

## อิทธิพลของการรับรู้ถึงประโยชน์ ความน่าเชื่อถือและการจัดการความรู้ ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Google ในกรุงเทพมหานคร

### The Influence of Perceived Usefulness, Trust, and Knowledge

### Management affect to Users' satisfaction of Google in Bangkok

ธนภัทร จอมแก้ว และ ชุตินาวดี ทองจีน

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

#### บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ ความน่าเชื่อถือและการจัดการความรู้ ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Google ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความเชื่อมั่นและความตรงเชิงเนื้อหาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และใช้จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.831 และมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นคือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิง ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้แก่ การทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 18 – 30 ปี มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่มีการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่า ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก ปัจจัยความน่าเชื่อถือโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก ปัจจัยการจัดการความรู้โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก และ ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์และปัจจัยการจัดการความรู้ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**คำสำคัญ:** การรับรู้ถึงประโยชน์ ความน่าเชื่อถือ การจัดการความรู้ ความพึงพอใจ

#### ABSTRACT

The study aims at analyzing perceived usefulness, trust and knowledge management affect to users' satisfaction of Google in Bangkok. The sample used in the study chooses from google users in Bangkok, selected by using a convenience sampling method of 400 people. Questionnaire was used, with a reliability of 0.831 and the content accuracy were examined by a panel of experts. The statistics used for data analysis were Descriptive Statistics, which included Percentage, Mean,

Standard Deviation and inferential statistics, which used in hypothesis testing at the level of significance 0.05 was multiple regression analysis.

The results indicated that the majority of participants were female with 18 - 30 years of age. They graduated bachelor's degrees, worked in private companies, and earned average monthly incomes between 10,001 – 20,000 bahts. In addition, the study results indicated that their opinions about perceived usefulness is at the high level, trust at the high level, knowledge management at the high level, and satisfaction is at the high level. The results of hypotheses testing revealed that perceived usefulness and knowledge management affect to Satisfaction in Bangkok at the significant level of 0.05.

**Keywords:** Perceived Usefulness, Trust, Knowledge Management, Satisfaction

## บทนำ

Google เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการในการค้นหาข้อมูลในโลกของอินเทอร์เน็ต โดยค้นหาข้อมูลจากข้อความ หรือตัวอักษรที่พิมพ์เข้าไป แล้วทำการค้นหาข้อมูล รูปภาพ หรือ Web page ที่เกี่ยวข้องนำมาแสดงผลและในปัจจุบัน [www.google.com](http://www.google.com) ได้เข้าถึงผู้ใช้ทางอินเทอร์เน็ตจากทั่วโลก โดยที่ผู้ใช้งานสามารถรับรู้ถึงประโยชน์ของ Google เนื่องจากสะดวกสบายในการค้นหาข้อมูล มีการอัปเดตข้อมูลข่าวสารต่างๆ เข้าถึงบุคคลทุกระดับจึงก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้ใช้งานเป็นอย่างมาก แต่ข้อมูลที่ได้เหล่านั้นไม่อาจเชื่อถือได้ 100 เปอร์เซ็นต์ เพราะใครก็สามารถใส่ข้อมูลได้ แม้ข้อมูลนั้นจะเป็นข้อมูลที่เท็จก็ตาม และในความคิดของผู้วิจัยนั้น Google เปรียบได้กับเว็บไซต์ที่รวบรวมข้อมูลและความรู้ต่างๆ มากมาย Google เองไม่ใช้ฐานข้อมูล แต่เปรียบเสมือนกับข้อแนะนำ (Guideline) ที่ทำให้เราสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้นแต่ข้อมูลนั้นอาจจะไม่ถูกต้อง ซึ่งเราก็ต้องมาพิจารณากันอีกที

ในปัจจุบัน Google ได้สร้างแอปพลิเคชันหลายรูปแบบขึ้นมาโดยเราจะยกตัวอย่างมา 3 ตัวอย่างที่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงและรับรู้ถึงประโยชน์ของมันได้อย่างง่ายดาย

1. Google Scholar จะช่วยในการจัดการความรู้, การสืบค้น บทความ หนังสือและวารสารทางวิชาการ จากมหาวิทยาลัย ที่ตีพิมพ์ อาจมีทั้งแบบฟรีและแบบเสียเงิน ซึ่งมีฐานข้อมูลที่มหาวิทยาลัยจัดหาผ่าน สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ไว้แล้วหลายฐานข้อมูล เช่น ฐานข้อมูลทางด้านวิทยาศาสตร์นอกจากนี้ ถ้าเอกสารดังกล่าวมีการอ้างอิงบรรณานุกรมไว้ Google Scholar ก็จะช่วยค้นหาและทำการเชื่อมโยงให้ด้วยซึ่งจะสะดวกและเกิดความพึงพอใจอย่างมากสำหรับนักวิจัยและผู้ใช้งาน

ที่มา: <https://www.gotoknow.org/posts/6134> (ดร.รุจโรจน์ แก้วอุไร 22 มิถุนายน 2555)

2. Googlebot หรือ Google spider เป็นตัวการจัดการความรู้ มีหน้าที่หลักๆ ก็คือการเข้าไป การคลาน (Crawling) และทำสำเนาข้อมูลหน้า Page ของเว็บไซต์หรือบล็อกต่างๆ เพื่อใช้ในการทำดัชนี (Index) โดยจะไต่ไปตามลิงค์ต่างๆ ที่มีอยู่ในหน้า Page หรือเว็บไซต์ การทำงานของ Google bot นั้นจะทำการบันทึกข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับจากหน้า Page เข้าสู่ฐานข้อมูล

ของ Google Server เพื่อใช้ในการประมวลผลและจัดอันดับตามความเหมาะสม ที่ระบบของ Google ได้สร้างขึ้นมาโดยเฉพาะ และนอกจากนี้การเข้ามาตรวจสอบข้อมูลใหม่ๆ อยู่เรื่อยๆ เพื่อทำการบันทึกข้อมูล อาจมีการเปลี่ยนแปลงในหน้า Page เก่าที่เคยบันทึกไปแล้วเช่นกัน นั่นก็แสดงว่าถ้าหากเราอัปเดตข้อมูลเว็บเราบ่อยๆ จึงจะทำให้ Bot นั้นเข้ามาเว็บไซต์ของเราบ่อยตามไปด้วย

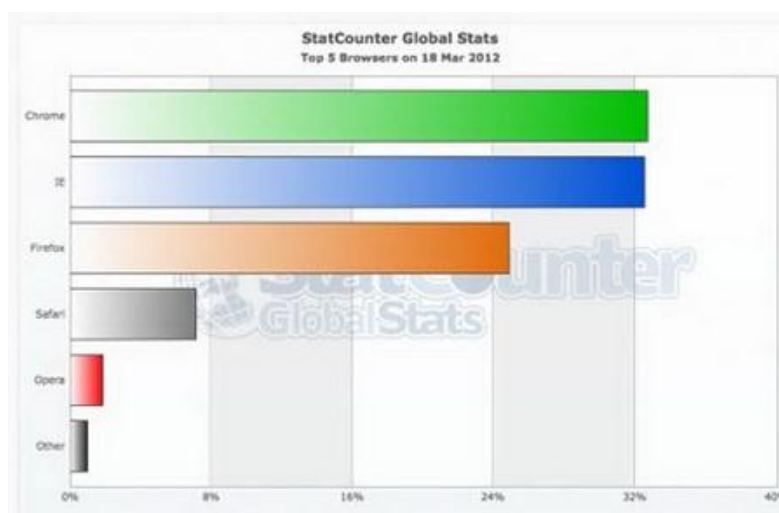
3. Google Chrome คือ โปรแกรม Web Browser ที่ใช้สำหรับเปิดเว็บไซต์โดยมี Google เป็นผู้พัฒนา ปัจจุบันเป็นที่นิยมของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างมากเพราะมีความปลอดภัยสูง มีโปรแกรมเสริมมากมาย โดยโปรแกรมเสริมเหล่านี้มีทั้งแบบดาวน์โหลดมาใช้งานได้ฟรี และแบบมีค่าใช้จ่าย นอกจากนี้ยังสามารถใช้บริการต่างๆ ที่ Google พัฒนาขึ้นได้อย่างหลากหลาย การเปิดหน้าเว็บ Page ทำได้อย่างรวดเร็ว Google Chrome จึงเป็นที่นิยมอย่างรวดเร็ว Google Chrome ยังมีการพัฒนา อย่างสม่ำเสมอจึงทำให้มีข้อบกพร่องน้อยมาก

