability) หมายถึง เว็บไซต์จะต้องอยู่ในสภาพของการพร้อมใช้งานได้เสมอ
- 4) ความเป็นส่วนตัว (Privacy) หมายถึง ระดับความปลอดภัยและการปกป้องข้อมูล พฤติกรรมการใช้งานของลูกค้า

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ

2.4.1 กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (มานิต รัตนสุวรรณ และสมฤดี ศรีจรรยา, 2554) มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การรู้ถึงความจำเป็นหรือต้องการในสินค้าหรือบริการเป็นแรงกระตุ้นที่เกิดขึ้นภายในของผู้บริโภคเองว่าตนเองมีความรู้ว่าจะมีความต้องการหรือความจำเป็นที่จะต้องบริการสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองอย่างใดอย่างหนึ่งทั้งนี้อาจมีสิ่งกระตุ้นจากปัจจัยภายนอกส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการหรือความจำเป็นด้วยเช่นกัน

ขั้นตอนที่ 2 การค้นหาข้อมูลซึ่งภายหลังจากที่ผู้บริโภคเกิดความต้องการหรือความจำเป็นในสินค้าหรือบริการแล้วผู้บริโภคจะทำการค้นหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อโดยผู้บริโภคอาจค้นหาข้อมูลด้วยตนเองเช่นการอ่านหนังสือการสอบถามหรือการขอคำแนะนำจากบุคคลอื่นการหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ตการอ่านข้อความที่กล่าวถึงสินค้าหรือบริการในเว็บบล็อก เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินทางเลือกหลังจากที่ผู้บริโภคค้นหาข้อมูลแล้วขั้นตอนต่อมาผู้บริโภคจะทำการประเมินทางเลือกเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยระหว่างสิ่งสองสิ่งหรือหลายสิ่งทั้งนี้สิ่งที่ผู้บริโภคมักจะทำการประเมินทางเลือกได้แก่ชื่อเสียงของตราสินค้าราคาของสินค้าคุณภาพของสินค้าความนิยมของสินค้าหรือบริการ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองโดยจะวางแผนซื้อสินค้าว่าจะซื้อเมื่อไรซื้อที่ไหนซื้ออย่างไร

ขั้นตอนที่ 5 การซื้อขั้นตอนนี้นับได้ว่าเป็นขั้นที่สำคัญเนื่องจากว่าเป็นขั้นตอนที่สินค้าหรือบริการจะถูกผู้บริโภคนำไปบริโภคซึ่งในทางการตลาดถือได้ว่าเป็นการประสบความสำเร็จอย่างหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้กับองค์กร

ขั้นตอนที่ 6 การติดตามผลการขายหรือการบริการโดยในขั้นตอนนี้ถือได้ว่าเป็นการให้ความสนใจต่อลูกค้าเป็นกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่ดีต่อผลิตภัณฑ์องค์กรและตราสินค้าและส่งผลให้มีการตัดสินใจซื้อซ้ำได้

Gibson, Ivancevich และ Donnelly (1979) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่าเป็นกระบวนการสำคัญขององค์กรที่ผู้บริหารจะต้องกระทำอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลข่าวสาร (Information) ซึ่งได้รับมาจากโครงสร้างองค์กรพฤติกรรมบุคคลและกลุ่มในองค์กร

วุฒิชัย จานงค์ (2523) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นเรื่องของการจัดการที่หลีกเลี่ยงไม่ได้และในการจัดการนั้นการตัดสินใจเป็นหัวใจในการปฏิบัติงานทุก ๆ เรื่อง ทุก ๆ กรณี เพื่อดำเนินการไปสู่วัตถุประสงค์อาจมีเครื่องมือมาช่วยในการพิจารณาถึงเหตุผลส่วนตัวอารมณ์ความรู้สึกใคร่ชอบพอ

เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจและมีลักษณะเป็นกระบวนการอันประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ต่อเนื่องกันไป

บุษกร คำคง (2542) กล่าวว่า การตัดสินใจต้องใช้ข้อมูลพื้นฐานจากเรื่องที่กำลังพิจารณาโดยใช้ความรู้พื้นฐานและข้อสรุปที่เป็นที่ยอมรับนำมาผสมผสานกับการสรุปอ้างอิงเพื่อนำไปสู่เป้าหมาย แสดงทิศทางนำไปสู่การตัดสินใจ

Johnston (2013) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นกระบวนการก่อนที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าหรือบริการผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการตัดสินใจของผู้บริโภคซึ่งการตัดสินใจซื้อไม่เพียงแต่เป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับผู้ประกอบการแต่ยังช่วยให้องค์กรสามารถปรับกลยุทธ์การขายตามกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคได้อีกด้วย

วจนะ ภูพานี (2555) กล่าวว่า การตัดสินใจของผู้บริโภคคือการเลือกผลิตภัณฑ์หรือบริการอื่น ๆ จากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ซึ่งระดับของการตัดสินใจของผู้บริโภคมีอยู่ 3 ระดับ คือ การตัดสินใจตามความเคยชินการตัดสินใจที่จำกัด และการตัดสินใจอย่างกว้างขวาง

สรุปคือ กระบวนการการตัดสินใจประกอบด้วย การรู้ถึงการให้บริการ การศึกษาค้นคว้าข้อมูล ประเมินทางเลือกจึงนำมาซึ่งการตัดสินใจในการใช้บริการ

2.4.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมีอยู่ด้วยกันหลายแนวความคิดทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริบทของการตัดสินใจนั้น ๆ เช่น การตัดสินใจทางธุรกิจการตัดสินใจทางการเมืองการตัดสินใจทางคณิตศาสตร์การตัดสินใจทางสถิติการตัดสินใจทางเศรษฐศาสตร์เป็นต้นแต่ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเอาปัจจัยที่มีอิทธิพลในบริบททางสังคมศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษาวิจัยดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

2.4.2.1 ปัจจัยบริบททางสังคมและวัฒนธรรม (Socio-cultural Context)

1) **วัฒนธรรม (Culture)** ประกอบด้วยค่านิยมจริยธรรมประเพณีที่สมาชิกในสังคมได้กำหนดไว้ดังนั้นวัฒนธรรมจึงประกอบด้วยกลุ่มของค่านิยมที่ขึ้นอยู่กับประเพณี และประวัติศาสตร์ที่แตกต่างกันไปรวมถึงความเชื่อทัศนคติและค่านิยมในการดำเนินการทางการตลาดในแต่ละประเทศจึงต้องคำนึงถึงค่านิยมทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันด้วยเช่นผลิตภัณฑ์ประเภทบิกินีและเครื่องตีมีแอลกอฮอล์จะไม่เหมาะสมที่จะทำการตลาดในสังคมมุสลิม เป็นต้น (Solomon, 2008)

2) **สังคม (Society)** เป็นกลุ่มของบุคคลที่อาศัยอยู่ร่วมกันและจัดตั้งขึ้นมาเป็นชุมชนโดยมีความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดเช่นครอบครัว เป็นต้น (Duncan, 2005) โปรแกรมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเป็นโปรแกรมที่พยายามสร้างความสัมพันธ์ด้านการค้าโดยใช้ข่าวสารเชื่อมโยงระหว่างบุคคลและชุมชนกับตรา

3) มิตรภาพ (Companionship) เป็นอีกหนึ่งความคาดหวังของบริษัทในสังคมที่จะส่งผลต่อการตอบสนองของบุคคลต่อข่าวสารเพราะคนส่วนใหญ่มักจะตอบสนองและมีค่านิยมที่ดีต่อตราที่ครอบครัวและเพื่อนเป็นผู้แนะนำดังนั้นข่าวสารที่เกิดจากการบอกต่อจึงมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการพิจารณาเพื่อตัดสินใจซื้อของบุคคลโดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าข่าวสารนั้นมาจากบุคคลที่น่าเชื่อถือหรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับตราและผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

4) กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) สำหรับลูกค้าจะได้แก่ครอบครัวเพื่อน ร่วมงานหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงสำหรับธุรกิจอันได้แก่สถาบันที่มีความชำนาญเป็นผู้นำในชนิดผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ผู้ให้คำปรึกษาและลูกค้าข่าวสารจากบุคคลเหล่านี้โดยเฉพาะอย่างยิ่งข่าวสารที่มาจากกรบอกต่อถือเป็นการสื่อสารที่สามารถโน้มน้าวใจได้เป็นอย่างดีกลุ่มอิทธิพลสามารถแบ่งได้ดังนี้

- (1) กลุ่มมีความสัมพันธ์กันเป็นการส่วนตัว (Personal) ได้แก่ครอบครัวเพื่อนร่วมงาน
- (2) กลุ่มที่มีความสัมพันธ์กันด้วยการเป็นสมาชิก (Membership) ได้แก่ สมาคมโบสถ์โรงเรียน
- (3) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (Expertise) ได้แก่ผู้นำทางความคิดผู้ให้คำปรึกษาผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน
- (4) กลุ่มบุคคลผู้มีความมุ่งมั่น (Aspiration) ได้แก่ศิลปินผู้มีชื่อเสียงนักกีฬานักการเมือง
- (5) กลุ่มบุคคลที่มีการแบ่งแยก (Dissociative) ได้แก่กลุ่มคนที่มิวัฒนธรรมแปลกแตกต่างกลุ่มมิฉาชีพหรือกลุ่มที่ผิดกฎหมายและกลุ่มต่อต้านสังคมกลุ่มชนิดนี้จัดเป็นกลุ่มอ้างอิงในทางลบ

2.4.2.2 ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) ได้แก่ อายุเพศการศึกษาความจำเป็นความต้องการความคิดเห็นความเชื่อบุคลิกภาพและแรงจูงใจเป็นต้นปัจจัยเหล่านี้ล้วนแล้วแต่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของบุคคลทั้งนั้นบางคนกระตือรือร้นกับการที่จะได้ทดลองสิ่งใหม่ ๆ ในขณะที่บางคนก็กังวลว่าจะต้องเผชิญกับความเสี่ยงปัจจัยส่วนบุคคลที่สำคัญซึ่งส่งผลต่อการตอบสนองต่อข่าวสารของการสื่อสารการตลาดมีดังนี้

- 1) ความจำเป็นและความต้องการ (Needs and Wants) นักการสื่อสารการตลาดพบว่าลำดับขั้นของความต้องการสามารถอธิบายได้ตามหลักการทางจิตวิทยาของมาสโลว์ซึ่งได้เรียงเรียงความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ไว้เป็นลำดับขั้นจากขั้นต่ำสุดคือความต้องการทางกายภาพจนถึงขั้นสูงสุดคือความต้องการเป็นตัวของตัวเอง

2) ทักษะความคิดเห็นและความเชื่อ (Attitudes, Opinions and Beliefs)

ทัศนคติ (Attitudes) เป็นความรู้สึกนึกคิดอุปนิสัยหรือแนวคิดที่มีต่อสิ่งของบุคคลและความคิด สามารถเป็นได้ทั้งด้านบวกและด้านลบ (Duncan, 2008, p. 730) ความคิดเห็น (Opinions) เป็นการพิจารณาสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะด้วยอารมณ์ที่เป็นกลางส่วนความเชื่อ (Beliefs) เป็นความคิดที่ยึดถือ (Armstrong & Kotler, 2009, p. 611) ซึ่งแตกต่างจากทัศนคติที่ขึ้นอยู่กับอารมณ์ความคิดเห็นและความเชื่อนั้นจะใช้อารมณ์ที่เป็นกลางมากกว่าทัศนคติความคิดเห็นและความเชื่อต่างก็เป็นผลสะท้อนมาจากปรัชญาของชีวิตดังนั้นการสื่อสารการตลาดจึงควรได้รับการออกแบบมาให้เข้ากับปรัชญาที่หลากหลายเพื่อให้สอดคล้องกับผู้บริโภคแต่ละแบบเพื่อที่จะทำให้ผู้บริโภคตอบสนองต่อข่าวสารของตราที่ตนชื่นชอบ

3) แรงจูงใจ (Motivations) เป็นแรงขับภายในของบุคคลซึ่งกระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย (Hoyer & Macinnis, 2010, p. 45) ดังนั้นการจูงใจจึงเป็นสาเหตุของพฤติกรรมที่ซื้อ กล่าวคือการตอบสนองต่อข่าวสารของการสื่อสารการตลาดจะขึ้นอยู่กับแรงจูงใจของและบุคคลซึ่งเป็นแรงผลักดันจากภายในที่จะกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองบางอย่างบางครั้งแรงจูงใจก็เกิดขึ้นเพียงชั่วคราวเช่นเมื่อได้รับการติดต่อให้ไปสัมภาษณ์งานก็ทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะซื้อชุดทำงานใหม่เพื่อสร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่น่าประทับใจเหมาะสมแก่การรับเข้าทำงานเป็นต้น และบางครั้งแรงจูงใจนั้นก็คงทนยาวนาน

2.4.3 ปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

เสรี วงษ์มณฑา (ม.ป.ป. อ่างใน กิตติคุณ บุญเกตุ, 2556) ได้กล่าวถึงปัจจัยพื้นฐานที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคโดยมีรายละเอียดดังนี้

ด้านที่ 1 ปัจจัยภายใน กล่าวคือเป็นปัจจัยซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคนั้นคือสภาพจิตวิทยาเป็นลักษณะความต้องการซึ่งเกิดจากสภาพจิตใจซึ่งเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมมนุษย์สภาพจิตใจนี้เองที่เป็นตัวทำให้นักการตลาดทำการตลาดได้โดยปัจจัยภายในจะเรียกได้ว่าเป็นตัวกำหนดพื้นฐานโดยปัจจัยต่าง ๆ ที่เข้ามาเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมตัดสินใจของผู้บริโภค ได้แก่ ความต้องการสิ่งจูงใจ บุคลิกภาพเจตคติการรับรู้และการเรียนรู้

1) ความต้องการความจำเป็นและความปรารถนาของมนุษย์ทั้ง 3 ประการนี้ สามารถแทนกันได้ความจำเป็นใช้สำหรับสินค้าที่จะเป็นต่อการครองชีพความต้องการใช้สำหรับความต้องการทางจิตวิทยาที่สูงขึ้นกว่าความจำเป็นส่วนความปรารถนาถือว่าเป็นความต้องการทางจิตวิทยาที่สูงที่สุด ดังนั้นความจำเป็นและความต้องการเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการตลาดสามารถขายสินค้าได้โดยสินค้าและบริการเป็นสิ่งที่สามารถนำมาตอบสนองความต้องการได้

2) แรงจูงใจ หมายถึง ปัญหาที่ถึงจุดวิกฤติที่ทำให้ผู้บริโภคไม่สบายใจแรงจูงใจจึงเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นรุนแรงบังคับให้เราค้นหาวิธีมาตอบสนองความพึงพอใจโดยแรงจูงใจนั้นมีพื้นฐานมาจากความจำเป็นคือถ้าไม่มีความจำเป็นก็จะไม่เกิดแรงจูงใจและความจำเป็นเมื่อเกิดความต้องการรุนแรงขึ้นก็จะกลายเป็นความต้องการแต่ถ้าความต้องการนั้นไม่รุนแรงพอก็จะไม่เกิดแรงจูงใจดังนั้นนักการตลาดจึงมีหน้าที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการจนเข้าสู่จุดวิกฤติทำให้เกิดความไม่สบายอย่างรุนแรงจนต้องค้นหาวิธีที่จะมาตอบสนองความต้องการนั้น ๆ

3) บุคลิกภาพ คือ ลักษณะนิสัยโดยรวมของบุคคลที่พัฒนาในระยะยาวซึ่งมีผลกระทบต่อ การกำหนดรูปแบบในการตอบสนองที่ไม่เหมือนกันทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพของแต่ละบุคคลดังนั้น บุคลิกภาพจึงเป็นตัวกำหนดการตอบสนองของมนุษย์

