

# การยอมรับการใช้ชื่อโดเมนภาษาไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ในประเทศไทย\*

## Acceptance of Thai Domain Names Among Internet users in Thailand

วันที่รับบทความ: 26 ต.ค. 65

พิมลพรรณ ไชยนันท์\*\*

วันที่แก้ไขบทความ: 7 ก.ค. 65

Pimompan Chainun\*\*

วันที่ตอบรับ: 2 ม.ค. 66

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้โดเมนภาษาไทย รวมถึงข้อเสนอแนะเพื่อเพิ่มการใช้โดเมนภาษาไทย ซึ่งผลการวิจัยจะทำให้ทราบถึงภาพรวมของการยอมรับการใช้โดเมนภาษาไทย เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการให้บริการ ปรับปรุงการใช้งาน และสร้างการยอมรับการใช้โดเมนภาษาไทยในสังคมให้เพิ่มมากขึ้น

วิธีการศึกษาใช้การสำรวจโดยใช้แบบสอบถามกับผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำนวน 800 คน ประกอบกับการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการที่เป็นตัวแทนธุรกิจจำนวน 2 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการธุรกิจที่ใช้โดเมนภาษาไทยและเว็บไซต์ภาษาไทย และผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่มีประสบการณ์การใช้โดเมนภาษาไทยและเว็บไซต์ภาษาไทย

---

\*บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง “การรับรู้และยอมรับการใช้ชื่อโดเมนภาษาไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต” ได้รับทุนสนับสนุนจาก มูลนิธิศูนย์สารสนเทศเครือข่ายไทย

\*\*นศ.ด. (นิเทศศาสตร์) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2556), ปัจจุบันเป็น ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำคณะการสื่อสารมวลชน คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

\*\*M.A. (Mass Communication), Chulalongkorn University. (2013). Currently Assistant Professor of Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University.

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ข้อมูลว่าไม่เคยรู้จักโดเมนและอีเมลภาษาไทย แต่เคยมีประสบการณ์การใช้งานเว็บไซต์ชื่อภาษาไทยของภาครัฐ ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและใช้โดเมนไทย ปัจจัยทางบวก คือ การรับรู้ถึงข้อได้เปรียบต่อเทคโนโลยีปัจจุบัน และการรับรู้ความง่าย/สะดวกในการใช้ มีค่าคะแนนระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านความเข้ากันได้ ความสามารถในการทดลองและสังเกต และการรับรู้ความมีประโยชน์ มีค่าคะแนนระดับปานกลาง ส่วนปัจจัยทางลบ คือ ความซับซ้อน มีค่าคะแนนระดับมาก กลุ่มตัวอย่างมีเจตนาในการใช้โดเมนภาษาไทยและอีเมลภาษาไทยระดับปานกลาง และเมื่อนำเอาปัจจัยมาทดสอบความสัมพันธ์ต่อเจตนาในการใช้ด้วยสถิติการวิเคราะห์การถดถอย พบว่ามีปัจจัยการรับรู้ความง่าย/สะดวกในการใช้ ความสามารถในการทดลองและสังเกต และความเข้ากันได้ สามารถอธิบายเจตนาการนำไปใช้ได้ร้อยละ 58.40 ( $R^2 = 0.584$ )

**คำสำคัญ:** โดเมนภาษาไทย เว็บไซต์ชื่อภาษาไทย การยอมรับนวัตกรรม  
การแพร่กระจายนวัตกรรม

### Abstract

This research aims to study factors affecting the acceptance of Thai domain names and makes recommendations on how to increase the use of Thai domain names. The results of this study provide a comprehensive overview of the acceptance of Thai domain name usage. The current findings contribute to service planning, utilization improvement, and development of means to achieve societal acceptance of Thai domain names.

The study uses a questionnaire survey to gather information from 800 Internet users, and in-depth interviews with entrepreneurs from two groups of businesses: the

businesses using Thai domain names and Thai website names and those without an experience of using them are conducted.

According to the findings, the majority of the sample group did not know Thai domain names of state agencies or their Thai email addresses. However, they had an experience using state welfare websites with Thai domain names. In terms of positive factors, the findings showed that the sample group had a high level of agreement that relative advantage and perceived ease of use affected their acceptance of Thai domain names and had a moderate level of agreement that compatibility, ability to try and observe, and perceived usefulness affected their acceptance. In terms of a negative factor, the sample group had a high level of agreement that complexity affected their acceptance of Thai domain names. The sample group also showed a moderate level of intention to use Thai domain names and Thai email addresses. In addition, a regression analysis to estimate the relationships between those factors and the intention to use showed that the relative advantage, perceived ease of use, and compatibility could explain the intention to use at 58.40 percent ( $R^2 = 0.584$ ).

**Keywords:** Thai Domain Name, Thai Website Name, Innovation Acceptance, Innovation Diffusion

## บทนำ

อินเทอร์เน็ตเริ่มถูกนำมาใช้และแพร่หลายในสังคมไทยมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2536 จนถึงปัจจุบัน การยอมรับในการใช้งานเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็วแสดงให้เห็นจากสถิติผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย 48.59 ล้านคน (Kemp, 2021) จำนวนของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นไม่ได้หมายความว่าความถี่และความเท่าเทียมในการเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ตของประชาชนไทย กล่าวคือ สังคมไทยยังมีช่องว่างดิจิทัลอยู่ อันเนื่องมาจาก

ปัจจัยหลักที่เกี่ยวข้อง 3 ประการ คือ การเข้าถึงสารสนเทศ (information accessibility) การใช้ประโยชน์จากสารสนเทศ (information utilization) และความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับสารสนเทศ (information receptiveness) ซึ่งเนื้อหาและภาษาถือเป็นมิติหนึ่งที่ถูกรวมอยู่ในปัจจัยที่ทำให้เกิดช่องว่างด้านดิจิทัลนี้ (Seangsuriyong, 2018)

ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะต้องมีความรู้และทักษะในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต หรือที่เรียกว่า การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล นิยามของการรู้เท่าทันดิจิทัลเป็นความสามารถเข้าใจในการใช้สารสนเทศจากแหล่งข้อมูลทางดิจิทัลที่หลากหลาย ซึ่งครอบคลุมถึงความสามารถทางด้านการสืบค้นข้อมูล การเข้าถึงตามทางไฮเปอร์เท็กซ์ (Hypertext Navigation) การรวบรวมความรู้ และการประเมินเนื้อหาสาร โดยคำนิยามดังกล่าวเมื่อนำมาพิจารณาร่วมกับการรู้เท่าทันสารสนเทศพบว่ามีขอบเขตที่เกี่ยวข้องกันที่สามารถแบ่งได้เป็นองค์ประกอบหลัก 4 ด้าน ตามแนวคิดของ Bawden (2001 as cited in Koltay, 2011) ดังนี้ 1) การสืบค้นให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มาพร้อมกับความคิดวิเคราะห์และทักษะของการรู้เท่าทันสารสนเทศ 2) การเผยแพร่และสื่อสารข้อมูล เป็นทักษะที่บูรณาการการรู้เท่าทันสารสนเทศมาใช้ร่วมด้วย 3) การตระหนักถึงคุณค่าของเครื่องมือดั้งเดิมในการทำงานร่วมกันกับสื่อสังคมและเครือข่ายออนไลน์ และ 4) การรวบรวมความรู้เป็นความสามารถในการรวบรวมข้อมูลที่เชื่อถือได้จากแหล่งที่มาที่หลากหลาย

ความรู้และทักษะในการเข้าถึงและใช้งานสื่อดิจิทัลผู้ใช้งานจำเป็นต้องอาศัยภาษากลางที่ใช้กันอยู่ในอินเทอร์เน็ต คือ ภาษาอังกฤษ อย่างไรก็ตาม ภาษาอังกฤษที่รองความเป็นภาษาหลักในอินเทอร์เน็ตนี้เป็นสาเหตุหนึ่งที่ปิดกั้นการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ของผู้ใช้ และไม่สะท้อนความเป็นจริงของภาษาที่ใช้กันอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วโลก (McCarthy, 2018, Young, n.d.) และนำมาซึ่งช่องว่างด้านดิจิทัล ดังที่ พงพันธ์ รัตนไชยพันธ์ ผู้อำนวยการมูลนิธิศูนย์สารสนเทศเครือข่ายไทย หรือ ทีเอชเอ็นซี (THNIC) ได้กล่าวถึงอุปสรรคที่เกิดจากภาษาว่า ทำให้เกิดความยากลำบากในการจดจำและการสะกดชื่อโดเมนและชื่ออีเมลเป็นภาษาอังกฤษ ปัญหาในการสื่อสารและการเข้าถึงข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต เช่น การระบุชื่อโดเมนหรือชื่ออีเมล ทางวิทยุ หรือโทรศัพท์ หรือการแจ้งชื่อตามป้ายประกาศต่าง ๆ การสะกดคำไทยเป็นภาษาอังกฤษทำได้หลายรูปแบบ

(Transliteration Problem) ชื่อโดเมนภาษาไทย และอีเมลภาษาไทย จะช่วยเพิ่มการเข้าถึง ครอบคลุมคนทุกกลุ่ม (Matichon Online, 2018)