ที่มา: Ninetechno.com. (15 สิงหาคม 2559)

สืบค้นจาก <http://www.ninetechno.com/a/google-chrome/818-chrome-001.html>

จากข้อความที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าในปัจจุบันนี้มีผู้ที่ต้องการใช้งานทางอินเทอร์เน็ต เพื่อการศึกษาหาความบันเทิงหรือค้นหาอะไรต่างๆ มากมายทำให้ Google มีการพัฒนาซอฟต์แวร์ใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา จนกลายเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้ใช้งานเป็นอันดับหนึ่งของโลก จากสถิติการใช้งานของผู้ใช้ทั่วโลก นอกจากนี้ Google Chrome ยังเป็น Web Browner ของ Google ซึ่งได้ขึ้นแทนอันดับหนึ่งที่คนทั่วโลกนิยมใช้เป็นครั้งแรกในปี ค.ศ. 2012

ภาพที่ 1: กราฟเทียบสถิติผู้ใช้งาน



ที่มา: News.siamphone.com. (22 มีนาคม 2555)

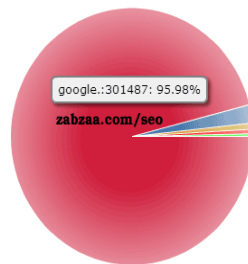
สืบค้นจาก <http://news.siamphone.com/news-06168.html>

จากกราฟเทียบสถิติผู้ใช้งาน จะเห็นได้ว่ามีผู้ให้บริการในการค้นหาข้อมูลต่างๆ ผ่านโปรแกรม Web Browner หรือ Google Chrome และ Google Search รวมกันอยู่ที่ หนึ่งพันล้านราย มีผู้ให้บริการ Search Engine ของ Google มากถึง หนึ่งพันหนึ่งร้อยหกสิบแปดล้านราย และมีผู้ใช้งาน Gmail

ทั่วโลกอยู่ที่ เก้าร้อยล้านราย โดย มีคนเลือกใช้บริการ Google ในการค้นหาเว็บไซต์เฉลี่ยได้ หนึ่ง ล้านหนึ่งแสนสี่หมื่นเจ็ดพันล้านครั้งต่อเดือน และยังมีผู้ใช้ Google ในการหาข้อมูล Search Engine ภายในประเทศไทยมากถึงร้อยละ 95.98

ภาพที่ 2: เปรียบเทียบการค้นหาข้อมูลโดยเว็บไซต์ต่างๆ

TOP Search Engines จากจำนวนทั้งหมด 6 อันดับ [ดาวน์โหลด Excel]			
	NAME	Pageview	Percent
1.	google	301,487	95.98
2.	ask.com	7,270	2.31
3.	bing.com	2,432	0.77
4.	yahoo	1,814	0.58
5.	hao123.co.th	1,089	0.35
6.	search.sanook.com	10	0.00



ที่มา: zabza.com. (23 สิงหาคม 2557)

สืบค้นจาก <http://www.zabzaa.com/seo/สถิติการใช้งาน-search-engine>

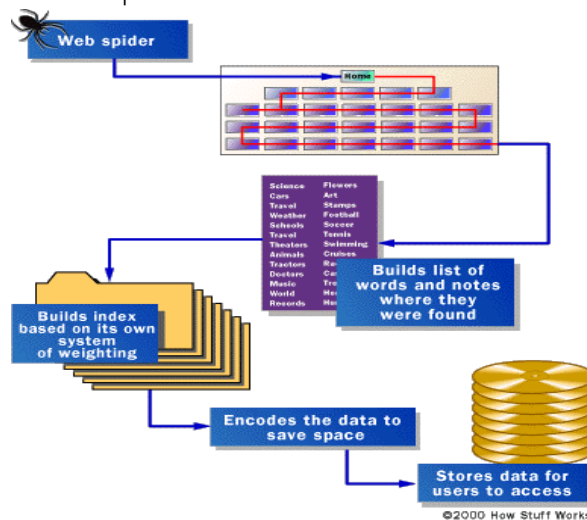
ในด้านของความน่าเชื่อถือ ถึงแม้จะมีผลของสถิติที่ค้นหาด้วย Google นั้นไม่อาจใช้เป็นเครื่องยืนยันได้ว่าข่าวที่พบสามารถเชื่อถือได้ร้อยละเปอร์เซ็นต์ เพราะความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่เรามาเจอจากนั้นไม่สามารถบอกเป็นตัวเลขสถิติได้ Google เปรียบเสมือนเครื่องมือที่ใช้เป็นตัวช่วยในการสืบค้นหาข้อมูลในโลก Google เหมือนหนังสือของโลกอินเทอร์เน็ตที่มีข้อมูลข่าวสารมากมาย Google เพียงแค่ช่วยทำให้การค้นหาของเราง่ายและรวดเร็วมากขึ้น แต่ความน่าเชื่อถือข้อมูลนั้นต้องขึ้นอยู่กับแหล่งอ้างอิงและที่มาที่ไปของข้อมูลหรือผู้เขียนเว็บไซต์นั้นๆ เช่น เว็บไซต์ของ กระทรวง, ทบวง, กรม เมื่อเทียบกับ weblock ที่ถูกเขียนขึ้นโดยบุคคลทั่วไปก็จะส่งผลให้ข้อมูลและน้ำหนักความน่าเชื่อถือแตกต่างกัน แต่เพราะความสะดวกสบายในการใช้งานและแหล่งอ้างอิงที่มีมากมายทำให้คนส่วนใหญ่พอใจในการใช้และพร้อมจะมองข้ามปัญหาในเรื่องข้อมูลที่เท็จไป

และในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าเกือบทุกวงการได้เลือกใช้ Google เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ ยกตัวอย่างเช่น สถานที่ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร สถานบันเทิง ห้างสรรพสินค้า อยู่ช่อมรดก ติ๊กบริษัทต่างๆ จะทั้งสถานที่ตั้ง (Location) ไว้บนหน้าเว็บ Page ของตัวเอง

ทาง Google ก็ได้มีการสร้าง Application ที่มีความน่าเชื่อถือที่สุดขึ้นมาก็คือ Google Map สร้างขึ้นมาเพื่อสำหรับคนที่ไม่มั่นใจเส้นทางที่จะใช้เดินทางไปสถานที่ที่ต้องการจึงเกิด Google Map ขึ้นมาเป็น ระบบกำหนดตำแหน่งของโลก(GPS) นำทางไปตามสถานที่เหล่านั้นเพียงเราระบุชื่อ หรือใส่ Location ลงไป นอกจากนี้ความสามารถของ Google Map จะสามารถดูเส้นทาง ความหนาแน่นของจราจร สภาพพื้นที่ที่เราจะไปและสภาพถนนได้ และคนทุกคนเกิดความพึงพอใจเพราะสามารถนำไปใช้ได้และเกิดประโยชน์อย่างชัดเจน

Google มีระบบการรวบรวมข้อมูลที่เป็นขั้นตอน Google Bot จะค้นพบหน้าเว็บไซต์ใหม่และพัฒนาเพื่อเพิ่มลงในดัชนีของ Google โดยทันทีที่คุณพิมพ์คำค้นบน Google Search ระบบก็จะไปหาบนที่จัดทำดัชนี โดยซอฟต์แวร์ที่เรียกว่า Spider ทำหน้าที่เหมือนแมงมุม ไต่ไปยังเว็บไซต์ต่างๆ ตามลิงค์ในหน้าต่างๆ ไปเรื่อยๆ กว่าสามสิบล้านล้าน Page เรียง Page ต่างๆตามเนื้อหาและปัจจัยอื่นๆ แล้วจัดทำเป็นดัชนี ซึ่งดัชนีของ Google นี้มีขนาดใหญ่กว่า 100,000,000 กิกะไบต์