4) เจตคติ คือ ความรู้สึกที่คนเรามีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งสิ่งที่เข้ามากำหนดเจตคติ ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจและแนวโน้มของนิสัยหรือความพร้อมที่จะกระทำทั้ง 3 ประการนี้ เป็นสิ่งที่ นักการตลาดต้องเปลี่ยนแปลงโดยถ้าผู้บริโภคคนใดมีเจตคติที่ดีต่อสินค้าของเราก็พยายามรักษาไว้แต่ ถ้าผู้บริโภคใดที่มีเจตคติที่ไม่ดีต่อสินค้าของเราก็พยายามเปลี่ยนแปลงเจตคติให้หันมาชอบสินค้าของเรา ในที่สุด

5) การรับรู้เป็นกระบวนการที่บุคคลเลือกข้อมูลและตีความข้อมูลเพื่อกำหนดตามที่มีความหมายซึ่งการรับรู้เป็นสิ่งที่สำคัญมากในแง่การตลาดถ้านักการตลาดใส่ใจในการสร้างภาพพจน์ที่จะให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ที่ดีสินค้าก็ไม่สามารถขายได้แต่สินค้าที่สร้างภาพพจน์ที่ดี (ผู้บริโภคเกิดการรับรู้) แล้วไม่ประสบความสำเร็จนั้นมีสาเหตุเพราะสินค้าไม่มีคุณภาพจนผู้บริโภครับไม่ได้

6) การเรียนรู้เป็นการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของบุคคลซึ่งเกิดจากประสบการณ์ดังนั้นการเรียนรู้จึงเป็นประสบการณ์ที่บุคคลสะสมไว้นักการตลาดจึงมีหน้าที่ใส่ประสบการณ์การเรียนรู้ที่เกี่ยวกับตราสินค้าที่ถูกต้องให้ผู้บริโภค

ด้านที่ 2 ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคมีดังนี้

1) สภาพเศรษฐกิจเป็นสิ่งที่กำหนดอำนาจซื้อของผู้บริโภคและถือเป็นปัจจัยที่กำหนด พฤติกรรมของผู้บริโภคประการหนึ่ง

2) ครอบครัวทำให้เกิดการตอบสนองต่อความต้องการผลิตภัณฑ์การตอบสนองความต้องการ ต่อร่างกายจะได้รับอิทธิพลจากสมาชิกในครอบครัว

3) กลุ่มสังคมประกอบด้วยรูปแบบการดำรงชีวิตค่านิยมและความเชื่อ

4) วัฒนธรรมเป็นกลุ่มของค่านิยมพื้นฐานการรับรู้ความต้องการและพฤติกรรมซึ่งเรียนรู้จาก การเป็นสมาชิกของสังคมในครอบครัววัฒนธรรมจึงเป็นรูปแบบหรือวิถีทางในการดำเนินชีวิตที่คนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับ

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.5.1 งานวิจัยในประเทศ

กุลปริยา นกดี (2557) ได้ศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยี GPS Tracking ของบริษัท พี.ที. ทรานส์ เอ็กซ์เพรส จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี GPS Tracking ของบริษัท พี.ที. ทรานส์ เอ็กซ์เพรส จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน และคุณภาพการให้บริการ ด้านการเข้าถึงการให้บริการ ในขณะที่ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี ทักษะติดต่อเทคโนโลยี คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองความต้องการ ความน่าเชื่อถือ และความปลอดภัยไม่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี GPS Tracking ของบริษัท พี.ที. ทรานส์ เอ็กซ์เพรส จำกัด

เกวรินทร์ ละเอียดดีนันท์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคทางออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 20 – 29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นนักเรียนหรือนักศึกษามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ใช้เวลาในการอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์โดยเฉลี่ยวันละ 1 – 3 ชั่วโมง ส่วนใหญ่เคยตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เนื้อหาประเภทหนังสือนวนิยายและเคยตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mebmarket.com สื่อออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์คือ Dek-d.com โดยราคาเฉลี่ยของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่เลือกซื้อในแต่ละครั้งราคา 100 – 300 บาท สถานที่ที่ผู้บริโภคใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มากที่สุดคือบ้าน และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีด้านการนำมาใช้งานจริงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุดรองลงมาคือพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ ด้านทัศนคติที่มีต่อสื่อออนไลน์การยอมรับเทคโนโลยีด้านความง่ายในการใช้งานพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ด้านความบันเทิงทางออนไลน์ด้านการรับรู้ทางออนไลน์และการยอมรับเทคโนโลยีด้านความตั้งใจที่จะใช้ตามลำดับโดยร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครได้ร้อยละ 47.10 ในขณะที่การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยงและด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้และพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ด้านอารมณ์ทางออนไลน์และด้านความต่อเนื่องไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ผู้บริโภคนในเขตกรุงเทพมหานคร

จวีรพร ทองทะวัย (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับของผู้ว่าจ้างในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs): กรณีผู้ให้บริการด้านการพัฒนาระบบงาน (Application Development Outsourcing) มีวัตถุประสงค์เพื่อหาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้บริการพัฒนาระบบงานจากภายนอกองค์กรรอบแนวคิดของงานวิจัยมีพื้นฐานมาจากทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) และเครื่องมือวัดคุณภาพ

การให้บริการของ Yoon และ Hyunsuk (2004 อ้างใน จุรีพร ทองทะวีย์, 2555) ประกอบด้วย 6 มิติ คือ ความไว้วางใจ (Reliability) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) การประกันคุณภาพ (Assurance) ความเข้าอกเข้าใจ (Empathy) กระบวนการ (Process) และการศึกษา (Education) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้บริการจากภายนอกเพื่อพัฒนาระบบงานของ ผู้ว่าจ้างกลุ่ม SMEs ในภาพรวมคือความไว้วางใจการศึกษาและการประกันคุณภาพทั้ง 3 มิติ นี้มีผลต่อทั้งในด้านการรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ความง่ายของการใช้บริการจากภายนอกนอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่าผู้ว่าจ้างมีทัศนคติทางบวกต่อการใช้บริการจากภายนอกซึ่งจะมีผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการด้านการพัฒนาระบบงานจากภายนอกองค์กรต่อไปในอนาคต

วรพิน งามไกววัล (2556) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคชาวไทยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือกลุ่มผู้ที่เคยใช้บริการหรือรู้จักหนังสืออิเล็กทรอนิกส์จำนวน 322 ตัวอย่าง ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีระดับอายุอยู่ที่ 20-29 ปี ระดับการศึกษาในระดับปริญญาโทหรือเทียบเท่าเป็นนักเรียนนักศึกษา มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ส่วนใหญ่เคยใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มาก่อนโดยใช้งานเวลาอยู่ที่บ้านมีระยะเวลาในการใช้งานอยู่ที่ 2-3 ชั่วโมงต่อวัน จากการวัดระดับการรับรู้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1) ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ด้านเพศด้านอายุด้านระดับการศึกษาและด้านอาชีพในขณะที่เดียวกันด้านรายได้ไม่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ 2) ปัจจัยองค์ประกอบการรับรู้มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ การรับรู้จากสิ่งเร้าและการรับรู้จากบุคคล

อัครเดช ปิ่นสุข (2558) ได้ศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์และส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (E-satisfaction) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือกลุ่มผู้ที่เคยใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานครจำนวน 280 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีอาชีพนักเรียน/ นักศึกษาและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท สำหรับการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้แก่ 1) การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งานและด้านการรับรู้ประโยชน์ 2) คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านความน่าเชื่อถือและด้านความเป็นส่วนตัว และ 3) ส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าด้านความต้องการเฉพาะของลูกค้าและด้านความสะดวกในการใช้งานในขณะที่คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านการตอบสนองความต้องการ

และด้านการเข้าถึงการให้บริการส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าด้านการจัดองค์ประกอบ และด้านช่องทางในการสื่อสารไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบ แอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

จิรวัดณ์ วงศ์ธงชัย (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี บารโค้ดสองมิติผลการศึกษพบว่า ผู้ใช้งานกลุ่มเจนเอเรชั่นวายมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากโดยมีความคิดเห็นด้านความได้เปรียบเหนือเทคโนโลยีเดิมความสนุกในการใช้งานความสอดคล้องกับคุณค่าความต้องการและประสบการณ์ในอดีตความง่ายในการใช้งานและความมีประโยชน์ตามลำดับยิ่งไปกว่านั้นผู้ใช้งานกลุ่มเจนเอเรชั่นวายมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับโดยรวมอยู่ในระดับมากโดยมีความคิดเห็นด้านการยืนยันในเทคโนโลยีและการใช้งานจริงตามลำดับ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้มีความสัมพันธ์กับการยอมรับยิ่งไปกว่านั้นปัจจัยด้านการรับรู้มีผลกระทบต่อการยอมรับเทคโนโลยีบารโค้ดสองมิติของผู้ใช้งานกลุ่มเจนเอเรชั่นวายโดยปัจจัยการรับรู้มีผลกระทบต่อการยอมรับในเทคโนโลยีบารโค้ดสองมิติของผู้ใช้งานกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในด้านความสอดคล้องกับคุณค่าความต้องการและประสบการณ์ในอดีตด้านความง่ายในการใช้งานด้านความมีประโยชน์และด้านความสนุกในการใช้งานตามลำดับผู้ใช้งานกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ได้แก่อาชีพ และรายได้แตกต่างกันมีการรับรู้ในเทคโนโลยีบารโค้ดสองมิติแตกต่างกัน อีกทั้งผู้ใช้งานกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อาชีพและรายได้แตกต่างกันมีการยอมรับเทคโนโลยีบารโค้ดสองมิติแตกต่างกัน

2.5.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Barrera, Garcia และ Moreno (2014) ได้ศึกษาเรื่องการประเมินคุณภาพการบริการ อิเล็กทรอนิกส์ของ ผู้ให้บริการด้วยความแตกต่างทางด้านสังคมและประชากรของผู้ใช้บริการออนไลน์ โดยศึกษาจากสองสถานที่คือเริ่มจากการศึกษาก่อนหน้านี้แสดงให้เห็นว่าคุณภาพของการบริการ สามารถเกิดการรับรู้ที่แตกต่างกันด้วยลูกค้าที่แตกต่างกันต่อมาในพื้นที่การให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ นักวิจัยบางคนได้ใช้ข้อมูลลักษณะสังคมออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการอธิบายความแตกต่างของ พฤติกรรมออนไลน์ของผู้ใช้การศึกษาในครั้งนี้ได้วิเคราะห์ว่าคุณภาพการรับรู้ของ E-services มีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับข้อมูลลักษณะสังคมออนไลน์และลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคออนไลน์ (อายุเพศระดับการศึกษาและความถี่ของการใช้อินเทอร์เน็ต) โดยการตอบสนองที่ได้จาก ผู้บริโภคออนไลน์ 267 คน ที่มีประสบการณ์และมีปัญหาในระหว่างการใช้งานบริการออนไลน์ ผลพบว่า (1) มิติความน่าเชื่อถือคือสิ่งที่ได้รับการให้ความสำคัญมากที่สุดในขณะที่การให้บริการ ย้อนหลังมีประสิทธิภาพการทำงานที่ต่ำที่สุด (2) การรับรู้คุณภาพบริการค่อนข้างเหมือนกันระหว่าง กลุ่มผู้ใช้ออนไลน์ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกัน (3) ผลที่ได้ไม่มีความแปรปรวน

Lee และ Wu (2011) ศึกษาเรื่องการศึกษาผลกระทบที่ได้รับจากการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการสร้างคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์กรณีสืบศึกษาเว็บไซต์ของสายการบินในไต้หวันโดยตลาดเว็บไซต์ของสายการบินได้รับการเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงหลายปีที่ผ่านมาและ E-commerce และกิจกรรม E-service ได้ดึงดูดความสนใจจากลูกค้าข้อบ่งชี้ออนไลน์มากขึ้นเนื่องจากลูกค้าไม่ต้องเสียเวลาในการรอคอยโดยการศึกษาคำนี้สำรวจจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 236 คน ที่มีประสบการณ์ในการซื้อตั๋วสายการบินจาก 30 เว็บไซต์ที่ให้บริการสายการบินที่แตกต่างกันในไต้หวันผลการศึกษาพบว่าผลที่ได้จากความไว้วางใจและการรับรู้ประโยชน์ซึ่งเป็นปัจจัยของการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศมีสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์และความพึงพอใจในบริการ

Jin (2014) ได้ศึกษาเรื่องยอมรับหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในกลุ่มนักศึกษา: ในมุมมองการบูรณาการทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Adoption of e-book among College Students: The Perspective of an Integrated TAM) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการยอมรับแพร่กระจายนวัตกรรมของด้านความสอดคล้องด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองและด้านบรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้และการรับรู้ถึงประโยชน์งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในขณะที่ปัจจัยด้านความได้เปรียบมีอิทธิพลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้เท่านั้นนอกจากนี้การรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งานได้ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจที่จะใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์มากและความพึงพอใจที่จะใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในอนาคตอย่างมีนัยสำคัญ

2.6 สมมติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (Massive Online Open Courses: MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครมีสมมติฐานของการวิจัย ดังนี้

2.6.1 การยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครดังนี้

2.6.1.1 การรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน (Perceived Usefulness) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน MOOC ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร

2.6.1.2 ความง่ายของการทำงาน (Ease of Use) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร

2.6.1.3 ความสะดวก (Convenience) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร

2.6.2 คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร ดังนี้

2.6.2.1 ความน่าเชื่อถือ (Credibility) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร

2.6.2.2 การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร

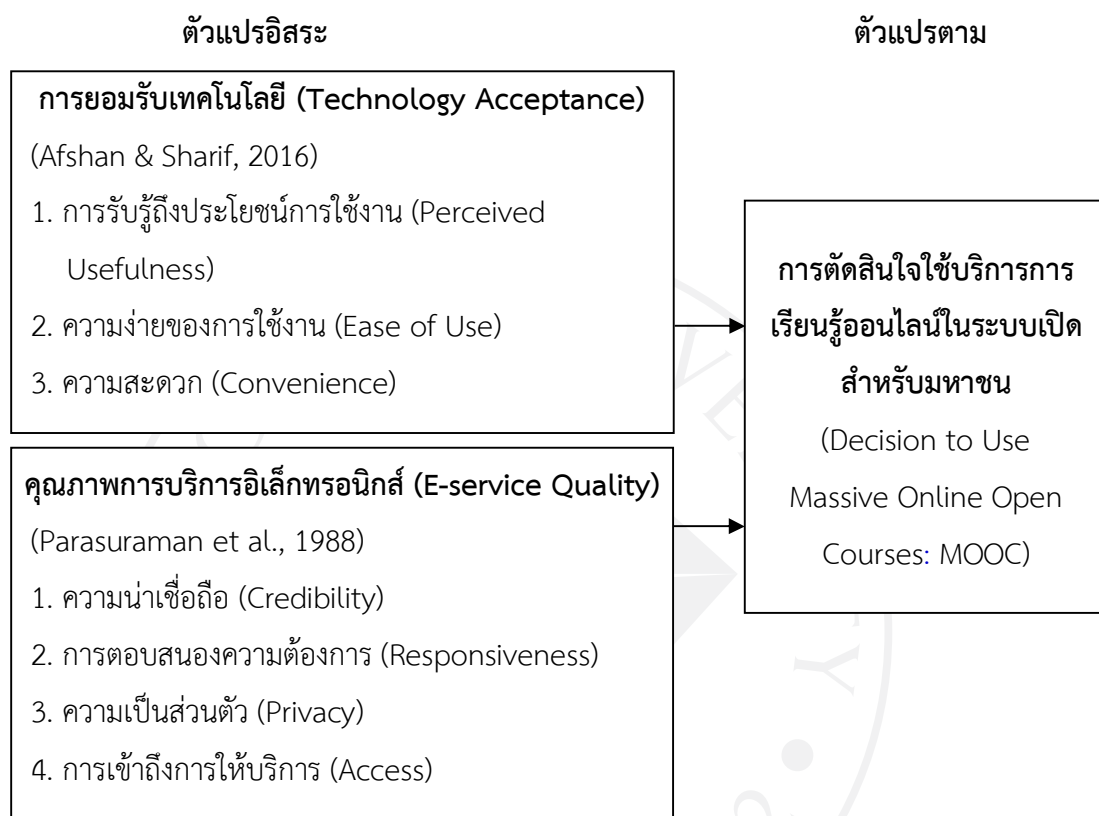
2.6.2.3 ความเป็นส่วนตัว (Privacy) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร

2.6.2.4 การเข้าถึงการให้บริการ (Access) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร

2.7 กรอบแนวคิดของการวิจัย

การศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร มีกรอบแนวคิดการวิจัย ดังแสดงในภาพที่ 2.10

ภาพที่ 2.10: กรอบแนวคิดของงานวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร



กรอบแนวคิดการวิจัยในข้างต้นแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) ภายใต้แนวคิดของ Afshan และ Sharif (2016) และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-service Quality) ภายใต้แนวคิดของ Parasuraman และคณะ (1988) กับตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (Massive Online Open Courses: MOOC)

บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษางานวิจัยเรื่องการยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามลำดับ ดังนี้

- 3.1 ประเภทของงานวิจัย
- 3.2 ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.4 การทดสอบเครื่องมือ
- 3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประเภทของงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อมุ่งค้นหาข้อเท็จจริงจากการเก็บข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร

3.2 ประชากร กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ได้แก่ ผู้ที่ใช้หรือศึกษาการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้ คือผู้ที่ใช้หรือศึกษาการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ในเขตกรุงเทพมหานครผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่าง (Sample Size) โดยการทดสอบแบบสอบถามกับตัวอย่าง จำนวน 40 ชุด และคำนวณหาค่า Partial R² ได้เท่ากับ 0.354 เพื่อนำไปประมาณค่าขนาดตัวอย่างโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป G*Power ซึ่งเป็นโปรแกรมที่สร้างจากสูตรของ Cohen (1977) ผ่านการตรวจสอบและได้รับการยอมรับจากนักวิจัยจำนวนมาก สำหรับการกำหนดขนาดตัวอย่างให้ถูกต้องและทันสมัย (Howell, 2010 และนงลักษณ์ วิรัชชัย, 2555) จากการประมาณค่าตัวอย่างโดยมีค่าขนาดอิทธิพล (Effect Size) เท่ากับ 0.05559864 คำนวณจากค่า

ตัวอย่าง 40 ชุด ความน่าจะเป็นของความคลาดเคลื่อนในการทดสอบประเภทหนึ่ง (α) เท่ากับ 0.15 จำนวนตัวแปรทำนายเท่ากับ 11 อำนาจการทดสอบ ($1-\beta$) เท่ากับ 0.85 (Cohen, 1962) จึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 254 ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากตัวอย่างเพิ่มรวมทั้งสิ้นเป็น 260 ตัวอย่าง เพื่อสำรองข้อมูล

3.2.3 การสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีการจับฉลากเพื่อสุ่มเลือก 1 เขต เป็นตัวแทนเขตจากแต่ละกลุ่มเขตการปกครองกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งได้ดังนี้

- 1) กลุ่มกรุงเทพมหานครกลาง ประกอบด้วย เขตพระนคร เขตดุสิต เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตสัมพันธวงศ์ เขตดินแดง เขตห้วยขวาง เขตพญาไท เขตราชเทวี และเขตวังทองหลาง
- 2) กลุ่มกรุงเทพใต้ ประกอบด้วย เขตปทุมวัน เขตบางรัก เขตสาทร เขตบางคอแหลม เขตยานนาวา เขตคลองเตย เขตวัฒนา เขตพระโขนง เขตสวนหลวง และเขตบางนา
- 3) กลุ่มกรุงเทพเหนือ ประกอบด้วย เขตจตุจักร เขตบางซื่อ เขตลาดพร้าว เขตหลักสี่ เขตดอนเมือง เขตสายไหม และ เขตบางเขน
- 4) กลุ่มกรุงเทพตะวันออก ประกอบด้วย เขตบางกะปิ เขตสะพานสูง เขตบึงกุ่ม เขตคันนายาว เขตลาดกระบัง เขตมีนบุรี เขตหนองจอก เขตคลองสามวา และเขตประเวศ
- 5) กลุ่มกรุงเทพมหานครเหนือและใต้ ประกอบด้วย เขตธนบุรี เขตคลองสาน เขตจอมทอง เขตบางกอกใหญ่ เขตบางกอกน้อย เขตบางพลัด เขตตลิ่งชัน และเขตทวีวัฒนา เขตภาษีเจริญ เขตบางแค เขตหนองแขม เขตบางขุนเทียน เขตบางบอน เขตราชบุรีบูรณะ และเขตทุ่งครุ (ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร, 2557)

จากการสุ่มจับฉลากเลือกตัวแทนของแต่ละกลุ่มเขตการปกครอง ได้ 5 เขต ดังนี้

- | | |
|----------------------------|----------------|
| 1) กลุ่มกรุงเทพมหานครกลาง | คือ เขตราชเทวี |
| 2) กลุ่มกรุงเทพใต้ | คือ เขตปทุมวัน |
| 3) กลุ่มกรุงเทพเหนือ | คือ เขตจตุจักร |
| 4) กลุ่มกรุงเทพตะวันออก | คือ เขตบางกะปิ |
| 5) กลุ่มกรุงเทพมหานครเหนือ | คือ เขตทุ่งครุ |

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) อีกครั้งโดยการนำรายชื่อมหาวิทยาลัยมหาวิทยาลัยที่เปิดบริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ทั้งหมดที่ตั้งอยู่ในเขตการปกครองที่สุ่มไว้ในขั้นตอนที่ 1 มาดำเนินการจับฉลากเพื่อเลือกสุ่ม

ตัวแทนของมหาวิทยาลัยที่เปิดบริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ในแต่ละเขตการปกครองที่ได้ทำการสุ่มไว้ในขั้นตอนที่ 1

ตารางที่ 3.1: แสดงพื้นที่ในการลงภาคสนามเก็บข้อมูลแบบสอบถามและจำนวนตัวอย่างในแต่ละพื้นที่

เขต	สถานที่	บริเวณที่เก็บแบบสอบถาม	จำนวน (ชุด)
1. เขตราชเทวี	1	มหาวิทยาลัยมหิดล	40
2. เขตปทุมวัน	1	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	40
3. เขตจตุจักร	1	มหาวิทยาลัยศรีปทุม	40
4. เขตรังสิต	1	มหาวิทยาลัยรังสิต	40
5. เขตทุ่งครุ	1	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	40
รวม			200

ขั้นตอนที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยการแจกแบบสอบถามบริเวณมหาวิทยาลัยที่เปิดบริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ที่สุ่มไว้ในขั้นที่ 2 จนครบจำนวนที่กำหนดไว้ดังแสดงในตารางที่ 3.1 เมื่อพบตัวอย่างผู้วิจัยจะเข้าไปสอบถามเบื้องต้น (Screening Question) ว่าเป็นผู้ที่ใช้หรือเคยใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) เพื่อให้แน่ใจว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดไว้ โดยเฉพาะเจาะจงแล้ว ผู้วิจัยจึงแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างและขอความร่วมมือจากตัวอย่างในการกรอกข้อมูลในแบบสอบถาม จนครบจำนวน 260 ตัวอย่าง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1.1 ศึกษาทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-service Quality) และการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (Decision to Use Massive Online Open Courses) เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย

3.3.1.2 สร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดในการวิจัย และนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและนำคำแนะนำมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้ถูกต้องเหมาะสม

3.3.1.3 นำแบบสอบถามที่ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด และนำไปทำการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)

3.3.1.4 นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 260 ตัวอย่าง

3.3.2 แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) จำนวน 260 ชุด โดยแบ่งเป็นทั้งหมด 6 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะคำถามให้เลือกตอบ ประกอบด้วยคำถาม 5 ข้อ ดังนี้

ตารางที่ 3.2: ตัวแปรระดับการวัดข้อมูลและเกณฑ์การแบ่งกลุ่มคำตอบ สำหรับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตัวแปร	ระดับการวัด	เกณฑ์การแบ่งกลุ่ม
1. เพศ	Nominal	1= ชาย 2= หญิง
2. อายุ	Ordinal	1= ต่ำกว่า 20 ปี 2= 20– 25 ปี 3= 26– 30 ปี 4= 31 –35 ปี 5= 36 –40 ปี 6= 41– 45 ปี 7= 46 – 50 ปี 8= 51 ปีขึ้นไป

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.2 (ต่อ): ตัวแปรระดับการวัดข้อมูลและเกณฑ์การแบ่งกลุ่มคำตอบ สำหรับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตัวแปร	ระดับการวัด	เกณฑ์การแบ่งกลุ่ม
3. ระดับการศึกษา	Ordinal	1= ต่ำกว่าปริญญาตรี 2= ปริญญาตรี 3= สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ	Ordinal	1= นักเรียน/ นักศึกษา 2= เจ้าของธุรกิจ/ อาชีพอิสระ 3= พนักงานบริษัทเอกชน 4= ข้าราชการ 5= พนักงานรัฐวิสาหกิจ 6= แม่บ้าน/ พ่อบ้าน 7= อื่น ๆ (โปรดระบุ)
5. รายได้เฉลี่ย	Ordinal	1= ต่ำกว่า 15,000 บาท 2= 15,001-25,000 บาท 3= 25,001-35,000 บาท 4= 35,001-45,000 บาท 5= 45,001-55,000 บาท 6= 55,001 บาทขึ้นไป
6. ระยะเวลาในการทำงาน	Ordinal	1= น้อยกว่า 5 ปี 2= 5-10 ปี 3= 11-20 ปี 4= 21-30 ปี 5= 30 ปีขึ้นไป

ส่วนที่ 2 การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครโดยวัดระดับความสำคัญเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคอร์ท (Likert) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ในการให้คะแนนแต่ละข้อคำถาม ดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 2 ข้อมูลการสอบถามการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครแบ่งเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1) การยอมรับเทคโนโลยีด้านความง่ายของการใช้งาน (Ease of Use: EU) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) โดยแสดงเกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ประกอบด้วยคำถาม 4 ข้อย่อย ดังนี้

ตารางที่ 3.3: เกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน (Perceived Usefulness: PU)

คำถาม	มาตรวัด	ที่มา
การรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน (Perceived Usefulness: PU)		
1. การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนสามารถช่วยท่านค้นหาหลักสูตรการเรียนที่หลากหลายได้รวดเร็วและง่าย	Interval	Afshan และ Sharif (2016)
2. การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนช่วยให้ท่านเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น	Interval	Afshan และ Sharif (2016)
3. การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนช่วยให้ท่านได้เรียนกับสถาบันที่มีชื่อเสียง ได้ง่ายขึ้น	Interval	Afshan และ Sharif (2016)
4. การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนมีหลักสูตรการเรียนรู้อันทันสมัยตลอดเวลา	Interval	Afshan และ Sharif (2016)

2) การยอมรับเทคโนโลยีด้านความง่ายของการใช้งาน (Ease of Use: EU) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) โดยแสดงเกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ประกอบด้วยคำถาม 4 ข้อย่อย ดังนี้

ตารางที่ 3.4: เกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครด้าน ความง่ายของการใช้งาน (Ease of Use: EU)

คำถาม	มาตรวัด	ที่มา
ความง่ายของการใช้งาน (Ease of Use: EU)		
5. ท่านสามารถสมัครใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนได้ง่าย	Interval	Afshan และ Sharif (2016)
6. ท่านสามารถเข้าเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนได้ง่าย	Interval	Afshan และ Sharif (2016)
7. การเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนมีขั้นตอน ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	Interval	Afshan และ Sharif (2016)
8. ท่านสามารถเรียนรู้ การใช้งานต่าง ๆ ของระบบการเรียนผ่านออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน ได้ด้วยตนเอง	Interval	Afshan และ Sharif (2016)

3) การยอมรับเทคโนโลยีด้านความสะดวก (Convenience: CV) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) โดยแสดงเกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ประกอบด้วยคำถาม 4 ข้อย่อย ดังนี้

ตารางที่ 3.5: เกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครด้านความสะดวก (Convenience: CV)

คำถาม	มาตรวัด	ที่มา
ความสะดวก (Convenience: CV)		
9. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนสามารถเรียนได้ ทุกที่ทุกเวลา	Interval	Afshan และ Sharif (2016)
10. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนทำให้ท่านสามารถแบ่งเวลาในการทำกิจกรรมอื่นได้ดีขึ้น	Interval	Afshan และ Sharif (2016)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.5 (ต่อ): เกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครด้านความสะดวก (Convenience: CV)

คำถาม	มาตรวัด	ที่มา
11. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน ทำให้ท่านได้รับความสะดวกสบายไม่ต้องเดินทางไปเรียน ณ สถานที่จัดการเรียนการสอน	Interval	Afshan และ Sharif (2016)
12. การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ ช่วยให้ท่านเรียนได้สะดวกขึ้น	Interval	Afshan และ Sharif (2016)

ส่วนที่ 3 คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-service Quality) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครโดยวัดระดับความสำคัญเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคอร์ท (Likert) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ในการให้คะแนนแต่ละข้อคำถาม ดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 3 ข้อมูลการสอบถามคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-service Quality) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครแบ่งเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1) คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความน่าเชื่อถือ (Credibility: CD) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) โดยแสดงเกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ประกอบด้วยคำถาม 4 ข้อย่อย ดังนี้

ตารางที่ 3.6: เกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครด้านความน่าเชื่อถือ (Credibility: CD)

คำถาม	มาตรวัด	ที่มา
ความน่าเชื่อถือ (Credibility: CD)		
13. ท่านคิดว่า การศึกษาผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนมีมาตรฐาน	Interval	Parasuraman และคณะ (1988)
14. การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนมีสถาบันต่าง ๆ ที่เปิดสอนในระบบที่มีความน่าเชื่อถือ	Interval	Parasuraman และคณะ (1988)
15. การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนมีมาตรการรักษาความปลอดภัยเพื่อปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เรียน	Interval	Parasuraman และคณะ (1988)
16. หลักสูตรการเรียนการสอนในการศึกษาผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนมีความน่าเชื่อถือ	Interval	Parasuraman และคณะ (1988)

2) คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness: RS) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) โดยแสดงเกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ประกอบด้วยคำถาม 4 ข้อย่อย ดังนี้

ตารางที่ 3.7: เกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness: RS)

คำถาม	มาตรวัด	ที่มา
การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness: RS)		
17. ระบบการศึกษาผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนมีหลักสูตรหลากหลาย ตรงตามที่ท่านต้องการเรียนรู้	Interval	Parasuraman และคณะ (1988)
18. ผู้เรียนสามารถที่จะเลือกเรียนหลักสูตร ได้ตามต้องการ	Interval	Parasuraman และคณะ (1988)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.7 (ต่อ): เกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness: RS)

คำถาม	มาตรวัด	ที่มา
19. ผู้เรียนสามารถเลือกเวลาในการเรียนได้ตามต้องการ	Interval	Parasuraman และคณะ (1988)
20. ผู้เรียนสามารถเลือกสถาบันหรือผู้สอน ได้ตามต้องการ	Interval	Parasuraman และคณะ (1988)

3) คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy: PV) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) โดยแสดงเกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ประกอบด้วยคำถาม 4 ข้อย่อย ดังนี้

ตารางที่ 3.8: เกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy: PV)