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 เป็นต้นมา ICANN (The Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) องค์กรสากลทำหน้าที่บริหารทรัพยากรอินเทอร์เน็ตโลก ได้เริ่มโครงการ Internationalized Domain Name (IDN) หรือชื่อโดเมนภาษาท้องถิ่น เพื่อพัฒนาและส่งเสริม multilingual Internet การใช้งานชื่อโดเมนที่ใช้อักษรภาษาท้องถิ่นโดยไม่ใช่แค่ภาษาอังกฤษ (Latin Script) อีกต่อไป ทั้งยังมีจำนวนตัวอักษรที่มากกว่า 3 ตัวอีกด้วย ตัวอย่างเช่น .online, .tech, .london .ไทย, .ลาว, .中国 และเมื่อชื่อโดเมนเปลี่ยนแปลงไป บริการที่ทำงานบนพื้นฐานของชื่อโดเมน เช่น เว็บไซต์ (web/www) และชื่ออีเมล (email) จึงสามารถให้บริการด้วยชื่อในภาษาท้องถิ่นได้

การเพิ่มขึ้นของชื่อโดเมนใหม่ ๆ ในภาษาท้องถิ่น เป็นประเด็นสำคัญที่จะสนับสนุนให้อินเทอร์เน็ตสามารถขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง และไม่เกิดช่องว่างทางภาษา สำหรับผู้ที่ไม่มีความรู้ภาษาอังกฤษ ทำให้การใช้ชื่อหน่วยงาน ชื่อสินค้า ชื่อบริการ ชื่อบุคคล ในการสื่อสารและบอกความเป็นตัวตนเป็นไปได้มากขึ้น อีกทั้งยังมีส่วนช่วยให้รัฐบาลและกลุ่มสังคมชุมชนต่าง ๆ สามารถให้บริการแก่ชุมชนของตนได้ดีขึ้น เพิ่มการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตให้แก่คนท้องถิ่นที่ไม่มีความรู้ภาษาอังกฤษได้มากขึ้น ดังที่พบเห็นการใช้งานในประเทศไทย เช่น คนละครึ่ง.com ไปรษณีย์.ไทย ท้าก๊อ.ไทย เป็นต้น อีกทั้งยังเป็นการดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของท้องถิ่นบนพื้นที่ไซเบอร์

อย่างไรก็ดี การยอมรับและปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้ในการหันมาใช้โดเมนภาษาไทยยังมีน้อย อันเนื่องมาจากปัจจัยหลายประการ ทั้งการขาดข้อมูล ความไม่เข้าใจถึงการใช้งานและประโยชน์ การขาดผู้ริเริ่มใช้งาน รวมถึงความคุ้นเคยกับพฤติกรรมเดิม ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้และการยอมรับการใช้งานโดเมนภาษาไทย เพื่อนำผลที่ได้ไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาแนวทางส่งเสริมการใช้โดเมนไทยที่แพร่หลายในสังคมไทย อันจะนำไปสู่การลดช่องว่างดิจิทัล และลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนไทย

## วัตถุประสงค์การวิจัย

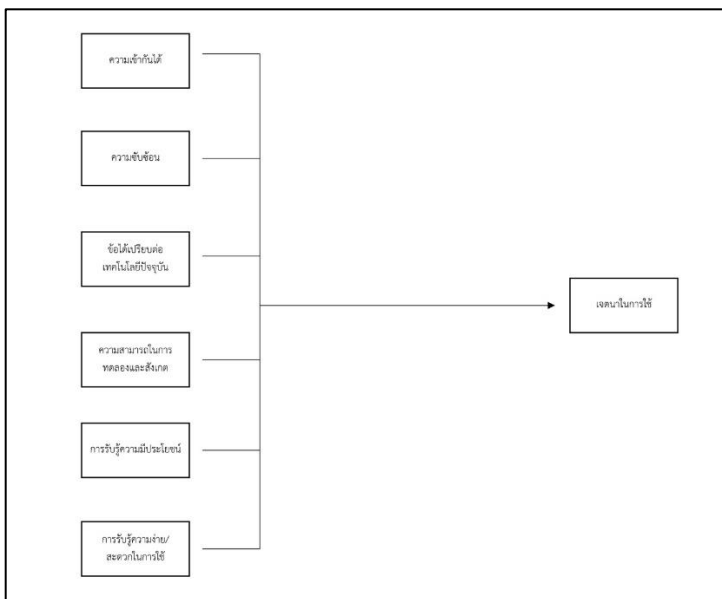
1. เพื่อศึกษาการยอมรับการใช้โดเมนภาษาไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้โดเมนภาษาไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

## ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยนี้นำเอาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technological Acceptance Model: TAM) และทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Innovation Diffusion Theory: IDT) ที่พัฒนาโดย Rogers, E.M. ในปีค.ศ. 1962 มาใช้ร่วมกันในการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า 2 ทฤษฎีดังกล่าวสามารถใช้ร่วมกันในการให้คำอธิบายพฤติกรรมกรยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี

กรอบแนวคิดการวิจัยพัฒนาจากงานของ Lee et al. (2011) มาพัฒนาเป็นกรอบการศึกษาที่นำเอาคุณลักษณะทางนวัตกรรม 6 ประการ คือ ความเข้ากันได้ (Compatibility) ความซับซ้อน (Complexity) ข้อได้เปรียบต่อเทคโนโลยีปัจจุบัน (Relative Advantage) ความสามารถในการทดลองและสังเกต (Ability to try and observe) การรับรู้ความมีประโยชน์ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ความง่าย/สะดวกในการใช้ (Perceived Ease of Use) ที่ส่งผลต่อเจตนาในการใช้ (Behavioral Intention to Use) มาใช้เป็นกรอบในการศึกษาดังแสดงในภาพ

## กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

การยอมรับของประชาชนที่มีต่อนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Adoption and Innovation Theory) เรียกว่า กระบวนการยอมรับซึ่งกล่าวถึงพฤติกรรมของบุคคลในสังคมที่แสดงออกถึงการยอมรับนำไปปฏิบัติเป็นกระบวนการที่บุคคลได้ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรม นำมาวิเคราะห์ เปรียบเทียบกับบริบทของตนเอง มีการรับฟังความคิดเห็นจากคนรอบข้าง รวมถึงการทดลองใช้นวัตกรรมก่อนการตัดสินใจ ซึ่งกระบวนการเหล่านี้จะมีผลต่อการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม ทั้งนี้แต่ละบุคคลย่อมมีขั้นตอนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับทัศนคติ ประสบการณ์เดิม สภาพแวดล้อม รวมถึงวิธีการแพร่กระจายของนวัตกรรมนั้น ๆ (Somabut, 2013)

ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovations Theory) Rogers กล่าวว่าผู้ใช้นวัตกรรม คือ ผลลัพธ์ของกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรม กระบวนการของการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมเริ่มจากการรับรู้ต่อการเกิดขึ้นของนวัตกรรม ซึ่งมีผลต่อการก่อรูปทัศนคติที่มีต่อนวัตกรมนั้นในการตัดสินใจว่าจะยอมรับหรือปฏิเสธการนำนวัตกรรมมาใช้ (Rogers, 1995)

กระบวนการยอมรับนวัตกรรมของบุคคล ประกอบไปด้วย 5 กระบวนการตั้งแต่การมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม การโน้มน้าว การตัดสินใจ การนำไปใช้ และการยืนยันการตัดสินใจยอมรับ โดยแต่ละกระบวนการมีรายละเอียด ดังนี้

1. การมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม (Knowledge Function) เป็นขั้นตอนที่บุคคลรับรู้ว่ามีข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับนวัตกรรม โดยบุคคลจะต้องได้รับข้อมูลที่ทำให้ตระหนักรู้ว่ามีนวัตกรรมเกิดขึ้นแล้วและนวัตกรรมนั้นมีการทำงานอย่างไร ในขั้นตอนนี้บุคคลจะมีการสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้นผ่านสื่อมวลชน

2. การโน้มน้าวหรือการชักชวน (Persuasive Function) เป็นขั้นตอนที่บุคคลเริ่มก่อรูปทัศนคติในทางบวกหรือลบต่อนวัตกรรม บุคคลจะมีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการประเมินผลนวัตกรรม และเชื่อถือในช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลของบุคคลแวดล้อม หรือเครือข่ายบุคคลแวดล้อม

3. การตัดสินใจ (Decision Function) เป็นขั้นตอนที่บุคคลจะเลือกยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม เป็นขั้นตอนของการนำนวัตกรรมไปใช้ บุคคลที่ได้ทดลองใช้นวัตกรรม จะทำให้สามารถตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมได้ง่ายและเร็วยิ่งขึ้น

4. การนำไปใช้ (Implementation Function)

5. เป็นขั้นตอนของการแสวงหาสิ่งสนับสนุน/การเสริมแรง การตัดสินใจ ซึ่งอาจมีผลต่อการยอมรับหรือการหยุดการใช้นวัตกรรมนั้น (Miller, 2015)