ภาพที่ 3: การทำงานของ Web Spider



ที่มา: สำนักคอมพิวเตอร์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

สืบค้นจาก <http://kmcom.unbbz.com/news/100158/101959>

ในส่วนของการจัดการความรู้ที่เราจะยกตัวอย่างด้านการศึกษาทาง Google ได้จัดการความรู้ด้วยการรวบรวมข้อมูลโดย Google bot จัดระเบียบ และประยุกต์ใช้โดยพัฒนาจากระบบไปสู่สารสนเทศเพื่อให้เกิดความรู้และปัญญาที่สุฟ จะยกตัวอย่างโดยของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ซึ่งได้ใช้ Google App for Education คือชุดของฟรีอีเมลจาก Google และเครื่องมือต่างๆ เป็นแบบระบบเปิดในการทำงานร่วมกัน เปิดกว้างสำหรับคุณครู นักเรียนนักศึกษา ในชั้นเรียน เป็นต้น และเครื่องมือส่วนใหญ่ที่หลายคนนิยมใช้และรู้จักกันดี ได้แก่ จีเมล (Gmail), เอกสาร (Docs), ปฏิทิน (Calendar) และ Groups เป็นต้น จึงสามารถอธิบายการใช้งานอย่างง่าย ๆ ได้ ดังนี้

ในการศึกษาเราจะใช้ Gmail ในการติดต่อสื่อสาร และใช้กับการเรียนการสอน โดย อาจารย์สามารถเขียนอีเมลแจ้งถึงผู้ปกครองของนักศึกษา หรืออนุญาตให้นักศึกษาทำงานกลุ่มได้ในเวลาเดียวกันบนแฟ้มเอกสารเดียวกัน ผ่านทาง Google Docs และสามารถประชุมงาน หรือสอนนักเรียนผ่านทาง Google+

ซึ่งการใช้ Google Apps สำหรับการศึกษา นี้ สามารถประยุกต์ใช้ในการศึกษาตามโรงเรียน ประถมศึกษา ไปจนถึงมหาวิทยาลัยได้ ไม่ว่าจะอยู่ต่างจังหวัดหรืออยู่ต่างประเทศ Google Apps สำหรับการศึกษา ได้มีส่วนสำคัญในการเปลี่ยนแปลงโฉมองค์กรในด้านนวัตกรรมการศึกษา และการติดต่อสื่อสารในสถาบันการศึกษาต่างๆ ทำให้ครูติดตามนักเรียนได้อย่างใกล้ชิดและทั่วถึงมากขึ้น ช่วยลดค่าใช้จ่ายของสถาบันการศึกษาด้วยความเป็นระบบ Cloud



จากที่กล่าวมาทั้งหมดนี้เป็นเพียงตัวอย่างขององค์กรเดียวจากหลายๆ องค์กร แต่ในหลักความจริงเกือบทุกองค์กรนั้นได้มีความพึงพอใจต่อ Google เป็นอย่างมาก

ที่มา: it24hrs.com (28 พฤษภาคม 2555)

สืบค้นจาก <https://www.it24hrs.com/2012/google-apps-for-education-th>

และ Application หนึ่งเกี่ยวกับจัดการความรู้แบบส่วนตัว, สะดวกและปลอดภัยที่เราจะแนะนำก็คือ Google Drive คือ การเก็บข้อมูลในรูปแบบของ Cloud Storage หรือบริการจัดเก็บไฟล์ข้อมูลไว้บน Server ทำให้ผู้ใช้งานสามารถเปิดใช้งานไฟล์ข้อมูลเหล่านั้นได้จากทุกที่ทุกเวลาผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ที่มา: นางปาริชาติ สุขทอง นักวิชาการคอมพิวเตอร์ชำนาญการ

สืบค้นจาก [http://www.cifs.moj.go.th/main2/images/stories/ict/poll\\_googledocs.pdf](http://www.cifs.moj.go.th/main2/images/stories/ict/poll_googledocs.pdf)

ในปัจจุบันมีหลายธุรกิจนำ Google Drive มาใช้ในที่ทำงาน โดยมีไฟล์งานสารพัด ทั้งความคิดสร้างสรรค์สุดบรรเจิดของคุณหรืองานที่ทั้งทีมช่วยกันทำอย่างเต็มที่ แต่ไฟล์พวกนั้นจะไร้ประโยชน์โดยสิ้นเชิงหากคุณเข้าไปใช้งานไม่ได้หรือแชร์กับคนอื่นเพื่อทำงานร่วมกันไม่ได้ นี่คือเหตุผลที่เมื่อสองปีที่แล้วมีการเปิดตัว Google Drive วันนั้นมีคนมากกว่า 190 ล้านคนทั่วโลกใช้ Google Drive อย่างจริงจัง จากที่บ้าน ที่โรงเรียนและที่ทำงาน Google Drive เก็บงานทุกชิ้นของคุณให้ปลอดภัยให้คุณเรียกใช้งานได้จากทุกที่ แล้วยังแชร์ให้คนอื่นได้ทำงานร่วมกันได้อีกด้วย บริษัทหลายแห่งทั่วโลกเช่น Crate & Barrel, Seagate, Tory Burch, HP และ Jaguar Land Rover มั่นใจในการทำงานบน Google Drive เพื่อความรวดเร็วและเพื่อทำงานร่วมกันที่ดียิ่งขึ้นกับผู้ร่วมงานคนอื่นๆ หรือกับลูกค้า แต่ก็ยังได้ยินมาว่าธุรกิจหลายแห่งต้องการสิ่งเหล่านี้มากขึ้นตั้งแต่การควบคุม ความปลอดภัย ที่จะทำรู้ว่าไฟล์นั้นๆ ถูกแชร์ต่อไปอย่างไร ไปจนถึงผลิตภัณฑ์ที่จะโตไปด้วยกันกับพวกเขา Google จึงได้พัฒนา Google Drive ให้ดียิ่งขึ้นกว่าเดิมเพื่อธุรกิจ ในการจัดงาน Google I/O ประจำปี 2557 ได้มีการเปิดตัว Google Drive สำหรับการทำงาน บริการพิเศษเพื่อธุรกิจโดยที่ไม่จำกัดพื้นที่การเก็บข้อมูล รายงานการตรวจสอบขั้นสูง และการควบคุมด้านความปลอดภัยใหม่ๆ ทั้งหมดนี้ให้บริการในราคา 10 เหรียญสหรัฐ/ผู้ใช้/เดือน Drive for Work เปิดให้บริการทั่วโลกแล้ววันนี้ หากคุณเป็นลูกค้าที่ใช้แอปพลิเคชันอยู่แล้ว คุณสามารถอัปเดตบริการได้โดยตรงจากคอนโซลของผู้ดูแลเพื่อรับฟีเจอร์ต่างๆ มากมาย เช่นพื้นที่จัดเก็บข้อมูลอย่างไม่จำกัด

ที่มา: สก๊อต จอห์นสตัน ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารผลิตภัณฑ์ Google Drive (26 มิถุนายน 2557)

สืบค้นจาก [http://googlethailand.blogspot.com/2014\\_06\\_26\\_archive.html](http://googlethailand.blogspot.com/2014_06_26_archive.html)

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยมีความเห็นว่าปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน Google ความน่าเชื่อถือของข้อมูลและการจัดการความรู้ เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจของผู้ใช้งาน มีความสำคัญและเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งานเว็บไซต์ Google ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาวิจัย เพื่อการหาข้อมูลที่สำคัญหรือการติดตามข่าวสาร และสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปเป็นตัวช่วยในการคัดกรองข้อมูลที่ได้มาจาก Google เพื่อให้ผู้ใช้งานไม่ได้รับข้อมูลแบบผิดๆ ไป