คำถาม	มาตรวัด	ที่มา
ความเป็นส่วนตัว (Privacy: PV)		
21. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน มีระบบรักษาความเป็นส่วนตัว อาทิ ระบบจะเก็บข้อมูลของผู้เรียนโดยไม่นำไปเผยแพร่	Interval	Parasuraman และคณะ (1988)
22. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนช่วยให้ท่านมีอิสระในการเรียน	Interval	Parasuraman และคณะ (1988)
23. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนช่วยให้ท่านมีความเป็นส่วนตัวในการเรียนมาก	Interval	Parasuraman และคณะ (1988)
24. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนทำให้ท่านสามารถแบ่งเวลาในชีวิตประจำวันปกติกับการเรียนได้ง่าย	Interval	Parasuraman และคณะ (1988)

4) คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านปัจจัยด้านการเข้าถึงการให้บริการ (Access: AC) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) โดยแสดงเกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ประกอบด้วยคำถาม 4 ข้อย่อย ดังนี้

ตารางที่ 3.9: เกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครด้านปัจจัยด้านการเข้าถึงการให้บริการ (Access: AC)

คำถาม	มาตรวัด	ที่มา
การเข้าถึงการให้บริการ (Access: AC)		
25. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน สามารถเข้าถึงหลักสูตรการเรียนการสอนได้ง่าย	Interval	Parasuraman และคณะ (1988)
26. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนทำให้ท่านสามารถค้นหาหลักสูตรที่ท่านมีความสนใจที่จะเรียนได้โดยง่าย	Interval	Parasuraman และคณะ (1988)
27. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน ช่วยให้ท่านมีความสะดวกในการวางแผนการเรียนมากขึ้น	Interval	Parasuraman และคณะ (1988)
28. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน ทำให้ท่านเข้าถึงหลักสูตรการเรียนการสอนในสถาบันที่มีชื่อเสียงได้มากขึ้น	Interval	Parasuraman และคณะ (1988)

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (Decision to Use Massive Online Open Courses) ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครโดยวัดระดับความสำคัญเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคอร์ท (Likert) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ในการให้คะแนนแต่ละข้อคำถาม ดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 3 ข้อมูลการสอบถามการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (Decision to Use Massive Online Open Courses) ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

1) การตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (Decision to Use Massive Online Open Courses) ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแสดงเกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ประกอบด้วยคำถาม 4 ข้อย่อย ดังนี้

ตารางที่ 3.10: เกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (Decision to Use Massive Online Open Courses) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

คำถาม	มาตรวัด	ที่มา
การตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (Decision to Use Massive Online Open Courses)		
29. ท่านตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนเมื่อมีหัวข้อการเรียนรู้ และเนื้อหาที่น่าสนใจ	Interval	เสรี วงษ์มณฑา (ม.ป.ป. อ้างใน กิตติคุณ บุญเกตุ, 2556)
30. ท่านตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนโดยพิจารณาจากสถาบันหรือผู้สอนที่มีชื่อเสียง	Interval	เสรี วงษ์มณฑา (ม.ป.ป. อ้างใน กิตติคุณ บุญเกตุ, 2556)
31. ท่านตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนเมื่อระบบมีช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับผู้เรียนหลากหลายช่องทาง	Interval	เสรี วงษ์มณฑา (ม.ป.ป. อ้างใน กิตติคุณ บุญเกตุ, 2556)
32. ท่านตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนโดยท่านมีการค้นข้อมูลและพิจารณาเปรียบเทียบกับการเรียนในระบบอื่น ๆ	Interval	เสรี วงษ์มณฑา (ม.ป.ป. อ้างใน กิตติคุณ บุญเกตุ, 2556)

3.4 การทดสอบเครื่องมือ

3.4.1 การตรวจสอบความตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบความครบถ้วนและความสอดคล้องของเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามที่ตรงกับเรื่องที่จะศึกษา ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่านที่พิจารณาแบบสอบถาม ได้แก่

- 1) โชติกา มานุกิตต์ นักวิชาการ มูลนิธิจุฬาภรณ์ (นักวิชาการ)
- 2) พรรณี วุฒิเมธา ผอ. โรงเรียนสามัคคีวิทยา ปราจีนบุรี (นักวิชาการ)
- 3) ณัฐชนก ศรีทองประเสริฐ Sale Coordinator บ. Hazchem Logistics Management จำกัด (ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์สำหรับสารเคมีและสินค้าอันตราย)

วิธีการและขั้นตอนการประเมิน

การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาผู้วิจัยได้กระทำได้โดยการนำนิยามเชิงปฏิบัติการ และข้อคำถามให้ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาความสอดคล้อง และกรอกผลการพิจารณา ซึ่งดัชนีที่ใช้แสดงค่าความสอดคล้อง เรียกว่า ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญประเมินคะแนน 3 ระดับ

ให้คะแนน +1 หากแน่ใจว่า ข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด

ให้คะแนน 0 หากไม่แน่ใจว่า ข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด

ให้คะแนน -1 หากแน่ใจว่า ข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด

ค่าดัชนีความสอดคล้องที่ยอมรับได้ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ, 2545)

สูตรในการคำนวณ

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

IOC	คือ	ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์
R	คือ	คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ
$\sum R$	คือ	ผลรวมของคะแนนผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน
N	คือ	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ส่วนที่ 1 การยอมรับเทคโนโลยี

ตารางที่ 3.11: ค่าดัชนีความสอดคล้อง และผลการพิจารณาของการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งานที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร

การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance)	ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ			IOC = $\frac{\sum R}{N}$	สรุปผล
	1	2	3		
การรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน (Perceived Usefulness: PU)					
1. การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนสามารถช่วยท่านค้นหาหลักสูตรการเรียนที่หลากหลายได้รวดเร็วและง่าย	1	1	1	1.00	ใช้ได้
2. การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนช่วยให้ท่านเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3. ใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนช่วยให้ท่านได้เรียนกับสถาบันที่มีชื่อเสียงได้ง่ายขึ้น	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4. การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน มีหลักสูตรการเรียนรู้ที่ทันสมัยตลอดเวลา	1	1	1	1.00	ใช้ได้
ความง่ายของการทำงาน (Ease of Use: EU)					
5. ท่านสามารถสมัครใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน ได้ง่าย	1	1	1	1.00	ใช้ได้
6. ท่านสามารถเข้าเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนได้ง่าย	1	1	1	1.00	ใช้ได้
7. การเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน มีขั้นตอน ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	1	1	1	1.00	ใช้ได้
8. ท่านสามารถเรียนรู้ การใช้งานต่าง ๆ ของระบบการเรียนผ่านออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน ได้ด้วยตนเอง	1	1	1	1.00	ใช้ได้

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.11 (ต่อ): ค่าดัชนีความสอดคล้อง และผลการพิจารณาของการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน
ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน
(MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร

การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance)	ผลการประเมิน ของผู้เชี่ยวชาญ			IOC = $\frac{\sum R}{N}$	สรุปผล
	1	2	3		
ความสะดวก (Convenience: CV)					
9. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน สามารถเรียนได้ ทุกที่ทุกเวลา	1	1	1	1.00	ใช้ได้
10. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน ทำให้ท่านสามารถแบ่งเวลาในการทำกิจกรรมอื่นได้ดีขึ้น	1	1	1	1.00	ใช้ได้
11. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน ทำให้ท่านได้รับความสะดวกสบาย ไม่ต้องเดินทางไป เรียน ณ สถานที่จัดการเรียนการสอน	1	1	1	1.00	ใช้ได้
12. การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ ช่วยให้ท่านเรียน ได้สะดวกขึ้น	1	1	1	1.00	ใช้ได้

ส่วนที่ 2 คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 3.12: ค่าดัชนีความสอดคล้อง และผลการพิจารณาของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มี
ผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC)
ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์	ผลการประเมิน ของผู้เชี่ยวชาญ			IOC = $\frac{\sum R}{N}$	สรุปผล
	1	2	3		
ความน่าเชื่อถือ (Credibility: CD)					
13. ท่านคิดว่า การศึกษาผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิด สำหรับมหาชน มีมาตรฐาน	1	1	1	1.00	ใช้ได้

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.12 (ต่อ): ค่าดัชนีความสอดคล้อง และผลการพิจารณาของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์
ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน
(MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์	ผลการประเมิน ของผู้เชี่ยวชาญ			IOC = $\frac{\sum R}{N}$	สรุปผล
	1	2	3		
14. การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิด สำหรับมหาชน มีสถาบันต่าง ๆ ที่เปิดสอนในระบบที่มี ความน่าเชื่อถือ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
15. การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิด สำหรับมหาชนมีมาตรการรักษาความปลอดภัยเพื่อ ปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เรียน	1	1	1	1.00	ใช้ได้
16. หลักสูตรการเรียนการสอนในการศึกษาผ่านระบบ ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน มีความน่าเชื่อถือ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness: RS)					
17. ระบบการศึกษาผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับ มหาชนมีหลักสูตรหลากหลาย ตรงตามที่ท่านต้องการ เรียนรู้	1	1	1	1.00	ใช้ได้
18. ผู้เรียนสามารถที่จะเลือกเรียนหลักสูตร ได้ตามต้องการ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
19. ผู้เรียนสามารถเลือกเวลาในการเรียน ได้ตามต้องการ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
20. ผู้เรียนสามารถเลือกสถาบันหรือผู้สอน ได้ตามต้องการ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
ความเป็นส่วนตัว (Privacy: PV)					
21. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน มีระบบรักษาความเป็นส่วนตัว อาทิ ระบบจะเก็บข้อมูล ของผู้เรียนโดยไม่นำไปเผยแพร่	1	1	1	1.00	ใช้ได้
22. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน ช่วยให้ท่านมีอิสระในการเรียน	1	1	1	1.00	ใช้ได้

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.12 (ต่อ): ค่าดัชนีความสอดคล้อง และผลการพิจารณาของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์
ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน
(MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์	ผลการประเมิน ของผู้เชี่ยวชาญ			IOC = $\frac{\sum R}{N}$	สรุปผล
	1	2	3		
23. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน ช่วยให้ท่านมีความเป็นส่วนตัวในการเรียนมาก	1	1	1	1.00	ใช้ได้
24. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน ทำให้ท่านสามารถแบ่งเวลาในชีวิตประจำวันปกติกับการ เรียนได้ง่าย	1	1	1	1.00	ใช้ได้
ปัจจัยด้านการเข้าถึงการให้บริการ (Access: AC)					
25. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน สามารถเข้าถึงหลักสูตรการเรียนการสอนได้ง่าย	1	1	1	1.00	ใช้ได้
26. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน ทำให้ท่านสามารถค้นหาหลักสูตรที่ท่านมีความสนใจที่ จะเรียนได้โดยง่าย	1	1	1	1.00	ใช้ได้
27. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน ช่วยให้ท่านมีความสะดวกในการวางแผนการเรียนมากขึ้น	1	1	1	1.00	ใช้ได้
28. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน ทำให้ท่านเข้าถึงหลักสูตรการเรียนการสอนในสถาบันที่มี ชื่อเสียงได้มากขึ้น	1	1	1	1.00	ใช้ได้

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน

ตารางที่ 3.13: ค่าดัชนีความสอดคล้อง และผลการพิจารณาของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิด สำหรับมหาชน	ผลการประเมิน ของผู้เชี่ยวชาญ			IOC = $\frac{\sum R}{N}$	สรุปผล
	1	2	3		
1. ท่านตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิด สำหรับมหาชน เมื่อมีหัวข้อการเรียนรู้ และเนื้อหาที่น่าสนใจ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
2. ท่านตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิด สำหรับมหาชน โดยพิจารณาจากสถาบันหรือผู้สอนที่มี ชื่อเสียง	1	1	1	1.00	ใช้ได้
3. ท่านตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิด สำหรับมหาชน เมื่อระบบมีช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับ ผู้เรียนหลากหลายช่องทาง	1	1	1	1.00	ใช้ได้
4. ท่านตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิด สำหรับมหาชน โดยท่านมีการค้นข้อมูลและพิจารณา เปรียบเทียบกับกรเรียนในระบบอื่น ๆ	1	1	1	1.00	ใช้ได้

3.4.2 การตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบ เพื่อให้แน่ใจว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะมีความเข้าใจตรงกัน และตอบคำถามได้ตามความเป็นจริงทุกข้อ รวมทั้งข้อคำถามมีความเที่ยงทางสถิติ วิธีการทดสอบกระทำโดยการทดลองนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากของผู้ใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 40 ตัวอย่าง หลังจากนั้น จึงวิเคราะห์ความเที่ยงของแบบสอบถามโดยใช้สถิติและพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของคำถามในแต่ละด้าน ซึ่งมีรายละเอียดดังตารางที่ 3.14

ตารางที่ 3.14: ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของแบบสอบถาม

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค			
	ข้อ	กลุ่มทดลอง (n = 40)	ข้อ	กลุ่มตัวอย่าง (n = 280)
1. การรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน	4	.772	4	.897
2. ความง่ายของการใช้งาน	4	.889	4	.844
3. ความสะดวก	4	.803	4	.850
4. ความน่าเชื่อถือ	4	.900	4	.643
5. การตอบสนองความต้องการ	4	.953	4	.817
6. ความเป็นส่วนตัว	4	.871	4	.897
7. ปัจจัยด้านการเข้าถึงการให้บริการ	4	.889	4	.898
8. การตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน	4	.874	4	.894
ค่าความเชื่อมั่นรวม	32	.868	32	.842

เกณฑ์การพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (α) มีค่าอยู่ระหว่าง $0 < \alpha < 1$ ค่าความเที่ยงสำหรับงานวิจัยประเภทต่าง ๆ โดย Nunnally (1978) เสนอว่า

ค่า (α) มากกว่าและเท่ากับ 0.7 สำหรับงานวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research)

ค่า (α) มากกว่าและเท่ากับ 0.8 สำหรับงานวิจัยพื้นฐาน (Basic Research)

ค่า (α) มากกว่าและเท่ากับ 0.9 สำหรับการตัดสินใจ (Important Research)

ผลจากการวัดค่าความเที่ยงพบว่าค่าความเที่ยงของแบบสอบถามเมื่อนำไปใช้ทดสอบกับกลุ่มทดลอง 40 ชุด พบว่า มีค่าความเที่ยงของแบบสอบถามโดยรวมเท่ากับ 0.868 โดยคำถามแต่ละด้านมีระดับความเที่ยงอยู่ระหว่าง 0.700–0.953 และกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 260 ชุด มีค่าความเที่ยงของแบบสอบถามโดยรวมเท่ากับ 0.842 โดยคำถามแต่ละด้านมีระดับความเที่ยงอยู่ระหว่าง 0.643–0.844 ซึ่งผลของค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาคของแบบสอบถามทั้ง 2 กลุ่ม มีค่าความเที่ยงตามเกณฑ์ของ Nunnally (1978) สามารถนำมาใช้ในงานวิจัยได้

3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อวิจัยในเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานครผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลดังนี้

3.5.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 260 ตัวอย่าง เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้วทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

3.5.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่สามารถสืบค้นและอ้างอิงได้ เช่น บทความ อินเทอร์เน็ต วารสารทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ เป็นต้น

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่

3.6.1.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สูตรดังนี้

$$P = \frac{f}{N} (100)$$

เมื่อ	P	คือ ค่าคะแนนเฉลี่ย
	f	คือ ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	N	คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.6.1.2 การหาค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้สูตรดังนี้

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ	\bar{x}	คือ ค่าเฉลี่ย
เมื่อ	$\sum x$	คือ ผลรวมของคะแนนทั้งหมดของกลุ่ม
	n	คือ จำนวนของคะแนนในกลุ่ม

3.6.1.3 การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ใช้สูตรดังนี้

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	คือ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	X	คือ ค่าคะแนน
	n	คือ จำนวนคะแนนในแต่ละกลุ่ม
	$\sum x$	คือ ผลรวมของคะแนนทั้งหมดของกลุ่ม

3.6.2 สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถามเพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้การคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s^2} \right]$$

เมื่อ	α	แทนค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
	n	แทนจำนวนข้อในแบบสอบถาม
	$\sum s_i^2$	แทนผลรวมของค่าคะแนนการแปรปรวนของรายข้อ
	s^2	แทนคะแนนความแปรปรวนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