ผลการศึกษาที่ใช้กรอบทฤษฎีการการแพร่กระจายนวัตกรรมยังคงพบผลที่ยืนยันความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ส่งผลการรับเอานวัตกรรมไปใช้ (Min et al., 2021) นอกจากนี้ มีการการเสนอตัวแปรอื่น ๆ ที่อาจมีความเกี่ยวข้องต่อการยอมรับนวัตกรรม ได้แก่ รูปแบบของวัฒนธรรมทางสังคม เช่น สังคมแบบกลุ่มนิยม (Collectivism) และปัจเจกนิยม

(Individualism) ความไว้วางใจ (Trust) ต่อการทำงานของนวัตกรรมและผู้ให้บริการนวัตกรรม นั้น รวมถึงคุณลักษณะทางประชากรของผู้ใช้นวัตกรรม (Syahadiyanti & Subriadi, 2018)

แนวคิดเรื่องการต่อต้านการยอมรับนวัตกรรม (resistance concept) เป็นหลักการหนึ่งที่น่าสนใจอธิบายการยอมรับนวัตกรรมของปัจเจกบุคคลที่แตกต่างกัน ในงานเขียนของ Talebian and Mishra (2018) ได้กล่าวถึงอุปสรรคที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมเอาไว้ โดยแบ่งออกเป็น 2 หมวดหมู่ คือ

1. อุปสรรคด้านการทำงาน (Functional Barrier) เป็นอุปสรรคที่เกิดขึ้นเมื่อนวัตกรรมทำให้งานกิจวัตรและขั้นตอนการทำงานที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ประกอบด้วย 3 ข้อ คือ 1) รูปแบบการใช้ผลิตภัณฑ์ เป็นการตระหนักว่านวัตกรรมเข้าไม่ได้กับการปฏิบัติงานที่ทำอยู่ 2) คุณค่าของผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้จะรับเอานวัตกรรมมาใช้ถ้าประสิทธิภาพการทำงานเหนือกว่าราคา มากกว่าของเดิมที่ใช้อยู่ และ 3) ความเสี่ยง จะเป็นอุปสรรคถ้าผู้ใช้ไม่แน่ใจเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่แท้จริงของการรับเอานวัตกรรมนั้นมาใช้

2. อุปสรรคด้านจิตวิทยา (Psychological Barrier) เกิดขึ้นเมื่อมีความขัดแย้งกับความเชื่อของผู้ใช้ที่มีแต่เดิม ประกอบด้วย 3 ข้อ คือ 1) บรรทัดฐานและธรรมเนียมปฏิบัติ นวัตกรรมใหม่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกิจวัตรและความเคยชินของผู้ใช้มีผลทำให้เกิดความไม่สบายใจ/รู้สึกอึดอัด 2) การรับรู้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างระหว่างภาพลักษณ์ของนวัตกรรมและการรับรู้ของผู้ใช้นำไปสู่อุปสรรคของการรับเอานวัตกรรมมาใช้ และ 3) ความเสี่ยง การสูญเสียหรือลดระดับความสัมพันธ์กับคนรอบข้างที่ไม่ต้องการจะใช้นวัตกรรม

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยเชิงใจ 2 ประการ ที่ค้นพบในการศึกษาว่ามีผลต่อการรับเอานวัตกรรมไปใช้

1. ประการแรกคือ (การตลาด) การสื่อสารมวลชน การโฆษณาทางสื่อที่สามารถสื่อสารกับกลุ่มผู้ใช้ในวงกว้างในการลดอุปสรรคด้านการงานและด้านจิตวิทยา

2. ประการที่สอง คือ การสื่อสารแบบเพื่อนคู่เพื่อน (การบอกต่อ) เมื่อบุคคลได้รับข้อมูลเบื้องต้นผ่านสื่อโฆษณา ข้อมูลที่แพร่กระจายในกลุ่มเพื่อนแวดล้อมจะเป็นตัวขับเคลื่อนหลักของการแพร่กระจายข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรม การสื่อสารระหว่างผู้รับเอา

นวัตกรรมไปใช้ที่มีศักยภาพและความพึงพอใจในการใช้งานจะช่วยเสริมสร้างแรงจูงใจและลดอุปสรรคลง

## นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

**โดเมนภาษาไทย** หมายถึง ชื่อเรียกที่อยู่เมื่อต้องการเข้าถึงของเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้ทำการกรอกชื่อโดเมนบนเบราว์เซอร์ (Browser) ที่ใช้งานอยู่ โดเมนเนมเซิร์ฟเวอร์ (Domain Name Server) จะแปลงชื่อเรียกเป็นที่อยู่ของ IP เพื่อเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดเมนภาษาไทย คือ ชื่อเรียกที่อยู่ที่ใช้ตัวอักษรภาษาไทย เช่น ทีเอช.ไทย รู้จัก.ไทย ผู้ใช้สามารถพิมพ์ตัวอักษรชื่อภาษาไทยบนเบราว์เซอร์และเข้าถึงเว็บไซต์ที่ใช้ชื่อโดเมนภาษาไทยได้

**การยอมรับนวัตกรรม** หมายถึง การประเมินตนเองของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตว่าการยอมรับการใช้โดเมนภาษาไทยในระดับใดตามคุณลักษณะทางเทคโนโลยี ของโดเมนภาษาไทย โดยอ้างอิงจากคุณลักษณะทางนวัตกรรมจากการศึกษาตัวแปรจากงานของ Lee et al. (2011) คือ ความเข้ากันได้ (Compatibility) ความซับซ้อน (Complexity) ข้อได้เปรียบต่อเทคโนโลยีปัจจุบัน (Relative advantage) ความสามารถในการทดลองและสังเกต (Ability to try and observe) การรับรู้ความมีประโยชน์ (Perceived usefulness) และการรับรู้ความง่าย/สะดวกในการใช้ (Perceived ease of use) ที่ส่งผลต่อเจตนาในการใช้ (Behavioral intention to use)

- ความเข้ากันได้ (*compatibility*) คือ ระดับที่นวัตกรรมถูกรับรู้ว่าสอดคล้องกับค่านิยม ประสบการณ์ที่ผ่านมา และความต้องการของผู้ที่มีศักยภาพรับเอานวัตกรรมไปใช้
- ความซับซ้อน (*complexity*) คือ ระดับการรับรู้ความยากในการทำควมคุ้นเคย ความเข้าใจ และการเริ่มใช้นวัตกรรม

- ข้อได้เปรียบต่อเทคโนโลยีปัจจุบัน (*relative advantage*) คือ ระดับที่นวัตกรรมถูกรับรู้ว่ามีดีกว่าสิ่งเดิมที่นวัตกรรมนั้นเข้ามาแทนที่ ในด้านเศรษฐกิจ สังคม และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- ความสามารถในการทดลองและสังเกต (*ability to try and observe*) คือ ระดับของความสามารถในการทดลองนวัตกรรม และผลลัพธ์ของนวัตกรรมสามารถสังเกตเห็นได้
- การรับรู้ความมีประโยชน์ (*perceived usefulness*) คือ ระดับที่บุคคลเชื่อว่านวัตกรรมจะช่วยยกระดับการทำงานของตนให้ดีขึ้น
- การรับรู้ความง่าย/สะดวกในการใช้ (*perceived ease of use*) คือ ระดับที่นวัตกรรมถูกรับรู้โดยผู้ใช้งานสามารถเรียนรู้ ควบคุม และใช้นวัตกรรมนั้นได้โดยง่าย
- เจตนาในการใช้ (*behavioral intention to use*) คือ ระดับที่บุคคลมีความตั้งใจในการยอมรับเอานวัตกรรมไปใช้

## ระเบียบวิธีการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อศึกษาหาการรับรู้ ความเข้าใจ และการยอมรับการใช้โคเมนภาษาไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต รวมไปถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้และการยอมรับการใช้โคเมนภาษาไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณคือการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม กับผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ ประกอบกัน และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ห้วงภายใต้กรอบทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมต่อไป โดยแบบสอบถามและประเด็นสัมภาษณ์ผู้วิจัยออกแบบโดยอ้างอิงตามกรอบแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technological acceptance model: TAM) และทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Innovation diffusion theory: IDT) เพื่อให้มีการวัดตัวชี้วัดของตัวแปรที่ศึกษาครบถ้วนตามการตรวจสอบความเที่ยงตรงวิธี content validity หลังจากนั้นนำแบบสอบถามและ

