



ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี และ พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน
แก็็บแท็บเล็ต และ โน้ตบุ๊ก

กนกวรรณ แก้วเกิด

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์



FACTORS AFFECTING TECHNOLOGY ACCEPTANCE AND USAGE AND
BEHAVIOR OF GRAB TAXI AND LINE TAXI APPLICATION

Kanokwan Kaewkerd

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

Copyright of Rajamangala University of Technology Rattanakosin

ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี และ พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน
แก็็บแท็บเล็ต และ โน้ตบุ๊ก

กนกวรรณ แก้วเกิด

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

FACTORS AFFECTING TECHNOLOGY ACCEPTANCE AND USAGE AND
BEHAVIOR OF GRAB TAXI AND LINE TAXI APPLICATION

Kanokwan Kaewkerd

Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of 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
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ชื่อการค้นคว้าอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี และ พฤติกรรมการใช้
แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ และ ไลน์แท็กซี่
ชื่อผู้วิจัย นางสาวกนกวรรณ แก้วเกิด
วิชาเอก การเงินเชิงนวัตกรรม
อาจารย์ที่ปรึกษา ผศ.ดร.ศรีสมร ผ่องพุดิ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีอนุมัติให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

..... ผู้อำนวยการวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
(รพี ม่วงนนท์)

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

..... ประธานกรรมการ
(รศ.ดร.ธাত্রี จันทร์โคติกา)
..... กรรมการ
(ผศ.ดร.กอบกุล จันทร์โคติกา)
..... กรรมการ
(ผศ.ดร.ศรีสมร ผ่องพุดิ)



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

Independent Study Title Factors Affeting Technology Acceptance and Usage
Behavior of Grab Taxi and Line Taxi Applications

Researcher Miss Kanokwan Kaewkerd

Major Innovative Finance

Advisor Asst. Prof. Srisamorn Pongput, 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, College of Innovation Management
(Rapee Moungnont, M.B.A)

Independent Study Committee

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

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

..... Member
(Asst.Prof.Srisamorn Pongput, D.B.A.)

ชื่อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี และ พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน แกร็บแท็กซี่ และ ไลน์แท็กซี่
ชื่อผู้วิจัย	นางสาวกนกวรรณ แก้วเกิด
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ.ดร.ศรีสมร ผ่องพุฒิ
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยี และ พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ และ ไลน์แท็กซี่ และ (2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี และ พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ และ ไลน์แท็กซี่ โดยมีกรอบแนวคิดของงานวิจัยประยุกต์จาก แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี

วิธีการสำรวจ เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ จำนวน 400 คน จากผู้ใช้แอปพลิเคชัน เพื่อตอบแบบสอบถาม และ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ตัวแปรทวินาม และ การวิเคราะห์แบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง

ผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้ใช้แอปพลิเคชัน แกร็บแท็กซี่ มีการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในระดับที่ ต่ำกว่า การยอมรับเทคโนโลยี และ พฤติกรรมการใช้ของผู้ใช้แอปพลิเคชัน ไลน์แท็กซี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี และ พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน แกร็บแท็กซี่ และ ไลน์แท็กซี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ประกอบด้วย การรับรู้จำนวนผู้ใช้งาน การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงความปลอดภัย ทัศนคติต่อแอปพลิเคชัน บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อกับ บรรทัดฐานคนในครอบครัวและ เพื่อน บรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิง พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน และ การใช้งานจริง

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน แกร็บแท็กซี่ ไลน์แท็กซี่

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาหลัก.....

Independent Study Title	Factors Affecting Technology Acceptance and Usage Behavior of Grab Taxi and Line Taxi Applications
Researcher	Miss Kanokwan Kaewkerd
Degree Sought	Master of Business Administration
Advisor	Asst.Prof.Srisamorn Pongput, D.B.A.
Academic Year	2019

Abstract

The objective of this research is to compare the acceptance of technology and application behavior of Grab Taxi and Line Taxi and to study factors affecting the adoption of technology and application behavior. Grab Taxis and Line Taxi with the concept of applied research from Technology acceptance model.

Stratified random sampling technique was applied to select 400 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 and usage behavior of Grab Taxi application were lower than those of Line Taxi; and factors that significantly affected level of technology acceptance and usage behavior of Grab Taxi and Line Taxi applications consisted of perceived number of peers, perceived number of cross platforms, perceived complementarity, perceived usefulness, perceived ease of use, Perceived Security, Attitude towards Application, Injunctive Norm, Descriptive Norm, Subjective Norm, Behavior Intention and Usage Behavior

Keywords: Technology Acceptance, Usage Behavior of Application, Grab Taxi, Line Taxi

Advisor's Signature.....

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยในครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระของการศึกษาในหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ซึ่งผู้ศึกษางานวิจัยขอขอบคุณวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ พื้นที่ศาลายา รศ.ดร.ชาติรี จันทรโคติกา และ ผศ.ดร.ศรีสมร ผ่องพุฒิ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่สนับสนุนการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ให้สำเร็จไปด้วยดี จึงขอขอบคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณ คณะครูอาจารย์ บุคลากรของวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ คำแนะนำแก่ผู้วิจัย จนสำเร็จการศึกษา

ขอขอบคุณ กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการรถยนต์โดยสารแท็กซี่กับแอปพลิเคชัน แกร็บแท็กซี่ และไลน์แท็กซี่ ผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม และ คอยสนับสนุนการดำเนินงานวิจัยนี้

ผู้เขียนมีความซาบซึ้งในความกรุณาอันดีจากทุกคนที่ได้กล่าวนามมา และขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

กนกวรรณ แก้วเกิด

มีนาคม 2563



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญ	(4)
สารบัญตาราง	(5)
สารบัญภาพ	(6)
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญ และ ที่มาของงานวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 คำถามในการวิจัย	4
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	4
1.5 ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษา	4
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	
2.1 ข้อมูลที่เกี่ยวกับแอปพลิเคชัน	5
2.2 แนวคิด และ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
2.3 กรอบแนวความคิดของงานวิจัย	10
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
2.5 สมมุติฐานของการศึกษา	14
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 กลุ่มตัวอย่าง	15
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	16
3.3 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล	20
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง และ ข้อมูลที่ได้รับ	27
4.2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าดัชนี	42
4.3 ผลการประเมินค่าแบบจำลอง	54

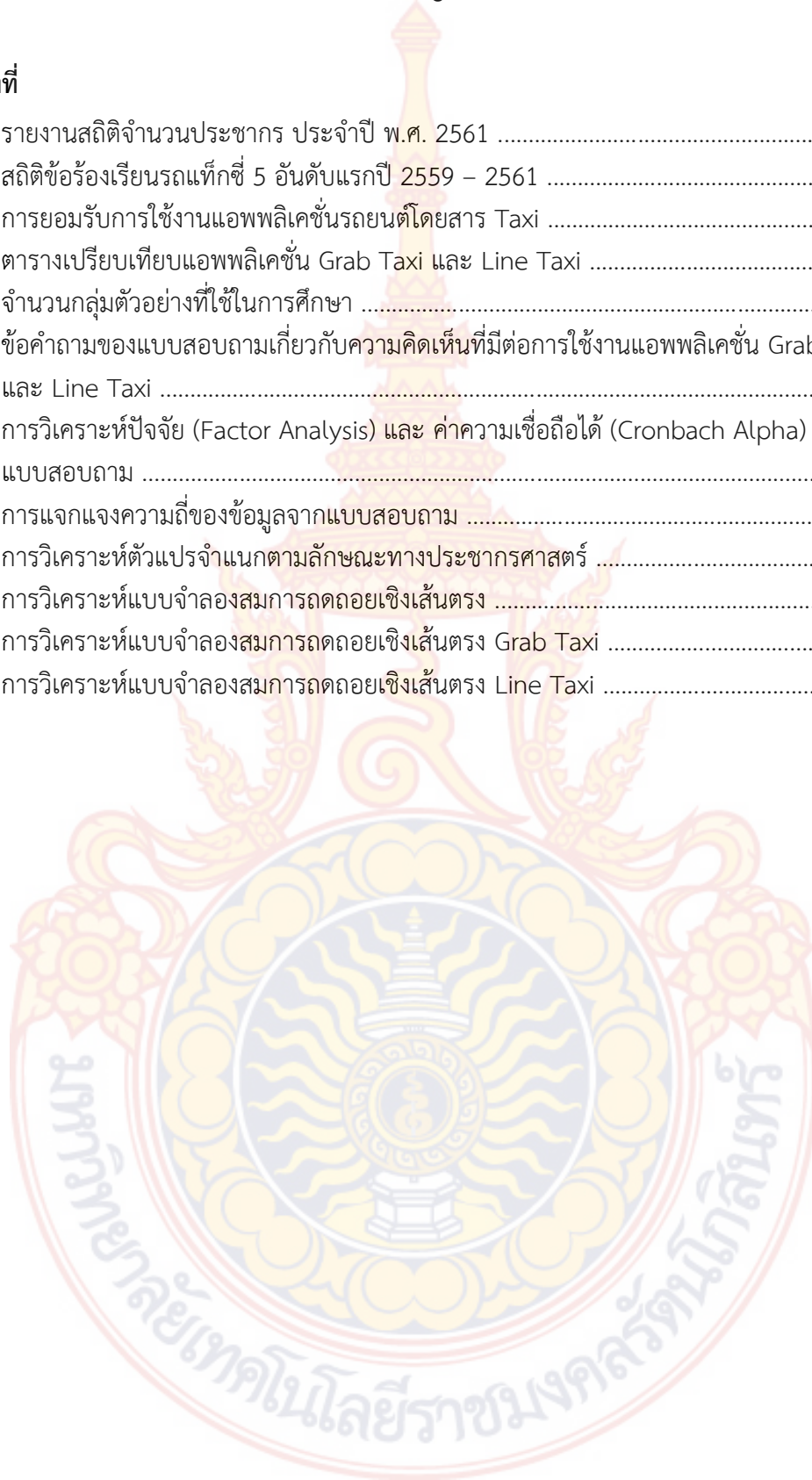
สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลการศึกษาวิจัย และ ข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	64
5.2 การอภิปรายผล	64
5.3 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา	65
บรรณานุกรม	67
ภาคผนวก	70
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	71
ประวัติผู้วิจัย	85