3.6.3 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

3.6.3.1 สมการพหุคูณโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (Y) จำนวน 1 ตัวกับตัวแปรอิสระ (X) ตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป เป็นเทคนิคทางสถิติที่อาศัยความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรมาใช้ในการทำนายโดยเมื่อทราบค่าตัวแปรหนึ่งก็สามารถทำนายอีกตัวแปรหนึ่งได้สามารถเขียนให้อยู่ในรูปสมการเชิงเส้นตรงในรูปคะแนนดิบ

$$\hat{Y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k$$

เมื่อ Y คือ คะแนนพยากรณ์ของตัวแปรตาม Y
 b_0 คือ ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ
 b_1, \dots, b_k คือ น้ำหนักคะแนนหรือสัมประสิทธิ์การถดถอยของ

ตัวแปรอิสระตัวที่ 1 ถึงตัวที่ k ตามลำดับ

X_0, \dots, X_k คือ คะแนนตัวแปรอิสระตัวที่ 1 ถึงตัวที่ k

K คือ จำนวนตัวแปรอิสระ

3.6.3.2 การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระทุกตัว
 พร้อมกันใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) โดยสมมติฐานของการทดสอบคือ H_0 :
 $\beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_k = 0$ เทียบกับ H_1 : มี β_i อย่างน้อย 1 ตัวที่ $\neq 0$ ($i=1, \dots, k$) (กัลยา วาณิชยบัญชา,
 2554)

ตารางที่ 3.15: การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ

แหล่งความแปรปรวน (Source of Variance)	องศาอิสระ (df)	ผลบวกกำลัง สอง (Sum Square: SS)	ผลบวกกำลังสอง เฉลี่ย (Mean Square: MS)	F-Statistic
การถดถอย (Regression)	k	SSR	$MSR = \frac{SSR}{k}$	$F = \frac{MSR}{MSE}$
ความคลาดเคลื่อน (Error/ Residual)	$n-k-1$	SSE	$MSE = \frac{SSE}{n-k-1}$	
ผลรวม (Total)	$n-1$	SST		

เมื่อ k คือ จำนวนตัวแปรอิสระ

n คือ จำนวนตัวอย่าง

SST (Sum Square of Total) คือ ค่าความแปรปรวนทั้งหมดของ

$$Y = \sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2$$

SSR (Sum Square of Error/ Sum Square of Residual) คือ
 ค่าความแปรปรวนของ Y เนื่องจากอิทธิพลอื่น ๆ

$$Y = \sum_{i=1}^n y_i - \bar{y}$$

MSR (Mean Square of Regression) คือ ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของ Y เนื่องจากอิทธิพลของ X_1, \dots, X_k

MSE (Mean Square of Error) คือค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของ Y เนื่องจากอิทธิพลอื่น F คือ ค่าสถิติทดสอบที่พิจารณาการแจกแจงแบบ F (F-distribution) จากปฏิเสธ H_0 เมื่อ ค่า F ที่คำนวณได้ค่ามากกว่า $F_{1-\alpha, k, n-k-1}$

3.6.3.3 การทดสอบความมีนัยสำคัญของสัมประสิทธิ์การถดถอยแต่ละตัวสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานในการวิจัยครั้งนี้มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.16: แสดงสมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์
1. การยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) แก่ทุกจุด ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน (Perceived Usefulness) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร	Multiple Regression Analysis
2. การยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ด้านความง่ายของการใช้งาน (Ease of Use) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร	Multiple Regression Analysis
3. การยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ด้านความสะดวก (Convenience) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร	Multiple Regression Analysis

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.16 (ต่อ): แสดงสมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์
4. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร ด้านความน่าเชื่อถือ (Credibility) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร	Multiple Regression Analysis
5. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร	Multiple Regression Analysis
6. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร	Multiple Regression Analysis
7. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร ด้านการเข้าถึงการให้บริการ (Access) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร	Multiple Regression Analysis

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง การศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์จำนวน 260 ชุด คิดเป็นอัตราการตอบกลับ 100% โดยมีค่าความเที่ยงของตัวแปรแต่ละด้าน มีค่าเท่ากับ 0.643–0.844 ซึ่งมีค่าความเที่ยงสูง (Nunnally, 1978) จึงสามารถนำผลลัพธ์ไปวิเคราะห์ในขั้นต่อไปสถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ทดสอบสมมติฐาน และนำเสนอผลการวิเคราะห์โดยแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

- 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลการยอมรับเทคโนโลยี
- 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์
- 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน
- 4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน
- 4.6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่การแจกแจงความถี่ค่าร้อยละเพื่ออธิบายถึงลักษณะทั่วไปของตัวแปรข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สรุปได้ตามตารางและคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	144	55.4
ชาย	116	44.6
รวม	260	100.0

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 144 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.4 รองลงมาคือ เพศชาย มีจำนวน 116 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.6

ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	39	15.0
20 – 25 ปี	107	41.2
26 – 30 ปี	56	21.5
31 - 35 ปี	29	11.2
36 – 40 ปี	13	5.0
46 -50 ปี	9	3.5
51 ปีขึ้นไป	7	2.7
รวม	260	100.0

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 20 – 25 ปี ซึ่งมีจำนวน 107 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.2 รองลงมาคืออายุ 26 – 30 ปี มีจำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.5 อายุ ต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.0 อายุ 31 - 35 ปี มีจำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.2 อายุ 36 – 40 ปี มีจำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 5 อายุ 46 -50 ปี มีจำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.5 และน้อยที่สุดคือ อายุ 51 ปีขึ้นไป มีจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	130	50.0
ปริญญาตรี	72	27.7
สูงกว่าปริญญาตรี	58	22.3
รวม	260	100.0

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปต่ำกว่าปริญญาตรี ซึ่งมีจำนวน 130 ราย คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือปริญญาตรี มีจำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.7 และสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/ นักศึกษา	78	30.0
เจ้าของธุรกิจ/ อาชีพอิสระ	34	13.1
พนักงานบริษัทเอกชน	20	7.7
ข้าราชการ	51	19.6
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	13	5.0
รับจ้าง	58	22.3
อื่น ๆ (โปรดระบุ)	6	2.3
รวม	260	100.0

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา ซึ่งมีจำนวน 78 ราย คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาคือ อาชีพรับจ้างมีจำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.3 อาชีพข้าราชการ มีจำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.6 อาชีพเจ้าของธุรกิจ/ อาชีพอิสระมีจำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.1 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.7 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 5 และอาชีพอื่น ๆ (โปรดระบุ) มีจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5: จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน	42	16.2
15,001 – 25,000 บาท	77	29.6
25,001 – 35,000 บาท	63	24.2
35,001 – 45,000 บาท	24	9.2
45,001 - 55,000 บาท	39	15.0
55,001 บาทขึ้นไป	15	5.8
รวม	260	100.0

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท ซึ่งมีจำนวน 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.6 รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท มีจำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 - 55,000 บาท มีจำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 15 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 – 45,000 บาท มีจำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.2 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 55,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.8 ตามลำดับ

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลการยอมรับเทคโนโลยี

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลเพื่ออธิบายถึงการยอมรับเทคโนโลยีซึ่งประกอบด้วยการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน (Perceived Usefulness: PU) ความง่ายของการใช้งาน (Ease of Use: EU) และความสะดวก (Convenience: CV) สรุปได้ตามตารางและคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 4.6: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูล การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน

การยอมรับเทคโนโลยี	\bar{x}	S.D	ระดับความคิดเห็น
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน (Perceived Usefulness: PU)			
1. การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิด สำหรับมหาชนสามารถช่วยท่านค้นหาหลักสูตรการเรียนที่หลากหลายได้รวดเร็วและง่าย	3.21	.707	ปานกลาง
2. การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิด สำหรับมหาชนช่วยให้ท่านเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น	3.01	.831	ปานกลาง
3. การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิด สำหรับมหาชนช่วยให้ท่านได้เรียนกับสถาบันที่มีชื่อเสียงได้ง่ายขึ้น	3.11	.953	ปานกลาง
4. การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิด สำหรับมหาชนมีหลักสูตรการเรียนรู้อันทันสมัยตลอดเวลา	3.37	.849	ปานกลาง
รวม	3.1750	.61406	ปานกลาง

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยปานกลางกับการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน (Perceived Usefulness: PU) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.1750) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) มีหลักสูตรการเรียนรู้ที่ทันสมัยตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37) รองลงมาคือ การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) สามารถช่วยท่านค้นหาหลักสูตรการเรียนที่หลากหลายได้รวดเร็วและง่าย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21) การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ช่วยให้คุณได้เรียนกับสถาบันที่มีชื่อเสียง ได้ง่ายขึ้น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือการใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ช่วยให้คุณเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01)

ตารางที่ 4.7: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูล การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายของการใช้งาน (Ease of Use: EU)

การยอมรับเทคโนโลยี	\bar{x}	S.D	ระดับความคิดเห็น
ด้านความง่ายของการใช้งาน (Ease of Use: EU)			
1. ท่านสามารถสมัครใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนได้ง่าย	3.73	.982	มาก
2. ท่านสามารถเข้าเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนได้ง่าย	3.57	.785	มาก
3. การเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนมีขั้นตอน ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.04	.900	ปานกลาง
4. ท่านสามารถเรียนรู้ การใช้งานต่าง ๆ ของระบบการเรียนผ่านออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน ได้ด้วยตนเอง	3.73	.982	มาก
รวม	3.5163	.66560	มาก

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากกับการยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายของการใช้งาน (Ease of Use: EU) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.5163) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือท่านสามารถสมัครใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ได้ง่าย และท่านสามารถเรียนรู้ การใช้งานต่าง ๆ ของระบบการเรียนผ่านออนไลน์ในระบบ

เปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ได้ด้วยตนเอง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73) รองลงมาคือ ท่านสามารถเข้าเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ได้ง่าย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือการเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) มีขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04)

ตารางที่ 4.8: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของข้อมูล การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความสะดวก (Convenience: CV)

การยอมรับเทคโนโลยี	\bar{x}	S.D	ระดับความคิดเห็น
ด้านความสะดวก (Convenience: CV)			
1. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนสามารถเรียนได้ ทุกที่ทุกเวลา	3.06	.751	ปานกลาง
2. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนทำให้ท่านสามารถแบ่งเวลาในการทำกิจกรรมอื่นได้ดีขึ้น	3.07	.927	ปานกลาง
3. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนทำให้ท่านได้รับความสะดวกสบายไม่ต้องเดินทางไปเรียน ณ สถานที่จัดการเรียนการสอน	3.37	.857	ปานกลาง
4. การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ ช่วยให้ท่านเรียนได้สะดวกขึ้น	2.18	.712	น้อย
รวม	2.9192	.57975	ปานกลาง

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยปานกลางกับการยอมรับเทคโนโลยี ด้านความสะดวก (Convenience: CV) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.9192) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ทำให้ท่านได้รับความสะดวกสบายไม่ต้องเดินทางไปเรียน ณ สถานที่จัดการเรียนการสอน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37) รองลงมาคือ การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ทำให้ท่านสามารถแบ่งเวลาในการทำกิจกรรมอื่นได้ดีขึ้น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07) การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) สามารถเรียนได้ ทุกที่ทุกเวลา (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06) และข้อที่มี

ค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือการใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ช่วยให้ท่านเรียนได้สะดวกขึ้น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.18)

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลเพื่ออธิบายถึงข้อมูลคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-service Quality) ซึ่งประกอบด้วยความน่าเชื่อถือ (Credibility: CD) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness: RS) ความเป็นส่วนตัว (Privacy: PV) และปัจจัยด้านการเข้าถึงการให้บริการ (Access: AC) สรุปได้ตามตารางและคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 4.9: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-service Quality) ด้านความน่าเชื่อถือ (Credibility: CD)

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์	\bar{x}	S.D	ระดับความคิดเห็น
ด้านความน่าเชื่อถือ (Credibility: CD)			
1. ท่านคิดว่า การศึกษาผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนมีมาตรฐาน	3.01	.824	ปานกลาง
2. การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนมีสถาบันต่าง ๆ ที่เปิดสอนในระบบที่มีความน่าเชื่อถือ	2.89	.850	ปานกลาง
3. การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนมีมาตรการรักษาความปลอดภัยเพื่อปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เรียน	3.07	.893	ปานกลาง
4. หลักสูตรการเรียนการสอนในการศึกษาผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนมีความน่าเชื่อถือ	2.38	1.012	ปานกลาง
รวม	2.8365	.64328	ปานกลาง

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยปานกลางกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-service Quality) ด้านความน่าเชื่อถือ (Credibility: CD) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.8365) และเมื่อพิจารณารายชื่อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบ

เปิดสำหรับมหาชน (MOOC) มีมาตรการรักษาความปลอดภัยเพื่อปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เรียน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07) รองลงมาคือ ท่านคิดว่า การศึกษาผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) มีมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01) การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) มีสถาบันต่าง ๆ ที่เปิดสอนในระบบที่มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือหลักสูตรการเรียนการสอนในการศึกษาผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.38)

ตารางที่ 4.10: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-service Quality) ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness: RS)

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์	\bar{X}	S.D	ระดับความคิดเห็น
ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness: RS)			
1. ระบบการศึกษาผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนมีหลักสูตรหลากหลาย ตรงตามที่ท่านต้องการเรียนรู้	4.41	.618	มากที่สุด
2. ผู้เรียนสามารถที่จะเลือกเรียนหลักสูตรได้ตามต้องการ	3.97	.889	มาก
3. ผู้เรียนสามารถเลือกเวลาในการเรียนได้ตามต้องการ	4.04	.737	มาก
4. ผู้เรียนสามารถเลือกสถาบันหรือผู้สอนได้ตามต้องการ	3.93	.758	มาก
รวม	4.0865	.58141	มาก

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-service Quality) ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness: RS) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.0865) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือระบบการศึกษาผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) มีหลักสูตรหลากหลาย ตรงตามที่ท่านต้องการเรียนรู้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41) รองลงมาคือ ผู้เรียนสามารถเลือกเวลาในการเรียนได้ตามต้องการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04) ผู้เรียนสามารถเลือกเวลาในการเรียนได้ตามต้องการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือผู้เรียนสามารถเลือกสถาบันหรือผู้สอน ได้ตามต้องการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93)

ตารางที่ 4.11: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-service Quality) ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy: PV)

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์	\bar{x}	S.D	ระดับความคิดเห็น
ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy: PV)			
1. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน มีระบบรักษาความเป็นส่วนตัว อาทิ ระบบจะเก็บข้อมูลของผู้เรียนโดยไม่นำไปเผยแพร่	4.24	.749	มากที่สุด
2. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนช่วยให้ท่านมีอิสระในการเรียน	4.09	.743	มาก
3. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนช่วยให้ท่านมีความเป็นส่วนตัวในการเรียนมาก	4.11	.738	มาก
4. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนทำให้ท่านสามารถแบ่งเวลาในชีวิตประจำวันปกติกับการเรียนได้ง่าย	4.21	.630	มาก
รวม	4.1606	.45707	มาก

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-service Quality) ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy: PV) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.1606) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) มีระบบรักษาความเป็นส่วนตัว อาทิ ระบบจะเก็บข้อมูลของผู้เรียนโดยไม่นำไปเผยแพร่ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24) รองลงมาคือ การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ทำให้ท่านสามารถแบ่งเวลาในชีวิตประจำวันปกติกับการเรียนได้ง่าย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21) การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ช่วยให้ท่านมีความเป็นส่วนตัวในการเรียนมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนช่วยให้ท่านมีอิสระในการเรียน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09)

ตารางที่ 4.12: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-service Quality) ด้านปัจจัยด้านการเข้าถึงการให้บริการ (Access: AC)