ประเด็นสัมภาษณ์<sup>4</sup>ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านนิเทศศาสตร์และสารสนเทศจำนวน 2 คน ตรวจสอบคุณสมบัติในการวัดคุณลักษณะที่ต้องการศึกษาของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ที่มีอายุระหว่าง 15 – 60 ปี โดยจัดเก็บกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมทุกช่วงอายุ ใน 5 พื้นที่ คือ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พื้นที่ละ 160 คน โดยเก็บในจังหวัดใหญ่ของแต่ละภูมิภาค เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างหลักที่เป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ต โดยจะสุ่มเก็บในพื้นที่ที่มีประชากรหนาแน่น และมีลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลาย โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างครบตามที่กำหนดไว้ รวมจำนวนทั้งหมด 800 คน และกลุ่มตัวอย่างสัมภาษณ์ จำนวน 22 คน แบ่งเป็นผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การใช้โดเมนไทยจำนวน 10 คน และผู้ประกอบการที่ไม่เคยมีประสบการณ์การใช้โดเมนไทยจำนวน 12 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามได้จากการสำรวจผู้วิจัยทำการลงรหัสและประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมคำนวณทางสถิติ โดยใช้ 1) สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่อหาความถี่ ร้อยละของข้อมูลทางประชากร และข้อมูลการรับรู้และพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง และหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของค่าคะแนนการรับรู้คุณลักษณะในด้านต่าง ๆ ของโดเมนภาษาไทยของกลุ่มตัวอย่าง 2) สถิติการวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Analysis) โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมที่แสดงผ่านเจตนาการนำไปใช้ และเพื่อศึกษาว่าตัวแปรปัจจัยใดที่ร่วมกันพยากรณ์เจตนาการนำไปใช้ และส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจะนำผลการสัมภาษณ์มาจัดกลุ่มคำตอบตามประเด็นสัมภาษณ์ และรายงานผลด้วยวิธีการพรรณนา

## ผลการวิจัย

### 1. ผลการวิจัยจากการสำรวจผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.40 เพศชาย ร้อยละ 41.10 และไม่ระบุ ร้อยละ 2.50 ศึกษาใน 3 ช่วงอายุ คือ 15-30 ปี ร้อยละ 33.80 อายุ 31-45 ปี ร้อยละ 33.80 และ 46-60 ปี ร้อยละ 32.50 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่คือ ปริญญาตรี ร้อยละ 45.40 รองลงมาคือ ประถมศึกษา-มัธยมศึกษา ร้อยละ 23.10 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 28.00 รองลงมาคือ รับจ้าง/ฟรีแลนซ์ ร้อยละ 22.30 และ ประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 20.60 ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้เพื่อผ่อนคลายและความบันเทิงมากที่สุด ร้อยละ 77.80 รองลงมาคือ ติดต่อพูดคุยกับบุคคลอื่น ร้อยละ 75.90 และทำงาน/เรียนหนังสือ ร้อยละ 62.40 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตเกือบทุกวัน ร้อยละ 84.30 และมีอีเมลส่วนบุคคล ร้อยละ 84.90 ซึ่งเป็นอีเมลที่เปิดให้บริการฟรี เช่น Hotmail.com Gmail.com Yahoo.com ร้อยละ 82.60

การรับรู้โดเมนภาษาไทยที่ใช้สำหรับหน่วยงานต่าง ๆ รวมถึงอีเมลภาษาไทยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบว่าไม่แน่ใจสัก ส่วนเว็บไซต์ชื่อภาษาไทยที่เป็นสวัสดิการจากภาครัฐ ได้แก่ เราชนะ.com ม33เรารักกัน.com และ คนละครึ่ง.com กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบว่ามีประสบการณ์การใช้งาน ในกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลว่ารู้จักโดเมนภาษาไทยและอีเมลภาษาไทย ส่วนใหญ่รู้จักจากเพื่อน คนรู้จัก สื่อประชาสัมพันธ์ สื่อมวลชน และจากการสืบค้นในอินเทอร์เน็ต ดังแสดงในตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** แสดงข้อมูลการรับรู้และพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

| การรู้จักชื่อโดเมนภาษาไทย อีเมลภาษาไทย และ<br>เว็บไซต์ของไทย               | จำนวน (ร้อยละ)         |                     |                  | รวม             |
|----------------------------------------------------------------------------|------------------------|---------------------|------------------|-----------------|
|                                                                            | รู้จักแต่<br>ไม่ได้ใช้ | เคยใช้ /<br>ใช้อยู่ | ไม่เคย<br>รู้จัก |                 |
| โดเมน .in.th (สำหรับบุคคลทั่วไป)                                           | 216<br>(27.00)         | 249<br>(31.10)      | 335<br>(41.90)   | 800<br>(100.00) |
| โดเมน .ไทย (สำหรับบุคคลทั่วไป)                                             | 133<br>(16.60)         | 111<br>(13.90)      | 556<br>(69.50)   | 800<br>(100.00) |
| โดเมน .ac.th (สำหรับสถานศึกษา)                                             | 215<br>(26.90)         | 357<br>(44.60)      | 228<br>(28.50)   | 800<br>(100.00) |
| โดเมน .ศึกษา.ไทย (สำหรับสถานศึกษา)                                         | 133<br>(16.60)         | 139<br>(17.40)      | 528<br>(66.00)   | 800<br>(100.00) |
| โดเมน .co.th (สำหรับธุรกิจเอกชน รัฐวิสาหกิจ หรือ<br>เครื่องหมายการค้า)     | 198<br>(24.80)         | 407<br>(50.90)      | 195<br>(24.40)   | 800<br>(100.00) |
| โดเมน .ธุรกิจ.ไทย (สำหรับธุรกิจเอกชน รัฐวิสาหกิจ<br>หรือเครื่องหมายการค้า) | 129<br>(16.10)         | 104<br>(13.00)      | 567<br>(70.90)   | 800<br>(100.00) |
| โดเมน .go.th (สำหรับส่วนราชการและโครงการใน<br>กำกับของหน่วยงานรัฐ)         | 222<br>(27.80)         | 296<br>(37.00)      | 282<br>(35.30)   | 800<br>(100.00) |
| โดเมน .รัฐบาล.ไทย (สำหรับส่วนราชการและ<br>โครงการในกำกับของหน่วยงานรัฐ)    | 136<br>(17.00)         | 90<br>(11.30)       | 574<br>(71.80)   | 800<br>(100.00) |
| โดเมน .mi.th (สำหรับหน่วยงานทหาร)                                          | 128<br>(16.00)         | 60<br>(7.50)        | 612<br>(76.50)   | 800<br>(100.00) |
| โดเมน .ทหาร.ไทย (สำหรับหน่วยงานทหาร)                                       | 90<br>(11.30)          | 39<br>(4.90)        | 671<br>(83.90)   | 800<br>(100.00) |
| โดเมน .or.th (สำหรับองค์กรพัฒนาเอกชนหรือ<br>โครงการเพื่อสังคม)             | 189<br>(23.60)         | 217<br>(27.10)      | 394<br>(49.30)   | 800<br>(100.00) |
| โดเมน .องค์กร.ไทย (สำหรับองค์กรพัฒนาเอกชน<br>หรือโครงการเพื่อสังคม)        | 117<br>(14.60)         | 69<br>(8.60)        | 614<br>(76.80)   | 800<br>(100.00) |

| การรู้จักชื่อโดเมนภาษาไทย อีเมลภาษาไทย และ<br>เว็บไซต์ชื่อไทย        | จำนวน (ร้อยละ)         |                     |                  | รวม             |
|----------------------------------------------------------------------|------------------------|---------------------|------------------|-----------------|
|                                                                      | รู้จักแต่<br>ไม่ได้ใช้ | เคยใช้ /<br>ใช้อยู่ | ไม่เคย<br>รู้จัก |                 |
| โดเมน .net.th (สำหรับผู้ที่ได้รับอนุญาตประกอบ<br>กิจการ โทรคมนาคม)   | 176<br>(22.00)         | 154<br>(19.30)      | 470<br>(58.80)   | 800<br>(100.00) |
| โดเมน .เน็ต.ไทย (สำหรับผู้ที่ได้รับอนุญาตประกอบ<br>กิจการ โทรคมนาคม) | 100<br>(12.50)         | 70<br>(8.80)        | 630<br>(78.80)   | 800<br>(100.00) |
| เราชนะ.com                                                           | 257<br>(32.10)         | 488<br>(61.00)      | 55<br>(6.90)     | 800<br>(100.00) |
| ม33เรารักกัน.com                                                     | 351<br>(43.90)         | 384<br>(48.00)      | 65<br>(8.10)     | 800<br>(100.00) |
| คนละครึ่ง.com                                                        | 161<br>(20.10)         | 588<br>(73.50)      | 51<br>(6.40)     | 800<br>(100.00) |
| ชื่ออีเมลภาษาอังกฤษ@คน.ไทย เช่น somchai@คน.<br>ไทย prawta@คน.ไทย     | 80<br>(10.00)          | 81<br>(10.10)       | 639<br>(79.90)   | 800<br>(100.00) |
| ชื่ออีเมลภาษาไทย เช่น สมชาย@คน.ไทย พรานตา@<br>คน.ไทย                 | 80<br>(10.00)          | 61<br>(7.60)        | 659<br>(82.40)   | 800<br>(100.00) |

### การรับรู้คุณลักษณะในด้านต่าง ๆ ของโดเมนภาษาไทยของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาการรับรู้คุณลักษณะในด้านต่าง ๆ ของโดเมนภาษาไทยของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 6 ด้าน คือ ความเข้ากันได้ (Compatibility) ความซับซ้อน (Complexity) ข้อได้เปรียบต่อเทคโนโลยีปัจจุบัน (Relative advantage) ความสามารถในการทดลองและสังเกต (Ability to try and observe) การรับรู้ความมีประโยชน์ (Perceived usefulness) และการรับรู้ความง่าย/สะดวกในการใช้ (Perceived ease of use) รวมถึงเจตนาในการใช้ (Behavioral intention to use) ได้ข้อค้นพบที่สำคัญจากผลการวิจัย ดังนี้