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 รายงานสถิติจำนวนประชากร ประจำปี พ.ศ. 2561	1
1.2 สถิติซื้อรถยนต์ใหม่ประจำปี 2559 – 2561	2
1.3 การยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันรถยนต์โดยสาร Taxi	2
1.4 ตารางเปรียบเทียบแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi	3
3.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	16
3.2 ข้อคำถามของแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi	17
3.3 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และ ค่าความเชื่อถือได้ (Cronbach Alpha) ของแบบสอบถาม	22
4.1 การแจกแจงความถี่ของข้อมูลจากแบบสอบถาม	36
4.2 การวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์	43
4.3 การวิเคราะห์แบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง	54
4.4 การวิเคราะห์แบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง Grab Taxi	58
4.5 การวิเคราะห์แบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง Line Taxi	60



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (The Technology Acceptance Model: TAM) โดย Davis (1989)	9
2.2 โครงสร้างแบบจำลองขยายเพิ่มเติมความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใน TAM + 2S	11
4.1 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	27
4.2 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	28
4.3 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	28
4.4 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	29
4.5 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	29
4.6 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	30
4.7 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชัน .	31
4.8 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาเฉลี่ยที่ใช้งาน	31
4.9 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน	32
4.10 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเดินทางไปทำงาน	33
4.11 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเดินทางไปเรียน	33
4.12 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเดินทางกลับบ้าน	34
4.13 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเดินทางไปเที่ยว	34
4.14 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเดินทางอื่น ๆ	35
4.15 กราฟเรดาร์จำแนกตามแอปพลิเคชัน และ ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน	53
4.16 ผลการประเมินค่าแบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรงตามกรอบแนวคิดของงานวิจัย	55
4.17 ผลการประเมินค่าแบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง Grab Taxi	59
4.18 ผลการประเมินค่าแบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง Line Taxi	61

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความสำคัญ และ ที่มาของงานวิจัย

ในยุคปัจจุบันกรุงเทพมหานครถือเป็นเมืองที่มีปัญหาหลักเกี่ยวกับการคมนาคมเป็นอย่างมาก ซึ่งการเดินทางนับเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญในการขับเคลื่อนต่อการใช้ชีวิตประจำวันภายในสังคม อีกทั้งกรุงเทพมหานครยังเป็นศูนย์กลางการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย การเพิ่มรูปแบบการเดินทางจึงเป็นวิธีการแก้ปัญหาด้านการคมนาคมที่ดีในยุคปัจจุบัน หากเมืองใดมีระบบการคมนาคมที่ดีก็จะส่งผลให้เมืองนั้นน่าอยู่ไปด้วย ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจพบว่ากรุงเทพมหานครติดอันดับที่ 92 จาก 100 เมือง เรียกว่าสภาพเมืองของเราส่งผลต่อเศรษฐกิจ และ โอกาสเติบโตของประเทศก็เพิ่มมากขึ้นด้วย จำนวนประชากรในกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล มีจำนวนประชากร ดังนี้

ตารางที่ 1.1 รายงานสถิติจำนวนประชากร ประจำปี พ.ศ.2561

ตราประจำจังหวัด	ชื่อจังหวัดอักษรไทย	ชื่อจังหวัดอักษรโรมัน	จำนวนประชากร (คน)
	กรุงเทพมหานคร	Bangkok	5,676,648
	นครปฐม	Nakhon Pathom	917,053
	นนทบุรี	Nonthaburi	1,246,295
	ปทุมธานี	Pathum Thani	1,146,092
	สมุทรปราการ	Samut Prakan	1,326,608
	สมุทรสาคร	Samut Sakhon	577,964

ที่มา : กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย

จากข้อมูลของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ที่มีผลต่อกรมการขนส่งทางบก กรุงเทพมหานครซึ่งกำลังอยู่ในระหว่างการพัฒนาด้านการคมนาคมเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังพบว่าประชาชนที่ใช้บริการแท็กซี่โดยสารทั่วไปพบปัญหาการให้บริการ จึงทำให้ประชาชนเลือกรูปแบบการเดินทางไปยังที่ต่าง ๆ ด้วยการควบคุมผ่านสมาร์ตโฟน ไม่เสี่ยงต่อการถูกปฏิเสธการรับผู้โดยสาร การแสดงกิริยาจาไม่สุภาพต่อผู้โดยสาร ขับรถประมาทหวาดเสียว ไม่ส่งผู้โดยสารตามที่ตกลง และ ไม่ใช้มาตรค่าโดยสาร ดังนี้

ตารางที่ 1.2 สถิติข้อร้องเรียนรถแท็กซี่ 5 อันดับแรกปี 2559 – 2561

ประเด็นที่มีการร้องเรียนมากที่สุด	ปี 2559 (เรื่อง)	ปี 2560 (เรื่อง)	ปี 2561 (เรื่อง)
1. ปฏิเสธไม่รับผู้โดยสาร	18,891	20,876	21,309
2. แสดงกิริยาจาไม่สุภาพ	6,019	7,011	7,162
3. ขับรถประมาทหวาดเสียว	4,125	5,091	5,706
4. ไม่ส่งผู้โดยสารตามที่ตกลง	3,808	3,652	3,569
5. ไม่ใช้มาตรค่าโดยสาร	3,999	4,427	3,803
รวม	36,842	41,057	41,549

ที่มา : กรมการขนส่งทางบก กระทรวงคมนาคม

จากกรณีปัญหาการใช้บริการแท็กซี่ที่มีเพิ่มมากขึ้น และการนิยมใช้สมาร์ทโฟนเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย จึงทำให้การเรียกใช้แอปพลิเคชันรถยนต์โดยสาร Taxi เป็นที่ยอมรับเป็นอย่างมาก ซึ่งตอบสนองความต้องการของคนยุคใหม่ที่ใช้ประโยชน์กับสื่อออนไลน์ เพื่อความสะดวกสบาย ปลอดภัย ประหยัดเวลา สามารถระบุตำแหน่งจุดหมายปลายทางได้ตามความต้องการ เพื่อให้รถยนต์โดยสารมารับได้ สามารถตรวจสอบประวัติคนขับได้อย่างชัดเจน รู้ถึงงบประมาณการเดินทาง จึงเป็นสาเหตุในการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันรถยนต์โดยสาร Taxi ที่เร่งรีบต่อการใช้ชีวิตประจำวัน ดังนี้

ตารางที่ 1.3 การยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันรถยนต์โดยสาร Taxi

	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
ความจำเป็นต้องเพิ่มจำนวนรถโดยสารให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ	57.28	42.72
ความคิดเห็นต่อการใช้เทคโนโลยี	85.44	14.56
ความคิดเห็นต่อการนำรถโดยสารส่วนตัวมาเป็นรถสาธารณะให้ประชาชนเดินทางง่ายขึ้น และไม่เพิ่มจำนวนรถบนถนน	70.31	29.69

ที่มา : สถาบันวิจัย และ บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (เอยูโพล)

Grab Taxi และ Line Taxi คือรูปแบบการเดินทางที่ตอบสนองความต้องการกับสังคมในยุคปัจจุบัน ผู้ใช้บริการสามารถเรียกการใช้งานผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อความสะดวกสบาย การเดินทางที่ปลอดภัย อีกทั้งไม่ต้องเจอปัญหาการถูกปฏิเสธ เพื่อความรวดเร็วในการใช้บริการ และ เทคโนโลยีเป็นองค์ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงของบุคคล ในด้านพฤติกรรม ด้านทัศนคติ และ ด้านการใช้งานเทคโนโลยี ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของคนในสังคมยุคปัจจุบัน โดยมีตารางการเปรียบเทียบการให้บริการแอปพลิเคชันรถยนต์โดยสารแท็กซี่ ดังนี้

ตารางที่ 1.4 ตารางเปรียบเทียบแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi

แอปพลิเคชัน	Grab Taxi	Line Taxi
การก่อตั้ง ปี พ.ศ.	2555	2561
ค่าธรรมเนียมการเรียกใช้ ค่าบริการ	20	20
ค่าโดยสารเริ่มต้น 0 – 1 กม.	35	35
การชำระเงิน	เงินสด / บัตรเครดิต	เงินสด / Line Pay
ตำแหน่งปัจจุบันของแท็กซี่ และ แสดงระยะเวลาในการรอ	มี	มี
คำติชมหลังจากการใช้บริการ	มี	มี
จุดเด่น	แอปพลิเคชันมีการก่อตั้งมานาน มีคนรู้จัก และมีประสบการณ์ใน การใช้งานกว้าง	-มีฐานลูกค้าเป็นผู้ใช้บริการ แอปไลน์แท็กซี่ 43 ล้านคนทั่ว ประเทศ และ มีฐานลูกค้าเป็น ผู้ให้บริการไลน์แมน 7 แสนคน ต่อเดือน -ในฐานะน้องใหม่ในตลาดที่ ต้องสร้างประสบการณ์ ทำให้มี โปรโมชั่นดึงดูดสมาชิก
จุดด้อย	เนื่องจากเป็นแอปที่มีมานาน โปรโมชั่นจึงไม่ค่อยมีมากนัก เพราะมองว่าผู้ให้บริการ ใช้ เพราะความจำเป็นมากกว่า โปรโมชั่น	พื้นที่บริการไม่ครอบคลุมเขต กรุงเทพมหานครทั้งหมด

ที่มา : marketeeronline

จากข้อมูลข้างต้นทางผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี และ พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ และ ไลน์แท็กซี่ในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลวิเคราะห์การยอมรับของผู้ใช้บริการ ให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างแท้จริง

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

ผลการศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ต่องานวิจัย ดังนี้

1.2.1 เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี และ พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี และ พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi

1.3 คำถามในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี และ พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน แกร็บแท็กซี่ และ ไลน์แท็กซี่ โดยผู้ทำวิจัยกำหนดคำถามการศึกษา 2 ข้อ ดังนี้

1.3.1 ปัจจัยใดที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี และ พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน แกร็บแท็กซี่ และ ไลน์แท็กซี่

1.3.2 แอปพลิเคชันใดมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี และ พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน ที่สูงกว่า หรือ ต่ำกว่า

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

จากการศึกษาในครั้งนี้มีการกำหนดขอบเขตของการศึกษา ดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านประชากร

งานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี และ พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันรถยนต์โดยสาร Taxi ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาที่จะนำมาใช้ในการวิจัย ศึกษาถึงกลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้บริการแอปพลิเคชันรถยนต์โดยสาร Taxi โดยเลือกใช้การสำรวจด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นในการศึกษาพฤติกรรมการใช้งาน และการยอมรับของแอปพลิเคชันรถยนต์โดยสาร Taxi

จำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชากรที่ใช้แอปพลิเคชันรถยนต์โดยสาร Taxi จำนวน 400 คน

1.4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยได้ศึกษาใช้ในเก็บรวบรวมข้อมูล คือ กรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล

1.5 ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษา

ผลการศึกษาในครั้งนี้มีประโยชน์ต่องานวิจัย ดังนี้

1.5.1 ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในการเรียกรถยนต์โดยสาร Taxi

1.5.2 ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ และ พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันรถยนต์โดยสาร Taxi ในการพัฒนา และ ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน

1.5.3 เพื่อนำการวิจัยที่ได้เป็นแนวทางในการปรับปรุง อีกทั้งยังใช้ในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้งาน

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าวิจัยข้อมูล เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันเรียกรถโดยสาร Taxi ในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล เพื่อนำมาใช้ประยุกต์เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ดังต่อไปนี้

- 2.1 ข้อมูลที่เกี่ยวกับแอปพลิเคชัน
- 2.2 แนวคิด และ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 2.2.1 แนวคิด และ งานวิจัยเกี่ยวกับประชากรศาสตร์
 - 2.2.2 แนวคิด และ งานวิจัยเกี่ยวกับบริการสาธารณะ
 - 2.2.3 แนวคิด และ งานวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจ
 - 2.2.4 แนวคิด และ ทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี
- 2.3 กรอบแนวความคิดของงานวิจัย
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.5 สมมุติฐานของการศึกษา

2.1 ข้อมูลที่เกี่ยวกับแอปพลิเคชัน

Application (แอปพลิเคชัน) คือ โปรแกรม หรือ ชุดคำสั่ง ที่ใช้ควบคุมการทำงานของคอมพิวเตอร์ เคลื่อนที่ และ อุปกรณ์ต่อพ่วงต่าง ๆ เพื่อให้ทำงานตามคำสั่ง และ ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ โดยแอปพลิเคชัน (Application) จะต้องมีสิ่งที่เรียกว่า ส่วนติดต่อกับผู้ใช้ (User Interface หรือ UI) เพื่อเป็นตัวกลางการใช้งานต่าง ๆ

Grab Taxi และ Line Taxi ถือเป็นแอปพลิเคชันที่สร้างขึ้นมา เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ใช้บริการรถโดยสาร Taxi สามารถใช้งานในระบบปฏิบัติการ Android , iOS และ Windows Phone ปัจจุบันแอปพลิเคชันได้พัฒนาอย่างต่อเนื่อง เช่น ช่องทางการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการ และ ผู้ใช้บริการ การจัดโปรโมชั่นเพื่อการดึงดูดผู้ใช้บริการ การเพิ่มช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย การระบุตำแหน่ง และ เวลาที่ชัดเจน อีกทั้งยังสามารถเปิดรับคำติชมหลังการใช้บริการ เพื่อนำมา

ปรับปรุง และ พัฒนาการให้บริการที่ดีต่อไปยิ่งขึ้น รวมทั้งการสะสมคะแนนในการใช้บริการ เพื่อเป็นส่วนลด และ สิทธิพิเศษอื่น ๆ อีกด้วย

2.2 แนวคิด และ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 แนวคิด และ งานวิจัยเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้ให้คำจำกัดความว่า หมายถึง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา องค์ประกอบเหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมนำมาใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสิ่งที่สำคัญ และ สถิติที่วัดได้ของประชากรที่จะสามารถช่วยกำหนดตลาดของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งทำให้ง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรทางด้านอื่น ๆ ตัวแปรทางด้านประชากรที่สำคัญ ประกอบด้วย

1. อายุ (Age) หมายถึง อายุของกลุ่มของผู้บริโภคซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อการบริโภคสินค้าหรือบริการที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน นักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากด้านอายุ เพื่อเป็นตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของส่วนตลาดได้ ทำการค้นคว้าหาความต้องการของตลาดส่วนเล็ก (Niche Market) โดยมุ่งความสำคัญที่ตลาดอายุส่วนนั้น ๆ

2. เพศ (Sex) หมายถึง ตัวแปรทางที่เป็นส่วนในการแบ่งส่วนการตลาดเช่นกัน ดังนั้น นักการตลาดจึงต้องศึกษาตัวแปรนี้อย่างรอบครอบ เพราะในยุคปัจจุบันนี้ตัวแปรทางด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของการบริโภคไปจากเมื่อก่อน การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจมีสาเหตุจากการที่ผู้หญิงออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้น

3. ลักษณะครอบครัว (Marital Status) หมายถึง ลักษณะของครอบครัวนับว่าเป็นเป้าหมายที่สำคัญของการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดมาโดยตลอด และ มีความสำคัญอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวกับหน่วยของผู้บริโภค นักการตลาดจะสนใจจำนวน และ ลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใดสินค้าหนึ่งหรือบริการใดบริการหนึ่ง รวมถึงยังใส่ใจในการพิจารณาลักษณะทางประชากรศาสตร์ และ โครงสร้างด้านสื่อที่เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็คนตัดสินใจในครอบครัว เพื่อที่จะช่วยทำให้พัฒนากลยุทธ์การตลาดได้อย่างเหมาะสม

4. รายได้ การศึกษา และ อาชีพ (Income, Education and Occupation) หมายถึง ตัวแปรที่สำคัญต่อการกำหนดส่วนของตลาด โดยทั่วไปแล้วนักการตลาดจะสนใจกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้สูง แต่อย่างไรก็ตามครอบครัวที่มีรายได้ต่ำเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ปัญหาสำคัญของการแบ่งส่วนการตลาดโดยยึดถือเกณฑ์รายได้เพียงอย่างเดียวก็คือ รายได้จะเป็นตัวชี้วัดความสามารถของผู้บริโภคในการใช้บริการหรือไม่มีความสามารถในการใช้บริการ ในขณะที่เดียวกันการเลือกใช้บริการ แท้ที่จริงแล้วอาจใช้เกณฑ์ รูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ เป็นตัวกำหนดเป้าหมายได้เช่นกัน แม้รายได้เป็นตัวแปรที่นิยมใช้ แต่นักการตลาดส่วนใหญ่จะเชื่อมโยงเกณฑ์รายได้ร่วมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์หรืออื่น ๆ เพื่อให้สามารถกำหนดตลาดเป้าหมายให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

จากแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เนื่องจาก

เป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญ ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถนำไปใช้ในการกำหนดตลาดเป้าหมายขององค์กรได้อย่างเหมาะสม

2.2.2 แนวคิด และ งานวิจัยเกี่ยวกับบริการสาธารณะ

เทพศักดิ์ บุญรัตน์พันธ์ (2536, หน้า 13) ได้ให้ความหมายของการให้บริการสาธารณะว่า การที่บุคคลกลุ่มบุคคล หรือ หน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการสาธารณะ ซึ่งอาจจะเป็นของรัฐ หรือ เอกชน มีหน้าที่การส่งต่อการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน โดยส่วนรวมการให้บริการสาธารณะที่เป็นระบบ

ปริมพร อัมพันธ์ (2548, หน้า 12) กล่าวว่า การให้บริการสาธารณะ เป็นการบริการในฐานะที่เป็นเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่มีอำนาจกระทำ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เพื่อให้เกิดความพอใจ จากความหมายนี้จึงเป็นการพิจารณาการให้บริการประกอบด้วย ผู้ให้บริการ (Providers) และ ผู้รับบริการ(Recipients) โดยฝ่ายแรกถือปฏิบัติเป็นหน้าที่ที่ต้องให้บริการ เพื่อให้ฝ่ายหลังเกิดความพึงพอใจ

มิลเลทท์ (Millett, 1977, p. 29, อ้างถึงใน เทพศักดิ์ บุญรัตน์พันธ์, 2536, หน้า 14-15) กล่าวว่าเป้าหมายสำคัญของการบริการคือ การสร้างความพึงพอใจในบริการแก่ประชาชน โดยมีหลัก หรือ แนวทางดังนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานที่ว่าทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่มุมมองของกฎหมายไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ ประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely Service) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลถ้าไม่มีการให้บริการที่ตรงเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะจะต้องมีลักษณะจำนวนการให้บริการ และ สถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม มิลเลทท์เห็นว่าความเสมอภาค หรือ การตรงเวลาจะไม่มี ความหมาย ถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ และ สถานที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้มารับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ความพึงพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้ หรือ หยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึงการให้บริการ สาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพ และ ผลการปฏิบัติงาน อีกนัยหนึ่ง คือการเพิ่มประสิทธิภาพ หรือ ความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าการบริการสาธารณะ คือ กิจกรรมทุกประเภท ซึ่งอาจจะเป็นหน่วยงานรัฐ หรือ เอกชน เป็นผู้ดำเนินการสอดคล้องกับสังคมในยุคปัจจุบัน และ ความต้องการของผู้ใช้บริการในแต่ละเรื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นกระบวนการที่ พัฒนาขึ้นมา และ พร้อมกับการเปลี่ยนแปลงให้เข้ากับยุคสมัยเสมอ

2.2.3 แนวคิด และ งานวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ผู้วิจัยได้รวบรวมความหมายของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเพื่อเป็นแนวทางใน การศึกษาค้นคว้า ดังนี้

อุทัยพรรณ สุดใจ (2545, อ้างถึงใน ริชวลี วรวิทย์, 2548, หน้า 8) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาจจะเป็นไปในเชิงประเมินค่า ว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้นเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ

Kotler (1997, อ้างถึงใน วารุณี ตันตวิวงศ์วานิช และคณะ, 2545) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกส่วนบุคคลที่เมื่อได้รับสิ่งที่ต้องการหรือความผิดหวัง ซึ่งเกิดจากการ เปรียบเทียบการรับรู้กับความหวัง ซึ่งมีผลลัพธ์ของสิ่งที่ต้องการ ถ้าการรับรู้ต่อสิ่งที่ต้องการเหมาะสมกับความคาดหวังของลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ

กิติมา ปรีดีดิถ (2524, อ้างถึงใน วัชร มานูพีรพันธ์, 2552, หน้า 16) กล่าวว่าความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกที่ชอบหรือพอใจที่มีต่อองค์ประกอบหรือสิ่งจูงใจในด้านต่าง ๆ และสามารถตอบสนองต่อความต้องการได้

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2539, อ้างถึงใน วัชร มานูพีรพันธ์, 2552, หน้า 17) กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เป็นภาวะการแสดงถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการประเมิน เปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหรือดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า ในทางตรงกันข้าม ความไม่พึงพอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจาก การประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า ทั้งนี้ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) อาจจะขึ้นอยู่กับประโยชน์หรือคุณค่าที่รับรู้ได้จากการใช้ บริการ เมื่อเทียบกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง ซึ่งหากประโยชน์ที่ได้รับจากบริการต่ำกว่าที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้ ผู้ใช้บริการจะรู้สึกไม่พอใจในผลิตภัณฑ์บริการนั้น