## วัตถุประสงค์

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้คือ

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google
2. เพื่อวิเคราะห์การรับรู้ถึงประโยชน์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน
3. เพื่อวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของ Google ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน
4. เพื่อวิเคราะห์การจัดการความรู้ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

## คำถามในการวิจัย

1. ผู้ใช้ Google พอใจปัจจัยใดมากที่สุด
2. ปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้งาน Google

## ขอบเขตในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ โดยเลือกใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้คือ

1. ประชากรที่ใช้ศึกษา เป็นประชากรในกรุงเทพมหานครที่เคยใช้งานเว็บไซต์ Google
2. ตัวอย่างที่ใช้ศึกษา เลือกจากประชากร โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และใช้จำนวน 400 คนซึ่งจำนวนนี้ได้จากการใช้ตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1967)
3. ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ประกอบด้วย  
ตัวแปรอิสระคือ การรับรู้ถึงประโยชน์ ความน่าเชื่อถือ และการจัดการความรู้  
ตัวแปรตามคือ ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google
4. สถานที่ศึกษาที่ผู้วิจัยใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ ตามห้างสรรพสินค้าต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร
5. ระยะเวลาในการศึกษา เริ่มตั้งแต่ กุมภาพันธ์ 2559 ถึง พฤศจิกายน 2559
6. สถิติที่ใช้ในการวิจัย การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

## แนวความคิดและทฤษฎี

### 1. การรับรู้ถึงประโยชน์

Davis. (1989). กล่าวว่า การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) หมายถึง ระดับที่ผู้ใช้เชื่อว่าประโยชน์ของเทคโนโลยีจะสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับงานของตน ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับทัศนคติที่มีต่อการใช้งานและพฤติกรรมของผู้ใช้ นอกจากนี้ Fred Davis และ Richard Bagozzi ยังได้ทำการพัฒนา ทฤษฎี Technology Acceptance Model (TAM) คือหนึ่งในการต่อยอดจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) F. D. Davis. (1989) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการแทนที่การวัดทัศนคติด้วยการวัดการยอมรับเทคโนโลยีจาก 2 ปัจจัย คือ

1. Perceived Usefulness คือการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ
2. Perceived Ease of Use คือการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ทั้ง TAM และ TRA จะพิจารณาและอธิบายถึงปฏิมูลของพฤติกรรมในการเกิดเจตนาที่จะกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใด โดยปราศจากข้อจำกัดอื่นๆ

ทฤษฎีของ Technology Acceptance Model: TAM Davis. (1985). ดัดแปลงและประยุกต์มาจากทฤษฎีของการกระทำตามหลักเหตุและผล ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการทำความเข้าใจและการพยากรณ์พฤติกรรมของมนุษย์ Ajen. (1991). & Davis. (1989).

External Variable หมายถึงอิทธิพลของตัวแปรภายนอกที่เข้ามาสร้างความรับรู้ให้แก่แต่ละคนที่แตกต่างกันไปซึ่งได้แก่ความเชื่อ ประสบการณ์ ความรู้ ความเข้าใจ และพฤติกรรมทางสังคม เป็นต้น

Perceived Usefulness หมายถึงความมีประโยชน์จะเป็นตัวกำหนดการรับรู้ในระดับบุคคลกล่าวคือแต่ละคนก็จะรับรู้ได้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศจะมีส่วนช่วยในการพัฒนาผลการปฏิบัติงานของเขาได้อย่างไรบ้าง

Perceived Ease of Use หมายถึงความง่ายในการใช้จะเป็นตัวกำหนดการรับรู้ในแง่ของปริมาณหรือความสำเร็จที่จะได้รับว่าตรงกับที่ต้องการหรือไม่ งานจะสำเร็จตรงตามที่คาดไว้หรือไม่

Attitude Toward Using หมายถึงทัศนคติและความสนใจที่จะใช้ระบบ

Behavior Intention to Use หมายถึง พฤติกรรมในการสนใจที่จะใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

Actual System Use หมายถึง มีการนำมาใช้จริงและยอมรับในเทคโนโลยี

## 2.ความน่าเชื่อถือ

Sztompka. (1999). ให้คำจำกัดความของความเชื่อถือว่าไว้วางใจว่า คือ “การพนันหรือการคาดเดา (Bet) ต่อพฤติกรรมหรือการกระทำของผู้อื่นในอนาคต” และกล่าวว่าความเชื่อถือว่าไว้วางใจประกอบด้วย 7 ปัจจัย ได้แก่

- |                                 |                                       |
|---------------------------------|---------------------------------------|
| 1.ความสม่ำเสมอ (Regularity)     | 2.ประสิทธิภาพ (Efficiency)            |
| 3.ความน่าเชื่อถือ (Reliability) | 4.การเป็นตัวแทน (Representativeness)  |
| 5.ความยุติธรรม (Fairness)       | 6.ความพร้อมรับผิดชอบ (Accountability) |
| 7.ความเมตตากรุณา (Benevolence)  |                                       |

จากคำนิยามที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ความเชื่อถือว่าไว้วางใจหมายถึงการเต็มใจยินยอมหรือเชื่อมั่นของผู้ที่ไว้วางใจต่อผู้ที่ได้รับความไว้วางใจ ในลักษณะความสัมพันธ์ที่จะดำเนินต่อไปในการที่จะให้ผู้ที่ได้รับความเชื่อถือว่าไว้วางใจได้กระทำทุกวิถีทางในการปกป้องผลประโยชน์และไม่เอาर्डเอาเปรียบผู้ที่ไว้วางใจซึ่งไม่สามารถทำได้

## 3.การจัดการความรู้

บุญดี บุญญากิจ, และคณะ. (2547).

การค้นหาความรู้ (Knowledge Identification) เป็นการค้นหาว่าองค์กรของเรามีความรู้ อะไรอยู่บ้าง อยู่ในรูปแบบใด อยู่ที่ใคร และความรู้ อะไรที่องค์กรจำเป็นต้องมีเพื่อทำให้บรรลุเป้าหมาย การค้นหาความรู้สามารถใช้เครื่องมือที่เรียกว่า Knowledge Mapping หรือการทำและแผนที่ความรู้ เพื่อจัดอันดับความสำคัญ ทำให้มองเห็นภาพรวมของคลังความรู้ขององค์กร บุคลากร



ทราบว่ามีความรู้อะไรและสามารถหาได้จากที่ไหน นอกจากนี้ยังใช้เป็นพื้นฐานในการต่อยอดความรู้ในเรื่องต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ

การจัดความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge Organization)

องค์กรต้องจัดความรู้ที่มีอยู่ให้เป็นระบบ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถค้นหาและนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้ และเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็วมีการแบ่งประเภทของความรู้ อย่างเหมาะสมตามลักษณะของงาน วางโครงสร้างของความรู้ขององค์กร

การประมวลและกลั่นกรองความรู้ (Knowledge Codification and Refinement) ต้องมีการประมวลความรู้ให้อยู่ในรูปแบบและภาษาที่เข้าใจง่าย ใช้ภาษาเดียวกันปรับปรุงเนื้อหาให้มีความสมบูรณ์สอดคล้องต้องการของผู้ใช้

การเข้าถึงความรู้ (Knowledge Access)

ความรู้ที่ได้มานั้นต้องถูกนำออกมาใช้ประโยชน์ การเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้นั้นสามารถทำได้ 2 ลักษณะคือ

1.การป้อนความรู้ (Push) คือ การส่งข้อมูลความรู้ให้กับผู้รับ โดยที่ผู้รับไม่ได้ร้องขอหรือเรียกว่า Supply – based เช่น หนังสือเวียน การฝึกอบรม

2.การให้โอกาสเลือกใช้ความรู้ (Pull) คือ การที่ผู้รับสามารถเลือกใช้แต่เฉพาะความรู้ที่ตนต้องการซึ่งช่วยให้ลดปัญหาการได้รับข้อมูลที่ไม่ต้องการใช้ เรียกอีกอย่างว่า Demand-based เช่น Web Board