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์	\bar{x}	S.D	ระดับความคิดเห็น
ด้านปัจจัยด้านการเข้าถึงการให้บริการ (Access: AC)			
1. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนสามารถเข้าถึงหลักสูตรการเรียนการสอนได้ง่าย	4.27	.620	มากที่สุด
2. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนทำให้ท่านสามารถค้นหาหลักสูตรที่ท่านมีความสนใจที่จะเรียนได้โดยง่าย	4.16	.710	มาก
3. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนช่วยให้ท่านมีความสะดวกในการวางแผนการเรียนมากขึ้น	4.42	.619	มากที่สุด
4. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนทำให้ท่านเข้าถึงหลักสูตรการเรียนการสอนในสถาบันที่มีชื่อเสียงได้มากขึ้น	4.23	.668	มากที่สุด
รวม	4.2692	.42499	มากที่สุด

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-service Quality) ด้านปัจจัยด้านการเข้าถึงการให้บริการ (Access: AC) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.2692) และเมื่อพิจารณารายชื่อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ช่วยให้ท่านมีความสะดวกในการวางแผนการเรียนมากขึ้น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42) รองลงมาคือ การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) สามารถเข้าถึงหลักสูตรการเรียนการสอนได้ง่าย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27) การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ทำให้ท่านเข้าถึงหลักสูตรการเรียนการสอนในสถาบันที่มีชื่อเสียงได้มากขึ้น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ทำให้ท่านสามารถค้นหาหลักสูตรที่ท่านมีความสนใจที่จะเรียนได้โดยง่าย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16)

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลเพื่ออธิบายถึงข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (Decision to Use Massive Online Open Courses) สรุปได้ตามตารางและคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 4.13: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน

การตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ ในระบบเปิดสำหรับมหาชน	\bar{x}	S.D	ระดับความ คิดเห็น
1. ท่านตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิด สำหรับมหาชนเมื่อมีหัวข้อการเรียนรู้ และเนื้อหา ที่น่าสนใจ	4.28	.766	มากที่สุด
2. ท่านตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิด สำหรับมหาชนโดยพิจารณาจากสถาบันหรือผู้สอนที่มี ชื่อเสียง	4.22	.676	มากที่สุด
3. ท่านตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิด สำหรับมหาชนเมื่อระบบมีช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับ ผู้เรียนหลากหลายช่องทาง	4.07	.730	มาก
4. ท่านตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิด สำหรับมหาชนโดยท่านมีการค้นข้อมูลและพิจารณา เปรียบเทียบกับกรเรียนในระบบอื่น ๆ	3.83	.738	มาก
รวม	4.0971	.39107	มาก

ผลการศึกษาข้อมูล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากกับการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.0971) และเมื่อพิจารณารายชื่อพบว่ามีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือท่านตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) เมื่อมีหัวข้อการเรียนรู้ และเนื้อหาที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28) รองลงมาคือ ท่านตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) โดยพิจารณาจากสถาบันหรือผู้สอนที่มีชื่อเสียง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22) ท่านตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน

เมื่อระบบมีช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับผู้เรียนหลากหลายช่องทาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือท่านตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) โดยท่านมีการค้นข้อมูลและพิจารณาเปรียบเทียบกับกรเรียนในระบบอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83)

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) มีผลการวิเคราะห์และมีความหมายของสัญลักษณ์ต่าง ๆ ดังนี้

Sig.	หมายถึง ระดับนัยสำคัญ
R^2	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพในการพยากรณ์
S.E.	หมายถึง ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
b	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในสมการที่เขียนในรูป
คะแนนดิบ	
Beta (β)	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน
t	หมายถึง ค่าสถิติที่ใช้การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับค่าเฉลี่ยของสมการแต่ละค่าที่อยู่ในสมการ
Tolerance	หมายถึง ค่าที่สภาพของกลุ่มของตัวแปรอิสระในสมการมีความสัมพันธ์กัน
VIF	หมายถึง ค่าที่สภาพของกลุ่มของตัวแปรอิสระในสมการมีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.14: การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของการยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัย	การตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC)						
	S.E.	b	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	.288	1.920	-	6.673	.000	-	-
การยอมรับเทคโนโลยี							
- การรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน	.036	.129	.203	3.593	.000	.802	1.247
- ความง่ายของการใช้งาน	.036	-.185	-.314	-5.065	.000	.666	1.501
- ความสะดวก	.056	.047	.070	.844	.400	.377	2.652
คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์							
- ความน่าเชื่อถือ	.046	.048	.079	1.045	.297	.448	2.231
- การตอบสนองความต้องการ	.040	.077	.115	1.949	.052	.741	1.350
- ความเป็นส่วนตัว	.047	.358	.418	7.603	.000	.847	1.180
- ปัจจัยด้านการเข้าถึงการให้บริการ	.053	.079	.086	1.498	.135	.774	1.293

$R^2 = 0.354$, $F=19.748$, $*p<0.05$

จากตารางที่ 4.14 ผลจากการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ ดังตารางที่ 2 พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน (Sig. = .000) ด้านความง่ายของการใช้งาน (Sig. = .000) ปัจจัยคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความเป็นส่วนตัว (Sig. = .000) ในขณะที่ปัจจัยที่ไม่ส่งผลกับการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการใน

กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านความสะดวก และปัจจัยคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความต้องการ และด้านปัจจัยการเข้าถึงการให้บริการ

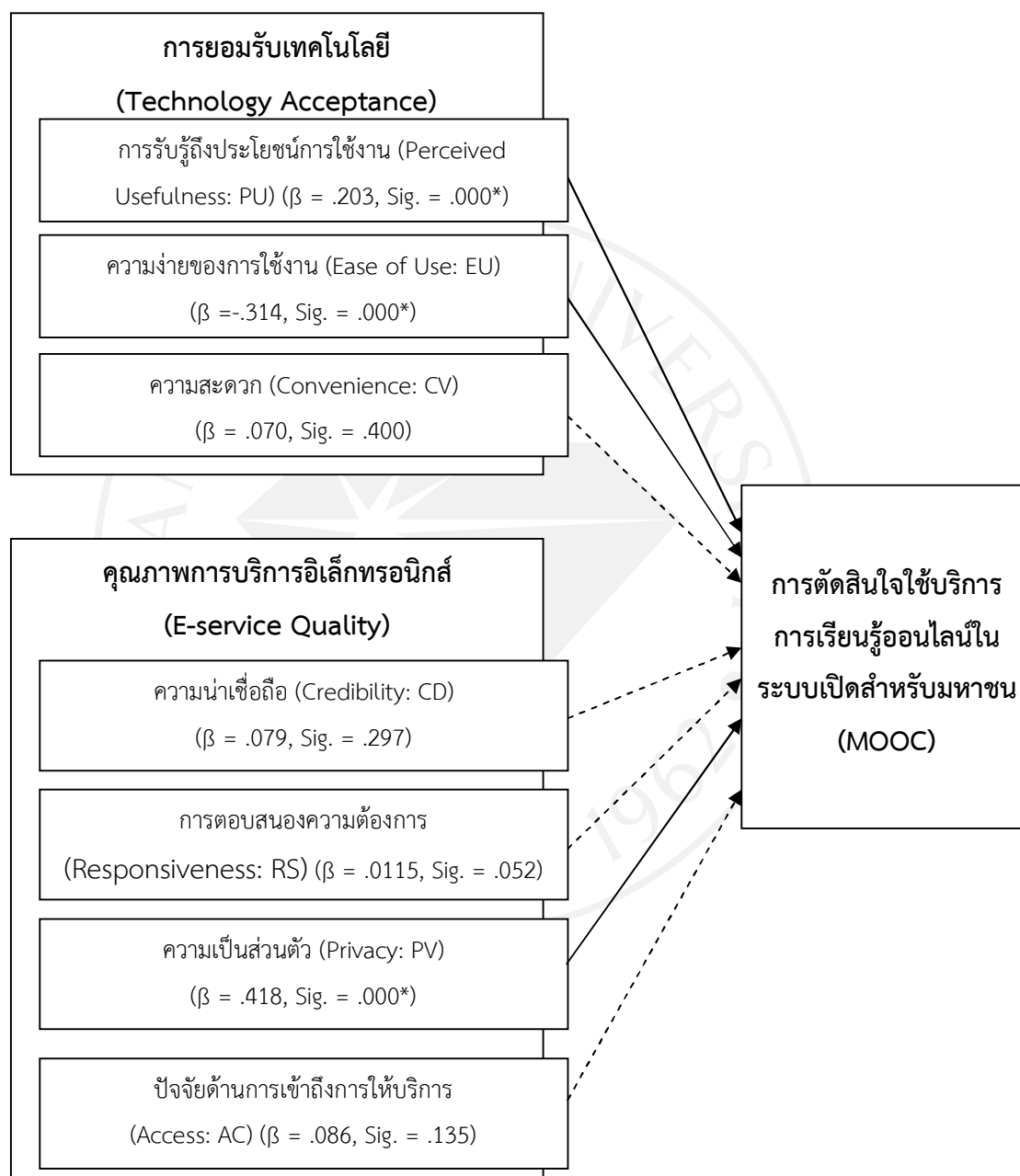
เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่ส่งผลกับการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน ($\beta = .203$) ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความสะดวก ($\beta = .070$) และน้อยที่สุด คือ ด้านความง่ายของการใช้งาน ($\beta = -.314$) ตามลำดับ ปัจจัยคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความเป็นส่วนตัว ($\beta = .418$) ด้านการตอบสนองความต้องการ ($\beta = .115$) ด้านปัจจัยด้านการเข้าถึงการให้บริการ กิจกรรม ($\beta = .086$) และน้อยที่สุด คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ($\beta = .079$) ตามลำดับ

นอกจากนี้ สัมประสิทธิ์การกำหนด ($R^2 = .354$) แสดงให้เห็นว่า อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน และ ด้านความง่ายของการใช้และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความเป็นส่วนตัว ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 35.4 ที่เหลืออีกร้อยละ 64.6 เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรอื่น

จากการตรวจสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ซึ่งค่า VIF ที่มีค่าเกิน 5.0 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง ซึ่งผลการวิเคราะห์ พบว่าค่า VIF ของตัวแปรอิสระมีค่าตั้งแต่ 1.180 – 2.652 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 5.0 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Zikmund, Babin, Carr & Griffin, 2013, p. 590)

ในการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ในกรอบแนวคิดการวิจัย ดังแสดงในภาพที่ 4.1

ภาพที่ 4.1: ผลการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของการยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร



จากผลการทดสอบค่าทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระได้แก่การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-service Quality) ได้ผลสรุปว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC)

ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน (Perceived Usefulness: PU) ด้านความง่ายของการใช้งาน (Ease of Use: EU) และปัจจัยคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-service Quality) ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy: PV) ส่วนปัจจัยที่ไม่ส่งผลกับการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) ด้านความสะดวก (Convenience: CV) และปัจจัยคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-service Quality) ด้านความน่าเชื่อถือ (Credibility: CD) ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness: RS) และด้านปัจจัยด้านการเข้าถึงการให้บริการ (Access: AC)

4.6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

จากผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานครสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

ตารางที่ 4.15: สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
การยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานครดังนี้	
1. การรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน (Perceived Usefulness) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร	ยอมรับสมมติฐาน
2. ความง่ายของการใช้งาน (Ease of Use) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร	ยอมรับสมมติฐาน

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.15 (ต่อ): สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
3. ความสะดวก (Convenience) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร	ปฏิเสธสมมติฐาน
คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร ดังนี้	
4. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร	ปฏิเสธสมมติฐาน
5. การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร	ปฏิเสธสมมติฐาน
6. ความเป็นส่วนตัว (Privacy) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร	ยอมรับสมมติฐาน
7. การเข้าถึงการให้บริการ (Access) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการใน	ปฏิเสธสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 260 ตัวอย่าง และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Version 16 ในการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาได้แก่การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และสถิติที่ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน
- 5.3 การอภิปรายผล
- 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้
- 5.5 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย
- 5.6 ข้อจำกัดในการวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 144 ราย มีอายุ 20 – 25 ปี มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีเป็นนักเรียน/ นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท

ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความเห็นของการยอมรับเทคโนโลยีอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลางและคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับ

ความเห็นของการยอมรับเทคโนโลยีอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลางและคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

5.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติถดถอยเชิงพหุคูณเชิงเส้น (Multiple Linear Regression) จากข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 260 คน สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้ สมมติฐานข้อที่ 1 การยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานครดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1.1 การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน (Perceived Usefulness) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานครผลการวิเคราะห์พบว่าด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน (Perceived Usefulness: PU) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร ($\beta = .203$, Sig. = .000*) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 1.2 การยอมรับเทคโนโลยีด้านความง่ายของการใช้งาน (Ease of Use: EU) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานครพบว่าด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านความง่ายของการใช้งาน (Ease of Use: EU) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร ($\beta = -.314$, Sig. = .000*) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 1.3 การยอมรับเทคโนโลยีด้านความสะดวก (Convenience: CV) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานครพบว่าการยอมรับเทคโนโลยีด้านความสะดวก (Convenience: CV) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร ($\beta = .070$, Sig. = .400) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 2 คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 2.1 คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านความน่าเชื่อถือ (Credibility) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานครผลการวิเคราะห์พบว่าด้านความน่าเชื่อถือ (Credibility: CD) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร ($\beta = .079$, Sig. = .297) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 2.2 คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครผลการวิเคราะห์พบว่าด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness: RS) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร ($\beta = .0115$, Sig. = .052) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 2.3 คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครผลการวิเคราะห์พบว่าด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy: PV) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร ($\beta = .418$, Sig. = .000*) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 2.4 การเข้าถึงการให้บริการ (Access) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครผลการวิเคราะห์พบว่าด้านปัจจัยด้านการเข้าถึงการให้บริการ (Access: AC) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร ($\beta = .086$, Sig. = .135) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.3 การอภิปรายผล

การศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครมีประเด็นปัจจัยตามสมมติฐานที่กำหนดไว้โดยสามารถนำมาอภิปรายผลดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 การยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 1.1 การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน (Perceived Usefulness) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครผลการวิเคราะห์พบว่า ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครโดยประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) เป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์จริงหรือสามารถช่วยพัฒนาและเพิ่มพูนความรู้ได้อย่างแท้จริงและผู้ตอบแบบสอบถามได้ตระหนักถึงประโยชน์ของการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้มากมายและหลากหลายผลการวิจัยในครั้งนี้มีควม

สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการบูรณาการรูปแบบการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ผ่านการใช้งานอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่: หลักฐานจากประเทศเกาหลีใต้ของ Lee (2013) ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคเกาหลีใต้ยอมรับการใช้งานหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ผ่านมือถือโดยไม่คำนึงถึงการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้สามารถเปลี่ยนแปลงการใช้งานที่สามารถเป็นประโยชน์จากเนื้อหาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ได้รับข้อมูลเพิ่มเติมจากการรับรู้ได้และเพิ่มพัฒนาความสามารถในชีวิตประจำวันได้และมีความสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการยอมรับเทคโนโลยี GPS Tracking ของบริษัท พี.ที.ทรานส์อิเล็กทรอนิกส์จำกัดของกุลปรียา นกดี (2557) ซึ่งผลการวิจัยพบว่า เทคโนโลยี GPS Tracking อาจจะไม่สามารถช่วยลดระยะเวลาและขั้นตอนในการทำงานได้จริง