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ คือ คุณค่าที่ ผู้ใช้บริการได้รับจากความคาดหวังในการใช้บริการ ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในคุณภาพ ของการให้บริการ กับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ถ้าคุณภาพของการให้บริการเท่ากับหรือมากกว่า

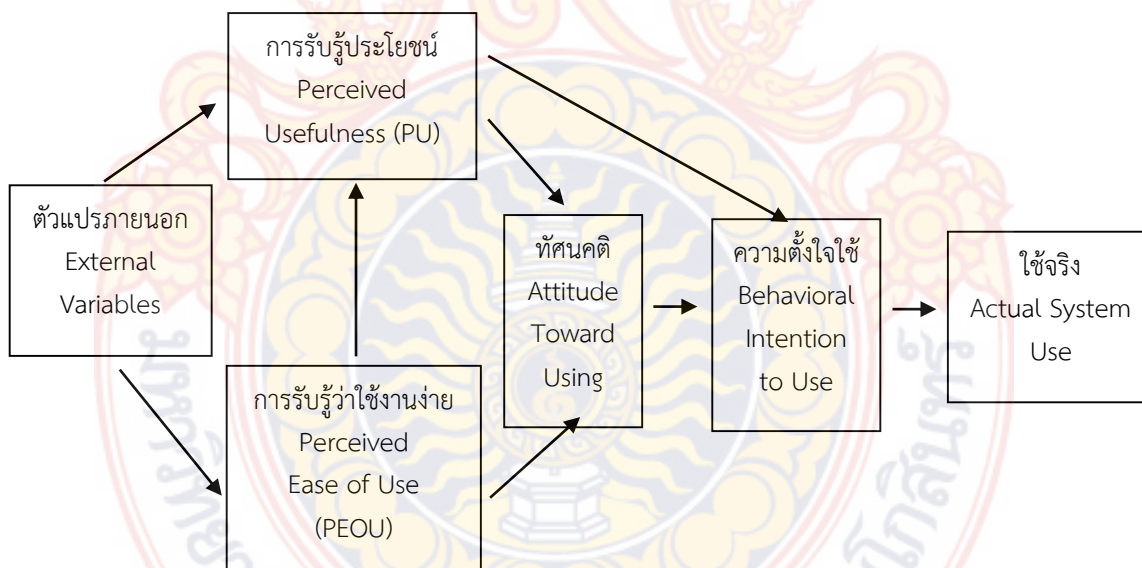
ความคาดหวังของผู้ใช้บริหาร จะถือว่าเป็นความพึงพอใจ แต่ถ้าคุณภาพของการให้บริการต่ำกว่าความคาดหวังผู้ใช้บริการจะไม่พึงพอใจ

2.2.4 แนวคิด และ ทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

ทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model:TAM) ที่คิดค้นโดย Davis, Bagozzi & Warshaw (1989 อ้างถึงในภัทราวดี วงศ์สุเมธ, 2556) ถูกพัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action) ของ Ajzen และ Fishbein เป็นแบบจำลองที่อธิบายเกี่ยวกับการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของผู้ใช้งาน โดยเสนอว่าเมื่อผู้ใช้งานได้รับการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับการใช้งาน และ ระยะเวลาของการใช้งาน หรือ การยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งประกอบด้วย 2 ปัจจัย ดังนี้

1) การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) ถูกจำกัดความโดย Fred Davis ว่าระดับความเชื่อของบุคคลต่อการใช้เทคโนโลยีนั้น ๆ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของตนได้

2) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) Davis ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า ระดับความเชื่อว่าการใช้นั้นไม่ต้องการความพยายามในการใช้งาน นั่นคือใช้งานง่ายนั่นเอง



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (The Technology Acceptance Model: TAM) โดย Davis (1989)

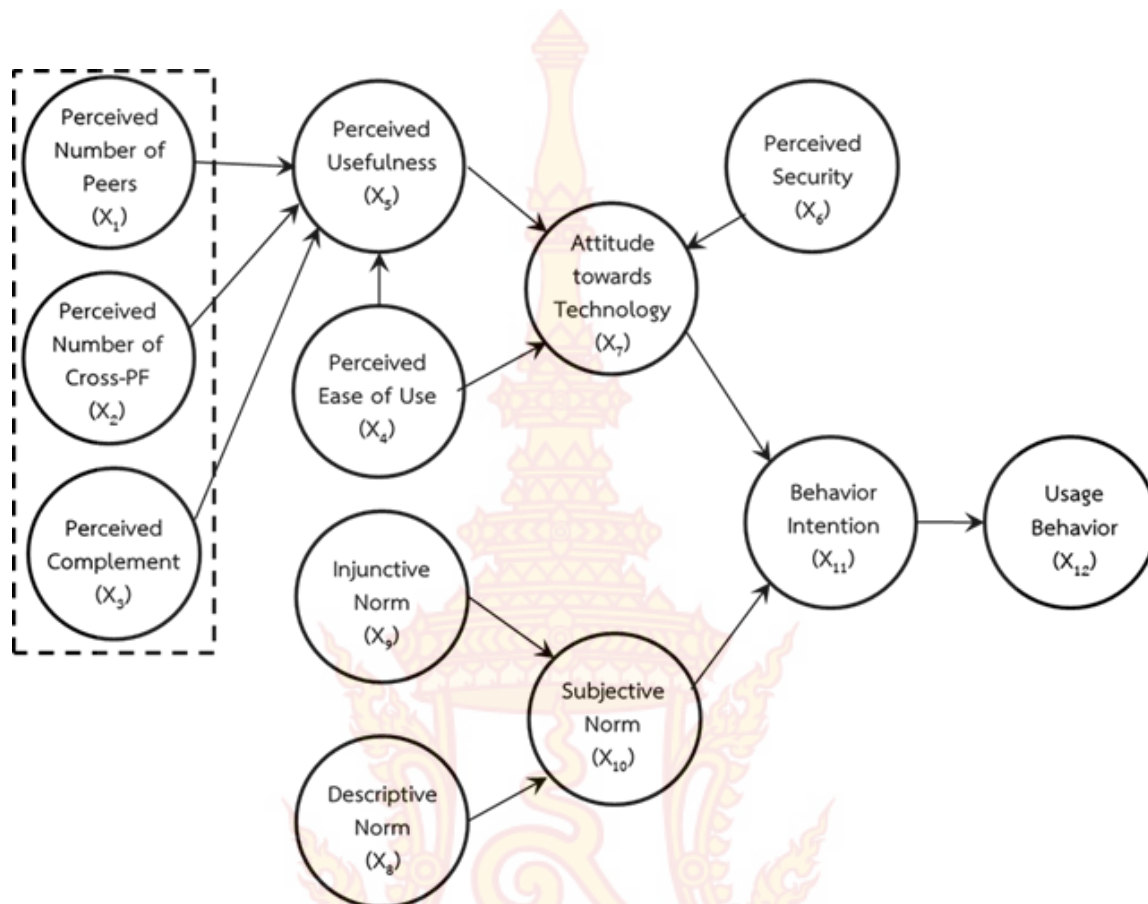
ทฤษฎีของ Technology Acceptance Model (TAM) : (Davis, 1989) ดัดแปลง และ ประยุกต์ มาจากทฤษฎีของการกระทำตามหลักเหตุ และ ผล ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการทำความเข้าใจ และการ พยากรณ์พฤติกรรมของมนุษย์ (Ajzen, 1991, Davis, 1989)

1. ตัวแปรภายนอก (External Variables) หมายถึง อิทธิพลของตัวแปรภายนอกที่เข้ามา สร้างความรับรู้แตกต่างกันไป ซึ่งได้แก่ความเชื่อประสบการณ์ความรู้ ความเข้าใจพฤติกรรมทางสังคม
2. การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness หรือ PU) หมายถึง การรับรู้ประโยชน์ ที่เกิดได้จากการใช้เทคโนโลยี ซึ่งสามารถเป็นตัวช่วยในการพัฒนาผลการปฏิบัติงานของแต่ละบุคคล
3. การรับรู้ว่าใช้งานง่าย (Perceived Ease of Use หรือ PEOU) หมายถึง ตัว กำหนดการใช้งานที่ไม่ต้องอาศัยความสามารถ ความชำนาญ
4. ทศนคติ (Attitude Toward Using) หมายถึง ทศนคติ และ ความสนใจที่จะใช้ระบบ
5. ความตั้งใจใช้ (Behavioral Intention to Use) หมายถึง ความตั้งใจ หรือ เจตนาที่จะ ใช้เทคโนโลยีนั้น ๆ ซึ่งสามารถวัดได้จากการที่ผู้ใช้สามารถรับรู้ได้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้ เทคโนโลยี และ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยีการที่ผู้ใช้งานเทคโนโลยีโดยไม่ต้องใช้ความ พยายามทำความเข้าใจการใช้งานระบบมากจนเกินไป
6. ใช้จริง (Actual System Use) หมายถึง การยอมรับ และ นำเทคโนโลยีมาใช้จริง ซึ่งเป็นผลต่อเนื่องมาจากพฤติกรรมความตั้งใจที่จะนำเทคโนโลยีมาใช้งานได้จริง

2.3 กรอบแนวความคิดของงานวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด และ ทฤษฎีต่าง ๆ รวมทั้งงานวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมากำหนดเป็นกรอบ แนวคิดของงานวิจัย เพื่อเป็นแนวทางการศึกษา และ การดำเนินงานวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ แอปพลิเคชันเรียกรถโดยสาร Taxi ในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล มาเป็นต้นแบบในการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้สามารถมองเห็นถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่เกี่ยวข้อง และ เพื่อให้สามารถอธิบาย ถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจ ทั้งนี้ผู้ศึกษายังได้มีการเพิ่มปัจจัยการรับรู้ถึงความปลอดภัย บรรทัดฐาน คนในครอบครัว และ เพื่อน บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร และ บรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง เพื่อให้ครอบคลุมในทุกปัจจัย ดังนี้

โครงสร้างแบบจำลอง - การยอมรับเทคโนโลยี (TAM + 2S)



ภาพที่ 2.2 โครงสร้างแบบจำลองขยายเพิ่มเติมความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใน TAM + 2S

โครงสร้างแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM + 2S) เป็นการศึกษาเปรียบเทียบจากการใช้แอปพลิเคชันเรียกรถโดยสาร Taxi ในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมาณผลของ Grab Taxi และ Line Taxi