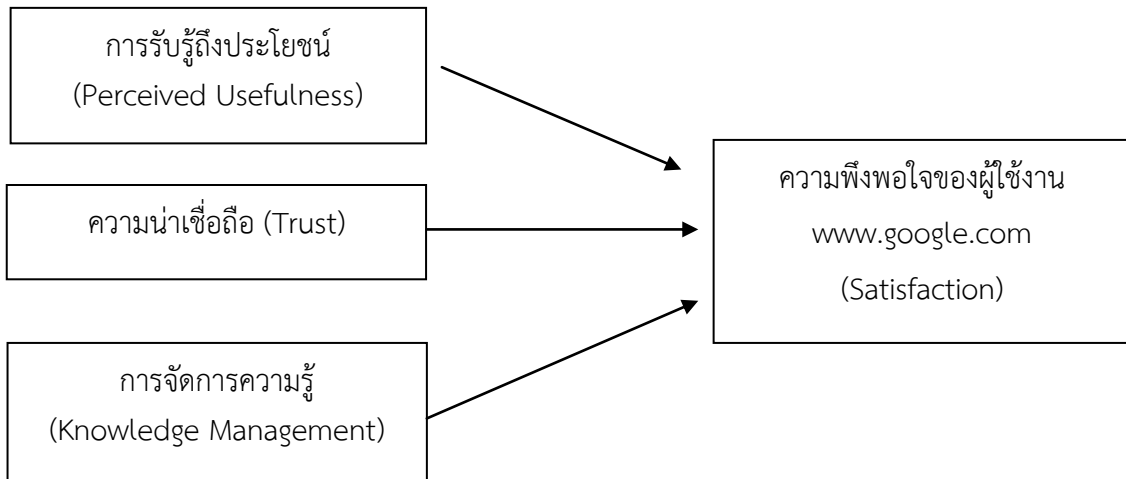
#### 4.ความพึงพอใจ

Quirk. (1987). ความรู้ที่มีความสุขหรือได้รับสิ่งที่ต้องการ ความพึงพอใจของลูกค้า คือ ความรู้สึกหลังที่ได้รับบริการหรือซื้อผลิตภัณฑ์ไปแล้วซึ่งผลที่จะออกมาที่สามารถเปรียบเทียบได้ในแต่ละคนสามารถจัดลำดับได้ ระดับความพึงพอใจของลูกค้า จะเกิดจากความแตกต่าง ระหว่างผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของบุคคล (Expectation) โดยผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์เกิดจากนักการตลาดและฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจะพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยการสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) ซึ่งเกิดจากการผลิต (Manufacturing) และจากการตลาด (Marketing) รวมทั้งการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่างๆ โดยยึดหลักการสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality) คุณค่าเกิดจากความแตกต่างในการแข่งขัน โดยคุณค่าที่มอบให้ ต้องมากกว่าต้นทุนของลูกค้า ความแตกต่างทางการแข่งขันเป็นการออกแบบลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์หรือบริษัทจากผู้แข่งขัน คู่แข่งขันจะต้องมีคุณค่าในสายตาลูกค้าและสร้างความพึงพอใจความแตกต่างในการแข่งขันประกอบไปด้วย

- 1.ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์
- 2.ความแตกต่างด้านบริการ
- 3.ความแตกต่างด้านบุคลากร
- 4.ความแตกต่างด้านภาพลักษณ์

### กรอบแนวความคิด

ภาพที่ 4 กรอบแนวความคิดแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้ถึงประโยชน์ ความน่าเชื่อถือ และการจัดการความรู้ กับการความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ในกรุงเทพมหานคร



### สมมติฐานการวิจัย

1. การรับรู้ถึงประโยชน์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google
2. ความน่าเชื่อถือมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google
3. การจัดการความรู้มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google

### ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ บุคคลทั่วไปที่มีอายุมากกว่าหรือเท่ากับ 18 ปี ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่เคยใช้ Google ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากกลุ่มประชากรที่ใช้จำเป็นต้องมีวุฒิภาวะเพียงพอเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม และต้องมีความสามารถในการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจาก Google

2. ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ การจัดทำข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การแปลความและการสรุปผล ประกอบด้วย

2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเองโดยอาศัยเครื่องมือที่มีความเหมาะสมในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ได้แก่ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยทัศนคติ ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google

2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมมาจากแหล่งที่สามารถอ้างอิงได้และมีความน่าเชื่อถือได้แก่ ตำรา หนังสือ เอกสารงานวิจัยที่ผ่านมาและมีความเกี่ยวข้องกับการวิจัยในครั้งนีวารสารและสิ่งพิมพ์ทางวิชาการทั้งที่ใช้ระบบเอกสารและระบบออนไลน์

3. เครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่าง นำแบบสอบถามไปทดลองกับตัวอย่างจำนวน 40 รายเพื่อหาค่าความเชื่อมั่น ก่อนแจกแบบสอบถามจริง 400 ชุด

4. ผู้ทำวิจัยได้ออกแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย 6 ส่วนพร้อมทั้งวิธีการตอบคำถามดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และท่านใช้ Google มากน้อยแค่ไหน ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายเปิด

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ซึ่งเป็นลักษณะของคำถามปลายเปิดประกอบด้วยคำถามย่อยที่แบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่คะแนนมากที่สุดคือ 5 และคะแนนน้อยที่สุดคือ 1

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือซึ่งเป็นลักษณะของคำถามปลายเปิดประกอบด้วยคำถามย่อยที่แบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่คะแนนมากที่สุดคือ 5 และคะแนนน้อยที่สุดคือ 1

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดการความรู้ซึ่งเป็นลักษณะของคำถามปลายเปิดประกอบด้วยคำถามย่อยที่แบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่คะแนนมากที่สุดคือ 5 และคะแนนน้อยที่สุดคือ 1

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งานซึ่งเป็นลักษณะของคำถามปลายเปิด ประกอบด้วยคำถามย่อยที่แบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่คะแนนมากที่สุดคือ 5 และคะแนนน้อยที่สุดคือ 1

ส่วนที่ 6 เป็นข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

5. การตรวจสอบเครื่องมือ เครื่องมือในการศึกษาคั้งนี้คือแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความครบถ้วนและความสอดคล้องของเนื้อหาของแบบสอบถามที่ตรงกับเรื่องที่จะศึกษา นอกจากนี้ยังมีการตรวจสอบความเชื่อมั่น จากการเก็บแบบสอบถามโดยนำทดสอบใช้กับกลุ่มทดลอง จำนวน 40 ชุด พบว่า มีค่าความเชื่อมั่นรวมเท่ากับ 0.804 และกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด มีค่าความเชื่อมั่นรวมเท่ากับ 0.831 จากค่าสัมประสิทธิ์ที่ออกมาแสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น (Reliability) สูง เนื่องจากมีค่าใกล้เคียง 1 และไม่ต่ำกว่า 0.7

## ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ ปัจจัยความน่าเชื่อถือ ปัจจัยการจัดการความรู้ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (Google) ในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31-40 ปี สถานภาพโสด ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 ใช้งาน Google เป็นประจำทุกวัน นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่า ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก ปัจจัยความน่าเชื่อถือโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ปัจจัยการจัดการความรู้โดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก และความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ในกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก

การทดสอบสมมติฐานเพื่อทดสอบตัวแปรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 สมมติฐาน ตัวแปรอิสระ คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ ความน่าเชื่อถือ การจัดการความรู้ ตัวแปรตามคือ ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ในกรุงเทพมหานคร ทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 1: แสดงผลการวิเคราะห์ตัวแปรอิสระ การรับรู้ถึงประโยชน์ ความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านการจัดการความรู้ มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ	B	Beta	T	Sig
(ค่าคงที่)	2.817		10.209	.000
การรับรู้ถึงประโยชน์	.095	.103	2.062	.040
ความน่าเชื่อถือ	-.080	-.077	-1.533	.126
การจัดการความรู้	.209	.215	4.406	.000