ด้านที่ 1 ความเข้ากันได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างประเมินว่าโดเมนภาษาไทยและอีเมลภาษาไทยมีความเข้ากันได้และสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ต และบุคคลที่ต้องติดต่อกับ การแปลผลคะแนนอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.83)

ด้านที่ 2 ความซับซ้อน พบว่า กลุ่มตัวอย่างประเมินว่าการเริ่มต้นใช้งาน การเรียนรู้ และความคุ้นเคยในการใช้งานโดเมนภาษาไทยและชื่ออีเมลภาษาไทย มีความซับซ้อนในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ด้านที่ 3 ข้อได้เปรียบต่อเทคโนโลยีปัจจุบัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างคิดว่าโดเมนภาษาไทยและอีเมลภาษาไทยเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีอุปสรรคด้านภาษา และตอบโจทย์ การใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยด้วยภาษาไทย การแปลผลคะแนนอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ด้านที่ 4 ความสามารถในการทดลองและสังเกต พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าคะแนนในระดับปานกลาง กล่าวคือ การได้ทดลองใช้ก่อน การสังเกตผู้อ่านใช้งาน และการได้พูดคุยกับผู้อื่นถึงผลและประโยชน์ของการใช้โดเมนภาษาไทยและอีเมลภาษาไทย มีผลต่อเจตนาในการใช้งานในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35)

ด้านที่ 5 การรับรู้ความมีประโยชน์ พบว่า ความมีประโยชน์ของโดเมนไทยและอีเมลชื่อภาษาไทยทำให้คนไทยสามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้อย่างทั่วถึง และเพิ่มการเข้าถึงบริการของภาครัฐและกลุ่มสังคมของคนในท้องถิ่น กลุ่มตัวอย่างประเมินค่าคะแนนในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19) เนื่องจากมองว่าอินเทอร์เน็ตเป็นพื้นที่สากล และภาษาอังกฤษที่ใช้กันอยู่ก็รองรับการใช้งานได้คืออยู่แล้ว

ด้านที่ 6 การรับรู้ความง่าย/ความสะดวกในการใช้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างประเมินว่าตนเองสามารถเรียนรู้และใช้งานโดเมนภาษาไทยและอีเมลภาษาไทยได้ง่ายในการเข้าถึงเว็บไซต์ต่าง ๆ และใช้บริการ ออนไลน์ของภาครัฐไทย ในค่าคะแนนระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.45)

เจตนาในการใช้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าคะแนนของเจตนาในการใช้งานระดับปานกลาง ข้อคำถามที่วัดเจตนาในการใช้พบว่ากลุ่มตัวอย่างแสดงเจตนาว่าจะใช้โดเมนและอีเมลภาษาอังกฤษต่อไป และจะใช้โดเมนและอีเมลภาษาไทยในกรณีที่ถูกขอความร่วมมือจากที่ทำงานหรือสถาบันการศึกษา กลุ่มตัวอย่างคิดว่าจะยังคงใช้อินเทอร์เน็ตด้วยเว็บไซต์ที่มีชื่อภาษาอังกฤษ และอีเมลของต่างประเทศต่อไป (ค่าเฉลี่ย 3.18) ดังแสดงในตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** แสดงการรับรู้คุณลักษณะ 6 ด้าน ของโดเมนภาษาไทยของกลุ่มตัวอย่าง

| การรับรู้คุณลักษณะ 6 ด้าน ของโดเมนภาษาไทย                               | $\bar{X}$ | S.D.   | แปลผล   |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------|--------|---------|
| ด้านที่ 1 ความเข้ากันได้ (Compatibility)                                | 2.83      | .58369 | ปานกลาง |
| ด้านที่ 2 ความซับซ้อน (Complexity)                                      | 3.40      | .83748 | มาก     |
| ด้านที่ 3 ข้อได้เปรียบต่อเทคโนโลยีปัจจุบัน<br>(Relative advantage)      | 3.46      | .81330 | มาก     |
| ด้านที่ 4 ความสามารถในการทดลองและสังเกต<br>(Ability to try and observe) | 3.35      | .86660 | ปานกลาง |
| ด้านที่ 5 การรับรู้ความมีประโยชน์<br>(Perceived usefulness)             | 3.19      | .54481 | ปานกลาง |
| ด้านที่ 6 การรับรู้ความง่าย/สะดวกในการใช้<br>(Perceived ease of use)    | 3.45      | .84434 | มาก     |
| เจตนาในการใช้ (Behavioral intention to use)                             | 3.18      | .60169 | ปานกลาง |

\* เกณฑ์การแปลความหมาย เพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ย ในช่วงคะแนนดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.20 – 5.00 แปลความว่า เห็นด้วยกับข้อความมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.40 – 4.19 แปลความว่า เห็นด้วยกับข้อความมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.60 – 3.39 แปลความว่า เห็นด้วยกับข้อความปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.80 – 2.59 แปลความว่า เห็นด้วยกับข้อความน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.79 แปลความว่า เห็นด้วยกับข้อความน้อยที่สุด

ความกว้างของอันตรภาคชั้นของค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 0.8 ซึ่งได้ค่ามาจากการคำนวณโดยใช้สมการทางคณิตศาสตร์อ้างอิงจากหลักการของ Fisher (Rungprapan, 1996)

### การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรม

การวิเคราะห์การถดถอยในรูปสมการแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression Equation) เป็นการวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรตามและกลุ่มตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไป เพื่ออธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม ที่การใช้ตัวแปรอิสระเพียงตัวเดียวมาอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามอาจจะไม่เพียงพอ (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2561) จึงนำเอาสถิตินี้มาเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการรับรู้คุณลักษณะ 6 ด้านของโดเมนภาษาไทย กับเจตนาในการใช้

จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่ระดับนัยสำคัญ .05 พบว่า การรับรู้คุณลักษณะ 6 ด้านของโดเมนภาษาไทย มีตัวแปรอย่างน้อย 3 ตัว ที่มีอิทธิพลต่อ เจตนาในการใช้โดเมนภาษาไทย ( $F\text{-prob} < .001$ ) โดยการรับรู้คุณลักษณะ 6 ด้านของโดเมนภาษาไทย มีความสัมพันธ์กับ เจตนาในการใช้โดเมนภาษาไทยที่ค่อนข้างสูง ( $r = 0.765$ ) และจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของ เจตนาในการใช้โดเมนภาษาไทย ร้อยละ 58.6 โดยเรียงระดับความสัมพันธ์ของ การรับรู้คุณลักษณะ 6 ด้านของโดเมนภาษาไทย ต่อ เจตนาในการใช้โดเมนภาษาไทย จากมากไปน้อย ดังนี้

|                                          |                               |
|------------------------------------------|-------------------------------|
| การรับรู้ความง่าย/สะดวกในการใช้          | เพิ่มขึ้น 1 ค่า จะทำให้ เจตนา |
| ในการใช้โดเมนภาษาไทย เพิ่มขึ้น 0.319 ค่า |                               |

|                                          |                               |
|------------------------------------------|-------------------------------|
| ความสามารถในการทดลองและสังเกต            | เพิ่มขึ้น 1 ค่า จะทำให้ เจตนา |
| ในการใช้โดเมนภาษาไทย เพิ่มขึ้น 0.237 ค่า |                               |

|                                          |                               |
|------------------------------------------|-------------------------------|
| ความเข้ากันได้                           | เพิ่มขึ้น 1 ค่า จะทำให้ เจตนา |
| ในการใช้โดเมนภาษาไทย เพิ่มขึ้น 0.094 ค่า |                               |

|                                          |                               |
|------------------------------------------|-------------------------------|
| ข้อได้เปรียบต่อเทคโนโลยีปัจจุบัน         | เพิ่มขึ้น 1 ค่า จะทำให้ เจตนา |
| ในการใช้โดเมนภาษาไทย เพิ่มขึ้น 0.034 ค่า |                               |
| การรับรู้ความมีประโยชน์                  | เพิ่มขึ้น 1 ค่า จะทำให้ เจตนา |
| ในการใช้โดเมนภาษาไทย เพิ่มขึ้น 0.030 ค่า |                               |
| ความซับซ้อน                              | เพิ่มขึ้น 1 ค่า จะทำให้ เจตนา |
| ในการใช้โดเมนภาษาไทย เพิ่มขึ้น 0.021 ค่า |                               |