สมมติฐานข้อที่ 1.2 การยอมรับเทคโนโลยีด้านความง่ายของการใช้งาน (Ease of Use: EU) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครพบว่า ด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านความง่ายของการใช้งาน (Ease of Use: EU) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งนี้เนื่องจากการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) มีการจัดหมวดหมู่รายวิชาที่เข้าใจง่ายต่อการสืบค้นหาข้อมูลตามที่ต้องการโดยใช้ระยะเวลาอันสั้นสามารถใช้งานหรือมีการสืบค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับรายวิชา การเรียนการสอน ได้ตลอด 24 ชั่วโมง และมีความยืดหยุ่นในการใช้งานโดยผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่ามี ความสอดคล้องกับการผลงานศึกษาวิจัยของ พัชรินทร์ พุ่มลำเจียก (2556) จากการศึกษาเรื่องอิทธิพลเชิงสาเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้ใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานครโดยพบว่ากลุ่มผู้บริโภค มีความเห็นด้วยกับการใช้งานของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ว่าสามารถเรียนรู้การใช้งานได้ง่ายโดยไม่ต้องอ่านคู่มือใช้งานมีอิสระในการใช้งานสามารถใช้งานได้ทุกสถานที่ตามความต้องการไม่จำกัดการใช้งาน และเวลาด้วยแต่เนื่องจากค่า β ติดลบ อาจเกิดจากการสื่อสารเรื่องความง่ายในการใช้งานระบบการเรียนรู้ ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ยังมีไม่ครอบคลุมทั่วถึง หรือไม่ชัดเจน ทำให้มีบางกลุ่มยังไม่ทราบถึงความง่าย และทำให้ไม่แน่ใจในส่วนความง่ายในการใช้งาน

สมมติฐานข้อที่ 1.3 การยอมรับเทคโนโลยีด้านความสะดวก (Convenience: CV) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครพบว่า ด้านความสะดวก (Convenience: CV) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจากมีความสะดวกในการเข้าถึงได้สะดวกมาก โดยรองศาสตราจารย์ดร.จินตวีร์คล้ายสังข์ อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ได้ริเริ่มโครงการ Thai MOOC โดยมีความต้องการให้มหาวิทยาลัยชั้นนำต่าง ๆ ในประเทศสร้างหลักสูตรออนไลน์โดยใช้รูปแบบ (Platforms) กลางที่ใช้

ร่วมกันและสามารถรองรับการเข้าถึง (Access) ข้อมูลจากผู้เรียนจำนวนมากได้พร้อม ๆ กันโดยได้ให้หน่วยงานมหาวิทยาลัยไทยไซเบอร์ (Thai Cyber University) เป็นเจ้าภาพหลักในการสร้างโดยมีแนวคิดที่ว่าเป็นการเปิดการศึกษาออกสู่สาธารณะ (Open Education) โดยการขยายโอกาสทางการศึกษาไปสู่ผู้ที่สนใจใฝ่เรียนรู้เนื่องจากการเรียนการสอนแบบการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) นี้ผู้เรียนจะต้องเป็นผู้ควบคุมตนเองเป็นหลักและเป็นการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยที่เข้าร่วมในการสร้างหลักสูตรเนื่องจากมหาวิทยาลัยต้องมีภารกิจหลักอย่างหนึ่งคือการบริการวิชาการอีกทั้งยังได้ประโยชน์จากการประชาสัมพันธ์อันจะนำไปสู่การช่วยเพิ่มฐานผู้เรียนให้หลากหลายมากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 2 คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 2.1 คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านความน่าเชื่อถือ (Credibility) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครผลการวิเคราะห์พบว่าด้านความน่าเชื่อถือ (Credibility: CD) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามมองว่า การเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ความน่าเชื่อถือน้อยเนื่องจากมีการเปิดการเรียนการสอนหลากหลายแต่มีผู้เรียนจบหลักสูตรน้อยเมื่อเทียบกับผู้ที่สมัครเรียน สอดคล้องกับ Parasuraman และคณะ (1988) ได้กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือของบริการ (Reliability) คือ ความสามารถกระทำตามสัญญาที่แจ้งไว้ว่าจะให้บริการเกิดขึ้นและสร้างความไว้วางใจความถูกต้องและความสม่ำเสมอ และไม่สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้เรียนได้มากนัก

สมมติฐานข้อที่ 2.2 คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครผลการวิเคราะห์พบว่า ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness: RS) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามอาจมีความเข้าใจในการให้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) หรืออาจไม่ตระหนักถึงความช่วยเหลือของผู้ให้บริการ โดยสอดคล้องกับ Parasuraman และคณะ (1988) ได้กล่าวว่า การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) คือ ความปรารถนาในการช่วยเหลือผู้ใช้บริการและจัดหาบริการมาให้ตามที่ได้สัญญาตกลงไว้ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามที่เกี่ยวข้อง 4 ข้อ ได้แก่ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการสามารถให้ความช่วยเหลือผู้ใช้ได้ตรงตามที่ต้องการให้บริการด้วยขั้นตอนที่สะดวกรวดเร็วและมีการแจ้งให้ผู้ใช้ทราบทุกครั้งเกี่ยวกับการให้บริการ

สมมติฐานข้อที่ 2.3 คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครผลการวิเคราะห์พบว่าด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy: PV) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความตระหนักถึงความปลอดภัยในความเป็นส่วนตัวของการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) เป็นอย่างมาก สอดคล้องกับ Parasuraman และคณะ (1988) ได้กล่าวว่า ความเป็นส่วนตัว (Privacy) หมายถึง ระดับความปลอดภัยและการปกป้องข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานของลูกค้า โดยผู้ให้บริการควรตระหนักถึงความปลอดภัยและการปกป้องข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานของลูกค้า

สมมติฐานข้อที่ 2.4 การเข้าถึงการให้บริการ (Access) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครผลการวิเคราะห์พบว่า ด้านปัจจัยด้านการเข้าถึงการให้บริการ (Access: AC) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถาม อาจมีความยืดหยุ่นในการรอคอยในการแก้ปัญหาของการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) จึงไม่ได้มีผลในการเข้าถึงบริการมากนัก ดังเช่น Parasuraman และคณะ (1988) ได้กล่าวว่า มิติของคุณภาพการให้บริการทั้ง 10 มิติ สามารถหาความหมายของมิติหรือมุมมองคุณภาพการให้บริการ โดยการเข้าถึงบริการในมิติที่ 1 คือ การเข้ารับบริการเป็นไปด้วยความสะดวกง่ายและไม่ใช้เวลารอคอยนานจนเกินไป

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

จากการศึกษาวิจัยเรื่องการยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครพบว่าการยอมรับเทคโนโลยีด้านความง่ายของการใช้งาน (Ease of Use: EU) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) มากที่สุดรองลงมา คือ การรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน (Perceived Usefulness: PU) และความสะดวก (Convenience: CV) ส่วนคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service Quality) ด้านปัจจัยด้านการเข้าถึงการให้บริการ (Access: AC) รองลงมาคือ ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy: PV) ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness: RS) และสุดท้าย คือด้านความน่าเชื่อถือ (Credibility: CD) ดังนั้นผู้ให้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความง่ายของการใช้งาน (Ease of Use: EU) โดยมุ่งเน้นในเรื่องของการใช้งานทางอินเทอร์เน็ตการเข้าถึงการใช้งานความสะดวกสบายรวดเร็วในการใช้งานและสามารถเข้าถึงการเรียนการสอนได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ปัจจัยรองลงมาเป็นลำดับที่สามคือการยอมรับเทคโนโลยีด้านความง่ายในการใช้งานซึ่งผู้บริโภคมีความคิดเห็นส่วนใหญ่ว่าควรมีการจัดหมวดหมู่ตามประเภทของรายวิชาการสอนทำให้ง่ายต่อการสืบค้นหาข้อมูลตามที่ต้องการโดยใช้ระยะเวลาอันสั้นสามารถใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง และมีความยืดหยุ่นในการใช้งานอีกทั้งยังควรให้บริการด้วยความปลอดภัยในความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้บริการและมีความมีความสร้างที่น่าเชื่อถือในการใช้บริการ เช่นเรื่องความสำเร็จในการศึกษาของผู้ใช้บริการที่ถูกนำมากล่าวถึงบ่อยที่สุด ซึ่งสร้างความไม่น่าเชื่อถือในการเรียนการสอนการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ได้

5.5 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

จากการศึกษาวิจัยเรื่องการยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครผู้วิจัยได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างเฉพาะกรุงเทพมหานครเพียงหนึ่งจังหวัดเท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปผู้สนใจควรศึกษาจังหวัดอื่นที่มีมหาวิทยาลัยที่ให้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ได้แก่ เชียงใหม่ นครราชสีมา และชลบุรี เป็นต้น โดยจังหวัดดังกล่าวต่างเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงและมีความหลากหลายทางประชากรมากซึ่งได้นำข้อมูลจากการวิจัยจากจังหวัดต่าง ๆ มาวิเคราะห์เพื่อทราบถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความแตกต่างกันหรือเหมือนกันของประชากรในกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) เพื่อให้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) รู้ถึงแนวทางการเจริญเติบโตทิศทางของผู้ใช้บริการในประเทศไทยและทัศนคติความคิดเห็นโดยรวมมีต่อการใช้งานการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ว่าควรจะเน้นการใช้งานในรูปแบบไหนที่เป็นส่วนช่วยให้ผู้ใช้บริการสนใจสะดวกรวดเร็วนอกจากนี้ผู้สนใจควรศึกษาถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้การเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) โดยใช้ตัวแปรอื่น ๆ ที่คาดว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจแบบออนไลน์การเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ได้แก่ พฤติกรรมการใช้บริการการเรียนรู้แบบออนไลน์ ทัศนคติเกี่ยวกับ เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพเกิดประโยชน์สูงสุดต่อการดำเนินงานของผู้ให้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) และเพื่อให้ทราบถึงว่ามีความแตกต่างหรือสอดคล้องจากที่นำเสนอในงานวิจัยนี้

5.6 ข้อจำกัดในการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่องการยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครมีข้อจำกัดในการศึกษาวิจัยดังนี้

5.6.1 การศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (MOOC) ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครผู้วิจัยได้ศึกษากลุ่มตัวอย่างเฉพาะผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้นข้อมูลที่ได้จึงอ้างอิงเฉพาะความคิดเห็นและทัศนคติของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งไม่สะท้อนถึงความคิดเห็นของประชากรไทยอื่น ๆ ที่อาศัยอยู่จังหวัดอื่น ๆ ในประเทศไทยมาใช้ในการดำเนินงานและจำกัดแต่ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้นดังนั้นผลการวิจัยจึงสามารถใช้อ้างอิงผลการวิจัย (Generalization) จากกลุ่มตัวอย่างไปยังประชากรได้เพียงจังหวัดเดียวเท่านั้น

5.6.2 การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีระยะเวลาในการศึกษาวิจัยที่จำกัดเพียง 1 ภาคการศึกษาจึงทำให้ไม่สามารถออกแบบงานวิจัยโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Methods Research Design) ทำให้ผู้วิจัยออกแบบงานวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเนื่องจากระยะเวลาจำกัดทำให้การวิจัยเชิงคุณภาพโดยเก็บข้อมูลเชิงลึกด้วยการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการ และผู้ให้บริการไม่สามารถดำเนินการได้จึงทำให้การศึกษาในครั้งนี้ไม่สามารถเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพที่ละเอียดแบบเจาะลึกได้

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). *สถิติสำหรับงานวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- กิตติคุณ บุญเกตุ. (2556). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์สโมสฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดของผู้บริโภคในจังหวัดบุรีรัมย์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตรบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- กุลปรียา นกดี. (2557). *การยอมรับเทคโนโลยี GPS Tracking ของบริษัทพี.ที.ทรานส์เอ็กซ์เพรส จำกัด*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เกริดา โคตรชาวี. (2556). *ปัจจัยนำของการรับรู้ความเสี่ยงและพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเนอเรชั่นวาย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตรบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกวรินทร์ ละเอียดตินันท์. (2559). *การยอมรับเทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคทางออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ. (2545). *หลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2545*. กรุงเทพฯ: องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ.).
- โครงการมหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย. (2560). *มหาวิทยาลัย/หน่วยงานในประเทศไทยที่ร่วมโครงการ*. สืบค้นจาก <http://www.thaicyperu.go.th/about-us/institutes>.
- จินตวีร์ คล้ายสังข์. (2557). *นวัตกรรมการเรียนรู้ทักษะเทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จิรภา รุ่งเรืองศักดิ์. (2557). *การศึกษาการยอมรับและการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในการใช้บริการระบุตำแหน่ง (Location-based Services: LBS) ของผู้ใช้บริการ*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จิรวัดน์ วงศ์ธงชัย. (2555). *ปัจจัยด้านความรู้ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติของผู้ใช้งานกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุรนารี.
- จรีพร ทองทะวาย. (2555). *ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับของผู้ว่าจ้างในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs): กรณีผู้ให้บริการด้านการพัฒนาระบบงาน (Application Development Outsourcing)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตรบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ชัชวาลย์ ทัดศิวัช. (2554). *คุณภาพการให้บริการเป็นแนวคิดหนึ่งได้รับการนำมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการปฏิรูประบบบริหารภาครัฐไทย*. กรุงเทพฯ: คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัย.

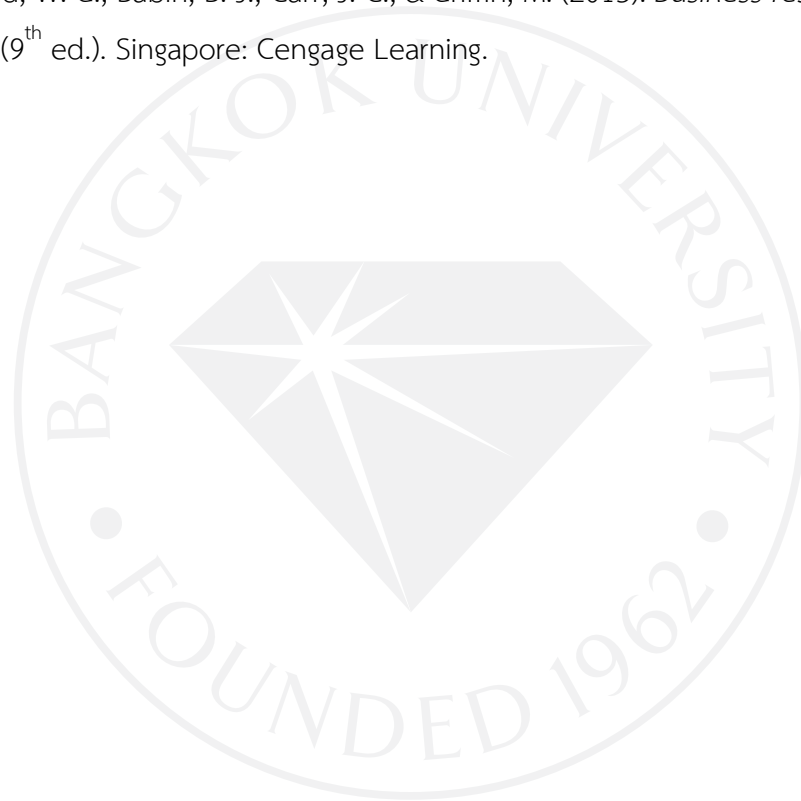
- Thai OER/ MOOC. (2559). *มูกระบบใหม่ของอีเลิร์นนิ่ง*. สืบค้นจาก <http://www.learn.in.th/mooc-diffrence-e-learning/>.
- นิคม ถนอมเสียง. (2550). *การตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม.เอกสารประกอบการอบรมภาควิชาชีวิตสถิติและประชากรศาสตร์*. สืบค้นจาก http://home.kku.ac.th/nikom/item_reliability_validity_2007_u1.pdf.
- นางลักษณ์ วิรัชชัย. (2555). *การกำหนดขนาดตัวอย่างและสถิติวิเคราะห์ใหม่ ๆ ที่น่าสนใจในการนำเสนอผลงานวิจัยแห่งชาติ 2555*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ.
- บุษกร ดำคง. (2542). *ปัจจัยบางประการที่เกี่ยวข้องความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 และ 6 ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสงขลา*. ปรียญานินพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2559). *ยุทธศาสตร์การพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม*. สืบค้นจาก http://www.mict.go.th/assets/portals/1/files/590613_4Digital_Economy_Plan-Book.pdf.
- พัชรินทร์ พุ่มลำเจียก. (2556). *อิทธิพลเชิงสาเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้ใช้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ภัทรชาติ วงศ์สมธ. (2556). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและการใช้งานระบบการเรียนรู้ผ่านเว็บ*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภาณุพงศ์ เสกทวีลาภ. (2557). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรมการใช้ Cloud Storage ในระดับSoftware-as-a-Service (SaaS) ของพนักงานองค์กรเอกชน ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภาสกร ไหลสกุล. (2557). *สมาคมอีเลิร์นนิ่งแห่งประเทศไทย*. สืบค้นจาก <https://sipaedumarket.wordpress.com/2014/04/20/mooc>.
- มหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา. (2560 ก). *Thailand cyber university project*. สืบค้นจาก <http://www.thaicyperu.go.th/th>.
- มหาวิทยาลัยไซเบอร์ไทย สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา. (2560 ข). *การเรียนรู้ตลอดชีวิต*. สืบค้นจาก <https://www.thaimooc.org>.
- มานิต รัตนสุวรรณ และสมฤดี ศรีจรรยา. (2554). *ยุทธศาสตร์การตลาด*. กรุงเทพฯ: สุขขุมการพิมพ์.
- ราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา. (2542). *หมวด ๓ ระบบการศึกษา*. สืบค้นจาก <http://www.moe.go.th/main2/plan/p-r-b42-01.htm#5>.
- วจนะ ภูพานิ. (2555). *กลุ่มอ้างอิงและพฤติกรรมผู้บริโภค*. สืบค้นจาก <http://www.slideshare.net/kingkongzaa/reference-group-and-consumerbehavior-ch4>.

