



พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเกมออนไลน์ของพลเมืองในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

พงศกร รันดาเว

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์



Usage Behavior Online Game Application of People in Bangkok and Metropolitan

Pongsakorn Randhawa

Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Master of Business Administration
College of Innovation Management
Rajamangala University of Technology Rattanakosin
Academic Year 2019

Copyright of Rajamangala University of Technology Rattanakosin

พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเกมออนไลน์ของพลเมืองในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

พงศกร รันดาเว

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Usage Behavior Online Game Application of People in Bangkok and Metropolitan

Pongsakorn Randhawa

Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Master of Business Administration
College of Innovation Management
Rajamangala University of Technology Rattanakosin
Academic Year 2019

Copyright of Rajamangala University of Technology Rattanakosin



ใบรับรองการค้นคว้าอิสระ
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ชื่อการค้นคว้าอิสระ พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเกมออนไลน์ของพลเมืองในเขต
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ชื่อผู้วิจัย ว่าที่ร้อยตรี พงศกร รันดาเว

วิชาเอก การตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษา ผศ.ดร.วาสุกาญจน์ งามโฉม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง ของ
การศึกษาหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

..... ผู้อำนวยการวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
(นายรพี ม่วงนนท์)

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

..... ประธานกรรมการ
(รศ.ดร.ชาติรี จันทรโคสิกา)

..... กรรมการ
(ผศ.ดร.กอบกุล จันทรโคสิกา)

..... กรรมการ
(ผศ.ดร.วาสุกาญจน์ งามโฉม)



Independent Study Certificate
College of Innovation Management
Rajamangala University of Technology Rattanakosin

Independent Study Title Usage Behavior Online Game Application of People in Bangkok and Metropolitan
Researcher Acting Sub Lt. Pongsakorn Randhawa
Major Marketing
Advisor Asst .Prof. wasukarn Ngamchom, D.B.A.

Rajamangala University of Technology Rattanakosin Approved this Independent Study in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Business Administration.

..... Director of College of Innovation Management
(Mr.Rapee Moungnont)

Independent Study Committee

..... Chairperson
(Assoc. Prof. Tatre Jantarakolica, Ph.D.)

..... Member
(Asst. Prof. Korbkul Jantarakolica, Ph.D.)

..... Member
(Asst. Prof. wasukarn Ngamchom, D.B.A.)

ชื่อการค้นคว้าอิสระ

พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเกมออนไลน์ของพลเมืองในเขต

กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ชื่อผู้วิจัย

ว่าที่ร้อยตรี พงศกร รันดาเว

ชื่อปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผศ.ดร.วาสุกาญจน์ งามโหม

ปีการศึกษา

2562

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เปรียบเทียบระดับการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้แอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ และ เอกซ์บอกซ์ไลฟ์ (2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ และ เอกซ์บอกซ์ไลฟ์ โดยมีกรอบแนวคิดของงานวิจัยประยุกต์จาก แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีและแนวคิดผลกระทบเครือข่ายภายนอก

วิธีการสำรวจ เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ จำนวน 335 คน จากผู้ใช้แอปพลิเคชัน เพลย์สเตชัน สโตร์ และ เอกซ์บอกซ์ไลฟ์ เพื่อตอบแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ตัวแปรทวินาม และการวิเคราะห์แบบจำลองสมการถดถอย

ผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้ใช้แอปพลิเคชัน เพลย์สเตชัน สโตร์ มีระดับการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันในระดับที่สูงกว่าระดับการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน เอกซ์บอกซ์ไลฟ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน เพลย์สเตชัน สโตร์ และ เอกซ์บอกซ์ไลฟ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ประกอบด้วย การรับรู้จำนวนผู้ใช้งาน การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม การรับรู้บริการต่างๆ ของแอปพลิเคชัน การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์มของผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน การรับรู้องค์ประกอบที่มีต่อการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ถึงความปลอดภัย ทัศนคติต่อการมีเทคโนโลยี อิทธิพลของกลุ่มคนใกล้ชิด หรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง อิทธิพลของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง ความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี การเลือกใช้จริงของเทคโนโลยี

คำสำคัญ: เทคโนโลยี แอปพลิเคชัน เกมออนไลน์

Independent Study Title	Usage Behavior Online Game Application of People in Bangkok and Metropolitan
Researcher	Acting Sub Lt. Pongsakorn Randhawa
Degree Sought	Master of Business Administration
Advisor	Asst. Prof. Wasukarn Ngamchom, D.B.A.
Academic Year	2019

Abstract

The purposes of this research were to compare levels of technology acceptance using applications PlayStation Store and X Box live ; and to determine factors affecting behavior of using applications PlayStation Store and X Box live. Conceptual framework was based on Technology Acceptance Model (TAM) and network externality concept.

Stratified random sampling technique was applied to select 335 application users to answer self-reported questionnaire. Data were analyzed by bivariate analysis and Linear Regression model analysis.

Research findings revealed that levels of technology acceptance of using application PlayStation Store were significantly higher those of application X Box live; and factors that significantly affected behavior of using applications PlayStation Store and X Box live consisted of Perceived Number of Cross platforms, Perceived Complement, Perceived Usefulness, Perceived Security, Attitude toward Technology, Descriptive Norm, Injunctive Norm, Subjective Norm, Behavior Intention and Usage Behavior

Keywords: Technology, applications, Online games



กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์ช่วยเหลือเป็นอย่างดี จาก รองศาสตราจารย์ ดร.ชาติรี จันทรโค
ลิกา ประธานกรรมการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กอบกุล จันทรโคลิกา และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วาสุภานุจน์
งามโฉม อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาแนะนำให้คำปรึกษา เสนอแนะ ตรวจสอบ แก้ไข ข้อบกพร่องต่างๆ มาโดย
ตลอด ตลอดจนบุคคลต่างๆ ที่ให้ความช่วยเหลืออีกมากมาย ที่ไม่สามารถกล่าวนามได้หมด ผู้วิจัยกราบขอขอบ
ณ โอกาสนี้ด้วย

ท้ายที่สุดนี้ ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคุณค่าและประโยชน์ของการศึกษาการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้
สนใจ หากการศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ขาดตกบกพร่อง ผู้ศึกษากราบขอภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

พงศกร รันดาเว
มีนาคม พ.ศ 2563



สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญ	(4)
สารบัญตาราง	(6)
สารบัญภาพ	(7)
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามในการวิจัย	2
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
1.5 ขอบเขตการศึกษา	3
1.6 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน.....	4
2.2 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	7
2.3 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี.....	8
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย	14
2.6 สมมุติฐานการวิจัย.....	14
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	16
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	17
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	22
3.4 การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ	22
3.5 การวิเคราะห์ปัจจัยและความเชื่อถือได้.....	23

สารบัญ (ต่อ)	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษาวิจัย	
4.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างและข้อมูลที่ได้รับ	27
4.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน เพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Storeและ เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์)X Box live (ซึ่งประยุกต์ตามแบบจำลองTAM).....	36
4.3ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าดัชนี 3.....	42
4.4 ผลการประมาณค่าแบบจำลอง.....	53
4.5 กราฟเรดาร์จำแนกตามแอปพลิเคชัน เพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) และ เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live)	58
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลการศึกษาวิจัย และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	61
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	62
5.3 ข้อเสนอแนะ	63
บรรณานุกรม	64
ภาคผนวก	65
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	65
ประวัติผู้วิจัย	75



สารบัญตาราง

ตารางที่

หน้า

ตารางที่ 2.1 ความแตกต่างระหว่าง Application PlayStation Store และ Application X box live.....	4
ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย.....	17
ตารางที่ 3.2 แสดงตัวแปรทั้งหมดตามกรอบแนวคิดทางทฤษฎีTAM.....	20
ตารางที่ 3.3 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และความเชื่อถือได้ (Reliability).....	24
ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงแจกแจงความถี่ของข้อมูลจากแบบสอบถาม.....	36
ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้แอปพลิเคชัน.....	43
ตารางที่ 4.3 แสดงผลการประเมินค่าแบบถดถอยด้วยวิธีการประมาณค่า OLS.....	55



สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1.1 ตัวอย่างบนหน้าจอเมื่อถือของการใช้บริการแอปพลิเคชัน.....	1
2.1 ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี.....	9
2.2 ปัจจัยผู้ใช้บริแอปพลิเคชัน.....	10
2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	14
2.4 สมมุติฐานการวิจัย.....	14
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	27
4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	28
4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	28
4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	29
4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	29
4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	30
4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชัน	30
4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาเฉลี่ยที่ใช้งาน.....	31
4.9 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่การใช้แอปพลิเคชัน.....	31
4.10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทการเลือกซื้อเกม.....	32
4.11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมูลค่าทางบัญชี.....	32
4.12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการชำระสินค้า.....	33
4.13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการการใช้บริการบนอุปกรณ์....	33
4.14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการอัปเดตข่าวสารเกม.....	34
4.15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการสั่งซื้อเกม.....	34
4.16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการพูดคุยกับผู้ใช้บริการรายอื่น..	35
4.17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อื่นๆ.....	35
4.18 ปัจจัยที่ส่งผลยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน เฟลย์สเตชัน สโตร์ และ เอกซ์บอกซ์ไลฟ์....	53
4.19 ปัจจัยที่ส่งผลยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน เฟลย์สเตชัน สโตร์.....	56
4.20 ปัจจัยที่ส่งผลยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน เอกซ์บอกซ์ไลฟ์.....	57
4.21 กราฟเรดาร์จำแนกตามแอปพลิเคชัน PlayStation Store และ X Box live.....	58
4.22 กราฟเรดาร์จำแนกตามเพศ	

บทที่ 1

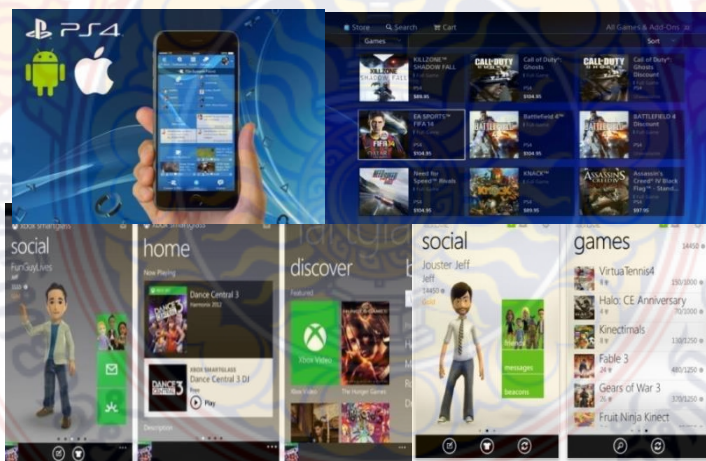
บทนำ

1.1 ความเป็นมาของปัญหา

ในปัจจุบันสังคมได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และเกมก็ได้มีการพัฒนาขึ้นมาในรูปแบบเกมอิเล็กทรอนิกส์ เกมอิเล็กทรอนิกส์เข้ามามีบทบาทอย่างมากในยุคสมัยนี้ ไม่ว่าจะเด็กหรือผู้ใหญ่เพราะได้ความบันเทิง ความเพลิดเพลินและความสนุกสนาน ผีกความคิด ทักษะการเรียนรู้ และยังได้สังคมใหม่ ๆ และเกมสมัยนี้ยังสามารถออนไลน์และเล่นกับผู้อื่นได้อีกด้วย ไม่ว่าจะเล่นเกมเครื่องพื้นฐาน (console) เกมคอมพิวเตอร์ (PC Game) เกมเครื่องพกพา (Handheld) เป็นต้น

ปัญหาที่ผู้บริโภคที่เล่นเกม console มีจำนวนมากกำลังประสบปัญหาการซื้อแผ่นเกม console เนื่องจากจำนวนผู้ใช้บริการที่มากขึ้น และปัญหาการหาซื้อแผ่นเกม console จะมีขายตามร้านเฉพาะ และเนื่องด้วยเกม console ต้องใช้แผ่นเล่น จึงทำให้มีการสึกหลอของแผ่นทำให้เล่นได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ และเป็นการเสียเวลาที่จะต้องออกมาหาซื้อแผ่นเกม console ดังนั้นเพื่อเป็นการแก้ปัญหาดังกล่าว จึงได้มีการพัฒนาระบบซื้อเกม console โดยใช้ชื่อแอปพลิเคชันว่า PlayStation Store และ X Box live ซึ่งเป็นระบบแอปพลิเคชัน มีองค์ประกอบทั้งหมดสองส่วน คือสั่งซื้อเกมและดาวน์โหลดตัวเกมลิขสิทธิ์แท้มาลงเล่นได้ทันที รวมถึงการแจ้งเตือนผ่านผู้บริโภคผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยผู้บริโภคไม่ต้องออกมาหาร้านค้าที่จะซื้อแผ่นเกม

จุดเด่นของแอปพลิเคชัน คือ นอกจากจะแจ้งเตือนอัปเดตข่าวสารและสั่งซื้อดาวน์โหลดเกมยังรองรับกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้เกือบทุกรุ่น ทำให้บริการนี้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ในวงกว้าง และหากเปลี่ยนอุปกรณ์ใหม่ก็สามารถใช้ได้ทันที ไม่ต้องลงแอปพลิเคชันใหม่เพราะได้เปิดบริการเริ่มแรกไว้แล้ว นอกจากนี้ แอปพลิเคชันมีการเชื่อมต่อข้อมูลไว้ในแอปพลิเคชัน Google และ E-mail. ด้วย



ภาพที่ 1.1 ตัวอย่างบนหน้าจอมือถือของการใช้บริการแอปพลิเคชันที่มาแอปพลิเคชัน PlayStation Store และ X Box live

จากการที่ได้มีการนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ ที่หลากหลายผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ช่วยให้เกิดระบบงานที่ทันสมัยและสะดวกสบายต่อการใช้งานของผู้บริโภคมากขึ้น และด้านการแข่งขันทางธุรกิจปัจจุบันส่งผลให้ธุรกิจต่างๆ ต้องมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคม จึงมีความจำเป็นต้องเร่งปรับตัวในการดำเนินธุรกิจและพยายามใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาใช้ในการให้บริการแก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ซึ่งการพัฒนาเทคโนโลยีแอปพลิเคชันเกิดขึ้นมาใหม่นี้ นับว่าเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเพิ่มความสะดวกสบาย รวดเร็ว ของผู้บริโภค แต่อย่างไรก็ตามการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ หรือนวัตกรรมมาใช้งานเพื่อให้เกิดความสะดวก อาจจะมีปัญหาในด้านการยอมรับเทคโนโลยี กล่าวคือ อาจจะมีปัจจัยอื่นๆ ที่ทำให้ผู้ใช้บริการไม่นิยมใช้งาน หรือเป็นอุปสรรคต่อการใช้งาน ทั้งด้านทัศนคติ หรือกลุ่มบรรทัดฐานต่างๆ เช่น ครอบครัว หรือบุคคลรอบข้าง

ดังนั้นเพื่อให้การนำแอปพลิเคชันมาใช้มีการพัฒนาให้ดีขึ้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเกมออนไลน์ เพื่อนำข้อมูลและผลที่ได้ไปพัฒนาการให้บริการแอปพลิเคชันให้ง่าย และสะดวกรวดเร็วขึ้น พร้อมทั้งพัฒนาคู่มือวิธีการใช้ให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น และนำข้อมูลไปใช้ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชันผ่านบนมือถือ ในรูปแบบที่เหมาะสมต่อไปในอนาคตเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุด

1.2 คำถามงานวิจัย

1. ระหว่างแอปพลิเคชันPlayStation Store และ X Box live แอปพลิเคชันใดได้รับการยอมรับเทคโนโลยีมากกว่ากัน
2. ปัจจัยใดที่มีผลต่อพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีของแอปพลิเคชัน PlayStation Store และ X Box live

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้แอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ และ เอกซ์บอกซ์ไลฟ์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ และ เอกซ์บอกซ์ไลฟ์

ประโยชน์ที่ได้ 1.4คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงพฤติกรรมความต้องการและปัญหาข้อบกพร่องต่างๆของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน PlayStation Store และ X Box live ผ่านบนมือถือเคลื่อนที่แบบสมาร์ตโฟนและเครื่องเล่นแอปพลิเคชัน
2. เพื่อเป็นแนวทางในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการ
3. ทราบถึงปัจจัยข้อมูลผู้ใช้บริการในแต่ละประเภทที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันผ่านบนมือถือเคลื่อนที่แบบสมาร์ตโฟน

1.5 ขอบเขตการศึกษา

1.5.1 ประชากร

กลุ่มคนที่ใช้ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน PlayStation Store และ X Box live ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1.5.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

ในการกำหนดขอบเขตของพื้นที่ที่จะมุ่งเน้นพื้นที่ที่ได้ทำการสำรวจข้อมูลเพื่อทราบถึงพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีของแอปพลิเคชัน PlayStation Store และ X Box live

1.5.3 กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเทคโนโลยีของแอปพลิเคชัน PlayStation Store และ X Box live โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน PlayStation Store 190 คน แอปพลิเคชัน X Box live 145 คน ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวนทั้งสิ้น 335 คน

นิยามศัพท์ 1.6

แอปพลิเคชัน หมายถึง ซอฟต์แวร์ประเภทหนึ่งที่จะช่วยให้เราสามารถกระทำการบางอย่างได้ตามความต้องการของเราแอปพลิเคชันสำหรับใช้งานบนเครื่องคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะและโน้ตบุ๊กนั้นเรียกว่า “เดสก์ทอป แอปพลิเคชัน (Desktop Applications)” ส่วนแอปพลิเคชันที่ทำงานบนเครื่องอุปกรณ์พกพาทั้งหลาย เรียกว่า “โมบายล์ แอปพลิเคชัน (Mobile Applications)” เมื่อเรารันแอปพลิเคชัน มันจะทำงานอยู่ภายใต้ระบบปฏิบัติการตลอดเวลาจนกว่าเราจะทำการปิดมันไป ภายในเวลาเดียวกัน อาจมีหลายแอปพลิเคชันที่กำลังทำงานพร้อมกันในระบบปฏิบัติการ เราเรียกกระบวนการนี้ว่า “มัลติแทสกิง

เกมออนไลน์ หมายถึง เกมที่ต้องการการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเพื่อที่จะเล่นเกม หากไม่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตก็ไม่สามารถเล่นเกมออนไลน์ได้ โดยจะมีข้อมูลบางส่วนอยู่ที่ผู้ให้บริการ หรือ Server และข้อมูลบางส่วนก็อยู่ที่ตัวผู้เล่นเอง หรือ Client ผู้เล่นสามารถเข้าไปเล่นเกมที่ละหลายคนได้ และสามารถทำกิจกรรมร่วมกันได้เช่น พุดคุยหรือต่อสู้ (พีรเวท ถินขาว)2551, หน้า 3

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเกมออนไลน์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวโดยมีรายละเอียดดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับแอปพลิเคชันและเกมออนไลน์
- 2.2 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.3 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย
- 2.6 สมมุติฐานการวิจัย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับแอปพลิเคชันและเกมออนไลน์

แอปพลิเคชัน (Application) คือ โปรแกรมรูปแบบหนึ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อใช้บนอุปกรณ์มือถือ และแท็บเล็ตโปรแกรมคอมพิวเตอร์โดยทั่วไปการติดตั้งจะดาวน์โหลดผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและผ่านซีดี แต่ แอปพลิเคชันจะต่ำกว่าโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ระบบที่ใช้ Apple Store จะใช้ระบบ IOS ส่วนระบบ Android จะใช้ระบบ Google Play Store แต่เมื่อเทียบความสามารถแล้ว แอปพลิเคชันด้อยกว่าโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เนื่องจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์จะมีความละเอียดซับซ้อนกว่า นอกจากนี้ขนาดของแอปพลิเคชันก็จะเล็กกว่า โปรแกรมบนคอมพิวเตอร์และจำเป็นต้องประหยัดพลังงานจึงจะซับซ้อนมากไม่ได้ เพราะอาจจะทำให้เครื่องช้า และใช้แบตเตอรี่มากเกินไป สุทธิพงศ์ สุวรรณเดชากุล 2560 หน้า 15

ความหมายเกมออนไลน์

ธนพัทธ์ เอมะบุตร 2558กล่าวว่า เกมออนไลน์ หมายถึง วิดีโอเกมที่เล่นบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์ โดยเฉพาะบน อินเทอร์เน็ต เกมออนไลน์มีส่วนที่คล้ายคลึงกับเกมหลายผู้เล่นผ่านระบบอินเทอร์เน็ต(Multiplayer Online) หรือก็คือเกมหลายผู้เล่นที่รับจำนวนผู้เล่นได้มหาศาลในพื้นที่ที่หนึ่ง ตั้งแต่ 100 คน ขึ้นไป

ศิริวรรณ จันทร์เชื้อ2551กล่าวว่า เกมออนไลน์ หมายถึง เกมที่ต้องใช้ผ่านการเชื่อมต่อผ่านอินเทอร์เน็ตอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้สามารถติดต่อกับเซิร์ฟเวอร์ของผู้ให้บริการ เกมออนไลน์ และลักษณะของเกมที่ออกแบบมาเพื่อให้ผู้เล่นนั้นสามารถเล่นได้แบบเป็นกลุ่ม และเล่นแบบเดี่ยว

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า เกมออนไลน์ คือ เกม หรือ วิดีโอเกมที่ต้องเล่นผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเท่านั้น ไม่ว่าจะเป็นที่บ้านหรือสถานศึกษา เพื่อเข้าไปเล่นเกมกับผู้เล่นคนอื่น ๆ เกมออนไลน์สามารถเลือกตัวเล่นและผู้เล่น สามารถปรับแต่งตัวละคร พุดคุย สื่อสารกับเพื่อนที่อยู่ในเกมได้พร้อมทั้ง สามารถเล่นเกมด้วยกันได้แบบเป็นกลุ่มและเล่นแบบเดี่ยว

ประเภทของเกม

ปีณธร ชัชวรัตน์ และตฤดี เพชรสว่าง (2552) แบ่งประเภทเกมคอมพิวเตอร์ออกเป็น 12 ประเภทดังนี้

เกมแอคชั่น (Action Game) เป็นประเภทเกมที่ใช้การบังคับทิศทางและการกระทำของตัวละครในเกมเพื่อผ่านด่านต่าง ๆ ไปให้ได้มีตั้งแต่เกมที่รูปแบบง่ายๆ เหมาะกับคนทุกเพศทุกวัย เช่น มาริโอ ร็อคแมน ไปจนถึงเกมแอคชั่นที่มีเนื้อหารุนแรงไม่เหมาะกับเด็ก ๆ บางเกมมีการใส่ลูกเล่นต่าง ๆ เข้ามาเพิ่มความสนุกของเกมจนกลายเป็นเกมแนวใหม่

เกมเล่นตามบทบาท (Role-Playing Game) หรือ อาร์พีจี (RPG) หรือที่นิยมเรียกกันว่าเกมภาษา เป็นเกมที่พัฒนามาจากเกมสวมบทบาทแบบตั้งโต๊ะเนื่องจากในช่วงแรกเกมอาร์พีจีที่ออกมาจะเป็นภาษาอังกฤษหรือภาษาญี่ปุ่นซึ่งต้องให้ความรู้ด้านภาษานั้น ๆ ในการเล่นเกมประเภทนี้จะกำหนดตัวผู้เล่นอยู่ในโลกที่สมมติขึ้น และให้ผู้เล่นสวมบทบาทเป็นตัวละครหนึ่งในโลกนั้น ๆ ผลักดันไปตามเนื้อเรื่องที่กำหนดโดยมีจุดเด่นทางด้านการพัฒนาตัวละคร (Experience ประสบการณ์) เก็บเงินซื้ออาวุธ , อุปกรณ์เมื่อผลักดันไปมากขึ้นและเอาชนะศัตรูตัวร้ายที่สุดในเกมตัว เกมไม่เน้นการบังคับ หรือหาแต่จะให้ผู้เล่นสัมผัสกับเรื่องราวแทน

เกมผจญภัย (Adventure Game) เป็นเกมที่ผู้เล่นจะสวมบทบาทเป็นตัว ละครตัวหนึ่งและต้องกระทำเป้าหมายในเกมให้สำเร็จลุล่วงไปได้เกมผจญภัยนั้นถูกสร้างครั้งแรกใน รูปแบบของ Text Based Adventure จนกลายมาเป็นแบบ Graphic Adventure เกมผจญภัยจะ เน้นหนักให้ผู้เล่นหาทางออกหรือไขปริศนาในเกม โดยส่วนมากปริศนาในเกมจะเน้น ใช้ตรรกะ แก้ปัญหาและใช้สิ่งของที่ผู้เล่นเก็บมาระหว่างผจญภัย นอกจากนั้นผู้เล่นยังคงต้องพูดคุยกับตัวละคร ตัวอื่น ๆ ทำให้เกมประเภทนี้ผู้เล่นต้องชำนาญด้านภาษามาก ๆ เกมผจญภัยส่วนมากมักจะไม่มีกรตายเพื่อให้ผู้เล่นได้มีเวลาวิเคราะห์ปัญหาข้างหน้าได้หรือถ้ามีการตายในเกมผจญภัยมักจะถูกรวบรวมไว้แล้วว่าผู้เล่นจะตายตรงไหนได้บ้าง