**ตารางที่ 3** ผลการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้คุณลักษณะ 6 ด้านของโดเมนภาษาไทย

| การรับรู้คุณลักษณะ 6 ด้านของโดเมน<br>ภาษาไทย ที่ศึกษาความสัมพันธ์กับ เจตนา<br>ในการใช้โดเมนภาษาไทย | ค่าสัมประสิทธิ์ |      | t-value | t-prob |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|------|---------|--------|
|                                                                                                    | b               | Beta |         |        |
| ค่าคงที่ (constant)                                                                                | .752            |      | 6.797   | .001*  |
| ความเข้ากันได้                                                                                     | .094            | .091 | 3.492   | .001*  |
| ความซับซ้อน                                                                                        | .021            | .029 | 1.002   | .317   |
| ข้อได้เปรียบต่อเทคโนโลยีปัจจุบัน                                                                   | .034            | .045 | 1.316   | .188   |
| ความสามารถในการทดลองและสังเกต                                                                      | .237            | .341 | 9.710   | .001*  |
| การรับรู้ความมีประโยชน์                                                                            | .030            | .027 | .902    | .367   |
| การรับรู้ความง่าย/สะดวกในการใช้                                                                    | .319            | .448 | 13.691  | .001*  |
| F-value = 186.796.    p value <.001*                                                               |                 |      |         |        |
| R = 0.765    R Square = 0.586    Adjusted R Square = 0.583                                         |                 |      |         |        |

เมื่อพิจารณาจากค่า t-test ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ในตารางที่ 3 จะพบว่า มีตัวแปรบางตัวที่ไม่ควรจะใช้ในการคำนวณ คือ ความซับซ้อน ข้อได้เปรียบต่อเทคโนโลยีปัจจุบัน และ การรับรู้ความมีประโยชน์ เพราะตัวแปรทั้งสามตัวจะส่งผลต่อเจตนาในการใช้โดเมนภาษาไทยน้อยมากจนสามารถตัดออกจากตัวแบบการคำนวณได้ โดยพิจารณาจากค่า t-prob

คือ 0.317, 0.188 และ 0.367 ดังนั้น จะทำการวิเคราะห์อีกครั้ง โดยใช้เฉพาะตัวแปรอิสระที่มีผล คือ การรับรู้ความง่าย/สะดวกในการใช้ ความสามารถในการทดลองและสังเกต และความเข้ากันได้ ซึ่งจะทำให้ค่าที่ได้จากการวิเคราะห์ทางสถิติปรากฏดังแสดงในตารางที่ 4

การศึกษาปัจจัยที่สามารถร่วมกันพยากรณ์เจตนาการนำไปใช้ของกลุ่มตัวอย่าง อินเทอร์เน็ตพบว่า มีสามตัวแปร คือ การรับรู้ความง่าย/สะดวกในการใช้ ความสามารถในการทดลองและสังเกต และความเข้ากันได้ ที่ร่วมกันทำนายเจตนาการนำไปใช้ของกลุ่มตัวอย่างอินเทอร์เน็ตได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p \text{ value} < .001$ ) ซึ่งตัวแปรปัจจัยทั้งสามสามารถอธิบายเจตนาการนำไปใช้ได้ร้อยละ 58.4 ( $R^2 = 0.584$ ) ดังแสดงในตารางที่ 4 กล่าวคือ หากกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ว่าจะสามารถเรียนรู้และใช้นวัตกรรมนั้นได้โดยง่าย สามารถทดลองใช้นวัตกรรมและสังเกตเห็นผลลัพธ์ที่ช่วยให้การทำงานดีขึ้น และเข้ากันได้กับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต และผู้ที่ติดต่อสื่อสารด้วยของผู้ใช้ในปัจจุบัน การรับรู้คุณลักษณะของ 3 ด้านนี้ร่วมกันจะทำให้กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มในการยอมรับเอาโดเมนภาษาไทยไปใช้ได้ ร้อยละ 58.4

**ตารางที่ 4** ผลการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้คุณลักษณะ 3 ด้านของโดเมนภาษาไทย

| การรับรู้คุณลักษณะ 3 ด้านของโดเมน<br>ภาษาไทย ที่ศึกษาความสัมพันธ์กับ<br>เจตนาในการใช้โดเมนภาษาไทย | ค่าสัมประสิทธิ์ |      |         |        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|------|---------|--------|
|                                                                                                   | b               | Beta | t-value | t-prob |
| ค่าคงที่ (constant)                                                                               | .868            |      | 9.533   | .001*  |
| ความเข้ากันได้                                                                                    | .110            | .107 | 4.670   | .001*  |
| ความสามารถในการทดลองและสังเกต                                                                     | .250            | .360 | 11.944  | .001*  |
| การรับรู้ความง่าย/สะดวกในการใช้                                                                   | .336            | .471 | 15.618  | .001*  |

F-value = 372.061    p value < .001\*

R = 0.764    R Square = 0.584    Adjusted R Square = 0.582

## 2. ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจ

การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจที่มีเว็บไซต์ในการดำเนินธุรกิจออนไลน์จำนวน 2 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการธุรกิจที่ใช้โดเมนภาษาไทย และเว็บไซต์ภาษาไทย จำนวน 10 คน และผู้ประกอบการธุรกิจที่ไม่มีประสบการณ์การใช้โดเมนภาษาไทย และเว็บไซต์ภาษาไทย จำนวน 12 คน รวมทั้งหมดจำนวน 22 คน สามารถสรุปประเด็นได้ดังนี้

1. การรู้จักโดเมนภาษาไทย ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ของทั้ง 2 กลุ่ม รู้จักและเคยผ่านตาเว็บไซต์ชื่อภาษาไทยผ่านทางหลายช่องทาง ได้แก่ จากการสืบค้นผ่านเสิร์ชเอนจิน การให้คำแนะนำจากการจ้างผู้รับทำเว็บไซต์ เพื่อนที่เป็นผู้ประกอบการประเภทเดียวกัน และการใช้งานบริการของภาครัฐ

2. ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการใช้โดเมนไทยที่ผู้ประกอบการที่ใช้ชื่อเว็บไซต์ภาษาไทยให้ข้อมูล คือ การสืบค้นได้ง่ายด้วยภาษาไทย ส่วนปัจจัยที่ผู้ประกอบการยังคงเลือกใช้โดเมนภาษาอังกฤษ คือ ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ที่เป็นภาษาอังกฤษ ความเป็นสากลสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับตลาดต่างประเทศ การเติบโตทางธุรกิจในอนาคตในการเข้าถึงตลาดในวงกว้าง

3. ประสบการณ์การใช้งาน สถานประกอบการที่ใช้โดเมนภาษาไทยและอีเมลภาษาไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อประสบการณ์การใช้งานค่อนข้างมาก แต่ยังมีข้อจำกัดทางเทคนิคบางประการที่ส่งผลต่อประสบการณ์การใช้งาน เช่น การแสดงผล URL ภาษาไทยที่ผิดเพี้ยนในกรณีแชร์ผ่านเฟซบุ๊ก หรือการที่ไม่สามารถเข้าถึงเว็บไซต์ของ URL ชื่อภาษาไทยที่ถูกแชร์ (เนื่องจากถูกแปลงเป็น link ที่ผิด หรือถูกใครกดไปที่ชื่อ URL ภาษาอังกฤษ)

4. ประโยชน์และข้อได้เปรียบของโดเมนภาษาไทยและอีเมลภาษาไทย ข้อได้เปรียบที่ผู้ประกอบการเกือบทั้งหมดให้ความเห็นไปในทางเดียวกัน คือ ข้อได้เปรียบด้านภาษาในการสืบค้นและเข้าถึงเว็บไซต์และอีเมล โดยเฉพาะเว็บไซต์ชื่อภาษาไทยที่เป็นที่รู้จักและเคยมีประสบการณ์การใช้งาน

5. แนวโน้มการใช้งานต่อในอนาคต / การแนะนำให้ผู้อื่นใช้ ความเห็นของผู้ประกอบการที่ใช้โดเมนภาษาไทยและเว็บไซต์ภาษาไทยต่อการใช้งานต่อไปในอนาคต แบ่งเป็น 4 กลุ่มหลัก คือ (1) กลุ่มที่ให้ความเห็นว่ายังจะยังใช้งานต่อไป เพราะสะดวกในการเชื่อมต่อกับลูกค้า และภาษาที่ง่ายต่อการสืบค้นเจอเว็บไซต์ของสถานประกอบการ (2) กลุ่มที่ให้ข้อมูลว่าจะใช้ต่อไปโดยมีเงื่อนไขว่าเป็นการใช้งานแบบไม่เสียค่าใช้จ่าย (3) กลุ่มที่จะยังใช้งานต่อไปเนื่องจากทำให้ข้อมูลชื่อเว็บไซต์กับลูกค้าเดิมไปแล้วหากเปลี่ยนจะทำให้เสียลูกค้า และ (4) เป็นผู้ใช้งานที่ใช้เว็บไซต์ชื่อภาษาไทยและโดเมน/อีเมลภาษาไทยควบคู่ไปกับรูปแบบภาษาอังกฤษ เพื่อให้สะดวกต่อการติดต่อสื่อสารกับคู่สื่อสารต่างประเทศและลดปัญหาทางเทคนิค

ส่วนความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่ไม่ใช้โดเมนภาษาไทยและเว็บไซต์ภาษาไทย ส่วนใหญ่ให้ข้อมูลว่าจะยังคงใช้โดเมนภาษาอังกฤษ และเว็บไซต์ภาษาอังกฤษ และยังไม่มีความคิดที่จะทดลองใช้โดเมนภาษาไทย สาเหตุหนึ่งคือต้องการภาพลักษณ์ที่เป็นความเป็นสากลจึงใช้เว็บไซต์ภาษาอังกฤษ หากจะมีเว็บไซต์ภาษาไทยและโดเมนไทยจะเพิ่มภาระในการจัดการดูแลและยุ่งยากในการจัดการเว็บไซต์

6. ข้อเสนอแนะต่อการเพิ่มการใช้และการปรับปรุงโดเมนภาษาไทยและอีเมลภาษาไทย สามารถรวบรวมข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาเพื่อเพิ่มการใช้งานของผู้ใช้ ดังนี้

- 1) การสร้างความเชื่อมั่นในระบบการทำงานของโดเมนและอีเมลภาษาไทย
- 2) การสร้างความจำเป็นในการใช้ให้เกิดขึ้นในผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นประชาชนทั่วไป อาจเริ่มจากการใช้เป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสาร และติดต่อกับภาครัฐ
- 3) การประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับโดเมนภาษาไทยและอีเมลภาษาไทย
- 4) การปรับปรุงระบบรองรับการปฏิบัติการเชิงเทคนิค

## อภิปรายผล

### พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตกับการใช้โดเมนภาษาไทย

ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีวัตถุประสงค์หลักในการใช้อินเทอร์เน็ตประการหนึ่งคือเพื่อความบันเทิง ซึ่งเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์และเว็บไซต์ที่ให้ความบันเทิงส่วนหนึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ดำเนินการโดยผู้ผลิตจากต่างประเทศที่มีแถบเครื่องมือคำสั่งในเว็บไซต์เป็นภาษาไทยเพื่อเอื้อต่อการใช้งานของผู้ใช้ชาวไทย ทำให้การเข้าเว็บไซต์ที่สืบค้นและเข้าถึงง่ายเหล่านั้นไม่เป็นอุปสรรคต่อการใช้งานเพื่อตอบวัตถุประสงค์หลักในการแสวงหาความบันเทิงของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ภาวะที่ผู้ใช้ไม่ประสบปัญหาหรือข้อจำกัดในการใช้งานเว็บไซต์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันจึงอาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่แสวงหาช่องทางหรือวิธีการอื่น ๆ ในการใช้อินเทอร์เน็ต เนื่องจากเทคโนโลยีในปัจจุบันสามารถตอบสนองความต้องการการใช้งานได้เป็นอย่างดี จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการจะพบว่าโดเมนภาษาไทยตอบโจทย์ธุรกิจที่มุ่งตลาดผู้บริโภคไทยและเป็นสินค้าเฉพาะกลุ่ม เจือใจหนึ่งที่ทำให้การยอมรับนวัตกรรมไม่เป็นไปอย่างทั่วถึงในสังคมคือนวัตกรรมนั้นอาจไม่ได้ถูกออกแบบมาเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ในการใช้งาน และความต้องการของผู้ใช้ทุกคน การปรับปรุงบริการโดเมนภาษาไทยให้กับกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าเฉพาะสำหรับคนไทยจึงอาจเป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถเพิ่มการใช้งานโดเมนภาษาไทยและอีเมลภาษาไทยในสังคมไทย

ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับข้อค้นพบที่ว่ากลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพและปริมณฑล ภาคกลาง และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเจตนาในการใช้โดเมนภาษาไทยต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างในภูมิภาคและระดับการศึกษาอื่น ๆ ความแตกต่างของคุณลักษณะทางประชากรตามบริบททางสังคมวัฒนธรรมของภูมิภาคและลักษณะส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการยอมรับการใช้โดเมนภาษาไทยและอีเมลภาษาไทย แสดงให้เห็นถึงเจือใจความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมและ

คุณลักษณะทางบุคคลและสังคมว่าเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการต่อการยอมรับนวัตกรรมใหม่ที่แตกต่างกัน (Zanello, et al., 2016)

### **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับโดเมนภาษาไทย: การรับรู้ประโยชน์แต่ไม่นำไปสู่การใช้งาน**

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการแพร่กระจายนวัตกรรมที่เห็นได้ชัดเจนในโดเมนภาษาไทยและอีเมลภาษาไทยคือ ปัจจัยทางการลดข้อจำกัดทางภาษา และการรับรู้ความง่าย/สะดวกในการใช้ และปัจจัยทางลบคือ ปัจจัยด้านความซับซ้อน ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและผู้ประกอบการให้ข้อมูลว่ามีผลในระดับมากต่อการยอมรับเอาโดเมนภาษาไทยและอีเมลภาษาไทยมาใช้ อย่างไรก็ตามเว็บไซต์ชื่อภาษาไทยในกรณีที่เป็นบริการของภาครัฐที่เน้นการกระจายการเข้าถึงของประชาชน เช่น คนละครึ่ง.com ม33เรารักกัน.com และ คนละครึ่ง.com พบว่าผู้ใช้รู้จักและเคยมีประสบการณ์การใช้งานมาก เนื่องจากว่า .com เป็นรูปแบบการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเรียนรู้และยอมรับการใช้มาตั้งแต่การเข้ามาของอินเทอร์เน็ตในระยะแรกจึงทำให้คุ้นเคยและไม่เป็นปัญหาต่อการใช้งานที่เป็นเว็บไซต์ชื่อภาษาไทย.com นอกจากนี้พบปัจจัยรวมอีกประการหนึ่งคือ ลักษณะการใช้งานของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบันที่พึ่งพิงการสืบค้นผ่านเสิร์ชเอนจิน โดยไม่จำเป็นต้องจดจำ URL ของเว็บไซต์ ซึ่งสอดคล้องกับการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการที่ระบุว่า การใช้ชื่อเว็บไซต์และโดเมนจะคำนึงถึงการแสดงผลในเสิร์ชเอนจินเป็นสำคัญ

ข้อสังเกตอีกประการหนึ่งที่สำคัญคือ กลุ่มตัวอย่างจากผลการศึกษาทั้งสองส่วนรับรู้ถึงประโยชน์ของโดเมนภาษาไทยและอีเมลภาษาไทย โดยเฉพาะในด้านการลดข้อจำกัดทางภาษา แต่ในทางกลับกันผลการศึกษาที่แสดงให้เห็นถึงเจตนาในการใช้ยังปรากฏให้เห็นไม่ชัดเจนนัก โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ประกอบการที่ให้ข้อมูลว่าจะยังคงใช้โดเมนภาษาอังกฤษและอีเมลภาษาอังกฤษต่อไป ซึ่งอาจเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน คือ ความสามารถและทักษะที่ต้องการในการใช้นวัตกรรม ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ไม่เคย

รู้จักและไม่เคยใช้งานโดเมนภาษาไทยและอีเมลภาษาไทย และไม่มีความรู้ว่าจะต้อง  
การใช้งานจะต้องเริ่มจากตรงไหนและเข้าถึงผ่านช่องทางใด ในขณะที่โดเมน  
ภาษาอังกฤษและอีเมลภาษาอังกฤษมีเปิดกว้างให้ใช้งานอยู่ทั่วไปและสามารถสืบค้น  
เรียนรู้วิธีการใช้งานได้สะดวก ส่วนปัจจัยภายนอกทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการใช้งานคือ  
ความไม่รองรับของระบบการทำงานที่ทำให้เกิดความยุ่งยากซับซ้อนในการใช้งาน และ  
การนำเสนอผลที่เกิดความผิดพลาดของภาษาของ URL บนตัวกลางแพลตฟอร์มที่นำไปสู่  
การขาดความเชื่อมั่นและสร้างอุปสรรคในการสื่อสารกับผู้อื่นโดยใช้โดเมนภาษาไทย

### **การสื่อสาร: ปัจจัยเสริมในการสร้างการยอมรับนวัตกรรม**

ด้วยข้อได้เปรียบและการรับรู้ประโยชน์ของนวัตกรรมพบว่าอาจไม่เพียงพอต่อ  
การสร้างการยอมรับนวัตกรรมใหม่ดังผลการศึกษาในต่างประเทศส่วนหนึ่งที่พบว่า  
การสื่อสารเป็นตัวเชื่อมโยงที่จำเป็นของการแพร่กระจายนวัตกรรม (Tolba & Mourad, 2011)  
ผู้ใช้ที่มีศักยภาพในการรับเอานวัตกรรมจะเปิดรับเอานวัตกรรมไปใช้ก็ต่อเมื่อเคยรู้จักหรือ  
เคยได้ยินเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น การศึกษาของ Tolba & Mourad (2011) แสดงให้เห็นว่าผู้นำ  
ทางความคิด (opinion leader) เป็นบุคคลสำคัญที่มีบทบาทในการสื่อสารเพื่อบอกต่อ  
นวัตกรรมนั้นให้แพร่กระจายและเป็นที่ยอมรับ จากข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างที่มองว่า  
เหตุที่โดเมนภาษาไทยและอีเมลภาษาไทยไม่เป็นที่รู้จักในสังคมไทยอย่างแพร่หลาย ส่วน  
หนึ่งเป็นเพราะการขาดการประชาสัมพันธ์ข้อมูลสร้างความเข้าใจ ให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการ  
เริ่มต้นใช้งานและลักษณะการทำงานของโดเมนและอีเมลภาษาไทยจะทำให้ผู้ใช้สามารถทำ  
ความรู้จักและเข้าใจวิธีการทำงานอันจะนำไปสู่การทดลองใช้ต่อไป สอดคล้องกับผล  
การศึกษาของ Ntemana & Olatokun (2012) ที่ศึกษาอิทธิพลของการแพร่กระจายของ  
นวัตกรรมต่อทัศนคติของผู้สอนที่มีต่อเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่พบว่าแนวทาง  
ในการเพิ่มการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารให้แพร่หลายคือองค์กรควรมี