$R^2 = .061, F = 8.512, p^* < 0.05$

ผลการศึกษาตามตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ตัวแปรอิสระการรับรู้ถึงประโยชน์ และการจัดการความรู้ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งาน Google ของผู้ใช้งานในกรุงเทพมหานคร ส่วนปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือไม่ส่งผลต่อปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งานในกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่า การรับรู้ถึงประโยชน์และการจัดการความรู้ มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยพิจารณาจากค่า Significance ที่ 0.040 และ 0.000 ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด ( $R^2 = .061$ ) ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น พบว่าการรับรู้ถึงประโยชน์ ปัจจัยด้านการจัดการความรู้ที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยตัวแปรตามคือ ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (Google) ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งปัจจัยด้านการจัดการความรู้ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (Google) ในกรุงเทพมหานคร ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ที่  $t = 4.406$  การรับรู้ถึงประโยชน์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ใน

กรุงเทพมหานคร ที่  $t = 2.062$  การวิเคราะห์ค่าสถิติทดสอบ  $F = 8.512$  ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ  $0.040$  ซึ่งน้อยกว่า  $0.050$  แสดงว่าตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม และปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือที่ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ในกรุงเทพมหานคร ที่  $t = -1.533$  ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ  $0.126$  ซึ่งมากกว่า  $0.050$

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบที่ส่งผลต่อปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ในกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านการจัดการความรู้ที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ในกรุงเทพมหานคร ( $Beta = 0.209$ ,  $t = 4.406$ ) มากที่สุด รองลงมาคือการรับรู้ถึงประโยชน์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ในกรุงเทพมหานคร ( $Beta = 0.095$ ,  $t = 2.062$ ) และด้านความน่าเชื่อถือที่ไม่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ในกรุงเทพมหานคร ( $Beta = -0.080$ ,  $t = -1.533$ )

### สรุปและอภิปรายผล

จากการที่ผู้วิจัยศึกษาด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ความน่าเชื่อถือ การจัดการความรู้ สามารถอธิบายผลการศึกษาดังนี้

ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ในกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษาสรุพบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ในกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่  $0.05$  เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อพบว่า สิ่งที่ผู้ใช้งานในกรุงเทพมหานคร พึงพอใจต่อการใช้งาน Google มากที่สุดเป็นสามข้อแรก ได้แก่ Google ช่วยทำให้การทำงานของท่านทันเวลา, Google ช่วยลดเวลาในการค้นหาข้อมูล, Google ช่วยให้ท่านปฏิบัติงานง่ายขึ้นไม่ยุ่งยากซับซ้อน ซึ่งผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Davis. (1989). กล่าวว่าการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) หมายถึง ระดับที่ผู้ใช้เชื่อว่าประโยชน์ของเทคโนโลยีจะสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับงานของตน ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับทัศนคติที่มีต่อการใช้งานและพฤติกรรมของผู้ใช้ นอกจากนี้ Fred Davis และ Richard Bagozzi ยังได้ทำการพัฒนา ทฤษฎี Technology Acceptance Model (TAM) คือหนึ่งในการต่อยอดจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) F. D. Davis. (1989). โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการแทนที่การวัดทัศนคติด้วยการวัดการยอมรับเทคโนโลยีจาก 2 ปัจจัย คือ

1. Perceived Usefulness คือการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ

2. Perceived Ease of Use คือการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ทั้ง TAM และ TRA จะพิจารณาและอธิบายถึงปฏิมูลของพฤติกรรมในการเกิดเจตนาที่จะกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใด โดยปราศจากข้อจำกัดอื่นๆ

ทฤษฎีของ Technology Acceptance Model: TAM Davis. (1985). ดัดแปลงและประยุกต์มาจากทฤษฎีของการกระทำตามหลักเหตุและผล ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการทำความเข้าใจและการพยากรณ์พฤติกรรมของมนุษย์ Ajen. (1991). & Davis. (1989).

External Variable หมายถึงอิทธิพลของตัวแปรภายนอกที่เข้ามาสร้างความรับรู้ให้แก่แต่ละคนที่แตกต่างกันไปซึ่งได้แก่ความเชื่อ ประสบการณ์ ความรู้ ความเข้าใจ และพฤติกรรมทางสังคม เป็นต้น



Perceived Usefulness หมายถึงความมีประโยชน์จะเป็นตัวกำหนดการรับรู้ในระดับบุคคลกล่าวคือแต่ละคนก็จะรับรู้ได้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศจะมีส่วนช่วยในการพัฒนาผลการปฏิบัติงานของเขาได้อย่างไรบ้าง

Perceived Ease of Use หมายถึงความง่ายในการใช้จะเป็นตัวกำหนดการรับรู้ในแง่ของปริมาณหรือความสำเร็จที่จะได้รับว่าตรงกับที่ต้องการหรือไม่ งานจะสำเร็จตรงตามที่คาดไว้หรือไม่

Attitude Toward Using หมายถึงทัศนคติและความสนใจที่จะใช้ระบบ

Behavior Intention to Use หมายถึง พฤติกรรมในการสนใจที่จะใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

Actual System Use หมายถึง มีการนำมาใช้จริงและยอมรับในเทคโนโลยี

ตามรูปแบบของ TAM นั้นอิทธิพลของตัวแปรภายนอกจะมีผลต่อความเชื่อ ทัศนคติ และความสนใจที่จะใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยผ่านความเชื่อในขั้นต้น 2 อย่างที่จะส่งผลต่อการนำระบบมาใช้คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และการรับรู้ในระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน สามารถแบ่งเบาภาระงานได้สะดวกสบายขึ้น แบบจำลองดังกล่าวถูกนำมาใช้กันอย่างกว้างขวางและเป็นแบบแผนในการตัดสินใจที่ประสบความสำเร็จในการพยากรณ์การยอมรับด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยชี้ให้เห็นถึงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของแต่ละบุคคล ในเรื่องของประโยชน์ที่ผู้ใช้จะได้รับ และการใช้งานที่ง่ายอันจะก่อให้เกิดพฤติกรรมในการสนใจที่จะใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ส่งผลให้มีการนำมาใช้และยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ สรุปได้ว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อผู้ใช้ที่จะเชื่อว่าเทคโนโลยีจะมีประโยชน์และจะสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับงานของตน ซึ่งเหมือนกับงานวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ในกรุงเทพมหานคร การรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยีมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ในกรุงเทพมหานคร โดยผู้ใช้งานจะคำนึงถึงความสามารถของมันที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับงานของตน เช่น ความรวดเร็วในการค้นข้อมูล ความหลากหลายของข้อมูล เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนเอง

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ในกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษารูพบว่า ความน่าเชื่อถือที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ในกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อพบว่า สิ่งที่ผู้ใช้งานในกรุงเทพมหานคร พึงพอใจต่อการใช้งาน Google มากที่สุดเป็นสามข้อแรก ได้แก่ ท่านมักจะมีทัศนคติเชิงบวกต่อเว็บไซต์ที่มีการเรียบเรียงภาษาที่ดี สะกดคำถูกต้อง และอ่านเข้าใจง่าย ท่านมักจะคล้อยตามคำแนะนำ ข้อความหรือคำบรรยายที่แสดงความประทับใจในข้อมูลของผู้ใช้ท่านอื่นที่ปรากฏในสื่ออินเทอร์เน็ต เมื่อมีผู้ใช้ท่านอื่นโพสต์ข้อความในเชิงลบของข้อมูลใน Google ทำให้ท่านเกิดขาดความลังเลใจที่จะเชื่อถือหรือปฏิเสธที่จะรับข้อมูลนั้นๆ ซึ่งผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Sztompka. (1999). ให้คำจำกัดความของความเชื่อถือว่าไว้วางใจว่า คือ “การพนันหรือการคาดเดา (Bet) ต่อพฤติกรรมหรือการกระทำของผู้อื่นในอนาคต” และกล่าวว่าความเชื่อถือว่าไว้วางใจประกอบด้วย 7 ปัจจัย ได้แก่