เกมปริศนา (Puzzle Game) เป็นเกมแนวที่เล่นได้ทุกวัย ตัวเกมมักจะเน้นการแก้ปริศนาปัญหาต่าง ๆ มีตั้งแต่ระดับง่ายไปจนถึงซับซ้อน ในอดีตตัวเกมมักนำมาจากเกม ปริศนาตามนิตยสารเช่นเกมตัวเลข เกมอักษรไขว้ ต่อมาจึงมีเกมปริศนาที่เล่นบนคอมพิวเตอร์อย่างเกมเตตริสออกมาปัจจุบัน มีเกมแนวพัซเซิลแบบใหม่ ๆ ออกมามากมายเกมแนวนี้นี้เป็นเกมที่เล่นได้ทุกยุค ทุกสมัย จึงเป็นเรื่องปกติที่จะเห็นผู้เล่นบางคนยังติดใจกับ เกมเตตริส เกมอาร์คานอยด์ไปจนถึงเกมพัซเซิลใหม่ๆ อย่าง Polarium และ Puzzle Bubble เกมปริศนาเป็นเกมที่ไม่เน้นเรื่องราวแต่จะเน้น ไปที่ความท้าทายให้ผู้เล่นกลับ มาเล่นซ้ำ ๆ ในระดับที่ยากขึ้น

เกมการจำลอง (Simulation Game) เป็นเกมประเภทที่จำลอง สถานการณ์ต่าง ๆ มาให้ผู้เล่นได้สวมบทบาทเป็นผู้อยู่ในสถานการณ์นั้น ๆ และตัดสินใจในการกระทำ เพื่อลองดูว่าจะเป็นอย่างไรเหตุการณ์ต่าง ๆ อาจจะนำมาจากสถานการณ์จริงหรือสถานการณ์สมมติก็ได้เกมแนวนี้นี้แยกเป็นประเภทย่อยได้อีก

เกมวางแผนการรบ (Strategy Game) เป็นประเภทเกมที่แยกออกมาจาก ประเภทเกมการจำลอง เนื่องจากในระยะหลังเกมประเภทนี้มีแนวทางของตัวเองที่ชัดเจนขึ้น คือเกมที่ เน้นการควบคุมกองทัพ ซึ่งประกอบไปด้วยหน่วยทหารย่อย ๆ เข้าเข้าทำการสู้รบกัน พบมากในเครื่องคอมพิวเตอร์เนื่องจากคีย์บอร์ด และเมาส์นั้น มีความเหมาะสมต่อการควบคุมเกม และมักจะสามารรถ เล่นร่วมกันได้หลายคนผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือผ่านระบบแลนอีกด้วย เนื้อเรื่องในเกมมีได้หลาย หลายรูปแบบแล้วแต่เกมนั้น ๆ จะกำหนดตั้งแต่จับความเป็นสโตร์เวท มนตร์คาถา พ่อมดกองทหารยุคกลางไปจนถึงสงครามระหว่างดวงดาวเลยก็มีรูปแบบการเล่นหลัก ๆ ของเกม

เกมกีฬา (Sport Game) เป็นกึ่ง ๆ เกมจำลองการเล่นกีฬาแต่ละชนิดโดย ส่วนมากเกมกีฬามักจะมีความถูกต้องและเที่ยงตรงในกฎกติกาค่อนข้างมากจึงเหมาะสำหรับผู้เล่นที่ เข้าใจกฎกติกาและการเล่นของกีฬานั้น ๆ โดยส่วนจุดขายของเกมกีฬามักจะเป็นชื่อและหน้าตา ของผู้เล่นที่ถูกต้อง, ลักษณะสนาม และยานพาหนะ

เกมอาเขต (Arcade Game) คือเกมที่ถูกสร้างมาให้กับเครื่องเกมตู้โดย ส่วนมากเกมประเภทนี้มักจะใช้เวลาจบไม่นาน (30 นาที-1 ชั่วโมง) มักจะมีระดับการเรียนรู้ไม่ค่อยสูงนัก มีเวลาจำกัดในการเล่นและมักจะไม่มีการบันทึกความก้าวหน้าในการเล่นเกมจะบันทึกเพียง คะแนนสูงสุดเท่านั้น เกมประเภทนี้จะมีความท้าทายเป็นคุณค่าให้กลับมาเล่นซ้ำและใช้หลักจิตวิทยาในการบอก "คะแนนสูงสุด" ที่ผู้เล่นคนก่อน ๆ เคยทำไว้ให้ผู้เล่นใหม่ ๆ หาทางทำลายสถิติ

เกมต่อสู้ (Fighting Game) คือเกมที่เป็นลักษณะเอาตัวละครสองตัวขึ้นไปมาต่อสู้กันเองลักษณะเกมประเภทนี้จะเน้นให้ผู้เล่นใช้จังหวะและความแม่นยำกดท่าโจมตีต่าง ๆ ออกมาจากจุดสำคัญที่สุดในเกมต่อสู้คือการต่อสู้ต้องถูกแบ่งออกเป็นยก ๆ และจะมีเพียงผู้เล่นเพียงสอง ฝ่ายเท่านั้นและ 12 ตัวละครที่ใช้จะต้องมีความสามารถที่ต่างกันออกไป

ปาร์ตี้เกม (Party Game) คือเกมที่มีการบรรจุเกมย่อย ๆ มากมายเอาไว้ โดยในแต่ละเกมย่อยจะมีกฎและกติกาที่ต่างกันออกไป โดยผู้เล่นจะต้องเข้าไปเล่นในเกมย่อยนั้น ๆ และหาทางแข่งขันกับผู้เล่นอื่น ๆ ให้ชนะ (ทั้งคอมพิวเตอร์และผู้เล่นที่เป็นมนุษย์ด้วยกันเอง) จุดขาย ของปาร์ตี้เกมคือการเล่นเป็นหมู่คณะ ซึ่งจะสร้างความบันเทิงได้มากกว่าการเล่นคนเดียว

เกมดนตรี (Music Game) คือเกมที่ผู้เล่นต้องใช้เสียงเพลงในการเล่นต่าง ๆ ให้ชนะ ซึ่งผู้เล่นจะต้องกดปุ่มให้ถูกต้องหรือตรงจังหวะหรือตรงตำแหน่ง โดยใช้เสียงเพลงเป็น ตัวบอกเวลาที่จะต้องกด

เกมออนไลน์ (Online Game) คือเกมที่เป็นลักษณะที่มีผู้เล่นหลายคน ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยที่จะมีตัวละครเล่นแทนตัวเรา มีการพูดคุยกันในเกม สร้างสังคมช่วยกัน ต่อสู้เก็บประสบการณ์

ชาญวิทย์ พรนภดล (2556) ได้ทำการแบ่งประเภทของเกมคอมพิวเตอร์ออกเป็น 4 ประเภทดังนี้

1. อาเขตเกม (Arcade Games) เป็นเกมยุคแรก ๆ ที่ตั้งตามที่ สาธารณะ ถ้าจะเล่นต้องหยอดเหรียญลงไปเครื่องถึงจะสามารถเล่นได้
2. คอนโซลเกม (Console Games) เป็นเครื่องเล่นเกมที่ต่อเล่นกับ โทรทัศน์ได้ จะเห็นว่าเกมเริ่มเข้าไปอยู่ในบ้าน จึงทำให้เด็กสามารถเล่นกันได้ง่ายยิ่งขึ้น
3. เกมมือถือ (Mobile Games) ที่สามารถพกพาติดตัวไปไหนต่อ ไหนได้ อย่างง่ายดาย ทุกที่ทุกเวลา
4. เกมคอมพิวเตอร์ (Computer Games) ใช้คอมพิวเตอร์ในการเล่น เกม ซึ่งสามารถเล่นด้วยกันกับเพื่อน ๆ หลายคนด้วยการต่อระบบ LAN หรือเล่นผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ ไม่ได้จำกัดเวลาการเล่นเพียงแค่ 1 หรือ 2 คน เหมือนการเล่นแบบอื่น

ศรัญญา ไพรวรรณรัตน์ (2554) ได้ทำการแบ่งเกมออนไลน์ในประเทศมี 2 ประเภท ด้วยกัน คือ

1. MMORPG (Massive Multiplayer Online Role Playing Game) เกมประเภทนี้จะกำหนดตัวผู้เล่นอยู่ในโลกที่สมมติขึ้น และให้ผู้เล่นสวมบทบาทเป็นตัวละครหนึ่งใน โลกนั้น ๆ ดำเนินไปตามเนื้อเรื่องที่กำหนด เป็นเกมเก็บคะแนนสะสมหรือค่าประสบการณ์ของตัว ละครและจะเน้นเรื่องราวของตัวละคร เช่น เกมแร็กนาร์็อก

2. Casual เป็นเกมที่มีรูปแบบกติกาตายตัวเข้าใจง่าย วัตถุประสงค์เพื่อให้ ผู้เล่นรู้สึกผ่อนคลายเมื่อได้เล่น อาจมีทั้งเพิ่มระดับความยากหรือแบบเล่นไปเรื่อย ๆ มีการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบเช่น ฉาก ดนตรี เพื่อความไม่ซ้ำซากเท่าที่จำเป็นใช้เวลาในการเล่นน้อย ไม่นาน เรื่องราวของตัวละคร เช่น เกมปิงปอง เป็นต้น

ประโยชน์ของเกม

บันทิต ศรไพศาล (2549) กล่าวว่า ประโยชน์ของการเล่นเกมมีหลายอย่าง เช่น การทำให้เกิดความเพลิดเพลิน สนุกสนาน คลายเครียด หรือทำให้เกิดความภาคภูมิใจเมื่อประสบความสำเร็จ สามารถเอาชนะตามเงื่อนไข ตามขั้นตอนต่าง ๆ ที่กำหนดในเกมนั้น ๆ หรืออาจพัฒนา ความตั้งใจ ความมุ่งมั่นในการทำภารกิจบางอย่างให้ประสบความสำเร็จ

วิโรจน์ อารีกุล (2549 หน้า 40-41) กล่าวว่า แต่ในอีกด้านหนึ่งวิดีโอเกมก็ยังมีประโยชน์ต่อเด็กอีกหลาย ๆ ด้านเช่น ทางด้านสรีรวิทยาของร่างกาย เป็นการฝึกประสานงานระบบต่าง ๆ ของร่างกาย และระบบประสาทอัตโนมัติต่าง ๆ มีการลดลงของเวลาการตอบสนอง (Reaction time) ช่วยเสริม การประสานงานระหว่างมือ ตา และประสาทอัตโนมัติ (Reflexs)

1. เป็นการฝึกทักษะและความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์
2. เป็นการพักผ่อนและการผ่อนคลาย
3. เป็นการเรียนรู้อีกด้านหนึ่งของเด็ก แต่ทำอย่างไรที่จะทำให้เด็กได้ รู้จักที่จะเรียนรู้สิ่งที่มีประโยชน์และมี วิจารณ์ญาณที่จะตัดสินใจ ควบคุมสิ่งที่เขากำลังทำหรือเรียนรู้ไม่ใช้ตกเป็นเครื่องมือของวิดีโอเกมที่เขาเล่น
4. มีวิดีโอเกมที่สร้างสรรค์พัฒนาการด้านการเรียนรู้ แต่ยังไม่มากนัก ซึ่งจะต้องพัฒนาให้มีความตื่นตัวใส่ใจต่อ เด็กและเยาวชนให้มากขึ้นและมีจำนวนเพิ่มขึ้นทั้งคุณภาพ และปริมาณ



จากข้อมูลดังกล่าวสามารถอธิบายเกี่ยวกับแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ PlayStation Store และ เอกซ์บอกซ์ไลฟ์ X Box live ดังนี้

ตารางที่ 2.1 ความแตกต่างระหว่าง Application PlayStation Store และ Application X box live

หัวข้อ	Application PlayStation Store	Application X box live
การใช้งานระบบ	ใช้งานบนเครื่องเล่น Application PlayStation4 - 3	ใช้งานบนเครื่องเล่น Application x box
การเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน	สามารถซื้อ PlayStation Plus เพื่อการเล่นเกมผ่านระบบออนไลน์ของเกมใน PlayStation 4(Digital Download)	สามารถดาวน์โหลด Demo games, Add-on games การเล่นเกมออนไลน์กับสมาชิกท่านอื่นๆ
วิธีการเล่น	การแชทกับสมาชิกอื่นๆ การใช้แอปพลิเคชันอื่นบนตัวเครื่องเล่น	การแชทกับเพื่อนการเชื่อมต่อกับ Windows Media Center ซึ่งมากับ Windows 7
โปรโมชั่น	มีส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าบน PlayStation Store	มีส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าบน X box live
ค่าสมาชิก	ลงทะเบียนสมาชิก 1 เดือน: 170 บาท -ลงทะเบียนสมาชิก 3 เดือน : 410 บาท -ลงทะเบียนสมาชิก 12 เดือน: 1,130 บาท	ราคาประมาณ 1 , 600บาท
อุปกรณ์เสริมในการเล่น	อุปกรณ์เสริมคือเครื่องเล่น Sony PlayStation VR	อุปกรณ์เสริมคือกล้องรุ่น Kinect
ยอดขายทั่วโลก	91.6 ล้านเครื่อง	32.93 ล้านเครื่อง

แอปพลิเคชัน เพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) หมายถึง ร้านค้าแบบออนไลน์บน PlayStation Network ผู้ใช้สามารถเลือกซื้อเกมของ PlayStation 4 ในรูปแบบของ ไฟล์เกมแบบดิจิทัล (Digital Download) และจัดเก็บในฮาร์ดดิสก์ของตัวเครื่อง นอกจากเกมแล้วยังมี เกมแบบเดโม (Demo Game) เพื่อให้ทดลองเล่นก่อนซื้อเกมตัวเต็มได้ ที่มีเฉพาะบางเกม Application ที่สามารถใช้งานได้บน PlayStation 4 เช่น Youtube หรือ Spotify รวมทั้งภาพพื้นหลังบนหน้าจอหลักและธีม Wallpaper and Theme เพื่อตกแต่งหน้าจอหลักของ PlayStation 4 ได้ ทั้งนี้ ประเภทของเกมที่มีความนิยมเช่น เกมแอคชั่น (Action Game) เกมผจญภัย (Adventure Game) เกมกีฬา (Sport Game) เกมต่อสู้ (Fighting Game)

เป็นต้น

แอปพลิเคชัน เพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) ผู้ใช้บริการสามารถซื้อ PlayStation Plus เพื่อการเล่น เกมผ่านระบบออนไลน์ของเกมใน PlayStation4 ได้ และมีสิทธิสำหรับผู้ลงทะเบียนเป็นสมาชิกเพื่อใช้งาน PlayStation Plus ดังนี้

1. สามารถเล่นเกมผ่านระบบออนไลน์ได้และรองรับการเล่นแบบผู้เล่นหลายคน (Multiplayers)

2. มีเกมเต็มให้ดาวน์โหลดได้ฟรีในแต่ละเดือนเกมที่ให้ดาวน์โหลดจะถูกเปลี่ยนในทุกๆเดือนและในแต่ละเดือนจะมีจำนวนเกมที่ให้ดาวน์โหลดฟรีไม่เท่ากัน

3. ส่วนลดพิเศษในการซื้อสินค้าบนแอปพลิเคชัน เพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store)

4. พื้นที่จัดเก็บบันทึกเกมบน Cloud Storage ขนาดพื้นที่ในการทำงาน 10GB

การลงทะเบียนเพื่อใช้งาน PlayStation Plus จะมีค่าใช้จ่ายตามช่วงเวลา คือ

1. ลงทะเบียนสมาชิก 1 เดือน : 170 บาท

2. ลงทะเบียนสมาชิก 3 เดือน : 410 บาท

3. ลงทะเบียนสมาชิก 12 เดือน : 1,130 บาท

โดยการซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ บน แอปพลิเคชัน เพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) ผู้ใช้สามารถทำได้โดยการเพิ่มบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิตที่ได้เปิดการใช้งานบัตรแบบออนไลน์แล้ว เข้าไปยังบัญชีผู้ใช้งาน แต่ในกรณีที่ผู้ใช้งานไม่มีบัตรเครดิตหรือไม่ต้องการใช้บัตรก็สามารถใช้บริการของ แอปพลิเคชัน เพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) ได้ โดยผู้ใช้ต้องซื้อ PlayStation Voucher ซึ่งเปรียบเสมือนบัตรแทนเงินสด เพื่อเติมเงินเข้าไปยังบัญชีผู้ใช้งาน PlayStation Voucher ที่มีวางขายในประเทศไทยอย่างเป็นทางการคือ ราคา 1,000 บาท สามารถซื้อได้ที่ร้านสะดวกซื้อ เซเว่นอีเลฟเว่น และ โลตัส Express ทุกสาขาและจากข้อมูลดังกล่าวสามารถอธิบายเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live) ดังนี้

แอปพลิเคชัน เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live) คือระบบออนไลน์ของเกม Xbox ในรูปแบบของเกมสัประเภทต่าง ๆ เช่น เกมแอคชั่น (Action Game) เกมผจญภัย (Adventure Game) เกมกีฬา (Sport Game) เกมต่อสู้ (Fighting Game) เป็นต้น โดยมีรวบรวมข้อมูลของผู้ใช้และมีบริการหลากหลาย รวมถึงการให้บริการทั้งแบบไม่จ่ายเงิน (ฟรี) และจ่ายเงิน

การบริการแบบไม่จ่ายเงิน (ฟรี) จะเป็นสมาชิกแบบ Silver ซึ่งจะได้บริการดังต่อไปนี้

1. รวบรวมเกี่ยวกับตัวผู้ใช้ ชื่อเล่น คะแนน เกมที่เล่น

2. การสร้างและแก้ไขแทนตัวผู้ใช้

3. ดาวน์โหลด Demo games, Add-on games

4. การแชทกับเพื่อน

5. การเชื่อมต่อกับ Windows Media Center ซึ่งมากับ Windows 7, Windows XP และ Windows Media Center เพื่อดูไฟล์ภาพ ฟังเพลงผ่าน Xbox ได้

6. การเล่น Windows Live Messenger, Facebook, Twitter ผ่าน Xbox แต่จะไม่สามารถใช้ภาษาไทยได้

ค่าบริการ Xbox Live Month Gold Subscription

1. ลงทะเบียนสมาชิก 1 เดือน : 250 บาท

2. ลงทะเบียนสมาชิก 3 เดือน : 504 บาท

3. ลงทะเบียนสมาชิก 12 เดือน : 1,600 บาท

สำหรับสิทธิพิเศษสำหรับผู้ลงทะเบียนเป็นสมาชิกเพื่อใช้งาน Xbox Live Gold Subscription มีดังนี้ สมาชิก Gold จะสามารถเชื่อมต่อกับผู้ใช้เครื่องเล่น Xbox One คนอื่น ๆ เท่านั้น แต่บริการนี้ยังขยายขอบเขตการเล่น เกมของผู้ใช้ด้วยการอนุญาตให้ผู้ใช้เข้าถึงการดาวน์โหลดเกมและการสาธิตก่อนเข้าใช้งานเพื่อให้ผู้ใช้ได้สัมผัสกับ เกมต่อหน้าสาธารณะ โปรโมชั่นส่วนใหญ่เป็นการขายสำหรับสมาชิกเท่านั้นโดยมีส่วนลดสูงสุดถึง 80% ทางด้าน Microsoft กล่าวว่าสมาชิกระดับ Gold จะสามารถรับรางวัลมากถึง \$ 700 ในเกมฟรี

ระหว่างการเป็นสมาชิกหนึ่งปีซึ่งรวมถึงเกมเครื่องเล่น Xbox 360 ที่เข้ากันได้แบบย้อนหลังสำหรับเครื่องเล่น Xbox One ของสมาชิกผู้ใช้งานและยังสามารถเล่นเกมออนไลน์กับเพื่อน ๆ สมาชิกทั่วโลก

การใช้ Video Chat กับสมาชิกทั่วโลกนั้น จำเป็นต้องมีอุปกรณ์เสริมคือกล้องรุ่น Kinect ถึงจะสามารถใช้ได้

ขั้นตอนการจ่ายเงินผ่านบัตรเครดิตและการเติมจากการ์ดการ์ดจะคล้ายบัตรเติมเงิน ซึ่งจะมีรหัส 25 ตัว ผู้ใช้สามารถซื้อออนไลน์จากเว็บไซต์ Play-Asia.Com หรือซื้อผ่านร้านเกมต่างๆ ที่มีบริการได้ โดยการเลือกซื้อต้องเลือกให้ตรงกับประเทศที่ผู้ใช้ลงทะเบียน Windows Live ID ทั้งนี้การลงทะเบียนถ้าหากลงทะเบียนเป็นโซนแถบสหรัฐอเมริกาจะสามารถซื้อบัตรเติมเงิน Xbox Live ราย 12 เดือน แบบ Gold Subscription us. ถ้าเป็นการลงทะเบียนในประเทศไทย สิงคโปร์ ฮองกง ให้ซื้อเป็น Gold Subscription Asia

ทั้งนี้ แอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) และ เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live) ทั้ง 2 แอปพลิเคชันมีฟังก์ชันที่คล้ายๆ กันหลายรูปแบบ เช่น มีความเป็นส่วนตัวในการเลือกรับหรือปฏิเสธเพื่อน รวมทั้งระบบซื้อเกมในแอปพลิเคชัน ระบบออนไลน์ที่เล่นกับเพื่อนได้ ระบบความปลอดภัยในข้อมูล และยังติดตามข่าวสารของเกมออนไลน์ได้ แต่อย่างไรก็ตาม ทั้ง 2 แอปพลิเคชัน ต่างก็มีฟีเจอร์ (Feature) การใช้งานที่แตกต่างกันไป

2.2 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior defined) ได้มีการให้ความหมายไว้หลากหลาย ที่คล้ายคลึงกัน ดังนี้

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มา ซึ่งการบริโภคและการจับจ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้น ทั้งก่อนและหลังการกระทำดังกล่าวด้วย (Jame F. Engle, Roger D. Blackwell, and Paul W. Miniard. 1990 หน้า 3 อ้างอิงใน ศุภร เสรีรัตน์. 2550 หน้า 5)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกในการแสวงหาสำหรับการซื้อ การใช้ การประเมินและการจับจ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการที่เขาคาดหวังว่าจะทำให้ความต้องการของเขาได้รับความพอใจ (Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk. 1991 หน้า 5 อ้างอิงใน ศุภร เสรีรัตน์. 2550 หน้า 5)

พฤติกรรมผู้บริโภค Schiffman; & Kanuk (1991) (อ้างอิงใน ศุภร เสรีรัตน์. 2544: หน้า 7) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกในการแสวงหาสำหรับการซื้อการใช้ การประเมินผล ในผลิตภัณฑ์และบริการ ที่เขาคาดหวัง จะทำให้ความต้องการของเขาได้รับความพอใจ Mowen; & Minor (1998) (อ้างอิงใน ดารา ทีปะปาล. 2542: หน้า 3) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาถึงหน่วยการซื้อ และกระบวนการแลกเปลี่ยนที่เกี่ยวข้องกับการได้มา การบริโภค และการกำจัด อันเกี่ยวข้องกับสินค้า บริการ ประสิทธิภาพและความคิด

อู๋ อุดมไพจิตรกุล (2547) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจการของแต่ละบุคคล ในการจัดหา การซื้อ การใช้ประโยชน์จากสินค้าและบริการที่ซื้อมาเพื่อตอบสนองความต้องการด้านพื้นฐานและด้านจิตใจด้วยรายได้ที่มีจำกัดอย่างมีประสิทธิภาพ คือความพึงพอใจสูงสุด

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2534) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ปฏิกริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับ และการให้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกริยาต่าง ๆ เหล่านั้น

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกในการแสวงหาสำหรับการซื้อ การใช้ประโยชน์จากสินค้าและบริการที่ซื้อมาเพื่อตอบสนองความต้องการ

แนวคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภค (The Concept of Consumer Behavior) ในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อให้การศึกษามีความเป็นไปได้ชัดเจน จึงมีผู้พยายามเสนอแนวคิด (concept) หรือแบบจำลอง (model) ขึ้นหลายรูปแบบ

แบบจำลองของคอตเลอร์และอาร์มสตรอง (model of consumer behavior by Philip Kotler and Gary Armstrong) ฟิลิปคอตเลอร์เป็นผู้มีชื่อเสียงทางด้านการตลาดได้กำหนดแบบจำลองของการศึกษาด้านพฤติกรรมผู้บริโภคดังนี้

สิ่งกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่นสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยที่เรียกว่าส่วนผสมทางการตลาด (marketing mix) ประกอบด้วยตัวผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) การวางจำหน่าย (place) และการส่งเสริมการจำหน่าย (promotion) ส่วนปัจจัยกระตุ้นอื่นๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (economic) เทคโนโลยี (technological) การเมือง (political) และวัฒนธรรม (cultural)

กล่องดำของผู้ซื้อ (buyer's black box) ประกอบด้วยลักษณะของผู้ซื้อ (buyer characteristics) และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (buyer decision process) การตอบสนองของผู้ซื้อ (buyer responses) ไม่ว่าจะด้านการเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตราสินค้า การเลือกผู้จัดจำหน่าย เวลาที่ซื้อและจำนวนที่ซื้อ

ส่วนปัจจัยอื่น ได้แก่ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจอาจชี้ให้เห็นอำนาจซื้อของผู้บริโภค หากเศรษฐกิจเจริญและขยายตัวผู้บริโภคก็จะมีอำนาจซื้อสูง หากเศรษฐกิจอยู่ในสภาวะตกต่ำอำนาจซื้อก็จะลดลง และยังมีเทคโนโลยีที่แตกต่างกันรวมทั้งวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มสังคมเป็นองค์ประกอบที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ

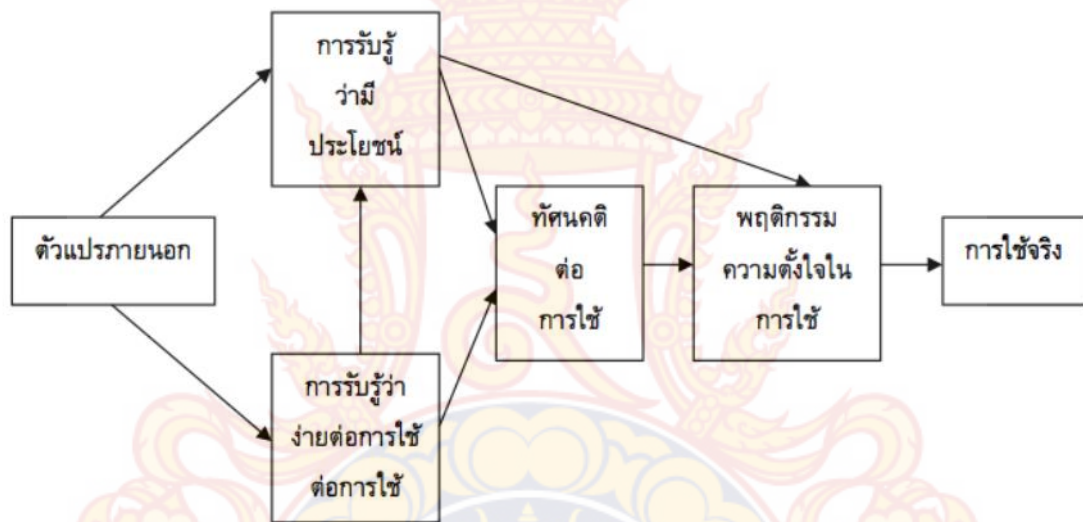
กล่องดำ (black box) หมายถึง ลักษณะที่ประกอบขึ้นเป็นมนุษย์แต่ละคนประกอบด้วยลักษณะทางบุคลิกภาพ (characteristic) ซึ่งได้แก่องค์ประกอบของมนุษย์แต่ละคนรวมทั้งการแสดงออกทางกายจนถึงสภาพทัศนคติที่ต่อเรื่องต่างๆ และรวมถึงลักษณะทางด้านกระบวนการตัดสินใจของบุคคลแต่ละคนสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่มนุษย์แต่ละคนผ่านการเรียนรู้ทางสังคม (socialization) และสังคมนับประสพการณ์ตั้งแต่วัยเด็กจนโตและหลอมรวมกันเป็นมนุษย์แต่ละคนสิ่งเหล่านี้สะสมอยู่ในทัศนคติของแต่ละคน เรียกว่า “กล่องดำ” หรือ “black box” และส่งผลเป็นอย่างสูงไปยังขั้นตอนการตอบสนองต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

2.3 ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี

เป็นทฤษฎีที่ได้พัฒนาต่อจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action) ของ Ajzen and Fishbein (1975) มีจุดประสงค์เพื่อเป็นแบบแผนในการยอมรับ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ TAM จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย 5 ปัจจัย

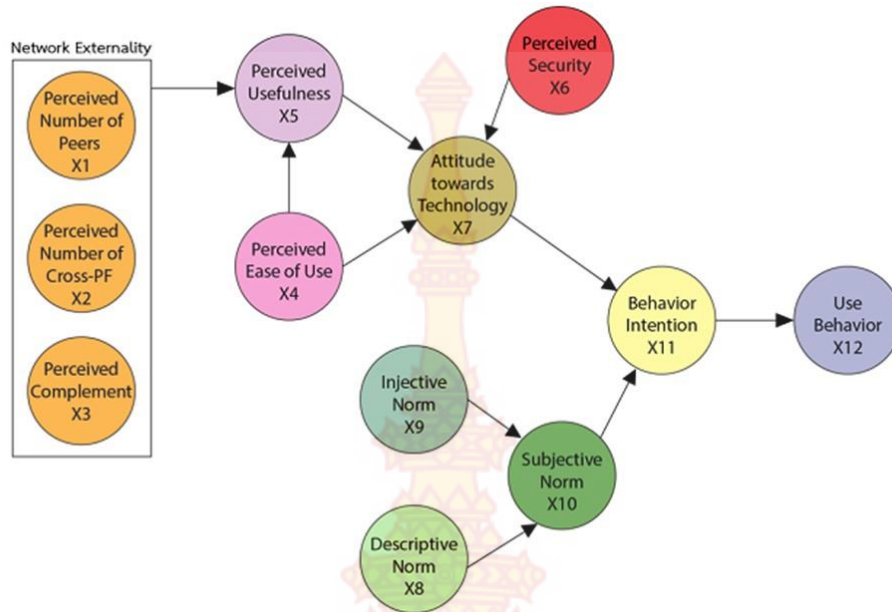
1. การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้จากเทคโนโลยีสารสนเทศ (Perceived Usefulness : PU)
2. การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้อินเทอร์เน็ต (Perceived Ease of Use : PEOU)
3. ทัศนคติต่อการใช้อินเทอร์เน็ต (Attitude Toward Using)
5. การใช้อินเทอร์เน็ตจริง (Actual System Use)

การรับรู้ว่ามีประโยชน์ (Perceived Usefulness :PU) เป็นตัวแปรหลักสำคัญของ TAM ซึ่งหมายถึงระดับที่บุคคลเชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ จะเพิ่มสมรรถภาพและประสิทธิภาพในการทำงานให้มากขึ้น การที่บุคคลรับรู้ว่ามีประโยชน์ที่นำเทคโนโลยีที่นำมาใช้นั้นก่อให้เกิดประโยชน์และเสนอทางเลือกที่มีคุณค่าสำหรับการปฏิบัติงานเดียวกัน รวมทั้งถ้าใช้เทคโนโลยีใหม่นี้จะทำให้งานที่ทำมีคุณภาพดีขึ้น หรือเสร็จเร็วขึ้น ซึ่งส่งผลมีรายได้เพิ่มขึ้น ถือเป็นแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) ในทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีถือว่าการรับรู้ประโยชน์เป็นปัจจัยสำคัญที่บ่งชี้ถึงการยอมรับและการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการเลือกใช้โดยส่งผ่านพฤติกรรมการยอมรับ การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้ (Perceived Ease of Use: PEOU) เป็นตัวแปรหลักที่สำคัญของ TAM อีกตัวแปรหนึ่ง ซึ่งหมายถึงระดับที่ผู้ใช้คาดหวังต่อเทคโนโลยีที่เป็นเป้าหมายที่จะใช้ว่าต้องมีความง่าย และมีความเป็นอิสระจากความมานะพยายาม เทคโนโลยีที่ใช้งานง่ายและสะดวกไม่ซับซ้อนมีความเป็นไปได้มากที่จะได้รับการยอมรับจากผู้ใช้งาน การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการยอมรับ หรือความตั้งใจที่จะใช้ และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการเลือกใช้โดยส่งผ่านพฤติกรรมการ นอกจากนั้น ยังพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ด้วย



ภาพที่ 2.1 ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี
ที่มา : Davis, F. D. (1989)

จากภาพอธิบายได้ว่า การรับรู้ว่ามีประโยชน์ (Perceived Usefulness: PU) มีอิทธิพลมาจากการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้ (Perceived Ease of Use: PEOU) โดย PU และจากภาพอธิบายได้ว่า การรับรู้ว่ามีประโยชน์ (Perceived Usefulness: PU) มีอิทธิพลมาจากการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้ (Perceived Ease of Use: PEOU) โดย PU และ PEOU เป็นตัวทำนายทัศนคติต่อการใช้ (Attitude Toward Using) หมายถึงการประเมินความพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อเทคโนโลยีแล้ว ยังเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจ (Behavioral Intentions to Use) และพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้เป็นตัวทำนายการใช้เทคโนโลยีจริง ๆ



ภาพที่ 2.2 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM+2S)

จากรูปภาพที่ 2.2 จะเห็นได้ว่าการรับรู้จำนวนผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน X1 (Perceive Numbers of Peers) มีคนรู้จักใช้แอปพลิเคชันเป็นจำนวนมาก การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์มของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน X2 (Perceived Number of Cross-Platforms) แอปพลิเคชันที่สามารถใช้ร่วมกันได้จำนวนมาก การรับรู้องค์ประกอบที่มีต่อการใช้งาน X3 (Perceive Complement) ครอบคลุมบริการที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานแอปพลิเคชัน ทั้ง 3 ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยหลักรวมกับการรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยี X5 (Perceived Usefulness) การพูดคุย การแบ่งปันข่าวสารกับผู้อื่นปัจจัยทั้ง 4 ก็จะส่งผลต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยี X4 (Perceived Ease of Use) สามารถเรียนรู้ได้ง่าย ง่ายต่อการใช้งาน

การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยี X4 (Perceived Ease of Use) และและการรับรู้ถึงความปลอดภัย X6 (Perceived Security) การป้องกันการขโมยข้อมูล การยืนยันตัวตน สำรองข้อมูล และบันทึกข้อมูลที่ติของผู้ใช้แอปพลิเคชัน ทั้ง 3 ปัจจัย จะส่งผลต่อทัศนคติต่อการมีเทคโนโลยี X7 (Attitude toward Technology) เป็นความคิดที่ฉลาด มีความคุ้มค่า ทำให้ชอบใช้บริการของ Application PlayStation Store และ X Box live

อิทธิพลของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง X8 (Descriptive Norm) อิทธิพลของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย X9 (Injunctive Norm) เพื่อนและครอบครัวส่วนใหญ่จะสนับสนุนและแนะนำให้ใช้บริการของแอปพลิเคชัน ซึ่งทั้ง 2 ปัจจัยจะส่งผลต่อ อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง X10 (Subjective Norm) เพื่อน สมาชิกในครอบครัว คนที่ติดต่อด้วย คนที่พบเจอ ส่วนใหญ่ใช้บริการของแอปพลิเคชัน

ทัศนคติต่อการมีเทคโนโลยี X7 (Attitude toward Technology) และ อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง X10 (Subjective Norm) ทั้ง 2 ปัจจัย ทำให้เกิดความตั้งใจที่จะแสดง ความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี X11 (Behavior Intention) เมื่อเกิดความตั้งใจที่จะใช้งานก็ส่งผลให้เกิดการยอมรับ การเลือกใช้งานจริงของเทคโนโลยี X12 (Usage Behavior) และทุกครั้งที่มีการติดต่อสื่อสารคุณจะใช้บริการแอปพลิเคชันเป็นประจำ

เมื่อนำทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) มาทำการวิเคราะห์แอปพลิเคชัน เพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) และ เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live) การใช้งานแอป

พลิกะชันนี้เกิดจากพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน ซึ่งส่งผลมาจากทัศนคติที่ติดอแอปพลิกะชัน และส่งผลมาจากบรรทัดฐานทางสังคมแนะนำว่าดี ก็เกิดความตั้งใจที่จะใช้งาน ทัศนคติที่ติดอแอปพลิกะชันก็ส่งผลมาจากการศึกษาเห็นว่ามึประโยชน์ เห็นว่าใช้งานง่าย และเห็นว่ามึความปลอดภัยจึงตั้งใจที่จะใช้งาน ส่วนอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงนั้นส่งผลมาจากคนในครอบครัวและเพื่อน รวมถึงคนที่ติดอด้วย แนะนำว่าดี จึงเกิดความคล้อยตาม ในส่วนการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้แอปพลิกะชัน ส่งผลจากการที่เห็นว่าแอปพลิกะชันมีการใช้งานอย่างแพร่หลาย มึจำนวนแพลตฟอร์มที่สามารถใช้ได้กับแอปพลิกะชันนี้จำนวนมาก แอปพลิกะชันมึบริการต่างๆ ให้ใช้จำนวนมาก และเมื่อแอปพลิกะชันใช้งานได้ง่าย ซึ่งทั้งหมดจะส่งผลต่อรับรู้ว่แอปพลิกะชันนี้มึประโยชน์

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐนันท์ พิธิวัตโชติกุล (2560) ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือการค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์และพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิกะชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือการค้าด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านการรับรู้ทรัพยากรทางการเงิน การการค้าผ่านสื่อสังคม ออนไลน์ด้านโฆษณาออนไลน์ และพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ด้านประสิทธิภาพของสารสนเทศส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิกะชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในขณะที่การยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือการค้าด้านการรับรู้ ความเข้ากันได้ ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย และด้านการรับรู้ความไว้วางใจ การการค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ด้านชุมชนออนไลน์และพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ด้านอารมณ์ออนไลน์ ด้านความต่อเนื่อง และด้านความบันเทิง ออนไลน์ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิกะชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ธนพัทธ์ เอมะบุตร (2558) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร 2558 การศึกษาฉบับนี้มีวัตถุประสงค์พบว่าเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุในช่วง 21 – 25 ปี มีสถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีและความถี่ที่เล่นเกมออนไลน์ 2-5 ครั้ง/ เดือน ระยะเวลาโดยเฉลี่ยต่อวันที่เล่นเกมออนไลน์ 1-3 ชั่วโมง/ วัน

ปัญญาทรัพย์ ปัญญาโว (2559) ศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและประเทศแหล่งกำเนิดสินค้าที่ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์ และปัจจัยประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

พิชญ์ปิยา เพ็งผ่อง (2559) ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ การเน้นราคาประหยัด และความแปลกใหม่ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อตัวเครื่องบินออนไลน์ของสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า การเน้นราคาประหยัดส่งผลต่อความตั้งใจซื้อตัวเครื่องบินออนไลน์ของสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครมากที่สุด รองลงมา คือ ความไว้วางใจ ด้านคุณภาพของสารสนเทศ การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และความแปลกใหม่ ตามลำดับ โดยที่การ

ยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์และความไว้วางใจ ด้านการรับรู้ถึงความเป็นส่วนตัวไม่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อตัวเครื่องบินออนไลน์ของสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

มนัสนันท์ วุฒิมหานนท์ (2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคผ่านทางเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่าอาชีพไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าโดยให้เหตุผลว่าสินค้าที่ขายในช่องทางออนไลน์มีความหลากหลายจึงทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันได้ ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยเรื่องพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์แบบรวมกลุ่มกันซื้อบนเว็บไซต์ Ensogo ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ของสุภาววรรณ ชัยทิววิภูมิกุล (2555) ที่พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการแตกต่างกัน ทั้งในด้านราคาเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อ และความถี่ในการซื้อสินค้า

รุ่งนภา ทองจันทร์ และสุพรรณษา หลอดจำปา (2555) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคแอปพลิเคชันผ่านโทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกบริโภคแอปพลิเคชันผ่านโทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟน มีกลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 370 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้งานโทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟนส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชัน ใช้งานโดยเฉลี่ยต่อวัน มากกว่า 5 ครั้ง และนิยมใช้ I-phone ระบบปฏิบัติการ Android

ศุภสรสรรค์ บุญเรือง (2549, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่นที่เล่นเกมออนไลน์ จำนวน 400 คนสำหรับสถิติที่ใช้คือ การแจกแจงความถี่ ร้อยละค่าเฉลี่ยและการทดสอบไค-สแควร์จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 19 – 20 ปี ศึกษาอยู่ในคณะวิศวกรรมศาสตร์มากที่สุดมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 4,500 – 5,000 บาทกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการเล่นเกมนออนไลน์ 1-2 ปี ความถี่ในการเล่น ออนไลน์ 4-6 ครั้งต่อ ใช้เวลาในการเล่น 2-3 ชั่วโมงต่อครั้งมีช่วงเวลาเข้าใช้บริการ 20.00 – 24.00 น. สถานที่เล่นเกมที่ร้านเกมเป็นส่วนใหญ่ เสียค่าบริการเพื่อซื้อชั่วโมงเล่นเกมเหตุผลในการเล่นเกมนออนไลน์ส่วนใหญ่เพื่อความบันเทิงพักผ่อนสำหรับปัจจัยด้านราคาครองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ส่วนปัจจัยที่มีผลน้อยที่สุดคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

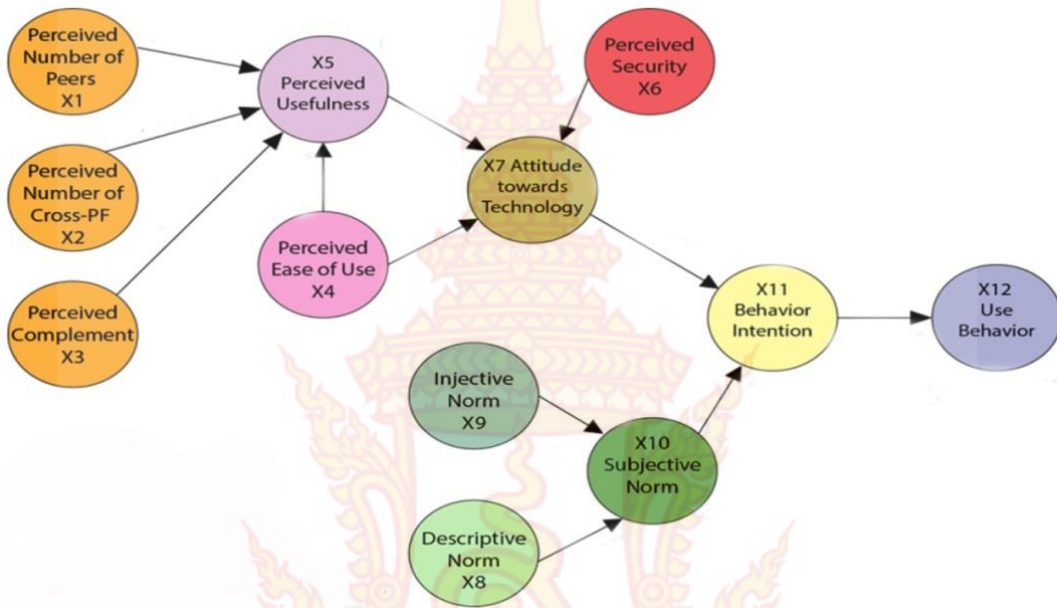
สุภาวดี ปิ่นเจริญ (2560) ศึกษาการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจอร์จร้านอาหารผ่านโมบายล์แอปพลิเคชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านความบันเทิง ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ ด้านกระแสนิยม ด้านการสนองความต้องการเฉพาะ และการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการอำนวยความสะดวกและด้านความไว้วางใจมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจอร์จร้านอาหารผ่านโมบายล์ แอปพลิเคชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ในขณะที่ปัจจัยการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการบอกต่ออิเล็กทรอนิกส์และการยอมรับเทคโนโลยี ด้านลักษณะการใช้งานและด้านความคาดหวังจากการใช้งานไม่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจใช้บริการจอร์จร้านอาหารผ่านโมบายล์แอปพลิเคชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สุวิมล ขำล้วน (2553) ได้ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตและเคยซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตจำนวน 400 ราย ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีช่วงอายุ

29-34 ปี มีอาชีพเป็นพนักงาน/ ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้ในช่วง 20,000 บาทขึ้นไป และมีสถานภาพโสดมากที่สุด

2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในงานวิจัยนี้เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเกมออนไลน์ Application PlayStation Store และ X Box live โดยใช้กรอบแนวคิดเทคโนโลยี TAM+2S



ภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.6 สมมุติฐานการวิจัย



ภาพที่ 2.4 สมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐานการวิจัย

H1 : ปัจจัยการรับรู้จำนวนผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน X1 (Perceive Numbers of Peers) การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์มของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน X2 (Perceived Number of Cross-Platforms) การรับรู้องค์ประกอบที่มีต่อการใช้งาน X3 (Perceive Complement) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยี X4 (Perceived Ease of Use) ที่ดี ส่งผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงควมมีประโยชน์ของเทคโนโลยี X5 (Perceived Usefulness) ของการใช้แอปพลิเคชัน เพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) และ เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live)

H2 : การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยี X4 (Perceived Ease of Use) และการรับรู้ถึงควมมีประโยชน์ของเทคโนโลยี X5 (Perceived Usefulness) และการรับรู้ถึงความปลอดภัย X6 (Perceived Security) ของแอปพลิเคชัน Application PlayStation Store และ X Box live ที่ดี ส่งผลในเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการมีเทคโนโลยี X7 (Attitude toward Technology) ของการแอปพลิเคชัน เพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) และ เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live)

H3 : อิทธิพลของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง X8 (Descriptive Norm) และอิทธิพลของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย X9 (Injunctive Norm) ที่ดี ส่งผลในเชิงบวกต่ออิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง X10 (Subjective Norm) ที่ดีกับแอปพลิเคชัน เพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) และ เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live)

H4 : ทัศนคติต่อการมีเทคโนโลยี X7 (Attitude toward Technology) อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง X10 (Subjective Norm) ของการใช้แอปพลิเคชัน Application PlayStation Store และ X Box live ที่ดี ส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี X11 (Behavior Intention) ที่ดีของแอปพลิเคชัน เพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) และ เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live)

H5 : ความตั้งใจในการใช้ X11 (Behavior Intention) แอปพลิเคชัน Application PlayStation Store และ Application X Box Live ส่งผลในเชิงบวกกับการเลือกใช้จริงของเทคโนโลยี X12 (Usage Behavior: UB) ของแอปพลิเคชัน เพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) และ เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live)

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเกมออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า
- 3.3 วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ปัจจัยและความเชื่อถือได้

3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย (Population)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มประชากรทั่วไปที่เคยใช้บริการแอปพลิเคชัน PlayStation Store และ X Box live ผ่านบนมือถือเคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟน และผ่านเครื่องเล่นเกม console ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 335 ตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มประชากรทั่วไปที่เคยใช้บริการแอปพลิเคชัน PlayStation Store และ X Box live ผ่านบนมือถือเคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟน และผ่านเครื่องเล่นเกม console ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีอายุระหว่าง 22-54 ปีขึ้นไป ซึ่งจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยคำนึงถึงความน่าจะเป็น (Probability Sampling) และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Sample random Sampling) เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

ตารางที่ ตารางแสดงกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย 3.1

เพศ	PS4	X box	Total
ชาย	142	130	272
	52.21%	47.79%	100%
หญิง	48	15	63
	76.19%	23.81%	100%
Total	190	145	335
	56.72%	43.28%	100%

3.2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อศึกษา “กลุ่มประชากรทั่วไปที่เคยใช้บริการแอปพลิเคชัน PlayStation Store และ X Box live ผ่านบนมือถือ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย คำถามคัดกรอง เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระบบปฏิบัติการที่ใช้บนสมาร์ทโฟน

ส่วนแรกจะเป็นคำถามคัดกรอง ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะคำถามปลายปิดโดยเป็นคำถามให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้ตอบเกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชัน ซึ่งแบ่งออกเป็น เคยใช้ และไม่เคยใช้ โดยวัดระดับตัวแปรเป็นแบบข้อมูลนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 1 ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะคำถามปลายปิดโดยเป็นคำถามให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้ตอบเกี่ยวกับ ซึ่งแบ่งออกเป็น เพศชาย และเพศหญิง โดยวัดระดับตัวแปรเป็นแบบข้อมูลนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะคำถามปลายปิดและเป็นแบบสอบถามที่ถามข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องอายุของผู้ตอบแบบสอบถามให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice) โดยระดับการวัดของตัวแปรเป็นแบบข้อมูลเรียงลำดับ (Ordinal Scale) กำหนดเป็นช่วงอายุ

- 1). น้อยกว่า 22 ปี
- 2). 22 - 39 ปี
- 3). 40 - 54 ปี
- 4). ตั้งแต่ 54 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะคำถามปลายปิดและเป็นแบบสอบถามที่ถามข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะคำตอบให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice) โดยวัดระดับตัวแปรเป็นแบบข้อมูลนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่

- 1). โสด
- 2). สมรส
- 3). หย่าร้าง

ข้อที่ 4 ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะคำถามปลายปิดและเป็นแบบสอบถามที่ถามข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะคำตอบให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice) โดยระดับการวัดของตัวแปรเป็นแบบข้อมูลเรียงลำดับ (Ordinal Scale) แบ่งกลุ่มรายได้ตามแบบการสำรวจภาวะ การศึกษาของประชากรภาคกลาง

- 1). ต่ำกว่าปริญญาตรี
- 2). กำลังศึกษาปริญญาตรี/ปริญญาตรี
- 3). กำลังศึกษาปริญญาโท/ปริญญาโท
- 4). สูงกว่าปริญญาโทขึ้นไป

ข้อที่ 5 ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะคำถามปลายปิดและเป็นแบบสอบถามที่ถามข้อมูลเกี่ยวกับอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะคำตอบให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice) โดยระดับการวัดของตัวแปรเป็นแบบข้อมูลเรียงลำดับ (Ordinal Scale) แบ่งกลุ่มอาชีพดังนี้

1. นิสิต / นักศึกษา
2. รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ
3. พนักงานบริษัทเอกชน
4. ธุรกิจส่วนตัว
5. ว่างาน/แม่บ้าน
6. อื่นๆ

ข้อที่ 6 ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะคำถามปลายปิดและเป็นแบบสอบถามที่ถามข้อมูลเกี่ยวกับรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะคำตอบให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice) โดยระดับการวัดของตัวแปรเป็นแบบข้อมูลเรียงลำดับ (Ordinal Scale) แบ่งกลุ่มรายได้

1. ต่ำกว่า 15,000 บาท
2. 15,001 – 30,000 บาท
3. 30,001 – 50,000 บาท
4. มากกว่า 50,000 บาท

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน การใช้แอปพลิเคชันทำกิจกรรมใด

ข้อที่ 1 ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะคำถามปลายเปิดและเป็นแบบสอบถามที่ถามข้อมูลเกี่ยวกับมี ประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชัน ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice) โดย ระดับการวัดของตัวแปรเป็นแบบข้อมูลเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

- 1). น้อยกว่า 1 เดือน
- 2). ใช้มา 1-6 เดือนแล้ว
- 3). ใช้มา 7-12 เดือนแล้ว
- 4). มากกว่า 1 ปี

ข้อที่ 2 ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะคำถามปลายเปิดและเป็นแบบสอบถามที่ถามข้อมูลเกี่ยวกับเวลา เฉลี่ยที่ใช้ในการใช้งานแอปพลิเคชันของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice) โดย ระดับการวัดของตัวแปรเป็นแบบข้อมูลเรียงลำดับ (Ordinal Scale) เวลาเฉลี่ยที่ใช้ดังนี้

1. น้อยกว่า 10 นาที
2. ประมาณ 10-20 นาที
3. ประมาณ 20-30 นาที
4. มากกว่า 30 นาที

ข้อที่ 3 ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะคำถามปลายเปิดและเป็นแบบสอบถามที่ถามข้อมูลเกี่ยวกับ ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันในการทำกิจกรรมใดของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะคำตอบให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice) โดยวัดระดับตัวแปรเป็นแบบข้อมูลนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่

1. น้อยมาก น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน
2. ปอຍ ทุ่เดือน
3. ปอຍมาก เกือบทุกวัน มากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์

ข้อที่ 4 ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะคำถามปลายเปิดและเป็นแบบสอบถามที่ถามข้อมูลเกี่ยวกับ ประเภทการสั่งซื้อผ่านแอปพลิเคชันของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice) โดย ระดับการวัดของตัวแปรเป็นแบบข้อมูลเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ประเภทเกมดังนี้

- 1.sport
- 2.RPG
- 3.Survive
- 4.อื่น ๆ

ข้อที่ 5 ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะคำถามปลายเปิดและเป็นแบบสอบถามที่ถามข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูล ทางบัญชีผูกติดกับแอปพลิเคชันของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice) โดย ระดับการวัดของตัวแปรเป็นแบบข้อมูลเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

- 1.ต่ำกว่า 1,000
2. 1,001 – 5,000
3. 5,001 – 10,000
4. 10,000 ขึ้นไป

ข้อที่ 6 ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะคำถามปลายเปิดและเป็นแบบสอบถามที่ถามข้อมูลเกี่ยวกับช่อง ทางการชำระแอปพลิเคชันของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice) โดยระดับ การวัดของตัวแปรเป็นแบบข้อมูลเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

1. เงินสด
2. บัตรเครดิต
3. โอนเงินผ่าน พร้อมเพย์ แอปธนาคาร
4. อีวอลเลต เช่น ทรูวอลเลต ไลน์เพย์

ข้อที่ 7 ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะคำถามปลายเปิดและเป็นแบบสอบถามที่ถามข้อมูลเกี่ยวกับ อุปกรณ์การใช้แอปพลิเคชันของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice) โดยระดับ การวัดของตัวแปรเป็นแบบข้อมูลเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ใช้งานบนอุปกรณ์ใด

1. ไอโฟน
2. แอนดรอย
3. เครื่องเล่น PlayStation
4. อื่น ๆ

ข้อที่ 8 ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะคำถามปลายปิดและเป็นแบบสอบถามที่ถามข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์การใช้แอปพลิเคชันของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice) โดยระดับการวัดของตัวแปรเป็นแบบข้อมูลเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ใช้งานวัตถุประสงค์ใด

1. อัพเดทข่าวสารเกม
2. สั่งซื้อเกม
3. พูดคุยกับผู้ใช้บริการรายอื่น
4. อื่นๆ

ส่วนที่ 3 ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชันรวมทั้งหมดจำนวน 12 หัวข้อ โดยแบ่งเป็นด้านทัศนคติ และด้านความพึงพอใจ มีลักษณะของแบบสอบถามจะเป็นการให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็น (Semantic Differential Question) และเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราภาคขั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งความคิดออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ความคิดเห็นด้านทัศนคติและด้านความพึงพอใจที่มีต่อการใช้

มากที่สุดต่อการให้บริการ	5	คะแนน
มากต่อการให้บริการ	4	คะแนน
ปานกลางต่อการให้บริการ	3	คะแนน
น้อยด้วยต่อการให้บริการ	2	คะแนน
น้อยที่สุดต่อการให้บริการ	1	คะแนน



ส่วนที่ ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะคำถามปลายเปิด เพื่อให้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบ 4
แบบสอบถาม

ตารางที่ 3.2 แสดงตัวแปรทั้งหมดตามกรอบแนวคิดทางทฤษฎี TAM

ตัวแปร	คำถาม
จำนวนผู้ใช้งาน (Perceived Number of Peers)	<p>คุณคิดว่าจำนวนผู้ใช้งานกับแอปพลิเคชัน</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีจำนวนมาก - มีเพียงพอต่อการเรียกใช้บริการ - มีครอบคลุมในทุกพื้นที่ที่ท่านเรียกใช้บริการ
แอปพลิเคชันที่ใช้ร่วมกับ Perceived Number of Cross- Platforms	<p>คุณคิดว่าแอปพลิเคชันที่ใช้ร่วม</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีจำนวนมาก - มีเพียงพอต่อบริการที่ต้องการใช้ร่วม - สามารถใช้ร่วมกันได้ง่าย
บริการต่างๆ ของแอปพลิเคชัน Perceived Complementarity	<p>คุณคิดว่าบริการต่างๆ ของแอปพลิเคชัน</p> <ul style="list-style-type: none"> - สามารถใช้ได้ไม่ยาก - สามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ - มีครอบคลุมทุกบริการที่เกี่ยวข้อง
การรับรู้ถึงการใช้งาน (Perceived Ease of Use)	<p>คุณคิดว่าวิธีการใช้แอปพลิเคชัน</p> <ul style="list-style-type: none"> - สามารถเรียนรู้ได้ง่าย - สามารถเข้าใจได้ไม่ยาก - มีระบบการให้บริการซื้อสินค้าที่ง่ายต่อการใช้งาน
การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness)	<p>คุณคิดว่าการเลือกใช้อุปกรณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ช่วยลดปัญหาในคุณภาพสินค้า - ช่วยประหยัดเวลาในการเดินทาง - ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้า - มีความปลอดภัยต่อผู้ใช้บริการ
ความปลอดภัย Perceived Security	<p>คุณคิดว่าแอปพลิเคชัน มีระบบ</p> <ul style="list-style-type: none"> - การป้องกันการขโมยข้อมูลของผู้ใช้บริการที่เชื่อถือได้ - การยืนยันตัวตนผู้ใช้บริการที่ดี - การดูแลระบบหลังการขายที่ดี - การบันทึกข้อมูลการใช้บริการที่ดี

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

ตัวแปร	คำถาม
ทัศนคติการใช้แอปพลิเคชัน Attitude toward Application	การใช้แอปพลิเคชัน - เป็นความคิดที่ฉลาด - เป็นความคิดที่ดี - มีความคุ้มค่า - คุณชอบใช้บริการ
บรรทัดฐานของคนใกล้ชิดหรือคนใน ครอบครัว และเพื่อนฝูง (Descriptive Norm)	- เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการ - เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการ - สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการ - สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการ
บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย (Injunctive Norm)	- คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการ - คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการ - คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการ - คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการ
บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)	- เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่ใช้บริการ - สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่ใช้บริการ - คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่ใช้บริการ - คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่ใช้บริการ
ความตั้งใจใช้ (Behavior Intention)	- คุณตั้งใจจะเลือกใช้บริการ - หากต้องสั่งสินค้า คุณจะใช้บริการ
พฤติกรรมการใช้ (Usage Behavior)	- คุณใช้บริการ ทุกครั้งที่ซื้อสินค้า - คุณใช้บริการ เป็นประจำ

3.3 วิธีการเก็บข้อมูล

ทำการเก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างโดยการสอบถามความสะดวกและรอจนกระทั่งตอบคำถามครบถ้วน โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่าตอบ (Rating Scale Questions) ซึ่งจัดอยู่ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนจากเห็นด้วยอย่างยิ่งไปหาไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 5 – 1 ตามลำดับ

3.3.1. การลงรหัสแบบสอบถาม ผู้วิจัยทำการลงรหัส (Code) โดยป้อนข้อมูลลงในโปรแกรม Microsoft Excel ก่อนที่จะนำไปเรียกใช้งานในโปรแกรม STATA

3.3.2. การประมวลผลวิเคราะห์ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ลงในโปรแกรม Microsoft Excel ไปเรียกใช้งานในโปรแกรม STATA เพื่อทำการประมวลผล และใส่สูตรเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลแล้วทำการสรุปผลข้อมูลต่อไป

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรม STATA ไว้ดังนี้คือ

3.4.1 นำข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางและความเรียง

3.4.2. นำข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 2 มาทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test Oneway ANOVA แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางและความเรียง

3.4.3. ทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ตามกรอบแนวคิด โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป STATA วิเคราะห์แบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง (Linear Regression Model Analysis) ดังนี้

$$X_5 = \beta_{5,0} + \beta_{5,1}X_1 + \beta_{5,2}X_2 + \beta_{5,3}X_3 + \beta_{5,4}X_4 + \mu_5$$

$$X_7 = \beta_{7,0} + \beta_{7,4}X_4 + \beta_{7,5}X_5 + \beta_{7,6}X_6 + \mu_6$$

$$X_{10} = \beta_{10,0} + \beta_{10,8}X_8 + \beta_{10,9}X_9 + \mu_{10}$$

$$X_{11} = \beta_{11,0} + \beta_{11,7}X_7 + \beta_{11,10}X_{10} + \mu_{11}$$

$$X_{12} = \beta_{12,0} + \beta_{12,11}X_{11} + \mu_{12}$$

โดยที่

X1 = การรับรู้จำนวนผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน

X2 = การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์มของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน

X3 = การรับรู้องค์ประกอบที่มีต่อการใช้งาน

X4 = การรับรู้ถึงควมมีประโยชน์ของเทคโนโลยี

X5 = การรับรู้ถึงควมง่ายในการใช้เทคโนโลยี

X6 = การรับรู้ถึงควมปลอดภัย

X7 = ทศนคติต่อควมมีเทคโนโลยี

X8 = อิทธิพลของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง

X9 = อิทธิพลของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย

X10 = อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง

X11 = ความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี

X12 = การเลือกใช้จริงของเทคโนโลยี

β_{ij} = สัมประสิทธิ์ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรต้น j และตัวแปรตาม i

μ = ค่าความผิดพลาด (Error Term)

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์หาค่าถามของปัจจัยหลัก 12 ประการ ดังนี้ การรับรู้จำนวนผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน (Perceived Number of Peers) การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์มของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน (Perceived Number of Cross-Platforms) การรับรู้องค์ประกอบที่มีต่อการใช้งาน (Perceived Complementarity) การรับรู้ถึงควมมีประโยชน์ของเทคโนโลยี (Perceived Ease of Use) การรับรู้ถึงควมง่ายในการใช้เทคโนโลยี (Perceived Usefulness) การรับรู้ถึงควมปลอดภัย (Perceived Security) ทศนคติต่อควมมีเทคโนโลยี (Attitude toward Technology) อิทธิพลของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง (Descriptive Norm) อิทธิพลของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย (Injunctive Norm) อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) ความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี (Behavior Intention) การเลือกใช้จริงของ

เทคโนโลยี (Usage Behavior) ที่สะท้อนจากค่าของตัวแปรในด้านต่าง ๆ มีนัยสำคัญทางสถิติ ของทุกองค์ประกอบมากกว่า 0.7 ซึ่งถือว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมากจึงรวมเป็นองค์ประกอบของปัจจัยเดียวกันได้

3.5 การวิเคราะห์ปัจจัยและความเชื่อถือได้

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อคำถามในปัจจัยขององค์ประกอบทั้ง 8 นี้ สามารถนำมาใช้ได้และวัดค่าตัวแปรในแต่ละด้านได้ในระดับที่ดีมาก โดยเมื่อพิจารณาด้วยน้ำหนักของปัจจัย (Factor Loading) ที่สะท้อนจากค่าของตัวแปรในด้านต่างๆ มีนัยสำคัญทางสถิติ ของทุกองค์ประกอบมากกว่า 0.7 ซึ่งถือว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมากจึงรวมเป็นองค์ประกอบของปัจจัยเดียวกันได้

เมื่อวิเคราะห์โดยใช้ค่าสัดส่วนของความแปรปรวนรวมของตัวแปรทั้งหมด (Percent Variance) พบว่าค่าสัดส่วนของความแปรปรวนรวมของค่ามีมากกว่า 0.5 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความแปรปรวนของข้อคำถามในปัจจัยดังกล่าวได้ถูกนำมาใช้เป็นการสะท้อนว่าความแปรปรวนของตัวแปรในแต่ละปัจจัยถูกนำมาใช้ในระดัที่มากพอเพื่อทดสอบความเชื่อถือได้จากการสอดคล้องกับของตัวแปรจากคำตอบในการสอบถาม (Consistency Reliability) พบว่าค่า Cronbach's Alpha มีค่ามากกว่า 0.7 จึงสามารถกล่าวได้ว่าตัวแปรที่วัดจากแบบสอบถามมีความสอดคล้องกับการตอบคำถามในระดับที่เชื่อถือได้ ดังตารางที่ 3.3



ตารางที่ 3.3 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ขอแบบสอบถาม

Items	Factor Loading	%Total Variance	Cronbach Alpha
1.Perceived Number of Peers คุณคิดว่าจำนวนผู้ใช้งานกับแอปพลิเคชัน		0.9637	0.9211
มีจำนวนมาก	0.9791		
มีเพียงพอต่อการเรียกใช้บริการ	0.9883		
มีครอบคลุมในทุกพื้นที่ที่ท่านเรียกใช้บริการ	0.9777		
2.Perceived Number of Cross-Platforms คุณคิดว่าแอปพลิเคชันที่ใช้ร่วม		0.9714	0.9853
มีจำนวนมาก	0.9806		
มีเพียงพอต่อบริการที่ต้องการใช้ร่วม	0.9880		
สามารถใช้ร่วมกันได้ง่าย	0.9882		
3.Perceived Complementarity คุณคิดว่าบริการต่างๆ ของแอปพลิเคชัน		0.9620	0.9802
สามารถใช้ได้ไม่ยาก	0.9772		
สามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	0.9856		
ครอบคลุมทุกบริการที่เกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชัน	0.9796		
4. Perceived Ease of Use วิธีการใช้แอปพลิเคชัน		0.9594	0.9788
สามารถเรียนรู้ได้ง่าย	0.9803		
สามารถเข้าใจได้ไม่ยาก	0.9768		
มีระบบการใช้บริการซื้อสินค้าที่ง่ายต่อการใช้งาน	0.9814		
5. Perceived Usefulness การเลือกใช้แอปพลิเคชัน		0.9446	0.9804
ช่วยลดปัญหาในคุณภาพสินค้า	0.9758		
ช่วยประหยัดเวลาในการเดินทาง	0.9606		
ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้า	0.9713		
มีความปลอดภัยต่อผู้ใช้บริการ	0.9799		
6. Perceived Security แอปพลิเคชันมีระบบ		0.9621	0.9869
การป้องกันการขโมยข้อมูลของผู้ใช้บริการที่เชื่อถือได้	0.9806		
การยืนยันตัวตนผู้ใช้บริการที่ดี	0.9766		
การดูแลระบบหลังการขายที่ดี	0.9784		

ตารางที่ 3.3 (ต่อ)

Items	Factor Loading	%Total Variance	Cronbach Alpha
7. Attitude toward Application การใช้แอปพลิเคชัน		0.9638	0.9875
เป็นความคิดที่ฉลาด	0.9778		
เป็นความคิดที่ดี	0.9816		
มีความคุ้มค่า	0.9841		
คุณชอบใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.9834		
8. Descriptive Norm *		0.9572	0.9851
เพื่อนของคุณส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.9783		
เพื่อนของคุณส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.9706		
สมาชิกในครอบครัวของคุณส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.9822		
สมาชิกในครอบครัวของคุณส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.9824		
9. Injunctive Norm *		0.9507	0.9827
คนที่คุณติดต่อด้วยส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.9733		
คนที่คุณติดต่อด้วยส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.9729		
คนที่คุณพบเจอส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.9732		
คนที่คุณพบเจอส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.9707		
10. Subjective Norm *		0.9588	0.9857
b33 เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.9804		
b34 สมาชิกในครอบครัวของคุณส่วนใหญ่ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.9715		
b35 คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.9842		
b36 คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.9806		
11. ความตั้งใจใช้ (Behavior Intention) *		0.9854	0.9851
b37 คุณตั้งใจจะเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.9927		
b38 หากต้องสั่งสินค้าคุณจะใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.9927		
12. พฤติกรรมการใช้ (Usage Behavior) *		0.9873	0.9871
b39 คุณใช้บริการแอปพลิเคชันทุกครั้งที่คุณสั่งซื้อสินค้า	0.9936		
b40 คุณใช้บริการแอปพลิเคชันเป็นประจำ	0.9936		

จากตารางที่ 3.3 ทั้ง 12 ปัจจัย อันประกอบไปด้วยการรับรู้จำนวนผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน X1 (Perceive Numbers of Peers) การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์มของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน X2 (Perceived Number of Cross-Platforms) การรับรู้องค์ประกอบที่มีต่อการใช้งาน X3 (Perceive Complement) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยี X4 (Perceived Ease of Use) การรับรู้ถึงควมมีประโยชน์ของเทคโนโลยี X5 (Perceived Usefulness) และการรับรู้ถึงความปลอดภัย X6 (Perceived Security) ทศนคติต่อการมีเทคโนโลยี X7 (Attitude toward Technology) อิทธิพลของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง X8 (Descriptive Norm) อิทธิพลของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย X9 (Injunctive Norm) อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง X10 (Subjective Norm) ความตั้งใจในการใช้ X11 (Behavior Intention) การเลือกใช้จริงของเทคโนโลยี X12 (Usage Behavior: UB) ทั้งหมดที่กล่าวมานั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) และ เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live) โดยจะเก็บค่าคำนวณทางสถิติ Factor loading และค่า Cronbach's Alpha ผลออกมามีค่ามากกว่า 0.7 เป็นค่าที่แสดงให้เห็นว่า แบบสอบถามนี้มีผลทางสถิติความเชื่อถือที่สามารถยอมรับได้ ผลจึงสรุปได้ว่า ทุกปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมการใช้สโตร์ (PlayStation Store) และเอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live) ดังนี้

ด้านจำนวนผู้ใช้งานของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน มีค่าประสิทธิ์อยู่ที่ 0.9211 โดยข้อความโดยข้อความจำนวนผู้ใช้บริการ คือความคิดที่ว่าแอปพลิเคชันมีเพียงพอต่อการใช้งาน มีค่า Factor Loading อยู่ที่ 0.9883 ซึ่งถือว่ามึน้ำหนักของปัจจัย ในช่วงที่ดี และมีค่า % ของ Total Variance อยู่ที่ 0.9637

ด้านแอปพลิเคชันที่ใช้ร่วมมีค่าประสิทธิ์อยู่ที่ 0.9853 โดยข้อความโดยข้อความ แอปพลิเคชันที่ใช้ร่วม คือความคิดที่ว่าแอปพลิเคชันใช้ร่วมกันได้ง่าย มีค่า Factor Loading อยู่ที่ 0.9882 ซึ่งถือว่ามึน้ำหนักของปัจจัย ในช่วงที่ดีและมีค่า % ของ Total Variance อยู่ที่ 0.9853

ด้านบริการต่างๆ ของแอปพลิเคชัน มีค่าประสิทธิ์อยู่ที่ 0.98022 โดยข้อความโดยข้อความ บริการต่างๆ ของแอปพลิเคชัน สามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่า Factor Loading อยู่ที่ 0.9856 ซึ่งถือว่ามึน้ำหนักของปัจจัย ในช่วงที่ดี และมีค่า % ของ Total Variance อยู่ที่ 0.98022

คุณคิดว่าวิธีการใช้แอปพลิเคชัน มีค่าประสิทธิ์อยู่ที่ 0.9788 โดยข้อความโดยข้อความ วิธีการใช้งานของแอปพลิเคชันมีระบบใช้บริการซื้อสินค้าที่ง่ายต่อการใช้งาน มีค่า Factor Loading อยู่ที่ 0.9814 ซึ่งถือว่ามึน้ำหนักของปัจจัย ในช่วงที่ดี และมีค่า % ของ Total Variance อยู่ที่ 0.9788

การเลือกใช้อปพลิเคชัน มีค่าประสิทธิ์อยู่ที่ 0.9804 โดยข้อความโดยข้อความ การเลือกใช้งานแอปพลิเคชัน มีความปลอดภัยต่อผู้ใช้บริการ มีค่า Factor Loading อยู่ที่ 0.9799 ซึ่งถือว่ามึน้ำหนักของปัจจัย ในช่วงที่ดี และมีค่า % ของ Total Variance อยู่ที่ 0.9446

แอปพลิเคชันมีระบบ มีค่าประสิทธิ์อยู่ที่ 0.9869 โดยข้อความโดยข้อความ แอปพลิเคชันมีระบบป้องกันการขโมยข้อมูลของผู้ใช้บริการที่เชื่อถือได้ มีค่า Factor Loading อยู่ที่ 0.9806 ซึ่งถือว่ามึน้ำหนักของปัจจัย ในช่วงที่ดี และมีค่า % ของ Total Variance อยู่ที่ 0.9621

การใช้แอปพลิเคชัน มีค่าประสิทธิ์อยู่ที่ 0.9875 โดยข้อความโดยข้อความ การใช้แอปพลิเคชันมีความคุ้มค่า มีค่า Factor Loading อยู่ที่ 0.9841 ซึ่งถือว่ามึน้ำหนักของปัจจัยในช่วงที่ดีและมีค่า % ของ Total Variance อยู่ที่ 0.9638

อิทธิพลของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง มีค่าประสิทธิ์อยู่ที่ 0.9851 โดยข้อความโดยข้อความ สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน มีค่า Factor Loading อยู่ที่ 0.9824 ซึ่งถือว่ามึน้ำหนักของปัจจัยในช่วงที่ดีและมีค่า % ของ Total Variance อยู่ที่ 0.9572

อิทธิพลของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย มีค่าประสิทธิ์อยู่ที่ 0.9827 โดยข้อคำถามโดยข้อคำถาม คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการ แอปพลิเคชัน มีค่า Factor Loading อยู่ที่ 0.933 ซึ่งถือว่ามึน้ำหนักของปัจจัยในช่วงที่ดี และมีค่า % ของ Total Variance อยู่ที่ 0.9507

อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง มีค่าประสิทธิ์อยู่ที่ 0.9857 โดยข้อคำถามโดยข้อคำถาม คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่ใช้บริการ แอปพลิเคชัน มีค่า Factor Loading อยู่ที่ 0.9842 ซึ่งถือว่ามึน้ำหนักของปัจจัย ในช่วงที่ดี และมีค่า % ของ Total Variance อยู่ที่ 0.9588

ความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี มีค่าประสิทธิ์อยู่ที่ 0.9851 โดยข้อคำถามโดยข้อคำถาม ความตั้งใจใช้ แอปพลิเคชัน มีค่า Factor Loading เท่ากัน อยู่ที่ 0.9927 ซึ่งถือว่ามึน้ำหนักของปัจจัย ในช่วงที่ดี และมีค่า % ของ Total Variance อยู่ที่ 0.9854

การเลือกใช้จริงของเทคโนโลยี มีค่าประสิทธิ์อยู่ที่ 0.9851 โดยข้อคำถามโดยข้อคำถาม พฤติกรรมการใช้ แอปพลิเคชัน มีค่า Factor Loading เท่ากันอยู่ที่ 0.9936 ซึ่งถือว่ามึน้ำหนักของปัจจัย ในช่วงที่ดี และมีค่า % ของ Total Variance อยู่ที่ 0.9873



บทที่ 4

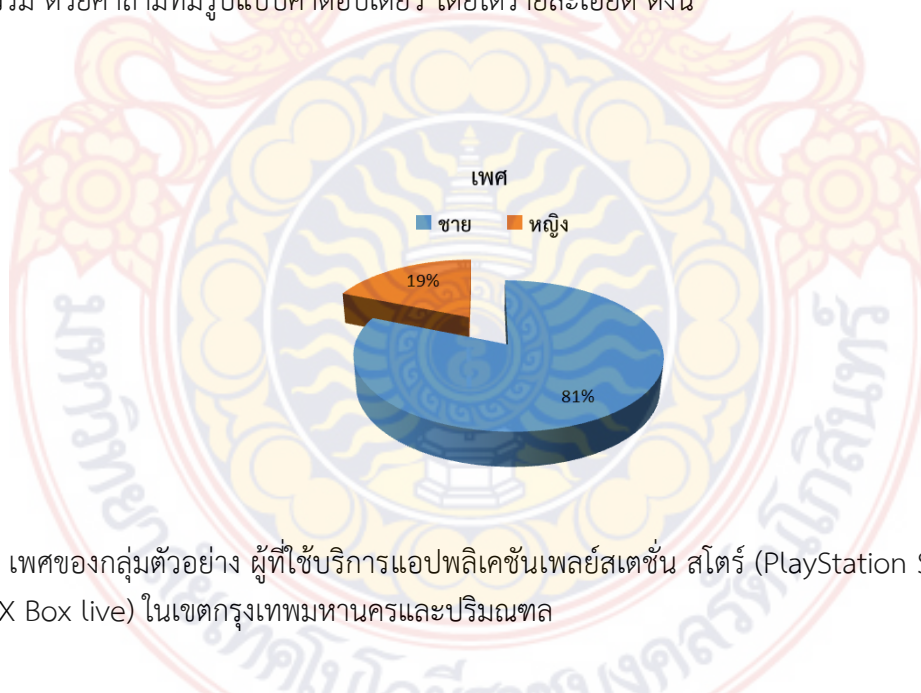
ผลการวิจัย

การศึกษา เรื่องพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเกมออนไลน์ โดยผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับต่อไปนี้

- 4.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างและข้อมูลที่ได้รับ
- 4.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันซึ่งประยุกต์ตามแบบจำลอง TAM
- 4.3 การวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้งาน
- 4.4 ผลการประเมินค่าแบบจำลอง

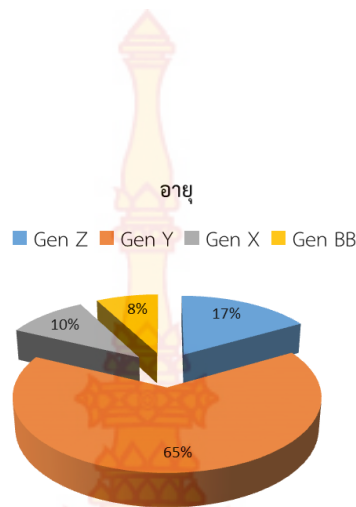
4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การเก็บแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามได้ใช้ข้อมูลจากแบบสำรวจ ได้แก่ คำถามคัดกรอง เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระบบสมาร์ตโฟน และส่วนที่ 2 ได้แก่ ความถี่การใช้แอปพลิเคชัน เพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และ เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live) การใช้แอปพลิเคชันในการทำกิจกรรม ด้วยคำถามที่มีรูปแบบคำตอบเดียว โดยได้รายละเอียด ดังนี้



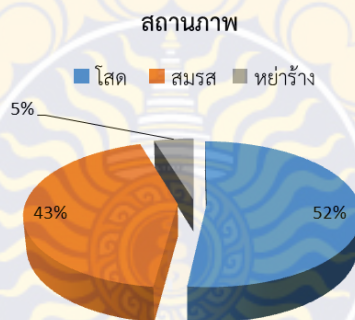
ภาพที่ 4.1 เพศของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ที่ใช้บริการแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และ เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า โดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 81 และเพศหญิง จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 19 ตามลำดับ



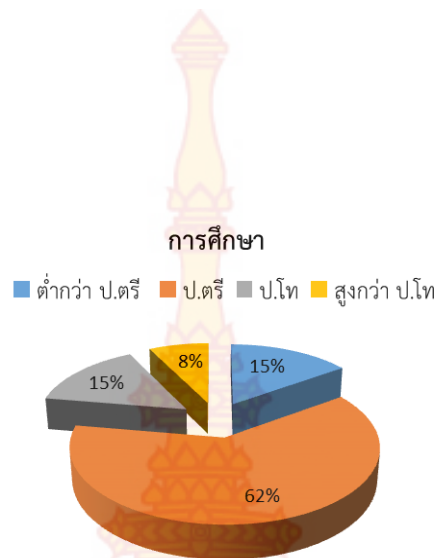
ภาพที่ 4.2 แสดงกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และ เอกซ์บ็อกซ์ ไลฟ (X Box live) จำแนกตามช่วงอายุ

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อจำแนกตามช่วงอายุโดยส่วนใหญ่ พบว่า อายุต่ำกว่า 22 ปี (Gen Z) จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 17 รองลงมาอายุระหว่าง 22-39 ปี (Gen Y) จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 65 อายุระหว่าง 40-54 ปี (Gen X) จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และ อายุระหว่าง 54 ปีขึ้นไป (Gen BB) จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ตามลำดับ



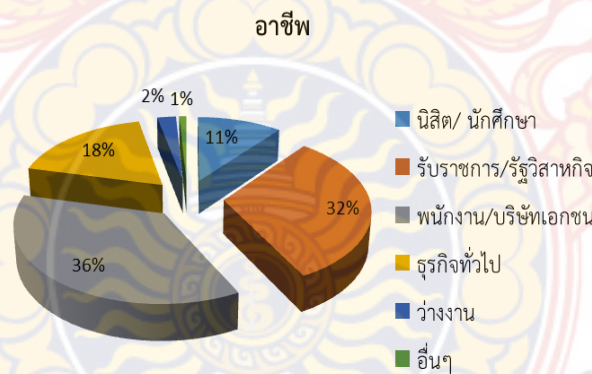
ภาพที่ 4.3 แสดงกลุ่มตัวอย่างสถานภาพผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และ เอกซ์บ็อกซ์ ไลฟ (X Box live) จำแนกตามสถานภาพ

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 52 สถานภาพสมรส 145 คน คิดเป็นร้อยละ 43 และสถานภาพหย่าร้าง 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ



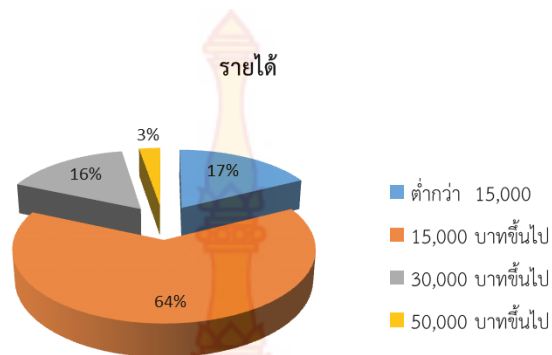
ภาพที่ 4.4 แสดงกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และ เอกซ์บอกซ์ไลฟ์ (X Box live) จำแนกตามการศึกษา

กลุ่มตัวอย่าง ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษา ต่ำกว่า ป.ตรี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 15 กำลังศึกษา/สำเร็จป.ตรี 209 คน คิดเป็นร้อยละ 62 กำลังศึกษา/สำเร็จศึกษา ป.โท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 15 ระดับปริญญาเอก 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ตามลำดับ



ภาพที่ 4.5 แสดงกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และ เอกซ์บอกซ์ไลฟ์ (X Box live) จำแนกตามอาชีพ

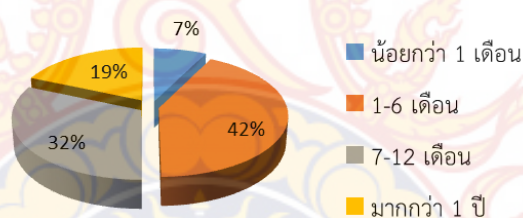
กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม โดยส่วนใหญ่ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 11 รองลงมา ประกอบอาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ 106 คน คิดเป็นร้อยละ 32 ประกอบอาชีพพนักงาน/บริษัทเอกชน จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 36 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว 60 คน คิดเป็นร้อยละ 18 ว่างงาน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2 และ อื่น ๆ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ



ภาพที่ 4.6 แสดงกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และ เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 17 รองลงมา มีรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 64 มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป จำนวน 53 คิดเป็นร้อยละ 16 และมีรายได้ 50,000 บาทขึ้นไป จำนวน 9 คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

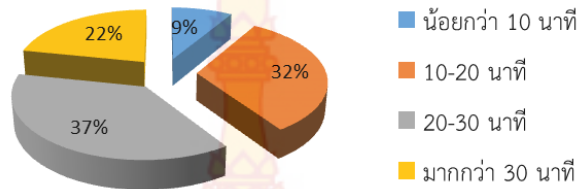
ประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชัน



ภาพที่ 4.7 แสดงกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และ เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live) จำแนกตามประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชัน

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชัน ระยะเวลาใช้งานน้อยกว่า 1 เดือน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 7 รองลงมา มีระยะเวลา 1-6 เดือน จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 42 ระยะเวลา 7-12 เดือนจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 32 และมี ระยะเวลา มากกว่า 1 ปี จำนวน 62 น คิดเป็นร้อยละ 19 ตามลำดับ

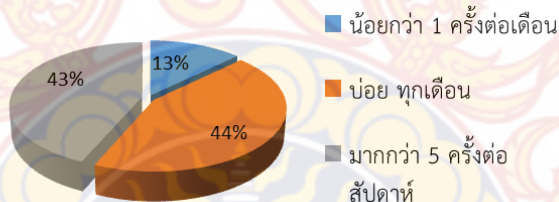
เวลาเฉลี่ยในการใช้งาน



ภาพที่ 4.8 แสดงกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และ เอกซ์บ็อกซ์ ไลฟ์ (X Box live) จำแนกตามเวลาเฉลี่ยในการใช้งาน

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ มีระยะเวลาใช้งาน น้อยกว่า 10 นาที จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 9 รองลงมาคือมีระยะเวลา 10-20 นาที จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 32 มีระยะเวลา 20-30 นาที จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 37 และมีระยะเวลา มากกว่า 30 นาที จำนวน 73 คิดเป็นร้อยละ 22 ตามลำดับ

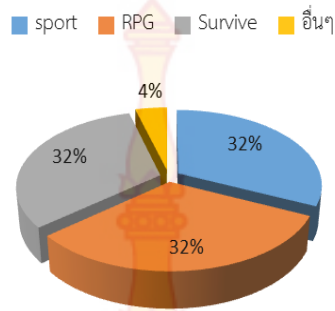
ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน



ภาพที่ 4.9 แสดงกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และ เอกซ์บ็อกซ์ ไลฟ์ (X Box live) จำแนกตามความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ มีความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันน้อยกว่า 1 เดือน จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 13 รองลงมาคือมี ระยะเวลาการใช้แอปพลิเคชันบ่อยทุกเดือน จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 44 ระยะเวลา มากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 43 ตามลำดับ

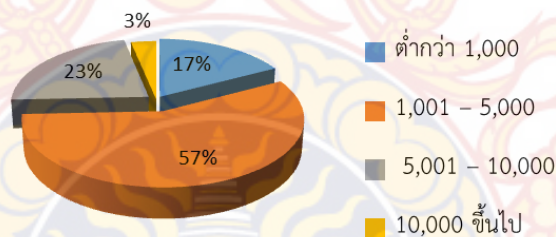
ประเภทการเลือกซื้อเกม



ภาพที่ 4.10 แสดงกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และ เอกซ์บอกซ์ไลฟ์ (X Box live) จำแนกตามประเภทการเลือกซื้อเกม

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เลือกซื้อเกม sport จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมาคือ เลือกซื้อเกม RPG จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 32 เลือกซื้อเกม Survive จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 32 และเลือกซื้อเกม อื่น ๆ จำนวน 14 คิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ

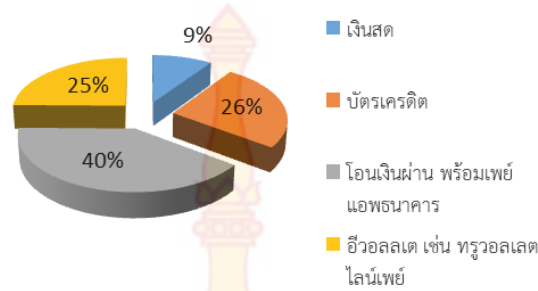
มูลค่าทางบัญชีที่ผูกติดกับการใช้บริการ



ภาพที่ 4.11 แสดงกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และ เอกซ์บอกซ์ไลฟ์ (X Box live) จำแนกตามมูลค่าทางบัญชีที่ผูกติดกับการใช้บริการ

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ มีมูลค่าทางบัญชีที่ผูกติดกับการบริการ ต่ำกว่า 1,000 จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 17 รองลงมาคือมูลค่าทางบัญชีที่ผูกติดกับการใช้บริการ 1,000-5,000 จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 57 มูลค่าทางบัญชีที่ผูกติดกับการใช้บริการ 5,000- 10,000 จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 23 การมูลค่าทางบัญชีที่ผูกติดกับการใช้บริการ 10,000 ขึ้นไป จำนวน 11คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

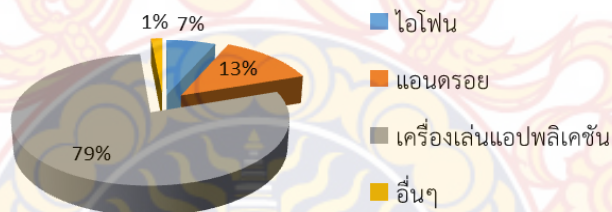
การชำระสินค้าและบริการ



ภาพที่ 4.12 แสดงกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และ เอกซ์บอกซ์ไลฟ์ (X Box live) จำแนกตามการชำระสินค้าและบริการผ่านช่องทาง

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่มีการชำระสินค้าและบริการผ่านช่องทาง เงินสด จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 9 รองลงมาคือชำระสินค้าและบริการผ่านช่องทางบัตรเครดิต จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 26 ชำระสินค้าและบริการผ่านช่องทาง โอนเงินผ่านพร้อมเพย์แอปธนาคาร จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 40 ชำระสินค้าและบริการผ่านช่องทาง อีวอลเลตเช่น ทรูวอลเลต จำนวน 83 คิดเป็นร้อยละ 25 ตามลำดับ

ใช้บริการบนอุปกรณ์



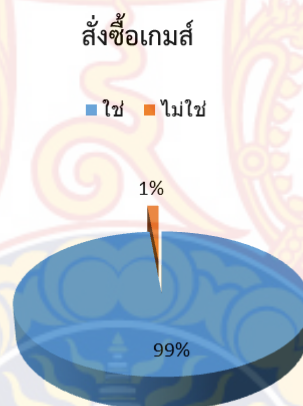
ภาพที่ 4.13 แสดงกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และ เอกซ์บอกซ์ไลฟ์ (X Box live) จำแนกตามการใช้บริการบนอุปกรณ์

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่มีการใช้บริการบนอุปกรณ์ไอโฟน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7 รองลงมาคือการใช้บริการบนอุปกรณ์แอนดรอยด์ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 13 การใช้บริการบนอุปกรณ์ เครื่องเล่นแอปพลิเคชัน จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 79 การใช้บริการบนอุปกรณ์อื่น ๆ จำนวน 5 คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ



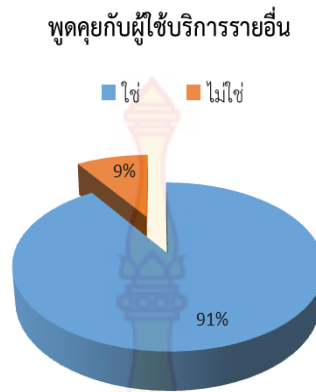
ภาพที่ 4.14 แสดงกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และ เอกซ์บอกซ์ไลฟ์ (X Box live) จำแนกตามการอัปเดตข่าวสารเกม

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ ใช้แอปพลิเคชันอัปเดตข่าวสารเกม จำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 97 รองลงมาคือไม่ใช้แอปพลิเคชันอัปเดตข่าวสารเกม จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3



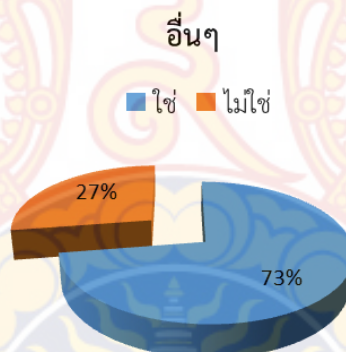
ภาพที่ 4.15 แสดงกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และ เอกซ์บอกซ์ไลฟ์ (X Box live) จำแนกตามสั่งซื้อเกม

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชันสั่งซื้อเกม จำนวน 330 คน คิดเป็นร้อยละ 99 รองลงมาคือไม่ใช้แอปพลิเคชันสั่งซื้อเกม จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1



ภาพที่ 4.16 แสดงกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และ เอกซ์บอกซ์ไลฟ์ (X Box live) จำแนกตามพุดคุยกับผู้ใช้บริการรายอื่น

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชันพุดคุยกับผู้ใช้บริการรายอื่น จำนวน 304 คน คิดเป็นร้อยละ 91 รองลงมาคือไม่ใช่แอปพลิเคชันพุดคุยกับผู้ใช้บริการรายอื่นจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 9



ภาพที่ 4.17 แสดงกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และ เอกซ์บอกซ์ไลฟ์ (X Box live) จำแนกตามอื่นๆ

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชัน อื่นๆ จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 73 รองลงมาคือ ไม่ใช่แอปพลิเคชันอื่น ๆ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 27

4.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันซึ่งประยุกต์ตามแบบจำลอง TAM

การตอบคำถามจากแบบสอบถาม ในส่วนของตัวแปรที่วัดโดย Likert Scale ว่ากลุ่มตัวอย่างแสดงความเห็นโดยส่วนใหญ่ และให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชัน เฟลย์ สเตชั่น สโตร์ และ เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ โดยพิจารณาจากคำตอบส่วนใหญ่ (Mode) ซึ่งวัดจากร้อยละของคำตอบที่กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบมากที่สุด ดังตารางที่ 4.1

ผลการสำรวจตัวแปรต่างๆ ตามกรอบแนวคิดแบบจำลองของการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามมาตราวัด

ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงแจกแจงความถี่ของข้อมูลจากแบบสอบถาม

ปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย
	1	2	3	4	5	
1. Perceived Number of Peers						
b1 มีจำนวนมาก	0 0.00%	2 0.60%	21 6.27%	175 52.24%	137 40.90%	4.334
b2 มีเพียงพอต่อการเรียกใช้บริการ	0 0.00%	2 0.60%	20 5.97%	174 51.94%	139 41.49%	4.343
b3 มีครอบคลุมในทุกพื้นที่ที่ท่านเรียกใช้บริการ	0 0.00%	2 0.60%	20 5.97%	172 51.34%	141 42.09%	4.349
2. Perceived Number of Cross-Platforms						
b4 มีจำนวนมาก	0 0.00%	2 0.60%	25 7.46%	160 47.76%	148 44.18%	4.355
b5 มีเพียงพอต่อบริการที่ต้องการใช้ร่วม	0 0.00%	2 0.60%	25 7.46%	160 47.76%	148 44.18%	4.355
b6 สามารถใช้ร่วมกันได้ง่าย	0 0.00%	3 0.90%	23 6.87%	159 47.46%	150 44.78%	4.361
3. Perceived complementarity						
b7 สามารถใช้ได้ไม่ยาก	0 0.00%	3 0.90%	25 7.46%	170 50.75%	137 40.90%	4.316
b8 สามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	0 0.00%	2 0.60%	26 7.76%	166 49.55%	141 42.09%	4.331
b9 มีครอบคลุมทุกบริการที่เกี่ยวข้องกับ แอปพลิเคชัน	0 0.00%	2 0.60%	26 7.76%	163 48.66%	144 42.99%	4.340

ตารางที่ (ต่อ) 4.1

ปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย
	1	2	3	4	5	
4. Perceived Ease of Use						
b10 สามารถเรียนรู้ได้ง่าย	0 0.00%	2 0.60%	26 7.76%	160 47.76%	147 43.88%	4.349
b11สามารถเข้าใจได้ไม่ยาก	0 0.00%	3 0.90%	26 7.76%	162 48.36%	144 42.99%	4.334
b12มีระบบการให้บริการซื้อสินค้าที่ง่ายต่อการใช้งาน	0 0.00%	2 0.60%	27 8.06%	163 48.66%	143 42.69%	4.334
5. Perceived Usefulness						
b13 ช่วยลดปัญหาในคุณภาพสินค้า	0 0.00%	2 0.60%	24 7.16%	166 49.55%	143 42.69%	4.343
b14 ช่วยประหยัดเวลาในการเดินทาง	0 0.00%	2 0.60%	24 7.16%	167 49.85%	142 42.39%	4.340
b15 ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้า	0 0.00%	3 0.90%	25 7.46%	161 48.06%	146 43.58%	4.343
b16 มีความปลอดภัยต่อผู้ใช้บริการ	0 0.00%	2 0.60%	26 7.76%	162 48.36%	145 43.28%	4.343
6. Perceived Security						
b17 การป้องกันการขโมยข้อมูลของผู้ใช้บริการที่เชื่อถือได้	0 0.00%	3 0.90%	23 6.87%	164 48.96%	145 43.28%	4.346
b18 การยืนยันตัวตนผู้ใช้บริการที่ดี	0 0.00%	3 0.90%	22 6.57%	160 47.76%	150 44.78%	4.364
b19 การดูแลระบบหลังการขายที่ดี	0 0.00%	2 0.60%	24 7.16%	158 47.16%	151 45.07%	4.367
b20 การบันทึกข้อมูลการใช้บริการที่ดี	0 0.00%	3 0.90%	23 6.87%	158 47.16%	151 45.07%	4.364

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย
	1	2	3	4	5	
7. Attitude toward						
b21 เป็นความคิดที่ฉลาด	0 0.00%	2 0.60%	23 6.87%	160 47.76%	150 44.78%	4.367
b22 เป็นความคิดที่ดี	0 0.00%	2 0.60%	23 6.87%	156 46.57%	154 45.97%	4.379
b23 มีความคุ้มค่า	0 0.00%	3 0.90%	23 6.87%	156 46.57%	153 45.67%	4.370
b24 คุณชอบใช้บริการแอปพลิเคชัน	0 0.00%	2 0.60%	23 6.87%	159 47.46%	151 45.07%	4.370
8. Descriptive Norm						
b25 เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการ	0 0.00%	2 0.60%	22 6.57%	165 49.25%	146 43.58%	4.358
b26 เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการ	0 0.00%	2 0.60%	23 6.87%	164 48.96%	146 43.58%	4.355
b27 สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการ	0 0.00%	2 0.60%	22 6.57%	164 48.96%	147 43.88%	4.361
b28 สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการ	0 0.00%	2 0.60%	23 6.87%	161 48.06%	149 44.48%	4.364

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย
	1	2	3	4	5	
9. Injunctive Norm						
b29 คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการ	0 0.00%	2 0.60%	23 6.87%	157 46.87%	153 45.67%	4.376
b30 คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการ	0 0.00%	2 0.60%	23 6.87%	161 48.06%	149 44.48%	4.364
b31 คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการ	0 0.00%	2 0.60%	24 7.16%	164 48.96%	145 43.28%	4.349
b32 คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการ	0 0.00%	2 0.60%	24 7.16%	162 48.36%	147 43.88%	4.355
10. Subjective Norm						
b33 เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่ใช้บริการ	0 0.00%	2 0.60%	25 7.46%	160 47.76%	148 44.18%	4.355
b34 สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่ใช้บริการ	0 0.00%	3 0.90%	24 7.16%	160 47.76%	148 44.18%	4.352
b35 คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่ใช้บริการ	0 0.00%	2 0.60%	26 7.76%	157 46.87%	150 44.78%	4.358
b36 คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่ใช้บริการ	0 0.00%	2 0.60%	25 7.46%	155 46.27%	153 45.67%	4.370

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย
	1	2	3	4	5	
Behavior Intention						
b37คุณตั้งใจจะเลือกใช้บริการ	0	2	23	159	151	4.370
	0.00%	0.60%	6.87%	47.46%	45.07%	
b38หากต้องสั่งสินค้า คุณจะใช้บริการ	0	2	23	157	153	4.376
	0.00%	0.60%	6.87%	46.87%	45.67%	
Usage Behavior						
b39คุณใช้บริการแอปพลิเคชันทุกครั้งที่คุณซื้อสินค้า	0	2	23	163	147	4.358
	0.00%	0.60%	6.87%	48.66%	43.88%	
b40คุณใช้บริการแอปพลิเคชันเป็นประจำ	0	3	22	161	149	4.361
	0.00%	0.90%	6.57%	48.06%	44.48%	

จากตารางที่ 4.1 แสดงถึงผลคะแนนเฉลี่ยจากระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้งจำนวน 335 คนโดยเรียงลำดับการให้คะแนนตามความคิดเห็น ได้แก่ 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย 3 คะแนน หมายถึง เฉย ๆ 2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย และ 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความคิดเห็นของการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และ เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live) ของกลุ่มผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผ่านการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

ปัจจัยด้านการรับรู้ของจำนวนผู้ใช้งาน (Perceived Number of Peers : PNPear) ของการใช้แอปพลิเคชันเกมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยกลุ่มนี้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้จำนวนผู้ใช้งานของแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และ เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live) ว่ามีครอบคลุมในทุกพื้นที่ให้เรียกใช้บริการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในกลุ่มคำถามที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้จำนวนว่ามีเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ เท่ากับ 4.349 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการมีพื้นที่ที่ครอบคลุมในทุกพื้นที่ที่เรียกใช้บริการมากกว่าจำนวนการมีจำนวนผู้ใช้และความเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ

ปัจจัยด้านการรับรู้จำนวนแพลตฟอร์มของผู้ใช้บริการ (Perceived Number of Cross-Platforms: PNCPLat) ของการใช้แอปพลิเคชันเกมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยกลุ่มนี้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้จำนวนแพลตฟอร์มของผู้ใช้บริการของแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และ เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live) ว่ามีความสามารถใช้งานร่วมกันได้ง่าย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในกลุ่มคำถามที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ถึงจำนวนแพลตฟอร์มของผู้ใช้บริการ เท่ากับ 4.361 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการที่แอปพลิเคชันเชื่อมโยงกับเว็บไซต์อื่น ๆ จะสามารถใช้งานร่วมกันได้ง่ายมากกว่า การเชื่อมโยงกับเว็บไซต์อื่น ๆ จำนวนมากหรือมีเพียงพอต่อบริการที่ต้องการใช้งานร่วมกัน

ปัจจัยด้านการรับรู้องค์ประกอบที่มีต่อการใช้งาน (Perceived Complementarity : PC) ของการใช้แอปพลิเคชันเกมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยกลุ่มนี้ว่ากลุ่มตัวอย่างได้รับบริการที่ครอบคลุมจากแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และเอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในกลุ่มคำถามที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เท่ากับ 4.340 แสดงให้เห็นว่าการใช้แอปพลิเคชันเกมออนไลน์ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เล่นได้ทันที และเพิ่มความสนุกสนานให้กับผู้เล่นหรือกลุ่มตัวอย่างได้

ปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use : PEOU) ของการใช้แอปพลิเคชันเกมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนี้ว่า กลุ่มตัวอย่างสามารถรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานของแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และเอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live) ว่าเป็นแอปพลิเคชันที่มีระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในกลุ่มคำถามที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานของแอปพลิเคชัน เท่ากับ 4.349 แสดงให้เห็นถึงผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน สามารถที่จะเรียนรู้และใช้งานแอปพลิเคชันได้มากขึ้น

ปัจจัยการรับรู้ถึงควมมีประโยชน์ของเทคโนโลยี (Perceived Usefulness: PU) ของการใช้แอปพลิเคชันเกมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนี้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยีจากแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และเอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live) ว่าแอปพลิเคชันที่ช่วยสามารถช่วยลดปัญหาของคุณภาพของสินค้า สามารถช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการซื้อ และมีความปลอดภัยต่อผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน ซึ่งทั้ง 3 ประเด็นมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในกลุ่มคำถามนี้ เท่ากับ 4.343

ปัจจัยการรับรู้ถึงความปลอดภัย (Perceived Security : PS) ของการใช้แอปพลิเคชันเกมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนี้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ถึงความปลอดภัยของแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และเอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live) ว่าแอปพลิเคชันที่มีการดูแลหลังการขายเป็นอย่างดี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในกลุ่มคำถามที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ถึงความปลอดภัยของการใช้งานแอปพลิเคชัน เท่ากับ 4.367 แสดงให้เห็นว่า เกมออนไลน์ เป็นการผสมผสานเทคโนโลยีที่มีจุดมุ่งหมายในการตอบสนองด้านความบันเทิงให้กับผู้เล่นได้

ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี (Attitude Towards Technology : ATT) ของการใช้แอปพลิเคชันเกมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนี้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยีของแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และเอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live) ว่าเป็นแอปพลิเคชันที่ทำให้ผู้ใช้บริการมีความคิดที่ดี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในกลุ่มคำถามที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี เท่ากับ 4.379 อาจเป็นผลมาจากเกมออนไลน์ถือมีความหลากหลายของพันธมิตร อีกทั้งผู้เล่นสามารถที่จะเลือกตัวละครและผู้เล่น สามารถพูดคุย สื่อสารกับเพื่อนที่อยู่ในเกมได้อีกด้วย

ปัจจัยด้านอิทธิพลของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง (Descriptive Norm : Dnorm) ของการใช้แอปพลิเคชันเกมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนี้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยทางด้านอิทธิพลของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูงที่ใช้บริการแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และเอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live) ว่าเป็นแอปพลิเคชันที่สมาชิกในครอบครัว จะเป็นผู้สนับสนุนให้ใช้บริการ ซึ่งค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในกลุ่มคำถามที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูงที่ใช้บริการ เท่ากับ 4.364 จะเห็นได้ว่ากลุ่ม

ตัวอย่างจะให้ความสำคัญจากสมาชิกในครอบครัวหรือเพื่อนฝูงให้การสนับสนุน เพื่อทำให้เกิดความเพลิดเพลินหรือสามารถที่จะสนทนากับเพื่อน ๆ หรือผู้เล่นคนอื่น ๆ ได้อีกด้วย

ปัจจัยด้านอิทธิพลของคนที่ติดต่อด้วย (Injunctive Norm : INorm) กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนี้ว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับอิทธิพลจากคนที่ติดต่อด้วย ซึ่งเป็นผู้ใช้แอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และเอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live) ว่าเป็นแอปพลิเคชันที่คนที่คุณติดต่อด้วยส่วนใหญ่เป็นผู้แนะนำให้ใช้บริการ ซึ่งค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในกลุ่มคำถามที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลของคนที่ติดต่อด้วย เท่ากับ 4.376 แสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจที่ทำให้เกิดการให้บริการแอปพลิเคชันสามารถมาจากบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม

ปัจจัยด้านอิทธิพลของกลุ่มที่อ้างอิง (Subjective Norm : SNom) กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนี้ว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับอิทธิพลจากกลุ่มที่อ้างอิง ที่ให้บริการแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และเอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live) ว่าเป็นแอปพลิเคชันที่คนที่คุณพบเจอส่วนใหญ่เป็นผู้ให้บริการ ซึ่งค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในกลุ่มคำถามที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลของกลุ่มที่อ้างอิง เท่ากับ 4.370 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันที่มีความน่าไว้วางใจ จะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือสูงและนำไปสู่การใช้บริการแอปพลิเคชันได้

ปัจจัยด้านความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน (Behavior Intention : BI) กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนี้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และเอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live) ตามความความชอบจึงจะเลือกใช้แอปพลิเคชัน

ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน (Usage Behavior : UB) กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยนี้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store และเอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live) ด้วยมีการใช้งานแอปพลิเคชันเป็นประจำ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในกลุ่มคำถามที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน เท่ากับ 4.361 ดังนั้นพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป็นประจำของกลุ่มตัวอย่าง ถือเป็นการยอมรับการใช้

4.3 การวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้งาน

การจำแนกกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์หรือลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (เช่น เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้) และจำแนกตามพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง (เช่น พฤติกรรมการใช้บริการ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ) และแสดงค่าเฉลี่ยของตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ที่คำนวณได้จากแบบสอบถามตามลักษณะต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งค่าสถิติ (T-Test หรือ F-Test) ที่เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ดังตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้งาน

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้งาน

Items	obs	PNP	PNCP	PC	PEOU	PU	PS	ATT	DNorm	Inorm	Snorm	BI	UB
แอปพลิเคชัน													
PlayStation Store	1	0.7918	0.7994	0.7918	0.7900	0.7877	0.7986	0.8070	0.7965	0.7977	0.7965	0.8052	0.7973
X Box live	2	0.7662	0.7678	0.7563	0.7662	0.7718	0.7712	0.7689	0.7735	0.7729	0.7729	0.7724	0.7724
T-test		1.1434	1.3506	1.5279	1.0142	0.6901	1.1767	1.6468	1.1434	1.3506	1.5279	1.0142	0.6901
เพศ .1													
ชาย	272	0.7990	0.8060	0.7974	0.8003	0.8008	0.8073	0.8122	0.8100	0.8100	0.8113	0.8162	0.8107
หญิง	63	0.7019	0.6984	0.6861	0.6913	0.6945	0.6984	0.6971	0.6852	0.6878	0.6786	0.6825	0.6825
T-test		3.4829***	3.6896***	3.8480***	3.7327***	3.7170***	3.7542***	4.0046***	3.4829***	3.6896***	3.8480***	3.7327***	3.7170***
อายุ .2													
ต่ำกว่า 18 ปี	56	0.7817	0.8075	0.7857	0.7619	0.7694	0.8006	0.8154	0.8066	0.7961	0.8051	0.8095	0.8095
18 -23 ปี	219	0.7676	0.7702	0.7616	0.7727	0.7724	0.7736	0.7763	0.7717	0.7755	0.7726	0.7770	0.7702
24 -30 ปี	34	0.8235	0.8333	0.8333	0.8333	0.8235	0.8236	0.8186	0.8235	0.8309	0.8284	0.8284	0.8285
31 -40 ปี	26	0.8333	0.8077	0.8077	0.8077	0.8205	0.8205	0.8205	0.8205	0.8077	0.8077	0.8205	0.8205
F-test		1.4000	1.2533	1.4173	1.0809	0.9628	0.9257	0.9782	1.4000	1.2533	1.4173	1.0809	0.9628
สถานภาพ .3													
โสด	174	0.7771	0.7803	0.7689	0.7682	0.7696	0.7835	0.7893	0.7831	0.7840	0.7826	0.7902	0.7864
สมรส	145	0.7870	0.7954	0.7908	0.7970	0.7977	0.7948	0.7960	0.7948	0.7960	0.7948	0.7966	0.7920
หย่าร้าง	16	0.7639	0.7569	0.7292	0.7500	0.7500	0.7500	0.7552	0.7500	0.7396	0.7500	0.7500	0.7395
F-test		0.1507	0.3527	0.8484	0.8858	0.8999	0.3656	0.2768	0.1507	0.3527	0.8484	0.8858	0.8999
การศึกษา .4													
ต่ำกว่า ปตรี.	51	0.7538	0.7887	0.775	0.7430	0.7632	0.7860	0.7957	0.7925	0.7859	0.7828	0.7974	0.7843
ปตรี.	209	0.7884	0.7889	0.7767	0.7895	0.7847	0.7887	0.7931	0.7867	0.7907	0.7903	0.7927	0.7887
ปโท.	50	0.7600	0.7689	0.7711	0.77333	0.7733	0.7733	0.7700	0.7733	0.7733	0.7733	0.7733	0.7733
ปเอก.	25	0.8133	0.7866	0.7867	0.7867	0.8000	0.8000	0.8000	0.8000	0.7867	0.7867	0.8000	0.8000
F-test		0.7899	0.1232	0.0301	0.6770	0.2353	0.1050	0.1951	0.7899	0.1232	0.0302	0.6770	0.2353
อาชีพ .5													
นักศึกษา	36	0.7716	0.7624	0.7469	0.7438	0.7639	0.7755	0.7963	0.7732	0.7708	0.7825	0.7685	0.7639
รับราชการ	106	0.7705	0.7872	0.7830	0.7809	0.7885	0.7870	0.7893	0.7918	0.7909	0.7940	0.7987	0.7909

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

Items	ob	PNP	PNCP	PC	PEOU	PU	PS	ATT	DNorm	Inorm	Snorm	BI	UB
พนักงานเอกชน	122	0.7933	0.7905	0.7705	0.7823	0.7828	0.7958	0.79031	0.7876	0.7855	0.7787	0.7869	0.7855
ธุรกิจส่วนตัว	60	0.7944	0.8148	0.8074	0.8186	0.7972	0.8014	0.8069	0.8002	0.8056	0.8069	0.8111	0.8055
รับจ้างทั่วไป	8	0.7083	0.6249	0.7223	0.6530	0.6564	0.6770	0.7186	0.7292	0.7395	0.7085	0.7500	0.7500
แม่บ้าน	3	0.6667	0.6667	0.6667	0.6294	0.6394	0.5556	0.6388	0.6113	0.6667	0.6667	0.6667	0.6667
F-test		0.6078	1.4415	0.7028	1.4884	0.9983	1.2755	0.5759	0.6078	1.4415	0.7028	1.4884	0.9983
6. รายได้เฉลี่ยเดือน													
ต่ำ15,000 บาท	59	0.7872	0.7834	0.7740	0.7458	0.7529	0.8008	0.8022	0.7966	0.7938	0.7896	0.7966	0.7966
15,001-30,000	214	0.7731	0.7814	0.7699	0.78191	0.7799	0.7761	0.7823	0.7769	0.7796	0.7811	0.7835	0.77656
30,001 - 50,000	53	0.7862	0.7945	0.7925	0.7967	0.8034	0.8035	0.8003	0.8035	0.7987	0.7925	0.8050	0.8050
มากกว่า 50,000	9	0.8889	0.8519	0.8519	0.8519	0.8519	0.8519	0.8519	0.8519	0.8519	0.8519	0.8519	0.8519
F-test		0.9882	0.3510	0.5516	0.9661	0.9092	0.6612	0.4615	0.9882	0.3510	0.5516	0.9661	0.9092
7. ประสบการณ์ใช้แอปพลิเคชัน													
น้อย 1 เดือน	25	0.7467	0.7244	0.6934	0.6755	0.6901	0.7233	0.7201	0.7233	0.7233	0.7200	0.7267	0.7266
ใช้มา 1-6 เดือนแล้ว	142	0.7700	0.7801	0.7660	0.7755	0.7753	0.7840	0.7834	0.7846	0.7811	0.7800	0.7887	0.7852
ใช้มา 7-12 เดือนแล้ว	106	0.7778	0.7778	0.7673	0.7778	0.7767	0.7744	0.7893	0.7776	0.7776	0.7775	0.7815	0.7736
มากกว่า 1 ปี	62	0.8244	0.8369	0.8495	0.8351	0.8373	0.8401	0.8374	0.8320	0.8427	0.8428	0.8387	0.8360
F-test		1.3393	1.9951	4.0507***	3.5019**	3.2038**	2.2162*	2.0389	1.3393	1.9951	4.0507***	3.5019**	3.2038**
8. เวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการใช้งาน													
น้อยกว่า 10 นาที	29	0.7624	0.7471	0.7357	0.7242	0.7413	0.7356	0.7442	0.7615	0.7558	0.7528	0.7586	0.7529
10-20 นาที	107	0.7840	0.7819	0.7861	0.7861	0.7850	0.7983	0.8037	0.7866	0.7928	0.7851	0.7944	0.7866
20-30 นาที	126	0.7602	0.7698	0.7513	0.7646	0.7652	0.7734	0.7745	0.7765	0.7698	0.7765	0.7817	0.7751
30 นาที	73	0.8188	0.8341	0.8219	0.8189	0.8174	0.8139	0.8173	0.8139	0.8208	0.8185	0.8151	0.8196
F-test		1.3868	1.8422	2.1789*	1.7401	1.3490	1.2492	1.2526	1.3868	1.8423	2.1789*	1.7401	1.3490
9. ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน													
น้อย	38	0.7163	0.7222	0.7018	0.7223	0.7237	0.7215	0.7171	0.7259	0.7127	0.7171	0.7193	0.7149
บ่อย	64	0.7795	0.7847	0.7726	0.7778	0.7877	0.7825	0.7813	0.7916	0.7930	0.7903	0.7917	0.7891
บ่อยมาก	132	0.7753	0.7736	0.7652	0.7710	0.7677	0.78094	0.78663	0.7765	0.7790	0.7797	0.7841	0.7778
F-test	101	0.8130	0.8262	0.8218***	0.8141**	0.8152**	0.8218*	0.8292	0.8193	0.82179	0.8185***	0.8267*	0.8234**

ตารางที่ (ต่อ) 4.2

Items	ob	PNP	PNCP	PC	PEOU	PU	PS	ATT	DNorm	Inorm	Snorm	BI	UB
ประเภทการเลือกซื้อเกม .10													
.1sport	107	0.8000	0.7975	0.7767	0.7861	0.7942	0.7944	0.8006	0.7944	0.7913	0.7944	0.7928	0.7866
.2RPG	107	0.7902	0.8037	0.7954	0.7965	0.7960	0.8053	0.8053	0.8045	0.8162	0.8076	0.8146	0.8084
.3Survive	107	0.7612	0.7601	0.76224	0.7602	0.7547	0.7640	0.7710	0.7640	0.7593	0.7609	0.7695	0.7679
.4อื่นๆ	14	0.7143	0.7540	0.7381	0.7539	0.7619	0.7619	0.7500	0.7619	0.7440	0.7560	0.7619	0.7619
F-test		1.2246	0.9897	0.6021	0.6207	0.9356	0.7962	0.7377	1.2246	0.9897	0.6021	0.6207	0.9356
มูลค่าบัญชีที่ผูกติดกับการใช้บริการ .11													
ต่ำกว่า 1,000	58	0.7356	0.7414	0.7222	0.7357	0.7342	0.7529	0.7486	0.7500	0.7400	0.7500	0.7471	0.7500
1,5 - 001,000	191	0.7819	0.7853	0.7801	0.7795	0.7780	0.7858	0.7906	0.7853	0.7919	0.7870	0.7906	0.7862
5,10 - 001,000	75	0.8074	0.8163	0.8030	0.8089	0.8187	0.8111	0.8190	0.8134	0.8067	0.8078	0.8222	0.8111
10,ขึ้นไป 000	11	0.8182	0.8182	0.8182	0.8182	0.8182	0.8182	0.8182	0.8182	0.8182	0.8182	0.8182	0.8182
F-test		1.5274	1.4531	1.8453	1.4259	1.9426	0.9100	1.2931	1.5273	1.4532	1.8453	1.4259	1.9426
การชำระค่าสินค้าและบริการ .12													
.1เงินสด	32	0.7917	0.7951	0.7917	0.7742	0.7813	0.7995	0.8098	0.8099	0.7995	0.7969	0.7917	0.7917
.2บัตรเครดิต	86	0.7752	0.7752	0.7700	0.7765	0.7636	0.7742	0.7771	0.7733	0.7810	0.7829	0.7849	0.7771
.3โอนเงินผ่าน พร้อมเพย์	134	0.7654	0.7686	0.7579	0.7670	0.7631	0.7768	0.7743	0.7687	0.7655	0.7618	0.7761	0.7711
.4อีวอลเล็ต เช่น ทรูวอล	83	0.8072	0.8206	0.8072	0.8060	0.8273	0.8112	0.8233	0.8203	0.8233	0.8253	0.8213	0.8193
F-test		0.7816	1.1284	1.0155	0.5900	1.9071	0.6078	1.1476	0.7816	1.1284	1.0155	0.5899	1.9071
.13อุปกรณ์ที่ใช้งาน													
.1ไอโฟน	22	0.7424	0.7727	0.7627	0.7525	0.7539	0.7424	0.7538	0.7500	0.7576	0.75776	0.7576	0.7576
.2แอนดรอย	44	0.6995	0.7222	0.7298	0.7525	0.7558	0.7443	0.7633	0.7500	0.7367	0.7424	0.7424	0.7349
.3เครื่องเล่น	264	0.7984	0.7984	0.7862	0.7875	0.7882	0.7986	0.7992	0.7967	0.7989	0.7970	0.8030	0.7986
.4อื่นๆ	5	0.7333	0.7333	0.7333	0.7333	0.7333	0.7333	0.7333	0.7333	0.7333	0.7333	0.7333	0.7333
F-test		3.4552**	1.7662	1.0033	0.5536	0.5276	1.2993	0.7448	3.4552**	1.7662	1.0033	0.5536	0.5276

ตารางที่ (ต่อ) 4.2

Items	ob	PNP	PNCP	PC	PEOU	PU	PS	ATT	DNorm	Inorm	Snorm	BI	UB
.14การอัพเดทข่าวสารเกม													
ใช่	324	0.7819	0.7857	0.7771	0.7816	0.7819	0.7873	0.7901	0.7865	0.7870	0.7860	0.7901	0.7865
ไม่ใช่	11	0.7475	0.7880	0.7576	0.7273	0.7495	0.7727	0.8031	0.7879	0.7878	0.7956	0.8181	0.7879
F-test		0.3055	0.0012	0.0908	0.6924	0.2564	0.0507	0.0405	0.3055	0.0012	0.0908	0.6923	0.2564
.15สิ่งซ้อเกม													
ใช่	330	0.7832	0.78889	0.7785	0.7822	0.7841	0.7896	0.7924	0.7891	0.7894	0.7887	0.7929	0.7894
ไม่ใช่	5	0.6224	0.5777	0.6446	0.6224	0.5670	0.6000	0.6667	0.6167	0.6333	0.63351	0.6667	0.6000
F-test		1.7661	2.2203	1.4090	1.6720*	2.3257**	1.9993**	1.3298	1.7661*	2.2203**	1.4090	1.6720*	2.3257**
.16พูดคุยกับผู้ใช้บริการรายอื่น													
ใช่	304	0.7880	0.7920	0.7825	0.7858	0.7867	0.7919	0.7928	0.7897	0.7922	0.7909	0.7977	0.7933
ไม่ใช่	31	0.70975	0.7240	0.7169	0.7204	0.7231	0.736	0.7688	0.7554	0.7365	0.7419	0.7258	0.7204
F-test		2.0604**	1.7036*	1.6539*	1.6350	1.6215	1.3910	0.6044	2.0604**	1.7036*	1.6539*	1.6350	1.6215
.17อื่น ๆ													
ใช่	243	0.7961	0.7974	0.7897	0.7938	0.7950	0.7990	0.8000	0.7977	0.7970	0.7987	0.8045	0.8018
ไม่ใช่	92	0.7403	0.7548	0.7415	0.7428	0.7436	0.7545	0.7654	0.7573	0.7609	0.7536	0.7554	0.7464
F-test		2.2609**	1.6427	1.8705*	1.9689**	2.0209**	1.7252*	1.3495	2.2609**	1.6427	1.8705*	1.9689**	2.0209**

หมายเหตุ

** 0.10 มีนัยสำคัญทางสถิติ *มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ 0. มีนัยสำคัญทางสถิติ ***01

กลุ่มตัวอย่างวัตถุประสงค์ในการพูดคุยกับผู้ใช้บริการรายอื่นที่แตกต่างกันส่งผลให้กับปัจจัย กลุ่มตัวอย่างวัตถุประสงค์สั่งซื้อเกม การรับรู้องค์ประกอบที่มีต่อการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ถึงความมีประโยชน์ของเทคโนโลยี การรับรู้ถึงความปลอดภัย ทักษะคิดต่อการมีเทคโนโลยี อิทธิพลของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง อิทธิพลของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง ความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี การเลือกใช้จริงของเทคโนโลยี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ การรับรู้จำนวนผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์มของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน การรับรู้องค์ประกอบที่มีต่อการใช้งาน อิทธิพลของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง อิทธิพลของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง โดยกลุ่มที่มีวัตถุประสงค์ใช้พูดคุยกับผู้ใช้บริการรายอื่นให้ความสำคัญกับปัจจัย การรับรู้องค์ประกอบที่มีต่อการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ถึงความมีประโยชน์ของเทคโนโลยี การรับรู้ถึงความปลอดภัย ทักษะคิดต่อการมีเทคโนโลยี อิทธิพลของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง อิทธิพลของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย อิทธิพลของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง ความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีและการเลือกใช้จริงของเทคโนโลยี มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้วัตถุประสงค์ในการพูดคุยกับผู้ใช้บริการรายอื่น

กลุ่มตัวอย่างวัตถุประสงค์ อื่นๆ ที่แตกต่างกันส่งผลให้กับปัจจัย การรับรู้องค์ประกอบที่มีต่อการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ถึงความมีประโยชน์ของเทคโนโลยี การรับรู้ถึงความปลอดภัย ทักษะคิดต่อการมีเทคโนโลยี อิทธิพลของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง อิทธิพลของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง ความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี การเลือกใช้จริงของเทคโนโลยี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ การรับรู้จำนวนผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน การรับรู้องค์ประกอบที่มีต่อการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ถึงความมีประโยชน์ของเทคโนโลยี การรับรู้ถึงความปลอดภัย อิทธิพลของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง ความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี การเลือกใช้จริงของเทคโนโลยี โดยมีผู้ใช้บริการใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัย การรับรู้องค์ประกอบที่มีต่อการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ถึงความมีประโยชน์ของเทคโนโลยี การรับรู้ถึงความปลอดภัย ทักษะคิดต่อการมีเทคโนโลยี อิทธิพลของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง อิทธิพลของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง ความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีและการเลือกใช้จริงของเทคโนโลยี มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีวัตถุประสงค์ใช้บริการอื่นๆ

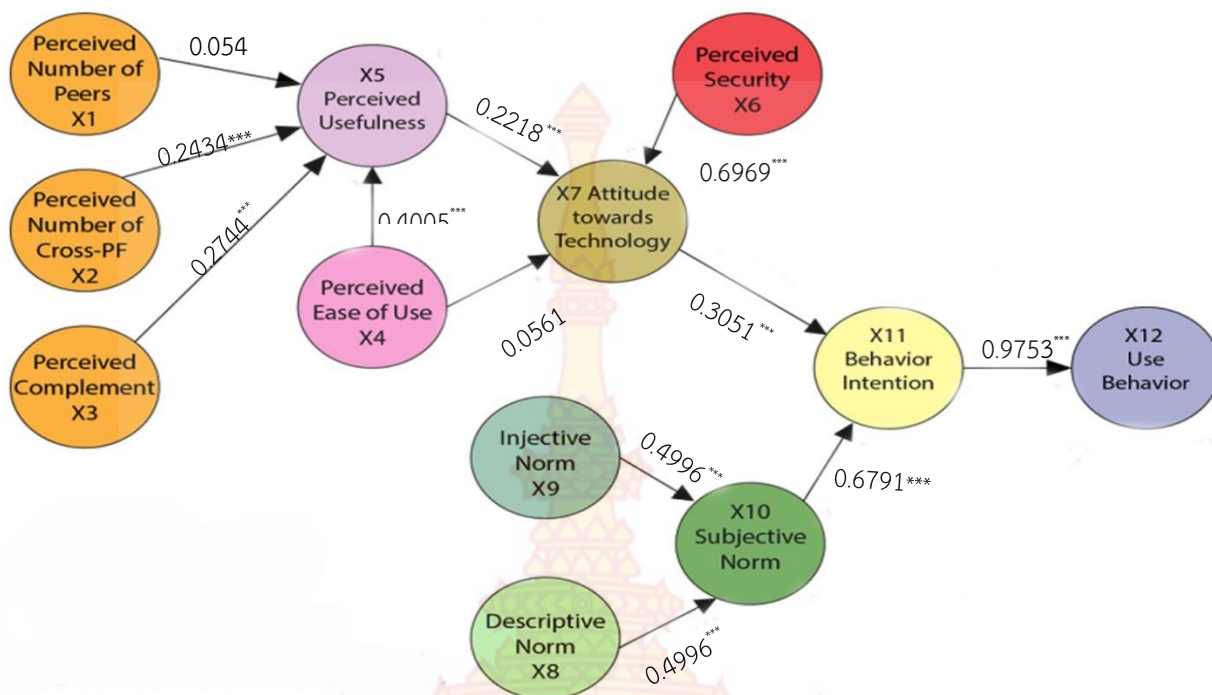
4.4 ผลการประมาณค่าแบบจำลอง

ผลการประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันจากแบบสอบถาม พบว่า มีเครื่องหมายและค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีและผลกระทบเครือข่ายภายนอก (TAM Network Externality) ตัวแปรอิสระทุกตัวสามารถเข้าร่วมกับตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ค่าสัมประสิทธิ์ R-Squares มีค่ามากกว่า 0.5 โดยแสดงผลไว้ดังตารางที่ 4.3 และรูปภาพที่ 4.18

ตารางที่ 4.3 แสดงผลการประเมินค่าแบบถดถอยด้วยวิธีการประมาณค่า OLS

	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	PU	Att	SNorm	BI	BU
PNP	0.0545				
PNCP	0.2434 ^{***}				
PC	0.2744 ^{***}				
PEOU	0.4005 ^{***}	0.0561			
PU		0.2218 ^{***}			
Psecure		0.6969 ^{***}			
ATT				0.3051 ^{***}	
Dnorm			0.4996 ^{***}		
Inorm			0.4996 ^{***}		
Snorm				0.6791 ^{***}	
BI					0.9753 ^{***}
Constant	0.0217	0.0253 ^{**}	0.0001	0.0158	0.0151
N	335.0000	335.0000	335.0000	335.0000	335.0000
rss	1.3988	1.0537	1.0658	0.9167	0.8438
F	774.2319	1433.7473	2166.2937	2537.4607	5603.9856
r2	0.9037	0.9285	0.9288	0.9386	0.9439
r2_a	0.9025	0.9279	0.9284	0.9382	0.9437

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติ *0.1 มีนัยสำคัญทางสถิติ**0.05 มีนัยสำคัญทางสถิติ***0.01



ภาพที่ 4.18 ผลการประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรงตามกรอบแนวคิดของงานวิจัย

แอปพลิเคชัน เพลย์สเตชัน สโตร์ และ เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์

หมายเหตุ PNP= Perceived Number of Peers, PNCP=Perceived Number of Cross-Platform, PC= Perceived Complementarity, PEOU= Perceived Ease of Use, PU= Perceived Usefulness,PS= Perceived Security, ATT=Attitude toward Technology, DNorm= Descriptive Norm, INorm= Injunctive Norm, SNorm =Subjective Norm, BI= Behavior Intention, UB= Usage Behavior

การประเมินผลการประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอยด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares : OLS) พบว่าเครื่องหมายและความหมายของค่าสัมประสิทธิ์มีความสอดคล้องกับทฤษฎีและกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้ ตัวแปรอิสระทุกตัวสามารถใช้งานร่วมกันในการอธิบายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แบบจำลองประมาณค่าสามารถอธิบายความแปรปรวนในตัวแปรตามมีค่าอยู่ระหว่าง และตัวแปรอิสระแต่ละตัวสามารถอธิบายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากภาพที่ 4.18 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอย (Regression analysis model) ตามสมมติฐานการวิจัย พบว่า มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน เพลย์สเตชัน สโตร์ และ เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 (H1) : ปัจจัยการรับรู้จำนวนผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน X1 (Perceive Numbers of Peers) การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์มของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน X2 (Perceived Number of Cross-Platforms) การรับรู้องค์ประกอบที่มีต่อการใช้งาน X3 (Perceive Complement) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยี X4 (Perceived Ease of Use) ที่ส่งผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความมีประโยชน์ของเทคโนโลยี X5 (Perceived Usefulness) ของการใช้แอปพลิเคชัน เพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) และ เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live)

ผลการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของการรับรู้จำนวนเพลทฟอร์มของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน การรับรู้องค์ประกอบที่มีต่อการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยี มีค่าเท่ากับ 0.2434 0.2744 และ 0.4005 ตามลำดับ ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความมีประโยชน์ของแอปพลิเคชัน เพลย์สเตชัน สโตร์ และ เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2 (H2) : การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยี X4 (Perceived Ease of Use) และการรับรู้ถึงความมีประโยชน์ของเทคโนโลยี X5 (Perceived Usefulness) และการรับรู้ถึงความปลอดภัย X6 (Perceived Security) ของแอปพลิเคชัน Application เพลย์สเตชัน (PlayStation Store) และ เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live) ที่ดีส่งผลในเชิงบวกต่อทัศนคติการใช้เทคโนโลยีมีเทคโนโลยี X7 (Attitude toward Technology)

ผลการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของการรับรู้ถึงความมีประโยชน์ของเทคโนโลยี และการรับรู้ถึงความปลอดภัยของแอปพลิเคชัน มีค่าเท่ากับ 0.2218 และ 0.6969 ตามลำดับ ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความมีประโยชน์ของแอปพลิเคชัน เพลย์สเตชัน สโตร์ และ เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 3 (H3) : อิทธิพลของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง X8 (Descriptive Norm) และอิทธิพลของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย X9 (Injunctive Norm) ที่ดี ส่งผลในเชิงบวกต่ออิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง X10 (Subjective Norm) ที่ดีกับแอปพลิเคชัน เพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) และ เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live)

ผลการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของอิทธิพลของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง อิทธิพลของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย มีค่าเท่ากับ 0.4996 และ 0.4996 ตามลำดับ ส่งผลเชิงบวกต่ออิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงของผู้ใช้แอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ และ เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

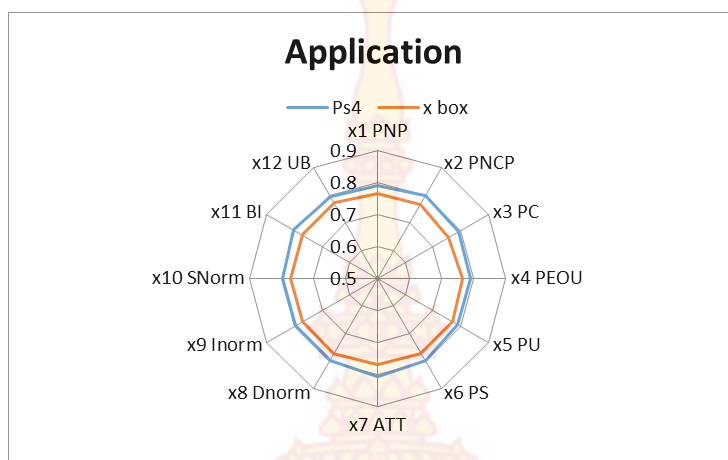
สมมติฐานที่ 4 (H4) : ทัศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี X7 (Attitude toward Technology) อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง X10 (Subjective Norm) ของการใช้แอปพลิเคชัน Application PlayStation Store และ X Box live ที่ดีส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี X11 (Behavior Intention)

ผลการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของทัศนคติที่มีต่อการมีเทคโนโลยีและอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง มีค่าเท่ากับ 0.351 และ 0.6791 ตามลำดับ ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 5 (H5) : ความตั้งใจในการใช้ X11 (Behavior Intention) แอปพลิเคชัน Application PlayStation Store และ Application X Box Live ส่งผลในเชิงบวกกับการเลือกใช้จริงของเทคโนโลยี X12 (Usage Behavior: UB) ของแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) และ เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live)

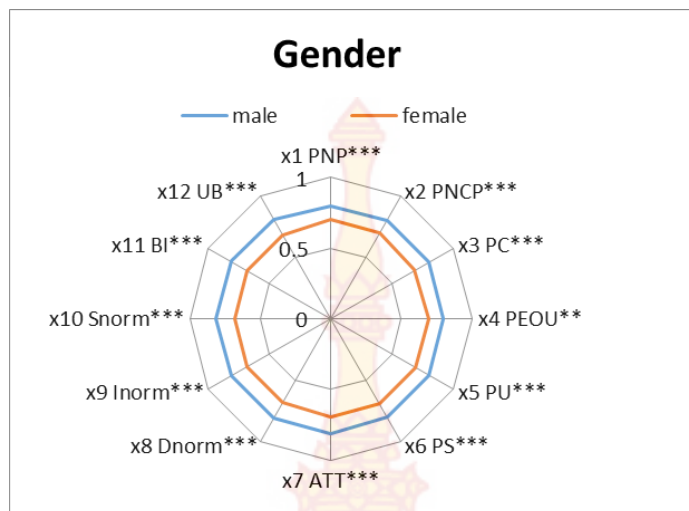
ผลการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชันและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) และ เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live) มีค่าเท่ากับ 0.9753 ความสัมพันธ์เป็นบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับสมมติฐานแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการมีความตั้งใจใช้ในการเลือกใช้อุปกรณ์เพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) และ เอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live)

ผลการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ที่แบ่งตามลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้งานที่กล่าวมาข้างต้น สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังภาพที่ 4.19 และ ภาพที่ 4.20 ดังนี้



ภาพที่ 4.19 เรดาร์เปรียบเทียบระดับการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานระหว่างแอปพลิเคชัน PlayStation Store และ X Box live

จากภาพที่ 4.19 จากการศึกษา กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 335 คน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่ใช้บริการแอปพลิเคชันเกมออนไลน์ พบว่า ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) มีจำนวนผู้ใช้งานมากกว่า แอปพลิเคชันเอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live) มีองค์ประกอบ PNP X1 การรับรู้จำนวนผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน PNCP X2 การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์มของผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน PC X3 การรับรู้องค์ประกอบที่มีต่อการใช้งาน PEOU X4 การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยี PU X5 การรับรู้ถึงความมีประโยชน์ของเทคโนโลยี PS X6 การรับรู้ถึงความปลอดภัย ATT X7 ที่สนใจต่อการมีเทคโนโลยี Dnorm X8 อิทธิพลของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง INorm X9 อิทธิพลของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย SNorm X10 อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง BI X11 ความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี UB X12การเลือกใช้จริงของเทคโนโลยี มีค่ามากกว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน x box

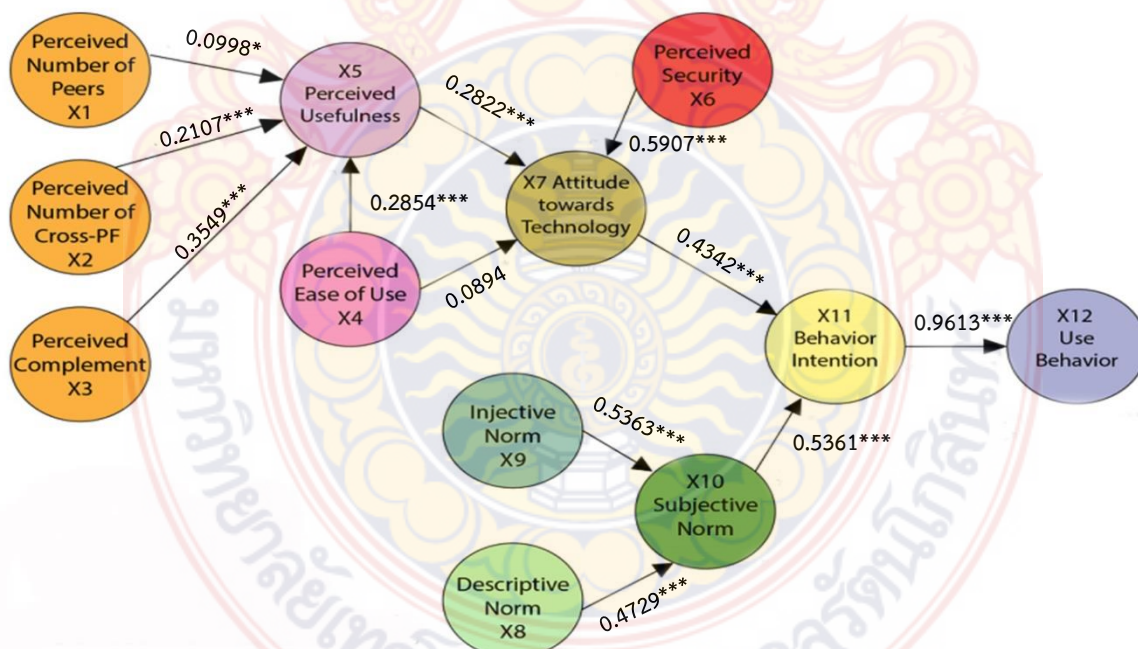


ภาพที่ 4.20 เรดาร์เปรียบเทียบระดับการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานระหว่างแอปพลิเคชัน PlayStation Store และ X Box live จำแนกตามเพศ

ตามแนวคิดของทฤษฎี Technology Acceptance Model ผู้วิจัยขอนำเสนอผลงานวิจัยตามลำดับ ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเพศชายมีจำนวนผู้ใช้งานมากที่สุดทั้งแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) และผู้ใช้งานแอปพลิเคชันเอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live) มีองค์ประกอบ PNP X1 การรับรู้จำนวนผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน PNCP X2 การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์มของผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน PC X3 การรับรู้องค์ประกอบที่มีต่อการใช้งาน PEOU X4 การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยี PU X5 การรับรู้ถึงความมีประโยชน์ของเทคโนโลยี PS X6 การรับรู้ถึงความปลอดภัย ATT X7 ทศนคติต่อการมีเทคโนโลยี Dnorm X8 อิทธิพลของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง INorm X9 อิทธิพลของกลุ่มคนที่ติดต่อกับ SNorm X10 อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง BI X11 ความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี UB X12 การเลือกใช้งานจริงของเทคโนโลยีมีค่ามากกว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเพศหญิง

ตารางที่ 4.4 แสดงผลการประเมินค่าแบบถดถอยด้วยวิธีการประมาณค่า OLS ของแอปพลิเคชัน PlayStation Store

	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	PU	Att	SNorm	BI	BU
PNP	0.0998*				
PNCP	0.2107***				
PC	0.3549***				
PEOU	0.2854***	0.0894			
PU		0.2822***			
Psecure		0.5907***			
ATT				0.4342***	
Dnorm			0.4729***		
Inorm			0.5363***		
Snorm				0.5361***	
BI					0.9613***
Constant	0.0337	0.0423**	-0.0080	0.0278	0.0232
N	190.0000	190.0000	190.0000	190.0000	190.0000
rss	1.1224	0.8400	0.8780	0.7508	0.7818
F	255.5572	487.8307	729.4520	849.5003	1683.0203
r2	0.8468	0.8872	0.8864	0.9008	0.8995
r2_a	0.8434	0.8854	0.8852	0.8998	0.8990



รูปภาพที่ 4.21 ผลการประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรงตามกรอบแนวคิดของงานวิจัยแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store)

จากรูปภาพที่ 4.19 สามารถอธิบายผลการศึกษารองรับของแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) ได้ดังนี้

ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์การใช้งานแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) มากที่สุด คือ การรับรู้องค์ประกอบที่มีต่อการใช้งาน ที่มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.354 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รองลงมาได้แก่ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยี การรับรู้จำนวนเพลทฟอร์มของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน การรับรู้จำนวนผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ตามลำดับ นั่นคือ เมื่อผู้ใช้รับรู้ถึงการรับรู้องค์ประกอบที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) มากขึ้นเท่าไร จะยิ่งส่งผลให้เกิดการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) มากขึ้น

ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติที่ดีต่อการใช้แอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) สูงสุดคือ การรับรู้ถึงความปลอดภัย ที่มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.5907 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รองลงมาได้แก่ การรับรู้ถึงควมมีประโยชน์ของเทคโนโลยี และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยี ตามลำดับ นั่นคือ เมื่อผู้ใช้แอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) มีการรับรู้ถึงความปลอดภัย จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) มีทัศนคติที่ดีต่อการใช้แอปพลิเคชัน

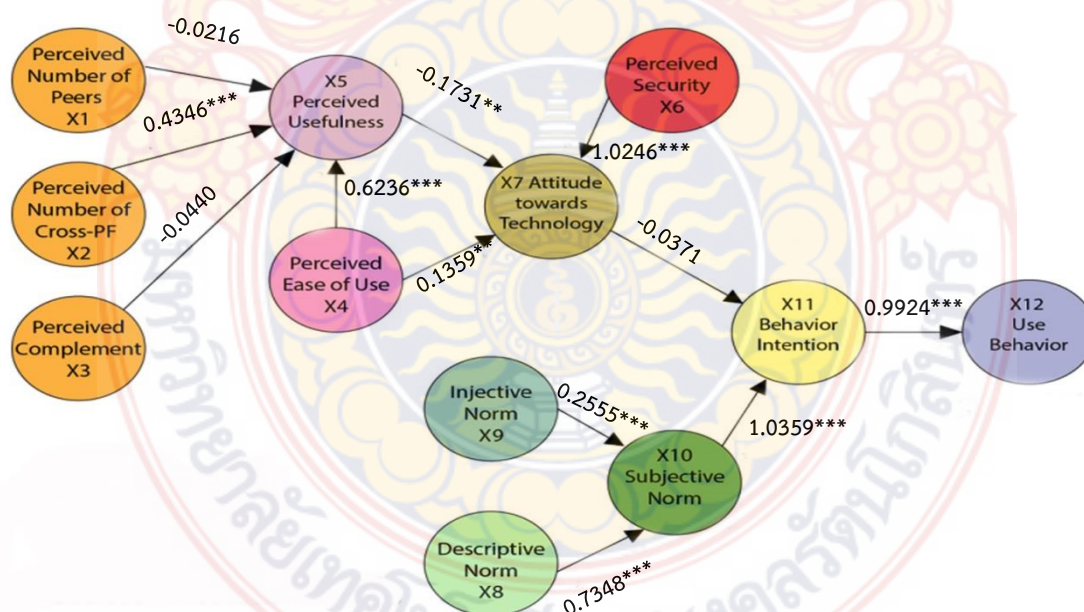
ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่ออิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) สูงที่สุดคือ อิทธิพลของกลุ่มคนที่ติดต่อกัน มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.536 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติรองลงมาได้แก่ อิทธิพลของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง นั่นคือ ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) ให้ความสำคัญกับอิทธิพลของกลุ่มคนที่ติดต่อกันด้วย ผู้ใช้แอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) อาจมีการติดต่อพูดคุยเล่นเกมออนไลน์ด้วยกันร่วมกับกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัว

ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) สูงที่สุดคือ อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.536อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รองลงมาคือ ทัศนคติต่อการมีเทคโนโลยี นั่นคือ หากผู้ใช้แอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) มีอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงจำนวนมาก จะมีความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) มากขึ้นไปด้วย

ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) คือ ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store) มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์อยู่ที่ 0.961 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ของแอปพลิเคชันเพลย์สเตชัน สโตร์ (PlayStation Store)

ตารางที่ 4.5 แสดงผลการประเมินค่าแบบถดถอยด้วยวิธีการประมาณค่า OLS ของแอปพลิเคชัน X Box live

	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	PU	Att	SNorm	BI	BU
PNP	-0.0216				
PNCP	0.4346***				
PC	-0.0440				
PEOU	0.6236***	0.1359**			
PU		-0.1731**			
Psecure		1.0246***			
ATT				-0.0371	
Dnorm			0.7348***		
Inorm			0.2555***		
Snorm				1.0359***	
BI					0.9924***
Constant	0.0101	0.0082	0.0070	0.0003	0.0059
N	145.0000	145.0000	145.0000	145.0000	145.0000
rss	0.1590	0.1442	0.1743	0.0615	0.0543
F	1545.6830	2292.7026	2863.0932	8323.7800	18858.7633
r2	0.9779	0.9799	0.9758	0.9915	0.9925
r2_a	0.9772	0.9795	0.9755	0.9914	0.9924



ภาพที่ 4.22 ผลการประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรงตามกรอบแนวคิดของงานวิจัยแอปพลิเคชันเอกซ์บ็อกซ์ไลฟ์ (X Box live)

จากรูปภาพที่ 4.20 สามารถอธิบายผลการศึกษาของแอปพลิเคชันเอกซ์บอกซ์ไลฟ์ (X Box live) ได้ดังนี้

ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้แอปพลิเคชัน เอกซ์บอกซ์ไลฟ์ (X Box live) สูงสุดคือ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยี มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.623 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติรองลงมาได้แก่ การรับรู้จำนวนเพลทฟอร์มของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันเอกซ์บอกซ์ไลฟ์ (X Box live) นั่นคือ ยิ่งผู้ใช้งานรับรู้ถึงการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยีมากเท่าไรผู้ใช้งานจะเห็นประโยชน์ของแอปพลิเคชันเอกซ์บอกซ์ไลฟ์ (X Box live) มากขึ้น ส่วนการ การรับรู้จำนวนผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน และการรับรู้องค์ประกอบที่มีต่อการใช้งาน นั้นไม่มีส่วนสำคัญต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งานแอปพลิเคชันเอกซ์บอกซ์ไลฟ์ (X Box live)

ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติที่ดีต่อการใช้แอปพลิเคชันเอกซ์บอกซ์ไลฟ์ (X Box live) สูงสุดคือ การรับรู้ถึงความปลอดภัย ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 1.024 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติรองลงมาได้แก่ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยี นั่นคือ เมื่อผู้ใช้บริการรับรู้ถึงความปลอดภัยของการใช้งานแอปพลิเคชันเอกซ์บอกซ์ไลฟ์ (X Box live) จะยิ่งส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการใช้แอปพลิเคชันเอกซ์บอกซ์ไลฟ์ (X Box live) มากขึ้น ส่วน การรับรู้ถึงความมีประโยชน์ของเทคโนโลยี นั้นไม่มีส่วนสำคัญที่จะทำให้ผู้ใช้มีทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานแอปพลิเคชันเอกซ์บอกซ์ไลฟ์ (X Box live)

ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่ออิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงที่ใช้แอปพลิเคชันเอกซ์บอกซ์ไลฟ์ (X Box live) สูงที่สุด คืออิทธิพลของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.734 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติรองลงมาได้แก่ อิทธิพลของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย นั่นคือ ผู้ใช้แอปพลิเคชันเอกซ์บอกซ์ไลฟ์ (X Box live) ให้ความสำคัญกับอิทธิพลของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย ผู้ใช้แอปพลิเคชันเอกซ์บอกซ์ไลฟ์ (X Box live) อาจมีการติดต่อกับเพื่อนเล่นเกมออนไลน์ด้วยกันร่วมกับกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัว

ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเอกซ์บอกซ์ไลฟ์ (X Box live) สูงที่สุด คือ อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.734 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือผู้ที่ให้บริการให้ความสำคัญกับกลุ่มคนอ้างอิงมากกว่าทัศนคติที่ดีต่อการใช้แอปพลิเคชัน แสดงให้เห็นว่าผู้ที่ใช้บริการบนแอปพลิเคชันให้ความสำคัญถือกลุ่มอ้างอิงเป็นหลัก หากกลุ่มอ้างอิงใช้งานแอปพลิเคชันได้อย่างสมบูรณ์ ได้รับประโยชน์จากการใช้งานจะทำให้เกิดความตั้งใจใช้บริการมากขึ้น

ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเอกซ์บอกซ์ไลฟ์ (X Box live) คือ ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเอกซ์บอกซ์ไลฟ์ (X Box live) มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์อยู่ที่ 0.992 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ของแอปพลิเคชันเอกซ์บอกซ์ไลฟ์ (X Box live)

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเกมออนไลน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน PlayStation Store และ X box live และเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน PlayStation Store และ X box live กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน PlayStation Store และ X box live ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวนทั้งสิ้น 335 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t - test, F- test (one way anova) และวิเคราะห์แบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง (Linear Regression Model Analysis) สามารถสรุปผล อภิปรายผล และมีข้อเสนอแนะการวิจัย ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งาน PlayStation Store และ X box live เมื่อจำแนกตามเพศผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 272 คน รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 63 คน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 272 คน มีสถานภาพโสด จำนวน 174 คน การศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงาน/บริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 15,000 บาทขึ้นไป พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน PlayStation Store และ X box live ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การใช้งานระยะเวลา 1-6 เดือน ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้งานระยะเวลา 20-30 นาที ความถี่ในการใช้บ่อยทุกเดือน ใช้แอปพลิเคชันเพื่อสั่งซื้อเกม รองลงมาคือเพศหญิง จำนวน 63 คน

ความคิดเห็นของผู้ใช้งาน PlayStation Store และ X box live ในเรื่องพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเกมออนไลน์ พบว่า ผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน PlayStation Store และ X box live มีความคิดเห็นต่อทัศนคติต่อการมีเทคโนโลยีมากที่สุด รองลงมาคือ การเลือกใช้จริงของเทคโนโลยี ความตั้งใจในการใช้ อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง อิทธิพลของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย อิทธิพลของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง การรับรู้ถึงความปลอดภัย การรับรู้จำนวนเพลทฟอร์ม การรับรู้จำนวนผู้ใช้บริการ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ถึงความมีประโยชน์ การรับรู้องค์ประกอบที่มีต่อการใช้งานอยู่ในระดับน้อยสุด

การวิจัยครั้งนี้พบว่า มีตัวแปรที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเกมออนไลน์ของแอปพลิเคชัน PlayStation Store และ X box live มากที่สุด คือ ความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี ค่าสัมประสิทธิ์รองลงมาคือ การรับรู้ถึงความปลอดภัย อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง อิทธิพลของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย อิทธิพลของกลุ่มคนใกล้ชิด การรับรู้ถึงความมีประโยชน์ ทัศนคติต่อการมีเทคโนโลยี การรับรู้องค์ประกอบ การรับรู้จำนวนเพลทฟอร์ม การรับรู้ถึงความง่าย การรับรู้จำนวนผู้ใช้บริการ ตามลำดับ ค่าน้อยที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเกมออนไลน์ของแอปพลิเคชัน PlayStation Store และ X box live ได้แก่ การรับรู้จำนวนผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน การรับรู้จำนวนเพลทฟอร์มของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน การรับรู้องค์ประกอบที่มีต่อการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ถึงความมีประโยชน์ของเทคโนโลยี การรับรู้ถึงความปลอดภัย ทักษะคิดต่อการมีเทคโนโลยี อิทธิพลของกลุ่มคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง อิทธิพลของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง ความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี การเลือกใช้จริงของเทคโนโลยี สอดคล้องตามแนวคิดและทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีและผลกระทบเครือข่ายภายนอก (TAM Network Externality) เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากทฤษฎี TRA และทฤษฎี TAM ดังนั้น กลุ่มผู้ใช้งาน PlayStation Store และ X box live โดยพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเกมออนไลน์ของแอปพลิเคชัน PlayStation Store และ X box live พบว่าผู้ใช้บริการ PlayStation Store มีความคิดเห็นต่อการรับรู้จำนวนผู้ใช้บริการ (Perceived Number of peers) การรับรู้จำนวนเพลทฟอร์ม (Perceived Number of cross-pf) การรับรู้องค์ประกอบที่มีต่อการใช้งาน (Perceived Complement) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ (Perceived Usefulness) การรับรู้ถึงความมีประโยชน์ (Perceived Ease of Use) การรับรู้ถึงความปลอดภัย (Perceived Security) ทักษะคิดต่อการมีเทคโนโลยี (Attitude towards Technology) พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน (Behavior Intention) และการใช้งานจริง (Usage Behavior) อยู่ในระดับที่สูงกว่าผู้ใช้ X box live ซึ่งสอดคล้องกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีและผลกระทบเครือข่ายภายนอก (TAM Network Externality) เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากทฤษฎี TRA และทฤษฎี TAM ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเกมออนไลน์ ของแอปพลิเคชัน PlayStation Store และ X box live ซึ่งสอดคล้องกับ ธนพัทธ เอมะบุตร (2557) ปัจจุบันที่มีผลอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระบบของเกมออนไลน์ไม่ยุ่งยากซับซ้อน เทคโนโลยีมีความทันสมัย สะดวกรวดเร็วต่อการใช้งาน และระบบของเกมออนไลน์ใช้งานง่าย การยอมรับการใช้เทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ วิธีการใช้แอปพลิเคชัน PlayStation Store และ X box live ผู้ใช้ส่วนใหญ่คิดว่าเห็นด้วยอย่างยิ่งในการใช้แอปพลิเคชัน PlayStation Store และ X box live สามารถเข้าใจได้ง่าย

5.3 ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในงานวิจัย

ผลการศึกษา พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเกมออนไลน์ของแอปพลิเคชัน PlayStation Store และ X box live พบว่า พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเกมออนไลน์ ทางแอปพลิเคชันต้องให้ความสำคัญในทุกๆด้าน เนื่องจากสมาชิกที่มาใช้บริการทุกคนต่างมีความหลากหลายและมุ่งหวังที่จะได้รับบริการที่ดีและประทับใจ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1.1 ควรเน้นเรื่ององค์ประกอบของการทำงานในการใช้บริการ ต่างๆ ของแอปพลิเคชัน เช่น การดาวน์โหลดแอปพลิเคชันอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าการใช้บริการ PlayStation Store และ X box live มีความหลากหลาย

1.2 ควรเน้นพัฒนาเทคโนโลยีให้ทันสมัยยิ่ง ๆ ขึ้น ดังเช่น การออกเครื่องเล่นอุปกรณ์เสริมหรือบริการใหม่ ๆ ออกมา ทำให้แอปพลิเคชันเกิดความน่าสนใจตลอดเวลา

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

จากงานวิจัยฉบับนี้สามารถนำผลที่ได้ไปใช้อธิบาย พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเกมออนไลน์ของแอปพลิเคชัน PlayStation Store และ X box live ในภาพรวมเท่านั้น ผลจากการวิจัยสามารถนำไปใช้อธิบายได้เพียงช่วงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น ควรทำการวิจัยซ้ำ เพื่อยืนยันผลวิจัย เมื่อระยะเวลาผ่านไปมีเทคโนโลยีใหม่ๆ เกิดขึ้นอาจทำให้มีปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการแอปพลิเคชัน PlayStation Store และ X box live ผู้สนใจที่จะศึกษาในหัวข้อเรื่องนี้ควรนำผลการวิจัยนี้ไปเปรียบเทียบกับผลการวิจัยในอนาคตเพื่อจะได้ทราบถึงความเปลี่ยนแปลงและความแตกต่าง



บรรณานุกรม

ชาญวิทย์ พรนภดล. (2556). ประเภทเกมอิเล็กทรอนิกส์ [ออนไลน์] สืบค้นเมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2562. จาก <http://www.healthygamer.net/information/story/14134>

ชลลดา บุญโท. (2554). พฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และผลกระทบจากเกมออนไลน์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ดารา ที่ปะปาล. (2542: น.3) พฤติกรรมผู้บริโภค การศึกษาถึงหน่วยการซื้อ และกระบวนการแลกเปลี่ยนที่เกี่ยวข้องกับการได้มา การบริโภค และการกำจัดอันเกี่ยวข้องกับสินค้า บริการ ประสิทธิภาพและความคิด เข้าถึงได้จาก:http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Man/Napatsanan_S.pdf

ธนพัทธ์ เอมะบุตร. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเล่นเกมออนไลน์ของ ประชาชนใน กรุงเทพมหานครปี 2558 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปิ่นฉัตร ชัชวรัตน์ และ ดลฤดี เพชรขำว. (2552). ประเภทของเกมคอมพิวเตอร์: ข้อค้นพบจากงานวิจัย ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการติดเกมของเยาวชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา.

วิโรจน์ อารีย์กุล. (2549). คำแนะนำและแนวทางในการป้องกันและลดปัญหาของเด็กและเยาวชนต่อความรุนแรงรูปแบบต่าง ๆ ในวิดีโอเกม. ภาควิชาเวชศาสตร์ทหารและชุมชน วิทยาลัยแพทยศาสตร์พระมงกุฎเกล้า.

ศุภร เสรีรัตน์. (2550 น.5) พฤติกรรมผู้บริโภค การกระทำต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ ได้มา ซึ่งการบริโภคและการใช้จ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้น ทั้งก่อนและหลังการกระทำดังกล่าว เข้าถึงได้จาก:

<http://it.nation.ac.th/research/ntu/files/56011310532222.pdf>, 25 มกราคม 2563

กล่องดำ (black box) ลักษณะที่ประกอบขึ้นเป็นมนุษย์แต่ละคนประกอบด้วยลักษณะทางบุคลิกภาพ (characteristic) ซึ่งได้แก่องค์ประกอบของมนุษย์แต่ละคนรวมทั้งตั้งแต่การแสดงออกทางกายจนถึงสภาพทัศนคติที่ต่อเรื่องต่างๆ เข้าถึงได้จาก : <https://greedisgoods.com/black-box-model/>

ข้อมูล Application PlayStation Store เข้าถึงได้จาก :

<https://www.beartai.com/news/game-news/134347>, 25 มกราคม 2563

<https://www.sanook.com/game/954900/>, 25 มกราคม 2563

<https://notebookspec.com/topics/playstation-4/>, 25 มกราคม 2563

https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B9%80%E0%B8%9E%E0%B8%A5%E0%B8%A2%E0%B9%8C%E0%B8%AA%E0%B9%80%E0%B8%95%E0%B8%8A%E0%B8%B1%E0%B8%99_4, 26 มกราคม 2563

ข้อมูล Application X box live เข้าถึงได้จาก :

<https://www.beartai.com/news/game-news/134347>, 27 มกราคม 2563

<http://thaibox360.blogspot.com/2011/07/xbox-live.html>, 28 มกราคม 2563

ข้อมูลยอดขาย PlayStation และ X box เข้าถึงได้จาก : <https://www.online-station.net/pc-console-game/view/123824>, 30 มกราคม 2563



ภาคผนวก

ภาคผนวก
แบบสอบถาม

“พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเกมออนไลน์”

แบบสอบถามชุดที่ 1

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชัน playstation store

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้แอปพลิเคชัน playstation store เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการทำวิจัยในการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยในส่วนของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการแอปพลิเคชัน playstation store

ตอนที่ 3 การยอมรับเทคโนโลยีการใช้แอปพลิเคชัน playstation store

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1 เพศ

1. ชาย
2. หญิง

2. อายุ

1. น้อยกว่า 23 ปี
2. 22 - 39 ปี
3. 40 - 54 ปี
4. ตั้งแต่ 54 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพการสมรส

1. โสด
2. สมรส
3. หย่าร้าง

4. การศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
2. กำลังศึกษาปริญญาตรี/ปริญญาตรี
3. กำลังศึกษาปริญญาโท/ปริญญาโท
4. สูงกว่าปริญญาโทขึ้นไป
4. สูงกว่าปริญญาโทขึ้นไป

5. อาชีพ

1. นิสิต / นักศึกษา
2. รัฐบาล / รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ
3. พนักงานบริษัทเอกชน
4. ธุรกิจส่วนตัว
5. วางงาน/แม่บ้าน
6. อื่นๆ

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 15,000 บาท
2. 15,001 – 30,000 บาท
3. 30,001 – 50,000 บาท
4. มากกว่า 50,001 บาท

ตอนที่ 2 ข้อมูลการใช้แอปพลิเคชัน playstation store

1, ท่านมีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชัน playstation store มานานเพียงไร

1. น้อยกว่า 1 เดือน
2. ใช้มา 1-6 เดือนแล้ว
3. ใช้มา 7-12 เดือนแล้ว
4. มากกว่า 1 ปี

2. เวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการใช้งาน playstation store

1. น้อยกว่า 10 นาที
2. ประมาณ 10-20 นาที
3. ประมาณ 20-30 นาที
4. มากกว่า 30 นาที

3. ท่านใช้บริการแอปพลิเคชัน playstation store บ่อยแค่ไหน (ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน)

1. น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน
2. บ่อย ทุกเดือน
3. บ่อยมาก เกือบทุกวัน มากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์

4. ท่านสั่งซื้อเกมส์ประเภทใดมากที่สุด *

- 1.sport
- 2.RPG
- 3.Survive
4. อื่นๆ

5. มูลค่าทางบัญชีที่ผูกติดกับการใช้บริการ PlayStation Store *

- 1.ต่ำกว่า 1,000
2. 1,001 – 5,000
3. 5,001 – 10,000
4. 10,000 ขึ้นไป

6. ท่านใช้เงินสดหรือบัตรเครดิตชำระค่าสินค้าหรือบริการ *

1. เงินสด
2. บัตรเครดิต
3. โอนเงินผ่าน พร้อมเพย์ แอปธนาคาร
4. อีวอลเลต เช่น ทรูวอลเลต ไลน์เพย์

7. ท่านใช้บริการ PlayStation Store บนอุปกรณ์ชนิดใด

1. ไอโฟน
2. แอนดรอย
3. เครื่องเล่น PlayStation
4. อื่นๆ

8. ท่านใช้แอปพลิเคชัน playstation store เพื่อวัตถุประสงค์ใดมากที่สุด

หัวข้อ	ใช่	ไม่ใช่
1. อัปเดตข่าวสารเกมส์		
2. สั่งซื้อเกมส์		
3. พูดคุยกับผู้ใช้บริการรายอื่น		
4. อื่นๆ		

ตอนที่ 3 การยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน playstation store

ระดับความคิดเห็น	5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับความคิดเห็น	4	หมายถึง	เห็นด้วย
ระดับความคิดเห็น	3	หมายถึง	เฉย ๆ
ระดับความคิดเห็น	2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
ระดับความคิดเห็น	1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

1. คุณคิดว่าจำนวนผู้ใช้งานกับแอปพลิเคชัน playstation

1. b1 มีมีจำนวนมาก
2. b2 มีมีเพียงพอต่อการเรียกใช้บริการ
3. b3 มีครอบคลุมในทุกพื้นที่ให้ท่านเรียกใช้บริการ

2. คุณคิดว่าแอปพลิเคชันที่เข้าร่วมกับ playstation store ได้

1. b4 มีมีจำนวนมาก
2. b5 มีมีเพียงพอต่อบริการที่ต้องการเข้าร่วม
3. b6 สามารถใช้ร่วมกันได้ง่าย

3. คุณคิดว่าบริการต่างๆ ของแอปพลิเคชัน playstation store (Perceived Complementarity)

1. b7 สามารถใช้ได้ไม่ยาก
2. b8 สามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. b9 มีครอบคลุมทุกบริการที่เกี่ยวข้องกับ playstation

4. คุณคิดว่าวิธีการใช้แอปพลิเคชัน playstation store
 1. b10 สามารถเรียนรู้ได้ง่าย
 2. b11 สามารถเข้าใจได้ไม่ยาก
 3. b12 มีระบบการใช้บริการซื้อสินค้าที่ง่ายต่อการใช้งาน
5. คุณคิดว่าการเลือกใช้ออปพลิเคชัน playstation store
 1. b13 ช่วยลดปัญหาในคุณภาพสินค้า
 2. b14 มีช่วยประหยัดเวลาในการเดินทาง
 3. b15 ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้า
 4. b16 มีความปลอดภัยต่อผู้ใช้บริการ
6. คุณคิดว่าแอปพลิเคชัน playstation store มีระบบ
 1. b17 การป้องกันการขโมยข้อมูลของผู้ใช้บริการที่เชื่อถือได้
 2. b18 การยืนยันตัวตนผู้ใช้บริการที่ดี
 3. b19 การดูแลระบบหลังการขายที่ดี
 4. b20 การบันทึกข้อมูลการใช้บริการที่ดี
7. การใช้แอปพลิเคชัน playstation store
 5. b21 เป็นความคิดที่ฉลาด
 6. b22 เป็นความคิดที่ดี
 7. b23 มีความคุ้มค่า
 8. b24 คุณชอบใช้บริการ playstation store
8. บรรทัดฐานของคนในครอบครัวและเพื่อน (Descriptive Norm)
 1. b25 เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการ playstation store
 2. b26 เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการ playstation store
 3. b27 สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการ playstation store
 4. b28 สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการ playstation store
9. บรรทัดฐานของคนที่ติดต่อด้วย (Injunctive Norm)
 1. b29 คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการ playstation store
 2. b30 ที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการ playstation store
 3. b31 คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการ playstation store
 4. b32 ที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการ playstation store
10. บรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง (Subjective Norm)
 1. b33 เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่ใช้บริการ playstation store
 2. b34 สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่ใช้บริการ playstation store
 3. b35 คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่ใช้บริการ playstation store
 4. b36 คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่ใช้บริการ playstation store

11. ความตั้งใจใช้ (Behavior Intention)

1. b37 คุณตั้งใจจะเลือกใช้บริการ playstation store
2. b38 หากต้องสั่งสินค้า คุณจะใช้บริการ playstation store

12. พฤติกรรมการใช้ (Usage Behavior)

1. b39 ใช้บริการ playstation store ทุกครั้งที่ซื้อสินค้า
2. b40 บริการ playstation store เป็นประจำ



แบบสอบถามชุดที่ 2

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชัน X Box live

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้แอปพลิเคชัน Twitter เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการทำวิจัยในการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ โดยในส่วนของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการแอปพลิเคชัน X Box live

ตอนที่ 3 การยอมรับเทคโนโลยีการใช้แอปพลิเคชัน X Box live

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

1. น้อยกว่า 23 ปี

2. 22 - 39 ปี

3. 40 - 54 ปี

4. ตั้งแต่ 54 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพการสมรส

1. โสด

2. สมรส

3. หย่าร้าง

4. การศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

2. กำลังศึกษาปริญญาตรี/ปริญญาตรี

3. กำลังศึกษาปริญญาโท/ปริญญาโท

4. สูงกว่าปริญญาโทขึ้นไป

5. อาชีพ

1. นิสิต / นักศึกษา

2. รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ

3. พนักงานบริษัทเอกชน

4. ธุรกิจส่วนตัว

5. ว่างาน/แม่บ้าน

6. อื่นๆ

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 15,000 บาท
2. 15,001 – 30,000 บาท
3. 30,001 – 50,000 บาท
4. มากกว่า 50,001 บาท

ตอนที่ 2 ข้อมูลการใช้แอปพลิเคชัน X Box live

1. ท่านมีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชัน X Box live มานานเพียงไร

- น้อยกว่า 1 เดือน
- ใช้มา 1-6 เดือนแล้ว
- ใช้มา 7-12 เดือนแล้ว
- มากกว่า 1 ปี

2. เวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการใช้งาน X Box live

1. น้อยกว่า 10 นาที
2. ประมาณ 10-20 นาที
3. ประมาณ 20-30 นาที
4. มากกว่า 30 นาที

3. ท่านใช้บริการแอปพลิเคชัน X Box live บ่อยแค่ไหน (ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน)

1. น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน
2. บ่อย ทุกเดือน
3. บ่อยมาก เกือบทุกวัน มากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์

4. ท่านสั่งซื้อเกมส์ประเภทใดมากที่สุด *

- 1.sport
- 2.RPG
- 3.Survive
4. อื่นๆ

5. มูลค่าทางบัญชีที่ผูกติดกับการใช้บริการ X Box live *

1. ต่ำกว่า 1,000
2. 1,001 – 5,000
3. 5,001 – 10,000
4. 10,000 ขึ้นไป

6. ท่านใช้เงินสดหรือบัตรเครดิตชำระค่าสินค้าหรือบริการ *

1. เงินสด
2. บัตรเครดิต
3. โอนเงินผ่าน พร้อมเพย์ แอปธนาคาร
4. อีวอลเลต เช่น ทรูวอลเลต ไลน์เพย์

7. ท่านใช้บริการ X Box live บนอุปกรณ์ชนิดใด

1. ไอโฟน
2. แอนดรอย
3. เครื่องเล่น X Box live
4. อื่นๆ

8. ท่านใช้แอปพลิเคชัน X Box live เพื่อวัตถุประสงค์ใดมากที่สุด

หัวข้อ	ใช่	ไม่ใช่
1. อัปเดตข่าวสารเกมส์		
2. สั่งซื้อเกมส์		
3. พูดคุยกับผู้ใช้บริการรายอื่น		
4. อื่นๆ		

ตอนที่ 3 การยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน X Box live

ระดับความคิดเห็น	5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับความคิดเห็น	4	หมายถึง	เห็นด้วย
ระดับความคิดเห็น	3	หมายถึง	เฉย ๆ
ระดับความคิดเห็น	2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
ระดับความคิดเห็น	1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

1. คุณคิดว่าจำนวนผู้ใช้งานกับแอปพลิเคชัน X Box live

1. b1 มีมีจำนวนมาก
2. b2 มีมีเพียงพอต่อการเรียกใช้บริการ
3. b3 มีครอบคลุมในทุกพื้นที่ให้ท่านเรียกใช้บริการ

2. คุณคิดว่าแอปพลิเคชันที่ใช้ร่วมกับ X Box live ได้

1. b4 มีมีจำนวนมาก
2. b5 มีมีเพียงพอต่อบริการที่ต้องการใช้ร่วม
3. b6 สามารถใช้ร่วมกันได้ง่าย

3. คุณคิดว่าบริการต่างๆ ของแอปพลิเคชัน X Box live (Perceived Complementarity)

1. b7 สามารถใช้ได้ไม่ยาก
2. b8 สามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. b9 มีครอบคลุมทุกบริการที่เกี่ยวข้องกับ X Box live

4. คุณคิดว่าวิธีการใช้แอปพลิเคชัน X Box live

1. b10 สามารถเรียนรู้ได้ง่าย
2. b11 สามารถเข้าใจได้ไม่ยาก
3. b12 มีระบบการให้บริการซื้อสินค้าที่ง่ายต่อการใช้งาน

5. คุณคิดว่าการเลือกใช้แอปพลิเคชัน X Box live
 1. b13 ช่วยลดปัญหาในคุณภาพสินค้า
 2. b14 มีช่วยประหยัดเวลาในการเดินทาง
 3. b15 ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้า
 4. b16 มีความปลอดภัยต่อผู้ใช้บริการ
6. คุณคิดว่าแอปพลิเคชัน X Box live มีระบบ
 1. b17 การป้องกันการขโมยข้อมูลของผู้ใช้บริการที่เชื่อถือได้
 2. b18 การยืนยันตัวตนผู้ใช้บริการที่ดี
 3. b19 การดูแลระบบหลังการขายที่ดี
 4. b20 การบันทึกข้อมูลการใช้บริการที่ดี
7. การใช้แอปพลิเคชัน X Box live
 5. b21 เป็นความคิดที่ฉลาด
 6. b22 เป็นความคิดที่ดี
 7. b23 มีความคุ้มค่า
 8. b24 คุณชอบใช้บริการ X Box live
8. บรรทัดฐานของคนในครอบครัวและเพื่อน (Descriptive Norm)
 1. b25 เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการ X Box live
 2. b26 เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการ X Box live
 3. b27 สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการ X Box live
 4. b28 สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการ X Box live
9. บรรทัดฐานของคนที่ดีต่อด้วย (Injunctive Norm)
 1. b29 คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการ X Box live
 2. b30 ที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการ X Box live
 3. b31 คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการ X Box live
 4. b32 ที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการ X Box live
10. บรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง (Subjective Norm)
 1. b33 เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่ใช้บริการ X Box live
 2. b34 สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่ใช้บริการ X Box live
 3. b35 คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่ใช้บริการ X Box live
 4. b36 คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่ใช้บริการ X Box live
11. ความตั้งใจใช้ (Behavior Intention)
 1. b37 คุณตั้งใจจะเลือกใช้บริการ X Box live
 2. b38 หากต้องสั่งสินค้า คุณจะใช้บริการ X Box live
12. พฤติกรรมการใช้ (Usage Behavior)
 1. b39 ใช้บริการ X Box live ทุกครั้งที่ซื้อสินค้า
 2. b40 บริการ X Box live เป็นประจำ

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	ว่าที่ร.ต.พงศกร รันดาเว
วัน เดือน ปีเกิด	22 กรกฎาคม 2534
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ที่อยู่ปัจจุบัน	494 สุขุมวิท 1 เขตลาดพร้าว แขวงลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร
สถานที่ทำงาน	ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2552	มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนลาดปลาเค้าพิทยาคม
พ.ศ. 2552	วิทยาลัยเทคนิคกาญจนาภิเษกมหานคร
พ.ศ. 2558	ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชา ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันราชภัฏพระนคร
ประสบการณ์ทำงาน	
พ.ศ. 2555 – 2558	ฝ่ายช่างเทคนิค บริษัท CGO-400 จำกัด
พ.ศ. 2558 – 2559	ฝ่ายช่างเทคนิค บริษัทไฟร์คอน จำกัด
พ.ศ. 2559 – 2560	โปรเจ็คไซต์ บริษัทวีมิคกรุ๊ป จำกัด
พ.ศ. 2560 - ปัจจุบัน	ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