การจัดการอบรมทักษะการใช้ที่เกี่ยวข้องและปรับเทคโนโลยีให้มีลักษณะที่เป็นมิตร (User-friendly) กับผู้ใช้ (Ntemana & Olatokun, 2012)

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

โดเมนภาษาไทยและอีเมลภาษาไทยถือเป็นนวัตกรรมทางการสื่อสารในสังคมไทยที่จะช่วยลดข้อจำกัดทางด้านภาษา ลดช่องว่างทางการสื่อสารของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และหากได้รับการยอมรับและใช้อย่างแพร่หลายจะช่วยสร้างช่องทางและพื้นที่ทางการสื่อสารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของผู้ใช้ไทย จากผลการการศึกษาขอเสนอแนวทางการส่งเสริมการใช้โดเมนภาษาไทยและอีเมลภาษาไทย ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลความรู้และเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับโดเมนภาษาไทยและอีเมลภาษาไทยให้กับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตกลุ่มต่าง ๆ ในประเทศไทย โดยอาจเริ่มจากผู้ใช้กลุ่มบุกเบิกที่เป็นผู้ใช้งานกลุ่มแรกและมีศักยภาพในการเป็นผู้นำทางความคิดในการแพร่กระจายความรู้ ความเข้าใจ และการยอมรับการใช้งานให้แพร่หลายต่อผู้ใช้กลุ่มอื่น ๆ ต่อไป

2. การสร้างความจำเป็นในการใช้ ในระยะแรกผู้ใช้อาจไม่มีความมั่นใจและกังวลต่อความเสี่ยงในการใช้งาน รวมถึงมองไม่เห็นความจำเป็นในการใช้โดเมนภาษาไทยและอีเมลภาษาไทยเนื่องจากมีโดเมนและอีเมลอื่นที่ใช้อยู่แต่เดิม ทั้งนี้หากต้องการให้เกิดการสร้างการรู้จักและการใช้งานอย่างแพร่หลายในระยะเวลาอันสั้น ต้องอาศัยการร่วมมือจากภาครัฐในการใช้โดเมนภาษาไทยและอีเมลภาษาไทยเป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารและสวัสดิการต่าง ๆ จากภาครัฐ โดยอาจอยู่ในลักษณะของโครงการนำร่องของภาครัฐ

3. การพัฒนาระบบปฏิบัติการทางเทคโนโลยีที่รองรับโดเมนภาษาไทย รวมถึงการเชื่อมต่อกับแพลตฟอร์มอื่น ๆ เนื่องจากปัญหาหนึ่งที่พบจากการให้ข้อมูลของผู้ใช้งานคือแพลตฟอร์มอื่น ๆ ที่ผู้ใช้เชื่อมต่อ และนำ URL ที่เป็นโดเมนไทยไปเผยแพร่ต่อ ไม่รองรับ

โดเมนภาษาไทยและก่อให้เกิดปัญหาต่อความเชื่อถือในเว็บไซต์และลดจำนวนผู้เข้าถึงเว็บไซต์ ทำให้ผู้ใช้โดเมนเกิดประสบการณ์ทางลบในการเริ่มใช้งานและก่อให้เกิดความรู้สึกไม่มั่นใจในการใช้งานต่อ

4. การสร้างช่องทางการติดต่อของหน่วยงาน/องค์กรเพื่ออำนวยความสะดวกและสนับสนุนการใช้ โดยเป็นช่องทางในการให้ความรู้ อบรม ตอบข้อสงสัย และช่วยแนะนำวิธีการแก้ไขปัญหาการใช้งาน รวมถึงพัฒนาระบบการบริหารจัดการที่ทำให้ผู้ใช้สามารถเรียนรู้และเริ่มใช้งานได้ง่าย และสะดวกในการสร้างและพัฒนาเว็บไซต์โดเมนภาษาไทยด้วยตนเอง

5. การสร้างการยอมรับโดเมนภาษาไทยและอีเมลภาษาไทยในระยะแรกอาจใช้แนวทางการมุ่งเน้นผู้ใช้เฉพาะกลุ่มที่โดเมนภาษาไทยตอบสนองวัตถุประสงค์ในการทำงาน เช่น ผู้ประกอบการ เจ้าขององค์กรธุรกิจ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งโดเมนไทยและอีเมลภาษาไทยสามารถเป็นช่องทางการสื่อสารที่ช่วยสนับสนุนการทำงานของกลุ่มผู้ใช้ และเพิ่มความสามารถในการประกอบการ

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การทำวิจัยเพื่อส่งเสริมการใช้โดเมนภาษาไทยอันจะนำไปสู่การลดช่องว่างทางการสื่อสารของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ควรมีการศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อให้ข้อเสนอแนะที่เป็นรูปธรรมในเชิงระบบปฏิบัติการ และโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่สนับสนุนการเข้าใช้โดเมนภาษาไทยและการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

## รายการอ้างอิง

- Kemp, S. (2021, January 11). *Digital 2021: Thailand*.  
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-thailand>
- Koltay, T. (2011). The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy. *Media, Culture & Society*, 33(2), 211–221.  
<https://doi.org/10.1177/0163443710393382>
- Lee, Y.-H., Hsieh, Y.-C., & Hsu, C.-N. (2011). Adding innovation diffusion theory to the technology acceptance model: Supporting employees' intentions to use e-learning systems. *Educational Technology & Society*, 14 (4), 124–137.  
<http://www.jstor.org/stable/jeductechsoci.14.4.124>
- Matichon Online. (2018, November 5). 'Thai domain-email,' reducing the digital divide in the digital world. [https://www.matichon.co.th/economy/news\\_1212352](https://www.matichon.co.th/economy/news_1212352)
- McCarthy, N. (2018, Jul 27). *How languages used online compare to real life*.  
<https://www.forbes.com/sites/niallmccarthy/2018/07/27/how-languages-used-online-compare-to-real-life-infographic/?sh=764a30672c7c>
- Miller, R.L. (2015). Rogers' innovation diffusion theory (1962, 1995). In M.N. Al-Suqri & A.S. Al-Aufi (Eds.), *Information seeking behavior and technology adoption: theories and trends* (pp.261-274). 10.4018/978-1-4666-8156-9.
- Min, S., Kam Fung So, K. & Jeong, M. (2021). Consumer adoption of the Uber mobile application: Insights from diffusion of innovation theory and technology acceptance model. In S. Kim & D. Wang (Eds.), *Future of tourism marketing*. Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9781003176039>

- Ntemana, T. J. & Olatokun, W. (2012). Analyzing the influence of diffusion of innovation attributes on lecturers' attitude towards information and communication technologies. *Human Technology*, Volume 8 (2), 179-197.  
doi:10.17011/ht/urn.201211203034
- Pongwichai, S. (2018). *Statistical Computing*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Rogers, E. M. (1995). *The diffusion of innovations* (4th ed.). New York: Free Press.
- Rungprapan, C. (1996). *Basic Statistics*. Khonkaen: Klungnana Vitthaya Press.
- Sangsuriyong, R. (2018). Attempt to reduce digital divide in Thai society. *Veridian E-Journal, Silpakorn University: Humanities, Social Sciences, and Arts*, 11(3), 1056-1084.
- Somabut, A. (2013). *Innovation Adoption Process based on Rogers (2003)*.  
<http://iteacherthai.blogspot.com/2013/02/rogers-2003.html>
- Syahadiyanti, L. & Subriadi, A.P. (2018). Diffusion of Innovation Theory Utilization Online Financial Transaction: Literature Review. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 8(3), 219–226. Retrieved from  
<https://www.econjournals.com/index.php/ijefi/article/view/6438>
- Talebian, A. & Mishra, S. (2018). Predicting the adoption of connected autonomous vehicles: A new approach based on the theory of diffusion of innovations. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, Volume 95, 2018, 363-380. <https://doi.org/10.1016/j.trc.2018.06.005>
- Tolba, A.H. & Mourad, M. (2011). Individual and cultural factors affecting diffusion of innovation. *Journal of International Business and Cultural Studies*.  
<https://www.aabri.com/manuscripts/11806.pdf>
- Young, H. (n.d.). *The digital language divide: How does the language you speak shape your experience of the internet?* <http://labs.theguardian.com/digital-language-divide/>

Zanello, G., Fu, X., Mohnen, P., & Ventresca, M. (2016). The creation and diffusion of innovation in developing countries: *A systematic literature review*. *Journal of Economic Surveys*, 30(5), 884–912. <https://doi.org/10.1111/joes.12126>