- วราพร วรเนตร. (2554). *การศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงความไว้วางใจและความตั้งใจซื้อประกันภัยผ่านอินเทอร์เน็ต*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิจารณ์ พานิช. (2555). *วิธีสร้างการเรียนรู้เพื่อศิษย์ในศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสดศรี-สฤษดิ์.
- วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ และวิฑูรย์ สิมะโชคดี. (2530). *วิศวกรรมและการบริหารความปลอดภัยในโรงงาน (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- วุฒิชัย จำนงค์. (2523). *พฤติกรรมทางการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- วรพิน งามไกรวัล. (2556). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคชาวไทย*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศศิพร เหมือนศรีชัย. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ ERP Software ของผู้ใช้งานด้านบัญชี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2550). *การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ (พิมพ์ครั้งที่ 18)*. กรุงเทพฯ: สุพีเรียร์นิตติ้งเฮ้าส์.
- ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร. (2557). *การแบ่งกลุ่มการปฏิบัติงานของสำนักงานเขต*. สืบค้นจาก <http://203.155.220.230/info/NowBMA/frame.asp>.
- สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2555). *ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ*. สืบค้นจาก http://journal.it.kmitl.ac.th/read.php?article_id=4fc7969f1698b87278000000.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2550). *เคล็ดลับไม่ลับการตลาดบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: ยูปีซีแอลบุ๊กส์. สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2558). *สำรวจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT)*. สืบค้นจาก <http://www.nso.go.th>.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA). (2558). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย*. สืบค้นจาก <https://www.it24hrs.com/2015/thailand-internet-user-profile-2015-2558/>.
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.). (2558). สืบค้นจาก <http://www.nstda.or.th/th/>.
- สำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และพัฒนาคุณภาพเยาวชน (สสค.). (2555). *สถิติที่น่าสนใจ*. สืบค้นจาก <http://www.qlf.or.th/Home/LearningSituation>.
- อัครเดช ปิ่นสุข. (2558). *การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์และส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (E-satisfaction) ในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล. (2554). *ความตระหนักและการยอมรับการนำระบบการจัดการ
สิ่งแวดล้อม (ISO 14001) มาใช้ในองค์การภาครัฐ: ศึกษากรณีสำนักงานนโยบายและแผน
ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิต
พัฒนบริหารศาสตร์.
- อรทัย เลื่อนวัน. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ: กรณีศึกษากรมการพัฒนา
ชุมชนศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลธัญบุรี.
- Afshan, S., & Sharif, A. (2016). Acceptance of mobile banking framework in Pakistan. *Telematics and Informatics*, 33(2), 370–387.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2009). *Marketing, an introduction* (9th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Barrera, R. B., Garcia, A. N., & Moreno, M. R. (2014). Evaluation of the e-service quality in service encounters with incidents: Differences according to the sociodemographic profile of the online consumer. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 23, 184-193.
- Barry, V. (1986). *Moral issues in business*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Cohen, J. (1962). The statistical power of abnormal-social psychological research: A review. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 65, 145-153.
- Cohen, J. (1977). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. New York: Academic Press.
- Crosby, P. B. (1988). *Quality is free*. New York: McGraw-Hill.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35, 982–1003.
- De Vaus, D. A. (2014). *Surveys in social research* (6th ed.). New York: Routledge.
- Duncan, T. (2005). *Principle of advertising & IMC* (2nd ed.). Boston: McGraw-Hill.
- Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., & Donnelly, J. H. (1979). *Organization behavior structure process* (3rd ed.). Texas: Business.
- Gronroos, G. T. (1990). *Service management and marketing*. Massachusetts: Lexington Books.

- Howell, D. C. (2010). *Statistical methods for psychology* (7th ed.). Belmont: Wadsworth, Cengage Learning.
- Hoyer, W. D., & Macinnis, D. J. (2010). *Consumer behavior* (5th ed.). Mason, OH: Cengage Learning.
- Jin, C. H. (2014). Adoption of e-book among college students: The perspective of an integrated TAM [Electronics version]. *Journal of Computers in Human Behavior*, *41*, 471–477.
- Langer, S. K. (1953). *Feeling and form*. New York: Scribner's.
- Lewis, R. C., & Blooms, B. H. (1983). The Marketing Aspects of Service Quality. In L. L. Berry (Ed.), *Emerging perspectives on service marketing* (pp. 99-107). Chicago, IL: American Marketing Association.
- Lee, M. C. (2009). Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit. [Electronics version]. *Journal of Electronic Commerce Research and Application*, *8*(3), 130–141.
- Lee, S. J. (2013). An integrated adoption model for e-books in a mobile environment: Evidence from South Korea [Electronics version]. *Journal of Telematics and Informatics*, *30*, 165–176.
- Lee, F. H., & Wu, W. Y. (2011). *Moderating effects of technology acceptance perspectives on e-service quality formation: Evidence from airline websites in Taiwan*. Retrieved from <http://www.elsevier.com/locate/eswa>.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.
- Open Educational Resources. (2012). *2012 Paris oer declaration*. Retrieved from <http://www.unesco.org>.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, *49*(4), 47.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of marketing*, *64*(Spring), 12-40.

- Rodgers, S., & Thorson, E. (2002). The interactive advertising model: How user's perceive and process online ads [Electronics version]. *Journal of Interactive Advertising*, 2(2), 22-33.
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of innovations* (3rd ed.). New York: Free Press of Glencoe.
- Tosh, Y., & Arthur, C. (2014). MOOC and flipped classroom. *APAN*, 38, 4-7.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. New York: The Free Press.
- Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2013). *Business research methods* (9th ed.). Singapore: Cengage Learning.





แบบสอบถาม

เรื่อง การยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
การเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (Massive Online Open Courses: MOOC)
ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ถึงการยอมรับเทคโนโลยี
และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิด
สำหรับมหาชน (Massive Online Open Courses: MOOC) ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานครซึ่ง
เป็นส่วนหนึ่งของวิชา บธ. 715 การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ทางผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากผู้ให้สัมภาษณ์ ในการให้ข้อมูล ที่ตรงกับสภาพ
ความเป็นจริงมากที่สุด โดยที่ข้อมูลทั้งหมดของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับและใช้เพื่อประโยชน์ทาง
การศึกษาเท่านั้น

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาในการให้สัมภาษณ์ มา ณ โอกาสนี้

นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. เพศ

- 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ

- 1) ต่ำกว่า 20 ปี 2) 20- 25 ปี 3) 26- 30 ปี
 4) 31 -35 ปี 5) 36 -40 ปี 6) 41- 45 ปี
 7) 46 - 50 ปี 8) 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี 2) ปริญญาตรี 3) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- 1) นักเรียน/ นักศึกษา 2) เจ้าของธุรกิจ/ อาชีพอิสระ
- 3) พนักงานบริษัทเอกชน 4) ข้าราชการ
- 5) พนักงานรัฐวิสาหกิจ 6) แม่บ้าน/ พ่อบ้าน
- 7) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่า 15,000 บาท 2) 15,000 – 25,000 บาท
- 3) 25,001 – 35,000 บาท 4) 35,001 – 45,000 บาท
- 5) 45,001 - 55,000 บาท 6) 55,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 การยอมรับเทคโนโลยี

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

โดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก
- 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance)	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด				เห็นด้วยน้อยที่สุด
การรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน (Perceived Usefulness: PU)					
1. การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนสามารถช่วยท่านค้นหาหลักสูตรการเรียนที่หลากหลายได้รวดเร็วและง่าย	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
2. การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนช่วยให้ท่านเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance)	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด		เห็นด้วยน้อยที่สุด		
3. การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนช่วยให้ท่านได้เรียนกับสถาบันที่มีชื่อเสียง ได้ง่ายขึ้น	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
4. การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนมีหลักสูตรการเรียนรู้ที่ทันสมัยตลอดเวลา	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ความง่ายของการใช้งาน (Ease of Use: EU)					
5. ท่านสามารถสมัครใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนได้ง่าย	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
6. ท่านสามารถเข้าเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนได้ง่าย	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
7. การเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนมีขั้นตอน ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
8. ท่านสามารถเรียนรู้ การใช้งานต่าง ๆ ของระบบการเรียนผ่านออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน ได้ด้วยตนเอง	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ความสะดวก (Convenience: CV)					
9. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนสามารถเรียนได้ ทุกที่ทุกเวลา	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
10. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนทำให้ท่านสามารถแบ่งเวลาในการทำกิจกรรมอื่นได้ดีขึ้น	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
11. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนทำให้ท่านได้รับความสะดวกสบายไม่ต้องเดินทางไปเรียน ณ สถานที่จัดการเรียนการสอน	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
12. การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ ช่วยให้ท่านเรียนได้สะดวกขึ้น	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

ส่วนที่ 3 คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-service Quality)

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

โดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก

3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย

1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-service Quality) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ ในระบบเปิดสำหรับมหาชน	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด				เห็นด้วย น้อยที่สุด
ความน่าเชื่อถือ (Credibility: CD)					
13. ท่านคิดว่า การศึกษาผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับ มหาชนมีมาตรฐาน	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
14. การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับ มหาชนมีสถาบันต่าง ๆ ที่เปิดสอนในระบบที่มีความน่าเชื่อถือ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
15. การใช้บริการเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับ มหาชนมีมาตรการรักษาความปลอดภัยเพื่อปกป้องข้อมูล ส่วนบุคคลของผู้เรียน	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
16. หลักสูตรการเรียนการสอนในการศึกษาผ่านระบบออนไลน์ใน ระบบเปิดสำหรับมหาชนมีความน่าเชื่อถือ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness: RS)					
17. ระบบการศึกษาผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับ มหาชนมีหลักสูตรหลากหลาย ตรงตามที่ท่านต้องการ เรียนรู้	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
18. ผู้เรียนสามารถที่จะเลือกเรียนหลักสูตรได้ตามต้องการ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
19. ผู้เรียนสามารถเลือกเวลาในการเรียนได้ตามต้องการ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
20. ผู้เรียนสามารถเลือกสถาบันหรือผู้สอนได้ตามต้องการ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-service Quality) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ ในระบบเปิดสำหรับมหาชน	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด				เห็นด้วย น้อยที่สุด
ความเป็นส่วนตัว (Privacy: PV)					
21. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนมีระบบรักษาความเป็นส่วนตัว อาทิ ระบบมีการเก็บข้อมูลของผู้เรียนโดยไม่นำไปเผยแพร่ เป็นต้น	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
22. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนช่วยให้ท่านมีอิสระในการเรียน	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
23. ท่านคิดว่า การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนช่วยให้ท่านมีความเป็นส่วนตัวในการเรียนมาก	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
24. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนทำให้ท่านสามารถแบ่งเวลาในชีวิตประจำวันปกติกับการเรียนได้ง่าย	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ปัจจัยด้านการเข้าถึงการให้บริการ (Access: AC)					
25. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนสามารถเข้าถึงหลักสูตรการเรียนการสอนได้ง่าย	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
26. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนทำให้ท่านสามารถค้นหาหลักสูตรที่ท่านมีความสนใจที่จะเรียนได้โดยง่าย	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
27. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนช่วยให้ท่านมีความสะดวกในการวางแผนการเรียนมากขึ้น	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
28. การเรียนผ่านระบบออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชนทำให้ท่านเข้าถึงหลักสูตรการเรียนการสอนในสถาบันที่มีชื่อเสียงได้มากขึ้น	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิดสำหรับมหาชน (Decision to Use Massive Online Open Courses)

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

โดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก
- 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

การตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิด สำหรับมหาชน (Decision to Use Massive Online Open Courses)	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด				เห็นด้วย น้อยที่สุด
29. ท่านตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิด สำหรับมหาชนเมื่อมีหัวข้อการเรียนรู้ และเนื้อหา ที่น่าสนใจ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
30. ท่านตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิด สำหรับมหาชนโดยพิจารณาจากสถาบันหรือผู้สอนที่มี ชื่อเสียง	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
31. ท่านตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิด สำหรับมหาชนเมื่อระบบมีช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับ ผู้เรียนหลากหลายช่องทาง	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
32. ท่านตัดสินใจใช้บริการการเรียนรู้ออนไลน์ในระบบเปิด สำหรับมหาชนโดยท่านมีการค้นข้อมูลและพิจารณา เปรียบเทียบกับกรเรียนในระบบอื่น ๆ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

**** ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลา ในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ****

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นายอภิชัย ทาก่อง
อีเมล	apichai.tako@bumail.net
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี รัฐศาสตรบัณฑิต (การบริหารรัฐกิจ) มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร
ประสบการณ์การทำงาน	2558-2559 ผู้จัดการฝ่ายการตลาดออนไลน์ บริษัท เถ้าแก่น้อยฟู้ด แอนด์ มาเก็ตติ้ง จำกัด (มหาชน) 2559- 2559 ผู้จัดการฝ่ายการตลาดออนไลน์ บริษัท Central Online Group จำกัด (มหาชน) 2560 – ปัจจุบัน ผู้จัดการฝ่ายการตลาดออนไลน์ บริษัท โนวา ออร์แกนิก จำกัด

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 19 เดือน กันยายน พ.ศ. 2560

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) เอธิบาย มนต์ อยู่บ้านเลขที่ 8/684 ถนนวิภาวดีรังสิต
ซอย 29 ถนน วิภาวดีรังสิต ตำบล/แขวง จอมทอง
อำเภอ/เขต ดอนเมือง จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10150
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7580200165
ระดับปริญญา ตรี โท เอก
หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา - คณะ บริหารธุรกิจ
ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ" ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย
กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ" อีกฝ่ายหนึ่ง


ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้


ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/
วิทยานิพนธ์หัวข้อ การยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์
ที่เว็บไซต์ของสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
(Massive Online Open Courses: MOOC) ของเว็บไซต์ในกรุงเทพมหานคร
ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้เรียกว่า "สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์")


ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่
ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน


ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่น ๆ
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาที่ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ  ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อวชัย มั่งคั่ง)

ลงชื่อ  ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ  พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลิ้มลาวัลย์)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ  พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร