



การยอมรับเทคโนโลยีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา

Technology Acceptance of Small and Medium Enterprises (SMEs)

in Songkhla, Thailand

อรจันทร์ ศิริโชติ^{1*}

Orachan Sirichote^{1*}

(Received: November 30, 2020; Revised: December 29, 2020; Accepted: January 18, 2021)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบระดับการยอมรับเทคโนโลยีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา จำแนกตามขนาดขององค์กร ภาคอุตสาหกรรม และประเภทของธุรกิจ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการ ผู้บริหาร หรือพนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ ที่มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ .956 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS เพื่อหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test ผลการวิจัย พบว่า SMEs ที่มีขนาดขององค์กร ภาคอุตสาหกรรม และประเภทของธุรกิจแตกต่างกัน มีระดับการยอมรับเทคโนโลยีด้านความคาดหวังเกี่ยวกับการดำเนินงาน ความคาดหวังเกี่ยวกับความพยายาม อิทธิพลทางสังคม และเงื่อนไขความสะดวกในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า SMEs ที่มีขนาดขององค์กรแตกต่างกัน มีประเด็นมีประโยชน์กับงาน และมีโอกาสมีรายได้เพิ่มขึ้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 SMEs ที่อยู่ในภาคอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน มีประเด็นทำงานสำเร็จลุล่วงได้เร็วขึ้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 SMEs ที่มีประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีประเด็นผู้ที่เกี่ยวข้องในงานเห็นว่าควรใช้เทคโนโลยีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิจัยนำไปสู่ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานภาครัฐ SMEs และนักการตลาดเพื่อนำไปประยุกต์กับงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและสนับสนุนการยอมรับและการใช้งานเทคโนโลยีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สงขลา

¹คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

¹Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University

*Corresponding author. E-mail: orachan_s@hotmail.com



Abstract

The aims of this research were to compare level of technology acceptance by the size, sectors and types of SMEs in Songkhla province. The sample was 400 entrepreneurs, managers or executive staffs of SMEs in Songkhla. The research instrument was 5-point Likert scale questionnaire with the reliability of .956. Data was analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and F-test. The results show that SMEs with differences in size, sectors and types have no differences in the level of overall performance expectancy, effort efficiency, social influence and facilitating conditions. However, considering by each items, SMEs with differences in sizes have differences in perceived usefulness and opportunity to generate income. SMEs with differences in industrial sectors have differences in accomplishing tasks more quickly. SMEs with differences in business types have differences in stakeholders' influence. The Government agencies, SMEs and marketers can apply the research findings to promote and support the acceptance and use of technology of SMEs.

Keywords: Technology Acceptance, SMEs, Songkhla

บทนำ

เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือที่องค์กรใช้สร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ในช่วงสิบปีที่ผ่านมา เทคโนโลยีสารสนเทศได้กลายเป็นสิ่งสำคัญยิ่งต่อความสำเร็จขององค์กร เนื่องจากเทคโนโลยีสารสนเทศช่วยองค์กรสร้าง แบ่งปัน และใช้ข้อมูลและความรู้ได้ในทุกที่ทุกเวลา ยิ่งไปกว่านั้นเทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้องค์กรก้าวผ่านอุปสรรคในการประสานร่วมมืออย่างมีประสิทธิภาพและยกระดับการตัดสินใจในการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Yunis, El-Kassar, & Tarhini, 2017) มีงานวิจัยสนับสนุนว่าประโยชน์ที่แท้จริงของเทคโนโลยีอาจขึ้นอยู่กับบริบทของสภาพแวดล้อมขององค์กร เช่น ขนาดขององค์กร ประเภทขององค์กร วัฒนธรรม และระดับของการจัดการ (Sila, 2013; AlSharji, Ahmad, & Bakar, 2018)

SMEs เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีความหลากหลายทั้งในด้านขนาด คือ ตั้งแต่ขนาดเล็กแบบร้านค้าเจ้าของคนเดียว ผู้ให้บริการ ผู้ส่งออก ไปจนถึงผู้ผลิตชิ้นส่วนให้กับบริษัทขนาดใหญ่ และด้านการเติบโตของธุรกิจและรูปแบบการจัดตั้งกิจการ ตลอดจนระดับความรู้ของเจ้าของธุรกิจ SMEs เป็นเสาหลักของเศรษฐกิจทั้งในประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศที่กำลังพัฒนา ในจังหวัดชายแดนใต้ SMEs ส่วนใหญ่จะอิงอยู่กับอัตลักษณ์ที่สำคัญของพื้นที่ทั้งในด้านทุนทางทรัพยากรของพื้นที่ ทุนทางสังคม



และวัฒนธรรมที่เข้มแข็งให้กับสินค้าและ/หรือบริการ ถึงแม้ว่ามีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนหลายแห่งช่วยกันพัฒนาศักยภาพ SMEs จังหวัดชายแดนใต้ แต่ปัญหาที่สำคัญ เกิดจากองค์การขาดความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการ ปัญหาแรงงานไร้ทักษะฝีมือในการสร้างนวัตกรรมที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ และการพัฒนาบุคลากรให้มีพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรม (ธมยันตี ประยูรพันธ์, 2561) การยอมรับและใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถช่วยให้องค์กรก้าวผ่านอุปสรรคในการประสานร่วมมืออย่างมีประสิทธิภาพและยกระดับการตัดสินใจในการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Yunis, et al., 25017; Okundaye, Fan, & Dwyer, 2019) ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการ SMEs เข้าใจคุณค่าของการใช้เทคโนโลยี แต่มีการศึกษาจำนวนหนึ่งที่รายงานว่าธุรกิจขนาดย่อม (Small business) ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการแข่งขันน้อยเนื่องจากมีขนาดและทรัพยากรที่จำกัด มักไม่ได้ใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสารเหล่านั้นให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อเพิ่มผลกำไร ในประเทศไทย SMEs บางรายมีศักยภาพในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีเว็บไซต์บริษัทเพื่อทำการตลาดและโฆษณาตัวผลิตภัณฑ์ของบริษัท และในยุคปัจจุบันการทำธุรกรรมและชำระเงินบนสมาร์ตโฟนผ่านเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นที่นิยมใช้งานอย่างกว้างขวาง ทั้งนี้จำนวนผู้บริโภคและผู้ประกอบการไทยที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการทำธุรกรรมมีจำนวนน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคเอเชีย เช่น ญี่ปุ่นและเกาหลี เป็นต้น (Shaw & Sergueeva, 2019) การยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการผู้บริหาร และพนักงานของบริษัทเป็นรากฐานของความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการเชิงนวัตกรรม ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องทำการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีก่อนที่จะลงทุนซื้อและใช้งานระบบสารสนเทศใหม่ ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับ SMEs ที่มีทรัพยากรทั้งทางการเงินและคนค่อนข้างน้อย เพื่อให้สามารถนำเสนอข้อเสนออันทรงคุณค่าในรูปแบบใหม่ ๆ ให้กับผู้บริโภคและสามารถอยู่ในตลาดได้อย่างยั่งยืน

งานวิจัยเรื่องนี้ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลาโดยอ้างอิงตัวแบบจำลอง UTAUT ของ (Venkatesh, Morris, Davis, & Davis, 2003) จำแนกตามตัวแปรปัจจัยองค์กร เพื่อตอบโจทย์การเตรียมความพร้อม ส่งเสริม และพัฒนา SMEs รุ่นใหม่ให้ก้าวเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการที่สร้างคุณค่าและมูลค่า (High value startup)

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อเปรียบเทียบระดับการยอมรับเทคโนโลยีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา จำแนกตามขนาดขององค์กร ภาคอุตสาหกรรม และประเภทของธุรกิจ



สมมติฐานการวิจัย

1. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลาที่มีขนาดขององค์กรแตกต่างกัน มีระดับการยอมรับเทคโนโลยีแตกต่างกัน
2. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลาที่อยู่ในภาคอุตสาหกรรมแตกต่างกัน มีระดับการยอมรับเทคโนโลยีแตกต่างกัน
3. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลาที่มีประเภทของธุรกิจแตกต่างกัน มีระดับการยอมรับเทคโนโลยีแตกต่างกัน

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดการวิจัย

นิยามของการยอมรับเทคโนโลยี

Rogers (1995) ให้ความหมาย การยอมรับเทคโนโลยีว่า หมายถึง การตัดสินใจที่จะนำเทคโนโลยีนั้นไปใช้ได้อย่างเต็มที่ โดยการยอมรับของบุคคลเกิดขึ้นเป็นกระบวนการ เริ่มตั้งแต่บุคคลได้สัมผัสกับเทคโนโลยีนั้น ๆ และถูกชักจูงให้ยอมรับ ปฏิบัติตามการตัดสินใจ และยืนยันการปฏิบัตินั้น กระบวนการนี้อาจจะใช้เวลาช้าหรือเร็วขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ คือ ตัวบุคคลและลักษณะของเทคโนโลยี (Orser, Riding, & Li, 2019) การยอมรับเทคโนโลยีเป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับว่ามีประสิทธิภาพสูงสุดและยังเป็นหนึ่งในทฤษฎีที่นิยมใช้ในการอธิบายพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีของบุคคลอย่างแพร่หลายโดยเฉพาะในระบบสารสนเทศและถูกประยุกต์ใช้ในกระบวนการทางธุรกิจ

ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี

ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT) ของ Venkatesh et al. (2003) เป็นตัวแบบจำลองที่ใช้พยากรณ์การยอมรับและการใช้งานเทคโนโลยีทั้งขององค์กรและรายบุคคล จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่

1. ความคาดหวังเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน (Performance expectancy) หมายถึง ความเชื่อของแต่ละคนว่า การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานให้กับผู้ใช้ได้ โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี ความสามารถของเทคโนโลยีที่แต่ละบุคคลเชื่อว่าการใช้งานเทคโนโลยีจะเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานได้ แรงจูงใจภายนอก ความคาดหวังในผลลัพธ์ของการทำงาน และข้อดีของนวัตกรรม
2. ความคาดหวังเกี่ยวกับความพยายาม (Effort expectancy) หมายถึง ความง่ายในการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ คือ การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน นวัตกรรมนั้นมีความง่ายต่อการใช้งาน ไม่ยุ่งยากหรือซับซ้อน และสามารถเรียนรู้การใช้งานได้ง่าย



3. อิทธิพลทางสังคม (Social influence) หมายถึง การรับรู้ของแต่ละบุคคลว่ากลุ่มบุคคลอื่นที่มีความสำคัญต่อตัวเองได้ให้ความหวังว่าแต่ละคนควรใช้เทคโนโลยีใหม่ถือเป็นปัจจัยที่ส่งผลทางตรงต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรม สำหรับปัจจัยที่เกี่ยวข้อง คือ บรรทัดฐานและปัจจัยทางสังคม

4. เงื่อนไขความสะดวก (Facilitating conditions) หมายถึง ความเชื่อของแต่ละบุคคลว่าองค์กรจะช่วยส่งเสริมและอำนวยความสะดวกให้เกิดการใช้งานได้

งานวิจัยนี้ใช้ทั้ง 4 ตัวแปรในตัวแบบจำลอง UTAUT ของ Venkatesh et al. (2003) เป็นหลักโดยศึกษาในบริบทของ SMEs และทำการเปรียบเทียบระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ความคาดหวังเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน ความคาดหวังเกี่ยวกับความพยายาม อิทธิพลทางสังคม และเงื่อนไขความสะดวกจำแนกตามขนาดขององค์กร ภาคอุตสาหกรรม และประเภทของธุรกิจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

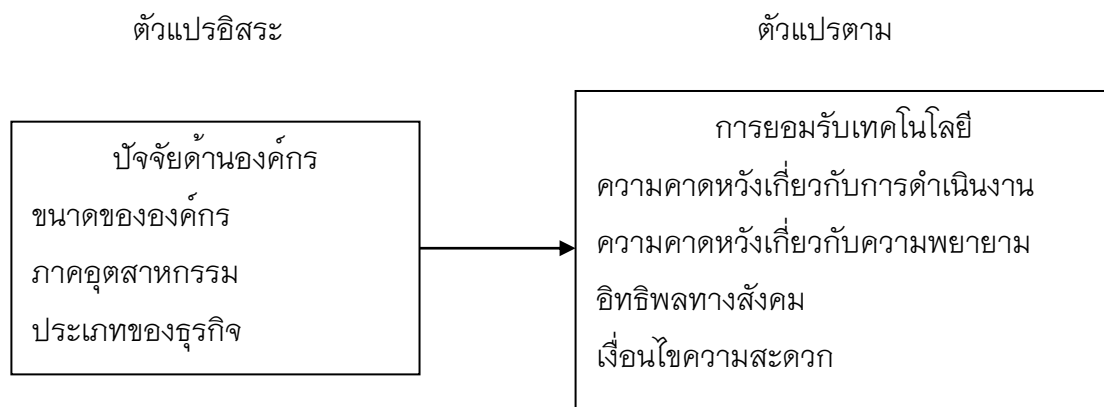
Camilleri (2019) พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความก้าวหน้าของนวัตกรรมทางเทคโนโลยีและการรับรู้ประโยชน์ของสื่อดิจิทัลเพื่อการสื่อสาร และผู้บริหารหนุ่มจาก SMEs รายใหญ่มีแนวโน้มที่จะใช้สื่อดิจิทัลมากกว่าคู่แข่งรายเล็กกว่า Nguyen & Waring (2013) พบว่า นวัตกรรมทางการจัดการมีผลต่อการรับรู้ระบบ CRM ของบริษัท ในขณะที่การตัดสินใจใช้ระบบ CRM ได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ของผู้บริหารเกี่ยวกับ CRM การมีส่วนร่วมของพนักงาน ขนาดของบริษัท และการรับรู้ตำแหน่งทางการตลาด แต่ไม่ได้รับอิทธิพลจากภาคอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตามจำนวนและประเภทของ CRM ที่ใช้ได้รับผลกระทบจากการรับรู้ของผู้บริหารเกี่ยวกับ CRM การมีส่วนร่วมของพนักงาน ขนาดของบริษัท ภาคอุตสาหกรรม แต่ไม่ได้รับผลกระทบจากตำแหน่งทางการตลาด Olatokun and Bankole (2011) พบว่า ระยะเวลาในการก่อตั้งของ SMEs ลักษณะของธุรกิจขององค์กร มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยี e-business ในขณะที่ขนาดของธุรกิจไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยี e-business นวรัตน์ ชวัญบุญชู, อรจันทร์ ศิริโชติ, และเจษฎา นกน้อย (2562) พบว่า ระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความคาดหวังในผลการดำเนินงานมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความคาดหวังในความพยายาม ด้านอุปนิสัยส่วนบุคคล ด้านมูลค่าตามราคา ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน ด้านอิทธิพลทางสังคม และด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิง ตามลำดับ วันอามิณา บอสตัน อลี และสุมนา ลาภาโรจน์กิจ (2562) พบว่า ปัจจัยความคาดหวังด้านประสิทธิภาพมีผลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีในอนาคตนมากที่สุด ปัจจัยความคาดหวังในการใช้งานและปัจจัยการรับรู้ความน่าเชื่อถือก็ส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีเช่นกัน แต่ในทางตรงกันข้ามปัจจัยความสมัครใจไม่ส่งผลต่อการยอมรับใช้เทคโนโลยี ศิระ สัตยไพศาล และอนุพงศ์ อวิรุทธา (2562)



พบว่า แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีและคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อโอกาสทางธุรกิจ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT) ของ Venkatesh et al. (2003) ซึ่งได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมมาเป็นแนวคิดหลักในการสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยบทความนี้จะดำเนินการเปรียบเทียบระดับการยอมรับเทคโนโลยีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลาด้านความคาดหวังเกี่ยวกับการดำเนินงาน ความคาดหวังเกี่ยวกับความพยายาม อิทธิพลทางสังคม และเงื่อนไขความสะดวกจำแนกตามขนาดขององค์กร ภาคอุตสาหกรรม และ ประเภทของธุรกิจ ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การยอมรับเทคโนโลยีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ ผู้ประกอบการ ผู้บริหาร หรือพนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคบริการในจังหวัดสงขลา ซึ่งในปี พ.ศ. 2561 มีจำนวน 6,296 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2562) กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการ ผู้บริหาร หรือพนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคบริการในจังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน ซึ่งใกล้เคียงกับขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการ



คำนวณ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 โดยใช้สูตรทางสถิติที่ใช้คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ซึ่งมีค่าเท่ากับ 376.10 (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2550) ผู้วิจัยขอเพิ่มขนาดตัวอย่างเป็น 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ในส่วนแบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีจำนวน 16 ข้อ ครอบคลุมทั้ง 4 ตัวแปรหลักในตัวแบบจำลอง UTAUT ได้แก่ ความคาดหวังเกี่ยวกับการดำเนินการ ความคาดหวังเกี่ยวกับความพยายาม อิทธิพลทางสังคม และเงื่อนไขความสะดวก เป็นข้อคำถามแบบมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับซึ่งผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน มีค่าดัชนีความสอดคล้อง .67-1.00 และได้ทำการทดลองใช้กับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมจำนวน 30 คนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง มีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ .792-.994 และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ .956 แสดงว่าเครื่องมือวัดมีคุณภาพด้านความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ดี (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2550) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

การยอมรับเทคโนโลยี	ค่าความเชื่อมั่น (α)
ความคาดหวังเกี่ยวกับการดำเนินการ	.880
ความคาดหวังเกี่ยวกับความพยายาม	.792
อิทธิพลทางสังคม	.944
เงื่อนไขความสะดวก	.871
ภาพรวม	.956

ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์โดยแนบซองติดแสตมป์ตอบกลับไว้ เมื่อเวลาผ่านไป 2 สัปดาห์ผู้วิจัยได้ดำเนินการโทรศัพท์ติดตามการส่งคืนแบบสอบถาม และในสัปดาห์แรกของเดือนมีนาคม 2563 ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามออนไลน์เพิ่มอีกช่องทางหนึ่งเพื่อความสะดวกของผู้ตอบแบบสอบถาม (ในช่วงเกิดโรคระบาด) จนกระทั่งรวบรวมและตรวจสอบความเรียบร้อยของแบบสอบถามในเบื้องต้น ซึ่งพบว่าแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุดที่มีความถูกต้องสมบูรณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการทดสอบสมมติฐานใช้ t-test และ F-test



ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ประกอบการ ผู้จัดการ หรือ พนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลาจำนวน 400 คน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ	ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ			ขนาดของธุรกิจ		
ชาย	237	59.3	ขนาดย่อม	288	72.0
หญิง	163	40.8	ขนาดกลาง	112	28.0
อายุ			ภาคอุตสาหกรรม		
40 ปี หรือน้อยกว่า	170	42.5	การผลิต	63	15.8
มากกว่า 40 ปี	230	57.5	การบริการ	188	47.0
การศึกษา			การค้า	149	37.3
ต่ำกว่าปริญญาตรี	72	18.0	ประเภทของธุรกิจ		
ปริญญาตรี	217	54.3	เจ้าของคนเดียว	76	19.0
สูงกว่าปริญญาตรี	111	27.8	ห้างหุ้นส่วน	39	9.8
ตำแหน่งงาน			บริษัท	285	71.3
เจ้าของธุรกิจ	163	40.8	จำนวนพนักงาน		
ผู้จัดการ	56	14.0	6-30 คน	286	71.5
พนักงานบริษัท	181	45.3	31-50 คน	31	7.8
ประสบการณ์			51-100 คน	50	12.5
10 ปี หรือน้อยกว่า	214	53.5	101-200 คน	33	8.3
มากกว่า 10 ปี	186	46.5			

จากตารางที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.3 มีอายุ 40 ปีหรือมากกว่าจำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 เป็นพนักงานบริษัท จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 มีประสบการณ์ในการทำงาน 10 ปีหรือน้อยกว่า จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 ปัจจัยองค์กร พบว่า ส่วนใหญ่ทำวิสาหกิจขนาดย่อม จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 72.0 ในภาคอุตสาหกรรมบริการ จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 ในบริษัท จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 71.3 ซึ่งมีพนักงาน 6-30 คน จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.5



2. ผลการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยได้แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานโดยละเอียดทั้งในภาพรวมและรายประเด็น ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สรุปผลการเปรียบเทียบระดับการยอมรับเทคโนโลยีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา จำแนกตามขนาดขององค์กร ภาคอุตสาหกรรม และประเภทธุรกิจ

การยอมรับเทคโนโลยี	ขนาดขององค์กร				t	ภาค	ประเภทของ
	ขนาดกลาง		ขนาดย่อม			อุตสาหกรรม	ธุรกิจ
	$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD		F	F
ความคาดหวังเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน	4.310	.469	4.385	.506	1.345	1.620	.319
มีประโยชน์กับงาน	4.420	.548	4.549	.606	2.052	2.145	.169
ทำงานสำเร็จลุล่วงได้เร็วขึ้น	4.313	.570	4.399	.599	1.318	3.966*	.469
เพิ่มผลิตภาพงาน	4.161	.594	4.104	.735	-.798	.261	.521
โอกาสมีรายได้เพิ่มขึ้น	4.348	.581	4.486	.625	2.021*	2.166	.796
ความคาดหวังเกี่ยวกับความพยายาม	4.063	.542	4.070	.574	.235	.162	.720
เข้าใจเกี่ยวกับการใช้งาน	4.009	.664	4.014	.713	.064	.188	.441
ไม่ยากนักที่จะใช้งาน	4.098	.553	4.149	.643	.741	.483	1.512
ไม่ยุ่งยากและไม่ซับซ้อน	4.071	.581	4.028	.662	-.612	.250	.314
ใช้งานได้อย่างรวดเร็ว	4.071	.565	4.118	.678	.699	.085	.858
อิทธิพลทางสังคม	4.118	.532	4.103	.517	-.248	.332	2.077
ผู้ที่เกี่ยวข้องเห็นว่าควรใช้	3.955	.702	3.979	.742	.293	.483	1.652
ผู้ที่เกี่ยวข้องในงานเห็นว่าควรใช้	4.134	.678	4.177	.673	.575	.113	3.466*
ผู้บริหาร พนักงาน และลูกค้าใช้	4.223	.732	4.170	.675	-.690	.235	.441
บริษัทสนับสนุน	4.018	.684	4.010	.730	-.093	2.116	1.387
หน่วยงานภาครัฐสนับสนุน	4.259	.668	4.181	.700	-1.018	2.530	.778
เงื่อนไขความสะดวก	4.076	.542	4.070	.578	.022	.736	1.120
องค์กรของท่านมีทรัพยากรที่	4.259	.596	4.236	.673	-.314	2.715	2.822
องค์กรของท่านมีความรู้ที่	3.973	.703	3.980	.742	.158	.119	.488
เข้ากันกับอุปกรณ์อื่น ๆ	4.080	.646	4.104	.691	.315	.499	2.397
มีผู้เชี่ยวชาญพร้อม	3.991	.622	3.983	.696	-.112	.102	.720

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



2.1 ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 จากตารางที่ 3 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีขนาดขององค์กรแตกต่างกัน มีระดับการยอมรับเทคโนโลยีด้านความคาดหวังเกี่ยวกับการดำเนินงาน ความคาดหวังเกี่ยวกับความพยายาม อิทธิพลทางสังคม และเงื่อนไขความสะดวกในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีขนาดขององค์กรแตกต่างกัน มีประเด็นมีประโยชน์กับงาน และมีโอกาสมีรายได้เพิ่มขึ้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยทั้ง 2 ประเด็นวิสาหกิจขนาดย่อมมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าวิสาหกิจขนาดกลาง

2.2 ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 จากตารางที่ 3 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในภาคอุตสาหกรรมแตกต่างกัน มีระดับการยอมรับเทคโนโลยีด้านความคาดหวังเกี่ยวกับการดำเนินงาน ความคาดหวังเกี่ยวกับความพยายาม อิทธิพลทางสังคม และเงื่อนไขความสะดวกในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในภาคอุตสาหกรรมแตกต่างกัน มีความแตกต่างกันในประเด็นทำงานสำเร็จลุล่วงได้เร็วขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้วิจัยจึงทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า ภาคการค้ามีค่าเฉลี่ยในประเด็นความคาดหวังว่าทำงานสำเร็จลุล่วงได้เร็วขึ้นสูงกว่า ภาคบริการ และภาคการผลิต ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบแตกต่างในประเด็นทำงานสำเร็จลุล่วงได้เร็วขึ้น จำแนกตามภาคอุตสาหกรรม รายคู่ด้วยวิธี LSD

ภาคอุตสาหกรรม	$\bar{x}$	SD	ภาคการผลิต	ภาคบริการ	ภาคการค้า
ภาคการผลิต	4.19	.503	-	-	-
ภาคบริการ	4.39	.615	-.198*	-	-
ภาคการค้า	4.44	.585	-.246*	-.048	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.3 ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 จากตารางที่ 3 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีประเภทของธุรกิจแตกต่างกัน มีระดับการยอมรับเทคโนโลยีด้านความคาดหวังเกี่ยวกับการดำเนินงาน ความคาดหวังเกี่ยวกับความพยายาม อิทธิพลทางสังคม และเงื่อนไขความสะดวกในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีประเภทของธุรกิจแตกต่างกัน มีประเด็นผู้ที่เกี่ยวข้องในงานเห็นว่าควรใช้เทคโนโลยีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้วิจัยจึงทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า วิสาหกิจประเภท



ห้างหุ้นส่วนมีค่าเฉลี่ยในประเด็นผู้ที่เกี่ยวข้องในงานเห็นว่าควรใช้เทคโนโลยีสูงกว่าบริษัท และเจ้าของคนเดียว ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบแตกต่างในประเด็นผู้ที่เกี่ยวข้องในงานเห็นว่าควรใช้เทคโนโลยีจำแนกตามประเภทของธุรกิจด้วยวิธี LSD

ประเภทของธุรกิจ	$\bar{x}$	SD	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน	บริษัท
เจ้าของคนเดียว	4.07	.639	—	—	—
ห้างหุ้นส่วน	4.41	.637	-.344*	—	—
บริษัท	4.16	.681	-.092	0.252*	—

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

ทั้งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีระดับการยอมรับเทคโนโลยีด้านความคาดหวังเกี่ยวกับผลการดำเนินงานสูงที่สุดเป็นอันดับแรก สอดคล้องกับข้อค้นพบดั้งเดิมของ Venkatesh et al. (2003) รองลงมา คือ ด้านอิทธิพลทางสังคม วิสาหกิจขนาดกลางมีความคาดหวังเกี่ยวกับความพยายาม และเงื่อนไขความสะดวก เป็นลำดับที่ 3 และ 4 ตามลำดับ ในขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อมมีเงื่อนไขความสะดวก และคาดหวังเกี่ยวกับความพยายามเป็นลำดับที่ 3 และ 4 ตามลำดับ สอดคล้องกับวันอามีนา บอสตัน อลี และสุมนา ลาภาโรจน์กิจ (2562) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับใช้เทคโนโลยีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการในโครงการ WOW สงขลา พบว่า ปัจจัยความคาดหวังด้านประสิทธิภาพมีผลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีในอนาคตมากที่สุด และนวรรณ์ ช่วยบุญชู และคณะ (2562) พบว่า ระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านความคาดหวังในการดำเนินงานมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีขนาดขององค์กร ภาคอุตสาหกรรม และประเภทของธุรกิจแตกต่างกัน มีระดับการยอมรับเทคโนโลยีด้านความคาดหวังเกี่ยวกับการดำเนินงาน ความคาดหวังเกี่ยวกับความพยายาม อิทธิพลทางสังคม เงื่อนไขความสะดวกในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่พบว่าบริบทขององค์กร เช่น ขนาดขององค์กร ภาคอุตสาหกรรม และประเภทของธุรกิจ รวมถึงปัจจัยอื่น ๆ เช่น วัฒนธรรมองค์กร เป็นต้น มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี (Camilleri, 2019; Nguyen & Waring, 2013; ศิริระ สัตย์ไพศาล และอนุพงศ์ อวิรุทธา, 2562)



สรุปผลการวิจัย

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลามีระดับความคาดหวังเกี่ยวกับผลการดำเนินงานมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ อิทธิพลทางสังคม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีขนาดขององค์กร ภาคอุตสาหกรรม และประเภทของธุรกิจแตกต่างกัน มีระดับการยอมรับเทคโนโลยีด้านความคาดหวังเกี่ยวกับการดำเนินงาน ความคาดหวังเกี่ยวกับความพยายาม อิทธิพลทางสังคม และเงื่อนไขความสะดวกในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งอาจเป็นเพราะในช่วงการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นเริ่มมีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID 19 ที่ทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภคต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรม จำเป็นและเห็นความสำคัญของเทคโนโลยีที่มีต่อการใช้ชีวิตประจำวัน และต่อการเพิ่มศักยภาพในการทำธุรกิจ การวิจัยนี้อาจให้ข้อสังเกตเพิ่มเติมได้ว่าสภาพแวดล้อมภายนอกมีผลอย่างยิ่งต่อการเร่งความเร็วในการยอมรับและใช้งานเทคโนโลยีของทั้งของผู้ประกอบการและผู้บริโภคชาวไทยในสถานการณ์ปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะ

การนำเสนอในตอนนี้นำผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ (1) ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ และ (2) ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมสามารถเข้าถึงแหล่งทุนดอกเบี้ยต่ำเพื่อการลงทุนหรือปรับปรุงระบบเทคโนโลยี เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีขนาดขององค์กรแตกต่างกัน มีความแตกต่างกันในประเด็นมีประโยชน์กับงาน และมีโอกาสมีรายได้เพิ่มขึ้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยทั้ง 2 ประเด็นวิสาหกิจขนาดย่อมมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าวิสาหกิจขนาดกลาง แสดงว่าผู้ประกอบการขนาดย่อมรับรู้ว่าคุณค่าเทคโนโลยีมีประโยชน์กับงาน และมีโอกาสมีรายได้เพิ่มขึ้น แต่อาจมีข้อจำกัดเรื่องการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน เครื่องมือ และอุปกรณ์ ซึ่งนำไปสู่การใช้งานเทคโนโลยีเพื่อยกระดับการทำงานและยกระดับความสำเร็จของธุรกิจ (Shahzad, Chin, Altaf, & Anwar, 2020)

1.2 จากเหตุการณ์โรคระบาดผู้ประกอบการต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด บริษัทหลายแห่งใช้ประโยชน์ของเทคโนโลยีเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้ภายใต้สถานการณ์ไม่ปกติ ซึ่งทำให้มีรายได้มาหล่อเลี้ยงบริษัทและพนักงานของบริษัท ฉะนั้นสำหรับบริษัทหรือนักการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการขายผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีให้กับลูกค้าธุรกิจ ในการสื่อสารการตลาดต้องเน้นว่าคุณค่าเทคโนโลยีของบริษัทนำมาซึ่งประโยชน์ในงาน และสร้างโอกาสให้มีรายได้เพิ่มให้กับลูกค้าธุรกิจ



1.3 บริษัทหรือนักการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการขายผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีให้กับธุรกิจภาคการค้า ควรนำเสนอเทคโนโลยีที่ช่วยให้การทำงานสำเร็จลุล่วงได้เร็ว

1.4 ธุรกิจประเภทห้างหุ้นส่วนอาจต้องพัฒนาและใช้งานระบบเทคโนโลยี เนื่องจากผู้ที่เกี่ยวข้องในงานเห็นว่าควรใช้ ทั้งนี้ธุรกิจประเภทห้างหุ้นส่วนอาจใช้งานระบบเทคโนโลยีน้อยกว่าบริษัทที่มีขนาดใหญ่กว่า จึงถือว่าเป็นช่องว่างและเป็นโอกาสสำหรับนักการตลาดที่จะนำเสนอการขายระบบเทคโนโลยีสำหรับลูกค้าธุรกิจกลุ่มนี้

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ศึกษาปัญหาและความต้องการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการยอมรับเทคโนโลยีโดยการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับวิสาหกิจขนาดย่อม (Micro SMEs) ตามนิยามใหม่ ซึ่งไม่ได้ทำการศึกษาในงานวิจัยนี้ เพื่อรับฟัง และวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการได้โดยตรง เชิงลึก และสามารถนำไปส่งเสริม ปรับกลยุทธ์ เพื่อให้เกิดการใช้งานเทคโนโลยีให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งานยิ่งขึ้น

2.2 การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาในจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่อื่น ๆ หรือกับบริษัทขนาดใหญ่ โดยศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่เฉพาะเจาะจง เช่น เทคโนโลยีทางการเงิน Bitcoin, ERP, CRM เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “การยอมรับเทคโนโลยีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา: การวิเคราะห์กลุ่มพหุ” ผู้วิจัยขอขอบคุณกองทุนวิจัยมหาวิทยาลัยทักษิณที่สนับสนุนทุนอุดหนุนการวิจัยในครั้งนี้

รายการอ้างอิง

ธมยันตี ประยูรพันธ์. (2561). การทดสอบโมเดลสมการโครงสร้างความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และพฤติกรรมการทำงานเชิงนวัตกรรมของพนักงาน องค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดชายแดนใต้. วารสารมหาวิทยาลัย นราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 5(2), 55-73.



- นวรรตน์ ช่วยบุญชู, อรจันทร์ ศิริโชติ, และเจษฎา นกน้อย. (2562). การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 11(1), 31-52
- วันอามิณา บอสตัน อลี และสุมนา ลาภาโรจน์กิจ. (2562). ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับใช้เทคโนโลยีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการในโครงการ WOW สงขลา. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 36(2), 60-82.
- ศิริระ สัตยไพศาล และอนุพงศ์ อวิรุทธา. (2562). การยอมรับเทคโนโลยี คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ และโอกาสทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสตาร์ทอัพ. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 14(3), 41-50.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2550). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 14). กรุงเทพฯ: สามลดา.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2562). *จำนวนผู้ประกอบการตามนิยามใหม่*. สืบค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://app.Powerbi.com/vleW?r=eyJrljolZmUwZjYyYmYtOWE2ZS00ZmNmLWI5NTAtM2FINzU5MzU2N2QxIlwldCI6ImExZmZjMjhTEzZmMtNDhiMCO5NGRmLWYyYWlyOGUwNWNhNSIsImMiOjEwfQ%3D%3D>
- AlSharji, A., Ahmad, S, Z., & Bakar, A, R. (2018). Understanding social media adoption in SMEs: Empirical evidence from the United Arab Emirates. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 10(2), 302-328.
- Camilleri, M.A. (2019). The SMEs' technology acceptance of digital media for stakeholder engagement. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 26(4), 504-521.
- Nguyen, T.H., & Waring, T.S. (2013). The adoption of customer relationship management (CRM) technology in SMEs: An empirical study. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(4), 824-848.
- Okundaye, K., Fan, S.K. & Dwyer, R.J. (2019). Impact of information and communication technology in Nigerian small-to medium-sized enterprises. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 24(47), 29-46.



- Olatokun, W., & Bankole, B. (2011). Factors influencing electronic business technologies adoption and use by small and medium scale enterprises (SMEs) in a Nigerian municipality. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 16(3), 1–26.
- Orser, B., Riding, A. & Li, Y. (2019), Technology adoption and gender-inclusive entrepreneurship education and training. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 11(3), 273–298.
- Rogers, E.M. (1995). *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York, NY: The Free Press.
- Shahzad, A., Chin, H. K., Altaf, M., & Anwar, F. (2020). Malaysian SMEs performance and the use of e-commerce: A multi-group analysis of click-and-mortar and pure-play e-retailers. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 14(1), 1–33.
- Shaw, N., & Sergueeva, K. (2019). The non-monetary benefits of mobile commerce: Extending UTAUT2 with perceived value. *International Journal of Information Management*, 45(1), 44–55.
- Sila, I. (2013). Factors affecting the adoption of b2b e-commerce technologies. *Electronic Commerce Research and Applications*, 13(2), 199–236.
- Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B., & Davis, F.D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
- Yunis, M., El-Kassar, A. & Tarhini, A. (2017). Impact of ICT-based innovations on organizational performance: the role of corporate entrepreneurship. *Journal of Enterprise Information Management*, 30(1), 122–141.