- |                                 |                                       |
|---------------------------------|---------------------------------------|
| 1.ความสม่ำเสมอ (Regularity)     | 2.ประสิทธิภาพ (Efficiency)            |
| 3.ความน่าเชื่อถือ (Reliability) | 4.การเป็นตัวแทน (Representativeness)  |
| 5.ความยุติธรรม (Fairness)       | 6.ความพร้อมรับผิดชอบ (Accountability) |
| 7.ความเมตตากรุณา (Benevolence)  |                                       |

จากคำนิยามที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ความเชื่อถือว่าว่างใจหมายถึงการเต็มใจยินยอมหรือเชื่อมั่นของผู้ที่ว่างใจต่อผู้ที่ได้รับความไว้วางใจ ในลักษณะความสัมพันธ์ที่จะดำเนินต่อไปในการที่จะให้ผู้ได้รับความเชื่อถือว่าว่างใจได้กระทำทุกวิถีทางในการปกป้องผลประโยชน์และไม่เอาर्डเอาเปรียบผู้ที่ว่างใจซึ่งไม่สามารถทำเองได้ ซึ่งเหมือนกับงานวิจัยปัจจัยความน่าเชื่อถือของผู้ใช้งาน Google ในกรุงเทพมหานคร ความน่าเชื่อถือที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ในกรุงเทพมหานคร โดยผู้ใช้งานคำนึงถึงความน่าเชื่อถือของข้อมูลและประสิทธิภาพของข้อมูลนั้นๆเป็นอันดับแรกของการใช้งานเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการใช้งาน

ปัจจัยด้านการจัดการความรู้ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ในกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษาสรุพบว่า การจัดการความรู้ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ในกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อพบว่า สิ่งที่คุณใช้งานในกรุงเทพมหานคร พึงพอใจต่อการใช้งาน Google มากที่สุดเป็นสามข้อแรก ได้แก่ Google จัดให้มีเทคโนโลยีที่เพียงพอแก่การใช้ถ่ายถอดความรู้และการบริการความรู้, ข้อมูลใน Google มีความหลากหลาย และเจาะลึกถึงเนื้อหา, เทคโนโลยีของ Google ที่มีอยู่ช่วยในการเรียนรู้และการทำงานให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ บุญดี บุญญาภิจ, และคณะ. (2547).

การค้นหาคำความรู้ (Knowledge Identification) เป็นการค้นหาคำความรู้ของเรามีความรู้ อะไรอยู่บ้าง อยู่ในรูปแบบใด อยู่ที่ใคร และความรู้ อะไรที่องค์กรจำเป็นต้องมีเพื่อทำให้บรรลุเป้าหมาย การค้นหาคำความรู้สามารถใช้เครื่องมือที่เรียกว่า Knowledge Mapping หรือการทำและแผนที่ความรู้ เพื่อจัดอันดับความสำคัญ ทำให้มองเห็นภาพรวมของคลังความรู้ขององค์กร บุคลากรทราบว่ามีความรู้ อะไร และสามารถหาได้จากที่ไหน นอกจากนี้ยังใช้เป็นพื้นฐานในการต่อยอดความรู้ในเรื่องต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ

การจัดความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge Organization) องค์กรต้องจัดความรู้ที่มีอยู่ให้เป็นระบบ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถค้นหาและนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้ และเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็วมีการแบ่งประเภทของความรู้ อย่างเหมาะสมตามลักษณะของงาน วางโครงสร้างของความรู้ขององค์กร

การประมวลและกลั่นกรองความรู้ (Knowledge Codification and Refinement) ต้องมีการประมวลความรู้ให้อยู่ในรูปแบบและภาษาที่เข้าใจง่าย ใช้ภาษาเดียวกันปรับปรุงเนื้อหาให้มีความสมบูรณ์สอดคล้องต้องการของผู้ใช้

การเข้าถึงความรู้ (Knowledge Access) ความรู้ที่ได้มานั้นต้องถูกนำออกมาใช้ประโยชน์ การเข้าถึงข้อมูลของผู้ใช้นั้นสามารถทำได้ 2 ลักษณะ คือ

1.การป้อนความรู้ (Push) คือ การส่งข้อมูลความรู้ให้กับผู้รับ โดยที่ผู้รับไม่ได้ร้องขอหรือเรียกว่า Supply – based เช่น หนังสือเวียน การฝึกอบรม

2.การให้โอกาสเลือกใช้ความรู้ (Pull) คือ การที่ผู้รับสามารถเลือกใช้เฉพาะความรู้ที่ตนต้องการซึ่งช่วยให้ลดปัญหาการได้รับข้อมูลที่ไม่ต้องการใช้ เรียกอีกอย่างว่า Demand-based เช่น Web Board

การเรียนรู้ (Learning) การที่คนในองค์กรสามารถเรียนรู้จากสิ่งต่าง ๆ และสามารถนำความรู้ไปใช้ตัดสินใจในการทำงานโดยการเรียนรู้และสร้างความรู้ใหม่ขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง เป็นการเพิ่มพูนความรู้ขององค์กรให้มากขึ้นเรื่อย ๆ และถูกนำไปใช้สร้างความรู้ใหม่ๆ เป็นวงจรที่ไม่มีที่สิ้นสุดที่เรียกว่า วงจรแห่งการเรียนรู้

ซึ่งเหมือนกับงานวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ในกรุงเทพมหานคร การจัดการความรู้ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ในกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ใช้งาน Google ต้องการความเป็นระบบของการจัดการความรู้ที่เข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็วและมีการแบ่งประเภทของความรู้ที่เหมาะสมรวมไปถึงการใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายเพื่อนำไปถกเถียงแลกเปลี่ยนความคิดกับผู้อื่นได้

ปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ในกรุงเทพมหานคร พบว่า สิ่งที่ผู้ใช้งาน Google ในกรุงเทพมหานครพึงพอใจมากที่สุดเป็นสามอันดับแรก ได้แก่ มีช่องทางในการติดต่อสอบถามปัญหาอย่างเพียงพอ, ท่านมีความพึงพอใจต่อความเร็วในการให้บริการและแก้ไขปัญหา, ท่านมีความพึงพอใจต่อภาษาที่ใช้ในระบบฐานข้อมูลฯ เป็นทางการ ตรงประเด็น และสื่อความหมายชัดเจน ซึ่งผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Quirk. (1987). ความรู้ที่มีความสุขหรือได้รับสิ่งที่ต้องการ ความพึงพอใจของลูกค้า คือ ความรู้สึกหลังที่ได้รับบริการหรือซื้อผลิตภัณฑ์ไปแล้วซึ่งผลที่จะออกมาก็สามารถเปรียบเทียบได้ในแต่ละคนสามารถจัดลำดับได้ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดจากความแตกต่าง ระหว่างผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของบุคคล (Expectation) โดยผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์เกิดจากนักการตลาดและฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจะพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยการสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) ซึ่งเกิดจากการผลิต (Manufacturing) และจากการตลาด (Marketing) รวมทั้งการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่างๆ โดยยึดหลักการสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality) คุณค่าเกิดจากความแตกต่างในการแข่งขัน โดยคุณค่าที่มอบให้ ต้องมากกว่าต้นทุนของลูกค้า ความแตกต่างทางการแข่งขันเป็นการออกแบบลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์หรือบริษัทจากผู้แข่งขัน คู่แข่งขันจะต้องมีคุณค่าในสายตาของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจ ความแตกต่างในการแข่งขันประกอบไปด้วย

- 1.ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์
- 2.ความแตกต่างด้านบริการ
- 3.ความแตกต่างด้านบุคลากร
- 4.ความแตกต่างด้านภาพลักษณ์

ซึ่งเหมือนกับงานวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ในกรุงเทพมหานคร โดยผู้ใช้งานมีกระบวนการวิเคราะห์ขั้นตอนความพึงพอใจในการใช้งาน Google สิ่งที่ผู้ใช้งานจะเกิดความพึงพอใจขึ้นมาได้นั้น คือ ความรู้สึกที่ได้ใช้/รับบริการจนก่อให้เกิดความรู้สึกเปรียบเทียบกับ Website อื่นถึงความแตกต่างในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้าน ผลิตภัณฑ์, ภาพลักษณ์ และการบริการ

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.จากการศึกษาข้อมูลทั่วไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย 220คน มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มี

รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีความถี่ในการใช้งาน Google (เป็นประจำทุกวันตั้งนั้น ผู้ใช้งานทั่วไป/ธุรกิจ/หน่วยงาน/องค์กร ต่างๆ ที่ต้องใช้งาน Google สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปวางแผนในการใช้งานเว็บไซต์นี้ เพื่อการหาข้อมูลที่สำคัญหรือการติดตามข่าวสาร และสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปเป็นตัวช่วยในการคัดกรองข้อมูลที่ได้มาจาก Google เพื่อให้ผู้ใช้งานไม่ได้รับข้อมูลแบบผิดๆ ไป โดยพิจารณาในเบื้องต้นจากคนในกรุงเทพมหานครที่พึงพอใจในการใช้งาน Google ดังที่มีลักษณะข้างต้น โดยการนำข้อมูลและลักษณะผู้ใช้งานไปทำการตลาด และทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมเพื่อทำให้เกิดการบริการที่ง่ายและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น หรือ อาจจะนำไปใช้เพื่อวางแผน พยากรณ์ ความต้องการในอนาคต เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและเพื่อนำประโยชน์ไปใช้ให้สูงสุด

2.จากการศึกษาการรับรู้ถึงประโยชน์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ใน กรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ Google ช่วยทำให้การทำงานของท่านทันเวลา ดังนั้นแล้วจึงเห็นได้ว่าหากผู้ใช้งานสามารถรับรู้ถึงประโยชน์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ผู้ใช้งานจะการตัดสินใจใช้บริการได้ง่ายขึ้นขึ้น ผู้ประกอบธุรกิจหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องจึงควรมีการนำเสนอวิธีการใช้งานแบบง่ายเพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถรับรู้ถึงประโยชน์และนำไปสู่ความพึงพอใจอันจะก่อให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการต่อไป

3.จากการศึกษาปัจจัยการจัดการความรู้ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Google ใน กรุงเทพมหานคร สิ่งที่ผู้ใช้งานให้ความสำคัญมากที่สุดคือ Google จัดให้มีเทคโนโลยีที่เพียงพอแก่การใช้ถ่ายทอดความรู้และการบริการความรู้ ดังนั้นแล้วผู้ประกอบธุรกิจหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องควรมีการนำเสนอข้อมูลหรือวิธีการจัดการความรู้ของเว็บไซต์ Google เพื่อเป็นประโยชน์และสร้างความประทับใจต่อผู้ใช้งานอันจะก่อให้เกิดการตัดสินใจใช้ในครั้งต่อไป ยกตัวอย่างเช่น วิธีการจัดการความรู้โดย Google spider คือ เป็นตัวการจัดการความรู้โดยการ Crawling และทำสำเนาข้อมูลหน้า Page ของ Website หรือ weblogต่างๆ เพื่อใช้ในการทำดัชนี (Index) โดยจะไต่ไปตามลิงค์ต่างๆ ที่มีอยู่ในหน้า Page หรือ Website การทำงานของ Google spider นั้นจะทำการบันทึกข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับจากหน้า Page เข้าสู่ฐานข้อมูลของ Google Server เพื่อใช้ในการประมวลผลและจัดอันดับตามความเหมาะสม ที่ระบบของ Google ได้สร้างขึ้นมาโดยเฉพาะ และนอกจากนี้การเข้ามาตรวจสอบข้อมูลใหม่ๆ อยู่เรื่อยๆ เพื่อทำการบันทึกข้อมูล อาจมีการเปลี่ยนแปลงในหน้า Page เก่าที่เคยบันทึกไปแล้วเช่นกัน

### ข้อเสนอแนะสำหรับกรวิจัยครั้งต่อไป

1.ควรมีการใช้วิธีแจกแบบสอบถามเจาะเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มากขึ้น เช่น สถานศึกษาในสถานที่ต่างๆ สถานที่ทำงานราชการต่างๆ เนื่องจากเป็นสถานที่ต้องใช้ความรู้ใหม่ๆอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีความจำเป็นต้องใช้เว็บไซต์ Google เป็นประจำเพื่อที่จะได้แบบสอบถามที่เจาะจงมากขึ้น

2.ควรมีการใช้วิธีแจกแบบสอบถามแบบกระจายกลุ่มไปต่างจังหวัดเพิ่ม เช่น จังหวัดต่างๆในประเทศไทยและในปริมณฑลของกรุงเทพ เพื่อนำข้อมูลหลากหลายมารวมกันและแสดงความคิดเห็นแบบสอบถามได้หลากหลายและครอบคลุมมากขึ้น

3.แนะนำให้ศึกษากับตัวแปรอื่นที่อาจมีความเกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ทำการศึกษาอยู่ เช่น ความต้องการของผู้ใช้งาน เพื่อทราบว่าความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้งานต้องการอะไรบ้าง

### บรรณานุกรม

- ดร.รุจโรจน์ แก้วอุไร (22 มิถุนายน 2555) Google Scholar คืออะไร สืบค้นจาก  
[www.gotoknow.org/posts/6134](http://www.gotoknow.org/posts/6134)
- Ninetechno.com (15 สิงหาคม 2559) Google Chrome คืออะไร สืบค้นจาก  
<http://www.ninetechno.com/a/google-chrome/818-chrome-001.html>
- News.siamphone.com (22 มีนาคม 2555) กราฟสถิติผู้ใช้งาน Google Chrome สืบค้นจาก  
<http://news.siamphone.com/news-06168.html>
- zabza.com (23 สิงหาคม 2557) สถิติการใช้งาน Search Engine สืบค้นจาก  
<http://www.zabzaa.com/seo/สถิติการใช้งาน-search-engine>
- สำนักคอมพิวเตอร์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ภาพแสดงการทำงานของ Google (Web spider) สืบค้นจาก <http://kmcom.unbbz.com/news/100158/101959>
- it24hrs.com (28 พฤษภาคม 2555) เครื่องมือใหม่ในการศึกษาไทย Google Apps For Education สืบค้นจาก <https://www.it24hrs.com/2012/google-apps-for-education-th>
- สก๊อต จอห์นสตัน ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารผลิตภัณฑ์ Google Drive (26 มิถุนายน 2557) ปลดล็อก  
ธุรกิจของคุณด้วยการนำ Google Drive มาใช้ทำงานสืบค้นจาก  
[http://googlethailand.blogspot.com/2014\\_06\\_26\\_archive.html](http://googlethailand.blogspot.com/2014_06_26_archive.html)
- นางปาริชาติ สุขทอง นักวิชาการคอมพิวเตอร์ชำนาญการ. (2556). Google Drive คืออะไร
- F. D. Davis. (1989). Perceived Usefulness “Technology Acceptance Model (TAM),  
Theory of Reasoned Action: (TRA)
- Fred Davis., & Richard Bagozzi. (1989). Perceived Usefulness “Technology  
Acceptance Model (TAM)”
- Sztompka. (1999). Trust “A Sociological Theory”
- บุญดี บุญญากิจ, และคณะ. (2547). ทฤษฎีต่างๆ เกี่ยวกับการจัดการความรู้ “การค้นหาคำรู้  
(Knowledge Identification),การสร้างและแสวงหาคำรู้ (Knowledge Creation and  
Acquisition)
- Quirk. (1987). Satisfaction “Expectation,Value Added,Manufacturing,Marketing,Total  
Quality