1. Perceived Number of Peers หมายถึง การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน ซึ่งเป็นตัวกำหนดการรับรู้ในคุณค่าของแอปพลิเคชัน และการเพิ่มมากขึ้นของจำนวนการใช้งาน
2. Perceived Number of Cross-PF หมายถึง การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม ซึ่งเป็นตัวกำหนดการรับรู้ในความรวดเร็ว และ อำนวยความสะดวก การวางขอบเขตไว้กว้าง ๆ และ เปิดให้ผู้อื่นสามารถเข้ามาต่อยอดธุรกิจของตนเอง
3. Perceived Complement หมายถึง การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน ซึ่งเป็นตัวกำหนดการรับรู้ในการใช้งานของแอปพลิเคชัน เพื่ออำนวยความสะดวกสบายมากขึ้น

4. Perceived Ease of Use หมายถึง การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ซึ่งเป็นตัวกำหนดการรับรู้ในปริมาณหรือความสำเร็จที่จะได้รับว่าตรงกับที่ต้องการหรือไม่

5. Perceived Usefulness หมายถึง การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ ซึ่งเป็นตัวกำหนดการรับรู้ในแต่ละบุคคลถึงการรับรู้ได้ว่าเทคโนโลยีจะมีส่วนช่วยในการพัฒนาผลงานของตนเองได้อย่างไรบ้าง

6. Perceived Security หมายถึง การรับรู้ถึงความปลอดภัย ซึ่งเป็นตัวกำหนดการรับรู้ในด้านความเข้าถึงรายละเอียดข้อมูล และ ความสะดวกของการใช้บริการ

7. Attitude towards Technology หมายถึง ทศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งเป็นตัวกำหนดการรับรู้ การประเมินความพึงพอใจ หรือ ไม่พึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถโดยสาร Taxi

8. Descriptive Norm หมายถึง บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน ซึ่งเป็นตัวกำหนดการรับรู้ ของผู้ใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อการกระจายข้อมูลการใช้งานของแอปพลิเคชันเรียกรถโดยสาร Taxi

9. Injunctive Norm หมายถึง บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร ซึ่งเป็นตัวกำหนดการรับรู้ ของผู้ใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อการกระจายข้อมูลการใช้งานของแอปพลิเคชันเรียกรถโดยสาร Taxi

10. Subjective Norm หมายถึง บรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง ซึ่งเป็นตัวกำหนดการรับรู้ ของผู้ใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อการกระจายข้อมูลการใช้งานของแอปพลิเคชันเรียกรถโดยสาร Taxi

11. Behavior Intention หมายถึง พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน ซึ่งเป็นตัวกำหนดการรับรู้ถึงความพร้อม และ พฤติกรรมการยอมรับการใช้งานของแอปพลิเคชันมากน้อยเพียงใด

12. Usage Behavior หมายถึง การใช้งานจริง ซึ่งเป็นตัวกำหนดการรับรู้ ในส่วนของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถโดยสาร Taxi ที่มีพฤติกรรมการใช้บริการอย่างไร

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Wang et al. (2003) ได้ศึกษาถึงการมุ่งเน้นหาปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้หรือลูกค้ายอมรับการใช้งาน Internet Banking ในประเทศไต้หวันโดยใช้แบบจำลอง TAM ในการศึกษาวิจัย มีการนำปัจจัยใหม่ เข้ามาใช้นอกเหนือไปจากการรับรู้ถึงประโยชน์ และ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานคือ การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ (Perceived Credibility) ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะสะท้อนถึงการรักษาความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัวในการใช้งาน Internet Banking เข้าไปด้วย เนื่องจาก Wang et al. (2003) เห็นว่าแบบจำลอง TAM ไม่สามารถที่จะอธิบายถึงพฤติกรรมของผู้ใช้งานได้อย่างครบถ้วนในเรื่องของเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ๆ

Ooi & Tan (2016) ได้ศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ: สำรวจในผู้ใช้บัตรเครดิตผ่านสมาร์ตโฟน (Mobile Technology Acceptance Model: An Investigation Using Mobile Users to Explore Smartphone Credit Card) โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ (MTAM) ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้ (Intention Use) บัตรเครดิตผ่านสมาร์ตโฟน โดยมุ่งเน้นศึกษาปัจจัยการรับรู้ความเข้ากันได้ (Perceived Compatibility) การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (Perceived Usefulness) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) การรับรู้ทรัพยากรทางการเงิน (Financial Resource) การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (Perceived Security Risk) และ การรับรู้ความไว้วางใจ (Perceived Trust) ผลการวิจัยสรุปได้ว่า การรับรู้ความไว้วางใจ การรับรู้ความเข้ากันได้ และ การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานมีความสัมพันธ์ทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานบัตรเครดิตผ่านสมาร์ตโฟน ตามลำดับ โดยที่การรับรู้ความเข้ากันได้มีความสัมพันธ์ทางอ้อมเชิงบวกต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และ การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานบัตรเครดิตผ่านสมาร์ตโฟนตามลำดับ และ การรับรู้ทรัพยากรทางการเงินมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานบัตรเครดิตผ่านสมาร์ตโฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานบัตรเครดิตผ่านสมาร์ตโฟน รวมถึงการรับรู้ทรัพยากรทางการเงินไม่มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และความตั้งใจใช้งานบัตรเครดิตผ่านสมาร์ตโฟน

Chang (2015) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้งานธุรกรรมผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ การเก็บข้อมูลใช้แบบสอบถามจากผู้ตอบแบบสอบถาม 477 คน ของประชากรในประเทศไทย ไต้หวัน โดยใช้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้งานธุรกรรมผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ของคนไต้หวันอายุต่ำกว่า 30 ปีได้แก่การรับรู้ถึงความสนุกสนานเพลิดเพลินในการใช้งาน การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ใช้งาน และการรับรู้ความเสี่ยง โดยปัจจัยการรับรู้ถึงความสนุกสนานเพลิดเพลินในการใช้งาน มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานธุรกรรมผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ของประชากรในไต้หวันมากที่สุด

นุชจรินทร์ ศรีสุวรรณ (2555) ศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้งาน และ ปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน กรณีศึกษา : นักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 24 - 26 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และ ศึกษาอยู่คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท ส่วนมากเคยมีประสบการณ์การใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนมีระยะเวลาในการใช้งาน 1 - 3 ชั่วโมง โดยมีค่าใช้จ่ายในการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนเฉลี่ยต่อเดือน 500 - 1,000 บาท ยี่ห้อโทรศัพท์ที่นิยมใช้งานคือ Nokia ระบบปฏิบัติการที่นิยมใช้คือ Symbian OS และ มีความถี่ในการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2 ครั้งต่อวัน ส่วนมากให้ความสำคัญกับการเลือกใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่ให้ตรงต่อความต้องการ และ ต้องการความสะดวกในการใช้งานแอปพลิเคชัน ที่สามารถใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา

2.5 สมมติฐานของการศึกษา

H₁: มุมมองจำนวนผู้ใช้ มุมมองใช้ข้ามแพลตฟอร์ม มุมมองบริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน และ มุมมองการใช้งานง่าย มีผลต่อมุมมองประโยชน์ของแอปพลิเคชัน

H₂: มุมมองการใช้งานง่าย มุมมองประโยชน์ และ มุมมองความปลอดภัยของแอปพลิเคชันมีผลต่อทัศนคติต่อแอปพลิเคชัน

H₃: บรรทัดฐานจากบุคคลใกล้ชิด และ บรรทัดฐานบุคคลที่ติดต่อด้วย ส่งผลต่อบรรทัดฐานของสังคมต่อแอปพลิเคชัน

H₄: ทัศนคติต่อแอปพลิเคชัน และ บรรทัดฐานของสังคมต่อแอปพลิเคชัน ส่งผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน

H₅: ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน



บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มเป้าหมาย เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ออปพลิเคชันเรียกรถโดยสาร Taxi ในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล โดยสอดคล้องกับการพัฒนาของเทคโนโลยีของธุรกิจในปัจจุบัน ได้แก่ 1) การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน 2) การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม 3) การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน 4) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน 5) การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ 6) การรับรู้ถึงความปลอดภัย 7) ทัศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี 8) บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน 9) บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร 10) บรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง 11) พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน และ 12) การใช้งานจริง นอกจากนี้ ทางผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยในครั้งนี้สู่การวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ดังนี้

3.1 กลุ่มตัวอย่าง (Sample)

3.1.1 การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample size)

3.1.2 วิธีการสุ่มข้อมูล (Sampling Methods)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

3.3 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)

3.1 กลุ่มตัวอย่าง (Sample)

3.1.1 การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample size)

จากการวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้ออปพลิเคชัน ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล รวมถึงกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถโดยสาร Taxi

3.1.2 วิธีการสุ่มข้อมูล (Sampling Methods)

การสุ่มข้อมูลจากการวิจัยนี้ ผู้วิจัยเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง หรือ เลือกการแจกแบบสอบถามเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้ออปพลิเคชัน ในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล ที่เคยใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถโดยสาร Taxi ของแอปพลิเคชัน Grab Taxi จำนวน 200 คน และ ผู้ที่เคยใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถโดยสาร Taxi ของแอปพลิเคชัน Line Taxi จำนวน 200 คน รวมทั้งสิ้น 400 คน ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ร่วมกับการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยทำการแบ่งกลุ่มตามความถี่ในการใช้ออปพลิเคชัน

ของผู้ใช้บริการ โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ เดือนละ 1-2 ครั้ง, สัปดาห์ละ 1-4 ครั้ง และมากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ ดังนี้

ตารางที่ 3.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

	Grab Taxi	Line Taxi	รวม
เดือนละ 1-2 ครั้ง	57 41.01%	82 58.99%	139 100.00%
สัปดาห์ละ 1-4 ครั้ง	76 40.21%	113 59.79%	189 100.00%
มากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์	67 93.06%	5 6.94%	72 100.00%
รวม	200 50.00%	200 50.00%	400 100.00%

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ในการศึกษานงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยอาศัยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์ เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ออปพลิเคชันเรียกรถโดยสาร Taxi ของแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi ในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล สามารถประเมินวัดความเที่ยง Validity และ เชื่อถือได้ Reliability โดยรายละเอียดการออกแบบแบบสอบถามแบ่งได้เป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการแอปพลิเคชัน ได้แก่ ประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชัน เวลาเฉลี่ยที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน ใช้บริการแอปพลิเคชันบ่อยแค่ไหน และ วัตถุประสงค์ในการใช้แอปพลิเคชัน

ตอนที่ 3 ข้อมูลแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi มีลักษณะเป็นแบบแสดงความคิดเห็น และ เป็นระดับการวัดข้อมูลที่มีความเที่ยงตรง (Validity) และ ความเชื่อถือได้ (Reliability) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

โดยกำหนดเกณฑ์ของการให้คะแนน ดังนี้

ระดับความคิดเห็น / ฟังพอใจ	คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
เฉย ๆ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

ตอนที่ 4 ข้อมูลแบบสอบถามเพื่อให้แสดงความคิดเห็นที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi จำนวน 12 ข้อ มีลักษณะคำถามปลายเปิด ซึ่งมีข้อคำถาม และ รายละเอียด ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 ข้อคำถามของแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi

ตัวแปร	คำถาม
การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน (Perceived Number of Peers)	<u>คุณคิดว่าจำนวนแท็กซี่ที่ร่วมกับแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi</u> มีจำนวนมาก มีเพียงพอต่อการเรียกใช้บริการ มีครอบคลุมในทุกพื้นที่ให้ท่านเรียกใช้บริการ
การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม (Perceived Number of Cross - Platform)	<u>คุณคิดว่าแอปพลิเคชันที่เข้าร่วมกับ Grab Taxi และ Line Taxi ได้</u> มีจำนวนมาก มีเพียงพอต่อบริการที่ต้องการใช้ร่วม สามารถใช้ร่วมกันได้ง่าย

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

ตัวแปร	คำถาม
การรับรู้บริการต่าง ๆ ของ แอปพลิเคชัน (Perceived Complement)	คุณคิดว่าบริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi สามารถเรียกใช้ได้ไม่ยาก สามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีครอบคลุมครบทุกบริการที่เกี่ยวกับแท็กซี่
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use)	คุณคิดว่าวิธีการใช้แอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi สามารถเรียนรู้ได้ง่าย สามารถเข้าใจได้ไม่ยาก มีระบบการเรียกใช้บริการเรียกแท็กซี่ที่ง่ายต่อการใช้งาน
การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการ ใช้ (Perceived Usefulness)	คุณคิดว่าทางเลือกใช้แอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi ช่วยลดปัญหาการเรียกรถแท็กซี่ ช่วยประหยัดเวลารอรถแท็กซี่ มีเวลารอรถแท็กซี่ที่แน่นอน มีความปลอดภัยต่อผู้โดยสาร
การรับรู้ถึงความปลอดภัย (Perceived Security)	คุณคิดว่าแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi มีระบบ การป้องกันการขโมยข้อมูลของผู้ใช้บริการที่เชื่อถือได้ การยืนยันตัวตนผู้ให้บริการที่ดี การคัดสรรคนขับรถแท็กซี่ที่ไว้ใจได้ การบันทึกข้อมูลการใช้บริการที่ดี
ทัศนคติที่มีต่อการยอมรับ เทคโนโลยี (Attitude towards Technology)	การใช้แอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi เป็นความคิดที่ฉลาด เป็นความคิดที่ดี มีความคุ้มค่า คุณชอบใช้บริการ Grab Taxi และ Line Taxi

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

ตัวแปร	คำถาม
บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน (Descriptive Norm)	<u>การใช้แอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi</u> <u>ของครอบครัว และ เพื่อน</u> เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการ Grab Taxi และ Line Taxi เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการ Grab Taxi และ Line Taxi สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการ Grab Taxi และ Line Taxi สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการ Grab Taxi และ Line Taxi
บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ ติดตอสื่อสาร (Injunctive Norm)	<u>การใช้แอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi</u> <u>ของคนที่คุณติดต่อด้วย และ คนรอบข้าง</u> คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการ Grab Taxi และ Line Taxi คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการ Grab Taxi และ Line Taxi คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการ Grab Taxi และ Line Taxi คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการ Grab Taxi และ Line Taxi
บรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง (Subjective Norm)	<u>การใช้แอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi ของกลุ่มอ้างอิง</u> เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่ใช้บริการ Grab Taxi และ Line Taxi สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่ใช้บริการ Grab Taxi และ Line Taxi คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่ใช้บริการ Grab Taxi และ Line Taxi คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่ใช้บริการ Grab Taxi และ Line Taxi

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

ตัวแปร	คำถาม
พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน (Behavior Intention)	ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi คุณตั้งใจจะเลือกใช้บริการ Grab Taxi และ Line Taxi หากต้องเดินทางโดยแท็กซี่ คุณจะใช้บริการ Grab Taxi และ Line Taxi
การใช้งานจริง (Usage Behavior)	พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi คุณใช้บริการ Grab Taxi และ Line Taxi ทุกครั้งที่เรียกแท็กซี่ คุณใช้บริการ Grab Taxi และ Line Taxi เป็นประจำ

3.3 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรม STATA ดังนี้

3.3.1 นำข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ แล้วนำเสนอในรูปแบบตาราง และ ความเรียง

3.3.2 นำข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 2 มาทำการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test Oneway ANOVA และ กราฟเรดาร์ แล้วนำเสนอในรูปแบบตาราง และ ความเรียง

3.3.3 ทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิด โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป STATA วิเคราะห์แบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง (Linear Regression Model Analysis) ดังนี้

$$X_5 = \beta_{50} + \beta_{51}X_1 + \beta_{52}X_2 + \beta_{53}X_3 + \beta_{54}X_4 + \mu_5$$

$$X_7 = \beta_{70} + \beta_{74}X_4 + \beta_{75}X_5 + \beta_{76}X_6 + \mu_7$$

$$X_{10} = \beta_{100} + \beta_{108}X_8 + \beta_{109}X_9 + \mu_{10}$$

$$X_{11} = \beta_{110} + \beta_{117}X_7 + \beta_{1110}X_{10} + \mu_{11}$$

$$X_{12} = \beta_{120} + \beta_{1211}X_{11} + \mu_{12}$$

โดยที่

X_1 = การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน (Perceived Number of Peers : PNP)

X_2 = การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม (Perceived Number of Cross - Platform : PNCP)

X_3 = การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน (Perceived Complement : PC)

X_4 = การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use : PEOU)

X5	=	การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ (Perceived Usefulness : PU)
X6	=	การรับรู้ถึงความปลอดภัย (Perceived Security : PS)
X7	=	ทัศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี (Attitude towards Technology : ATT)
X8	=	บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน (Descriptive Norm : DNorm)
X9	=	บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร (Injunctive Norm : INorm)
X10	=	บรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง (Subjective Norm : SNorm)
X11	=	พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน (Behavior Intention : BI)
X12	=	การใช้งานจริง (Usage Behavior : UB)
β_{ij}	=	สัมประสิทธิ์ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น j และ ตัวแปรตาม i
μ	=	ค่าความผิดพลาด (Error Term)

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อคำถามในปัจจัยหลัก 12 ประการ ดังนี้ การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน (Perceived Number of Peers : PNP) การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม (Perceived Number of Cross - Platform : PNCP) การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน (Perceived Complement : PC) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use : PEOU) การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ (Perceived Usefulness : PU) การรับรู้ถึงความปลอดภัย (Perceived Security : PS) ทัศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี (Attitude towards Technology : ATT) บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน (Descriptive Norm : DNorm) บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร (Injunctive Norm : INorm) บรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง (Subjective Norm : SNorm) พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน (Behavior Intention : BI) การใช้งานจริง (Usage Behavior : UB) สามารถนำมาใช้ได้ และ วัดค่าตัวแปรในแต่ละด้านได้ในระดับที่ดีมาก โดยพิจารณาด้วยน้ำหนักของปัจจัย (Factor Loading) ที่สะท้อนจากค่าของตัวแปรในด้านต่าง ๆ มีนัยสำคัญทางสถิติของทุกองค์ประกอบมากกว่า 0.7 ซึ่งถือว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมากจึงรวมเป็นองค์ประกอบของปัจจัยเดียวกันได้

เมื่อวิเคราะห์โดยใช้ค่าสัดส่วนของความแปรปรวนรวมของตัวแปรทั้งหมด (Percent Variance) พบว่าค่าสัดส่วนของความแปรปรวนรวมของค่ามีมากกว่า 0.7 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ความแปรปรวนของข้อคำถามในปัจจัยดังกล่าวได้ถูกนำมาใช้เป็นการสะท้อนว่าความแปรปรวนของตัวแปรในแต่ละปัจจัยถูกนำมาใช้ในระดับที่มากพอ เพื่อทดสอบความเชื่อถือได้จากการสอดคล้องกับของตัวแปรจากคำตอบในการสอบถาม (Consistency Reliability) พบว่าค่า Cronbach's Alpha มีค่ามากกว่า 0.7 จึงสามารถกล่าวได้ว่าตัวแปรที่วัดจากแบบสอบถามมีความสอดคล้องกับการตอบคำถามในระดับที่เชื่อถือได้ ดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และ ค่าความเชื่อถือได้ (Cronbach Alpha) ของแบบสอบถาม

	Factor Loading	%Total Variance	Cronbach Alpha
<u>การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน Perceived Number of Peers</u>		0.784	0.862
มีจำนวนมาก	0.882		
มีเพียงพอต่อการเรียกใช้บริการ	0.876		
มีครอบคลุมในทุกพื้นที่ที่ท่านเรียกใช้บริการ	0.899		
<u>การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม Perceived Number of Cross Platforms</u>		0.805	0.879
มีจำนวนมาก	0.901		
มีเพียงพอต่อบริการที่ต้องการใช้ร่วม	0.900		
สามารถใช้ร่วมกันได้ง่าย	0.892		
<u>การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน Perceived Complement</u>		0.758	0.840
สามารถเรียกใช้ได้ไม่ยาก	0.880		
สามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	0.858		
มีครอบคลุมครบทุกบริการที่เกี่ยวข้องกับแท็บเล็ต	0.875		

ตารางที่ 3.3 (ต่อ)

	Factor Loading	%Total Variance	Cronbach Alpha
<u>การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน Perceived Ease of Use</u>		0.677	0.761
สามารถเรียนรู้ได้ง่าย	0.855		
สามารถเข้าใจได้ไม่ยาก	0.798		
มีระบบการเรียกใช้บริการเรียกแท็กซี่ที่ง่ายต่อการใช้งาน	0.814		
<u>การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ Perceived Usefulness</u>		0.658	0.826
ช่วยลดปัญหาการเรียกรถแท็กซี่	0.793		
ช่วยประหยัดเวลารอรถแท็กซี่	0.807		
มีเวลารอรถแท็กซี่ที่แน่นอน	0.802		
มีความปลอดภัยต่อผู้โดยสาร	0.842		
<u>การรับรู้ถึงความปลอดภัย Perceived Security</u>		0.614	0.788
การป้องกันการขโมยข้อมูลของผู้ใช้บริการที่เชื่อถือได้	0.738		
การยืนยันตัวตนผู้ใช้บริการที่ดี	0.768		
การคัดสรรคนขับรถแท็กซี่ที่ไว้ใจได้	0.818		
การบันทึกข้อมูลการใช้บริการที่ดี	0.807		
<u>ทัศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี Attitude towards Technology</u>		0.666	0.831
เป็นความคิดที่ฉลาด	0.775		
เป็นความคิดที่ดี	0.821		
มีความคุ้มค่า	0.845		
คุณชอบใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.822		

ตารางที่ 3.3 (ต่อ)

	Factor Loading	%Total Variance	Cronbach Alpha
บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน Descriptive Norm		0.643	0.814
เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.767		
เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.769		
สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.834		
สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.836		
บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร Injunctive Norm		0.651	0.820
คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.761		
คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.817		
คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.825		
คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.821		
บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง Subjective Norm		0.703	0.859
เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.816		
สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.844		
คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.853		
คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.839		
พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน Behavior Intention		0.840	0.809
คุณตั้งใจจะเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.916		
หากต้องเดินทางโดยแท็กซี่ คุณจะใช้บริการแอปพลิเคชัน	0.916		
การใช้งานจริง Usage Behavior		0.914	0.905
คุณใช้บริการแอปพลิเคชันทุกครั้งที่เรียกแท็กซี่	0.956		
คุณใช้บริการแอปพลิเคชันเป็นประจำ	0.956		

จากตารางที่ 3.3 พบว่า ทั้ง 12 ปัจจัย ซึ่งได้แก่ การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน (Perceived Number of Peers : PNP) การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม (Perceived Number of Cross - Platform : PNCP) การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน (Perceived Complement : PC) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use : PEOU) การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ (Perceived

Usefulness : PU) การรับรู้ถึงความปลอดภัย (Perceived Security : PS)ทัศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี (Attitude towards Technology : ATT) บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน (Descriptive Norm : DNorm) บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร (Injunctive Norm : INorm) บรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง (Subjective Norm : SNorm) พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน (Behavior Intention : BI) การใช้งานจริง (Usage Behavior : UB) ทั้งหมดเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi โดยจะเห็นจากการคำนวณค่าทางสถิติ Factor loading และ ค่า Cronbach's Alpha ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 เป็นค่าทางสถิติที่แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือในระดับที่สามารถยอมรับได้ จึงสรุปได้ว่าปัจจัยบางปัจจัยมีทั้งส่งผลและไม่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี และ พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi ดังนี้

การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน (Perceived Number of Peers : PNP) มีค่าความเชื่อถือได้อยู่ที่ 0.862 โดยเรียงลำดับผลการวิเคราะห์ปัจจัยจากมากไปน้อยที่ มีครอบคลุมในทุกพื้นที่ที่ท่านเรียกใช้บริการ 0.899 มีจำนวนมาก 0.882 และ มีเพียงพอต่อการเรียกใช้บริการ 0.876 โดยมีค่าความแปรปรวนที่ 0.784 ซึ่งสามารถเป็นการบอกถึงความน่าเชื่อถือได้

การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม (Perceived Number of Cross - Platform : PNCP) มีค่าความเชื่อถือได้อยู่ที่ 0.879 โดยเรียงลำดับผลการวิเคราะห์ปัจจัยจากมากไปน้อยที่ มีจำนวนมาก 0.901 มีเพียงพอต่อบริการที่ต้องการใช้ร่วม 0.900 และ สามารถใช้ร่วมกันได้ง่าย 0.892 โดยมีค่าความแปรปรวนที่ 0.805 ซึ่งสามารถเป็นการบอกถึงความน่าเชื่อถือได้

การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน (Perceived Complement : PC) มีค่าความเชื่อถือได้อยู่ที่ 0.840 โดยเรียงลำดับผลการวิเคราะห์ปัจจัยจากมากไปน้อยที่ สามารถเรียกใช้ได้ไม่ยาก 0.880 มีครอบคลุมครบทุกบริการที่เกี่ยวข้องกับแท็กซี่ 0.875 และ สามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 0.858 โดยมีค่าความแปรปรวนที่ 0.758 ซึ่งสามารถเป็นการบอกถึงความน่าเชื่อถือได้

การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use : PEOU) มีค่าความเชื่อถือได้อยู่ที่ 0.761 โดยเรียงลำดับผลการวิเคราะห์ปัจจัยจากมากไปน้อยที่ สามารถเรียนรู้ได้ง่าย 0.855 มีระบบการเรียกใช้บริการเรียกแท็กซี่ที่ง่ายต่อการใช้งาน 0.814 และ สามารถเข้าใจได้ไม่ยาก 0.798 โดยมีค่าความแปรปรวนที่ 0.677 ซึ่งไม่สามารถเป็นการบอกถึงความน่าเชื่อถือได้

การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ (Perceived Usefulness : PU) มีค่าความเชื่อถือได้อยู่ที่ 0.826 โดยเรียงลำดับผลการวิเคราะห์ปัจจัยจากมากไปน้อยที่ มีความปลอดภัยต่อผู้โดยสาร 0.842 ช่วยประหยัดเวลารอรถแท็กซี่ 0.807 มีเวลารอรถแท็กซี่ที่แน่นอน 0.802 และ ช่วยลดปัญหาการเรียกรถแท็กซี่ 0.793 โดยมีค่าความแปรปรวนที่ 0.658 ซึ่งไม่สามารถเป็นการบอกถึงความน่าเชื่อถือได้

การรับรู้ถึงความปลอดภัย (Perceived Security : PS) มีค่าความเชื่อถือได้อยู่ที่ 0.788 โดยเรียงลำดับผลการวิเคราะห์ปัจจัยจากมากไปน้อยที่ การคัดสรรคนขับรถแท็กซี่ที่ไว้ใจได้ 0.818 การบันทึกข้อมูลการใช้บริการที่ดี 0.807 การยืนยันตัวตนผู้ใช้บริการที่ดี 0.768 และ การป้องกันการขโมยข้อมูลของผู้ใช้บริการที่เชื่อถือได้ 0.738 โดยมีค่าความแปรปรวนที่ 0.614 ซึ่งไม่สามารถเป็นการบอกถึงความน่าเชื่อถือได้

ทัศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี (Attitude towards Technology : ATT) มีค่าความเชื่อถือได้อยู่ที่ 0.831 โดยเรียงลำดับผลการวิเคราะห์ปัจจัยจากมากไปน้อยที่ มีความคุ้มค่า 0.845 คุณชอบใช้บริการแอปพลิเคชัน 0.822 เป็นความคิดที่ดี 0.821 และ เป็นความคิดที่ฉลาด 0.775 โดยมีค่าความแปรปรวนที่ 0.666 ซึ่งไม่สามารถเป็นการบอกถึงความน่าเชื่อถือได้

บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน (Descriptive Norm : DNorm) มีค่าความเชื่อถือได้อยู่ที่ 0.814 โดยเรียงลำดับผลการวิเคราะห์ปัจจัยจากมากไปน้อยที่ สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน 0.836 สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน 0.834 เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน 0.769 และ เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน 0.767 โดยมีค่าความแปรปรวนที่ 0.643 ซึ่งไม่สามารถเป็นการบอกถึงความน่าเชื่อถือได้

บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร (Injunctive Norm : INorm) มีค่าความเชื่อถือได้อยู่ที่ 0.820 โดยเรียงลำดับผลการวิเคราะห์ปัจจัยจากมากไปน้อยที่ คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน 0.825 คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน 0.821 คนที่คุณติดต่อกับ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน 0.817 และ คนที่คุณติดต่อกับ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน 0.761 โดยมีค่าความแปรปรวนที่ 0.651 ซึ่งไม่สามารถเป็นการบอกถึงความน่าเชื่อถือได้

บรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง (Subjective Norm : SNorm) มีค่าความเชื่อถือได้อยู่ที่ 0.859 โดยเรียงลำดับผลการวิเคราะห์ปัจจัยจากมากไปน้อยที่ คนที่คุณติดต่อกับ ส่วนใหญ่ใช้บริการแอปพลิเคชัน 0.853 สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่ใช้บริการแอปพลิเคชัน 0.844 คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่ใช้บริการแอปพลิเคชัน 0.839 และ เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่ใช้บริการแอปพลิเคชัน 0.816 โดยมีค่าความแปรปรวนที่ 0.703 ซึ่งสามารถเป็นการบอกถึงความน่าเชื่อถือได้

พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน (Behavior Intention : BI) มีค่าความเชื่อถือได้อยู่ที่ 0.809 โดยผลการวิเคราะห์ปัจจัยเป็นผลที่เท่า ๆ กันที่ คุณตั้งใจจะเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน 0.916 และ หากต้องเดินทางโดยแท็กซี่ คุณจะใช้บริการแอปพลิเคชัน 0.916 โดยมีค่าความแปรปรวนที่ 0.840 ซึ่งสามารถเป็นการบอกถึงความน่าเชื่อถือได้

การใช้งานจริง (Usage Behavior : UB) มีค่าความเชื่อถือได้อยู่ที่ 0.905 โดยผลการวิเคราะห์ปัจจัยเป็นผลที่เท่า ๆ กันที่ คุณใช้บริการแอปพลิเคชันทุกครั้งที่คุณเรียกแท็กซี่ 0.956 และ คุณใช้บริการแอปพลิเคชันเป็นประจำ 0.956 โดยมีค่าความแปรปรวนที่ 0.914 ซึ่งสามารถเป็นการบอกถึงความน่าเชื่อถือได้

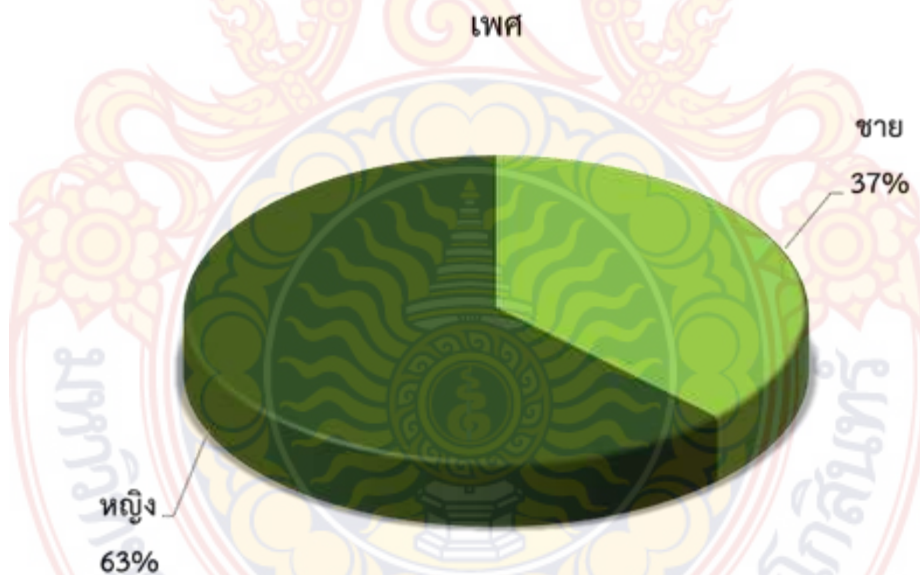
บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันโดยสาร Taxi ของแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi ในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล โดยผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ต่อไปนี้

- 4.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง และ ข้อมูลที่ได้รับ
- 4.2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าดัชนี
- 4.3 ผลการประมาณค่าแบบจำลอง

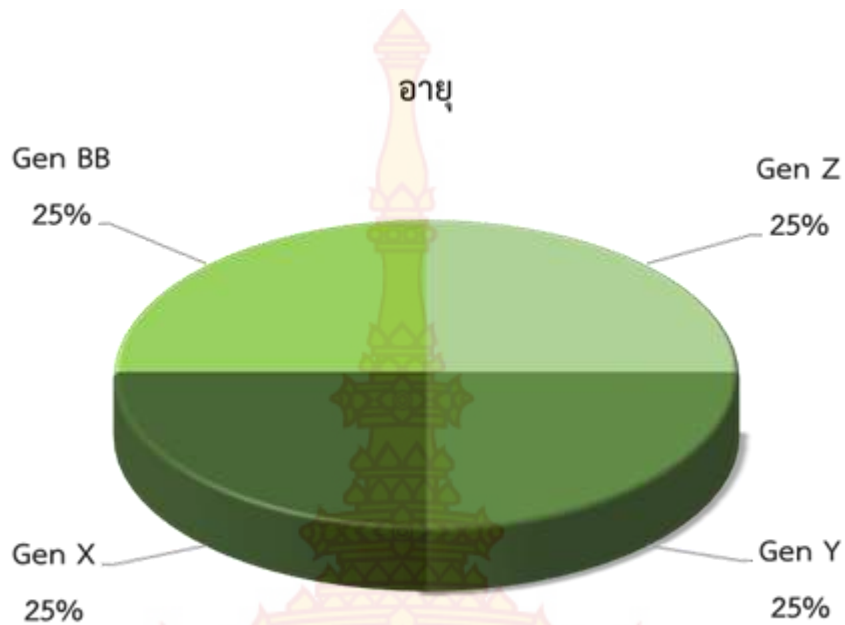
4.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง และ ข้อมูลที่ได้รับ

- 4.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม



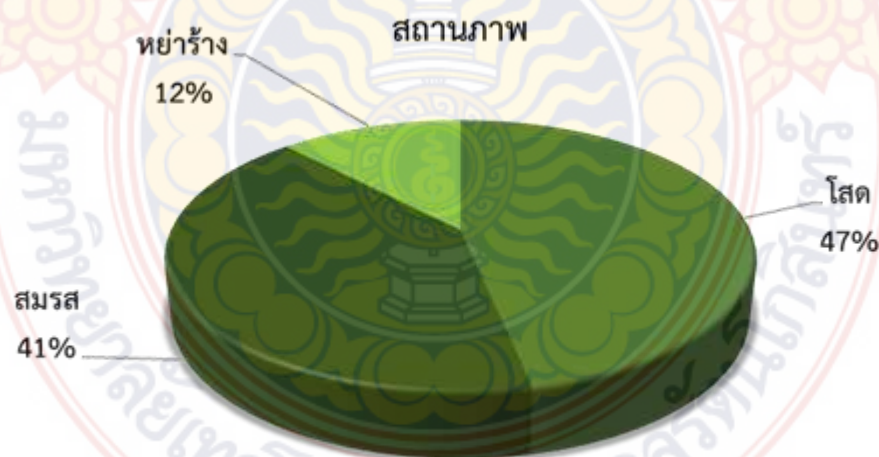
ภาพที่ 4.1 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

จากภาพที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 0.63 และ เป็นเพศชายจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 0.37



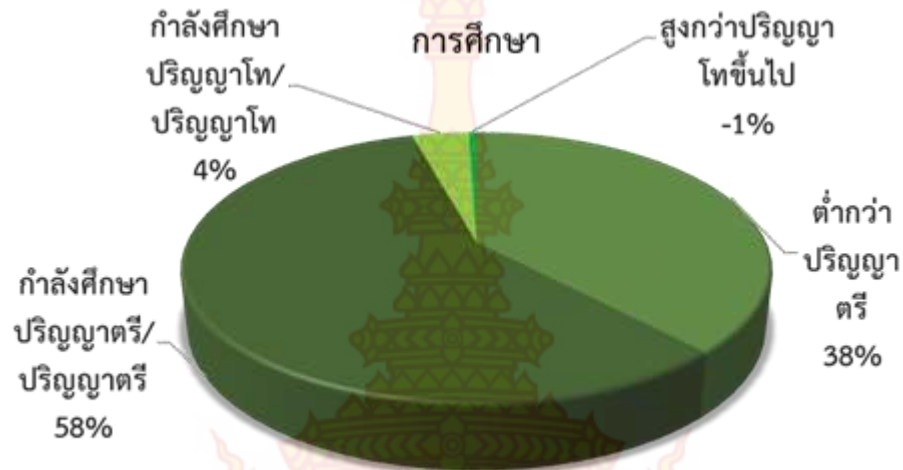
ภาพที่ 4.2 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

จากภาพที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเท่า ๆ กัน ดังนี้ กลุ่ม Gen Z มีอายุน้อยกว่า 23 ปี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 กลุ่ม Gen Y มีอายุระหว่าง 23 - 37 ปี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 กลุ่ม Gen X มีอายุระหว่าง 38 - 53 ปี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 และ กลุ่ม Gen BB มีอายุตั้งแต่ 54 ปีขึ้นไป จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25



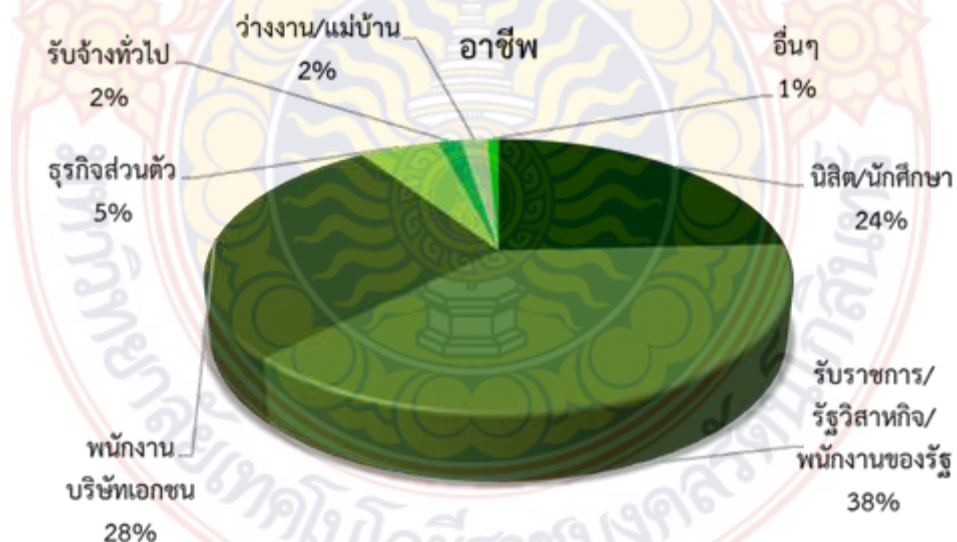
ภาพที่ 4.3 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

จากภาพที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดจำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 0.47 รองลงมา สถานภาพสมรสจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 0.41 และ หย่าร้างจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 0.12



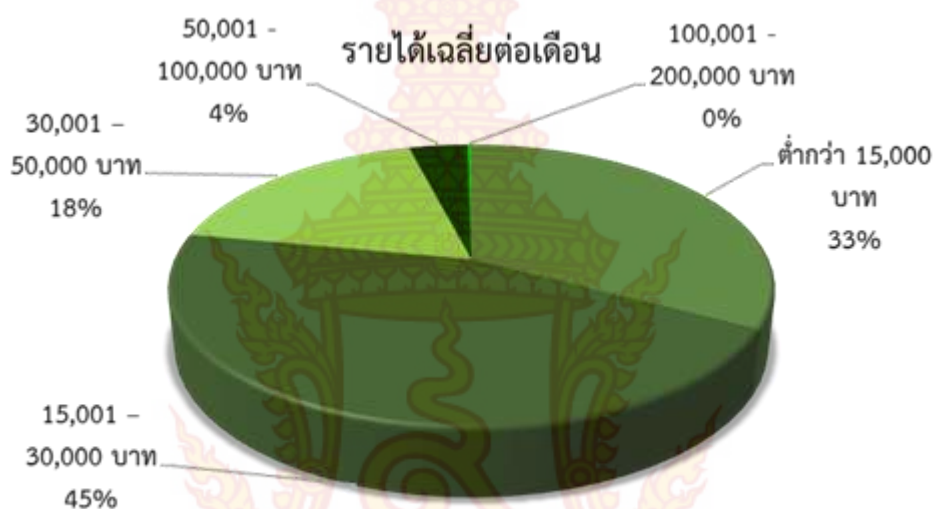
ภาพที่ 4.4 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

จากภาพที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กำลังศึกษาปริญญาตรี/ปริญญาตรีจำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 0.58 รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 0.38 กำลังศึกษาปริญญาโท / ปริญญาโทจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 0.04 และ สูงกว่าปริญญาโทขึ้นไปจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ -0.01



ภาพที่ 4.5 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

จากภาพที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ / รัฐวิสาหกิจ / พนักงานของรัฐจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 0.38 รองลงมา พนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 0.28 นิสิต / นักศึกษาจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 0.24 ธุรกิจส่วนตัวจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 0.05 รับจ้างทั่วไปจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 0.02 ว่างาน / แม่บ้านจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 0.02 และ อื่น ๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.01



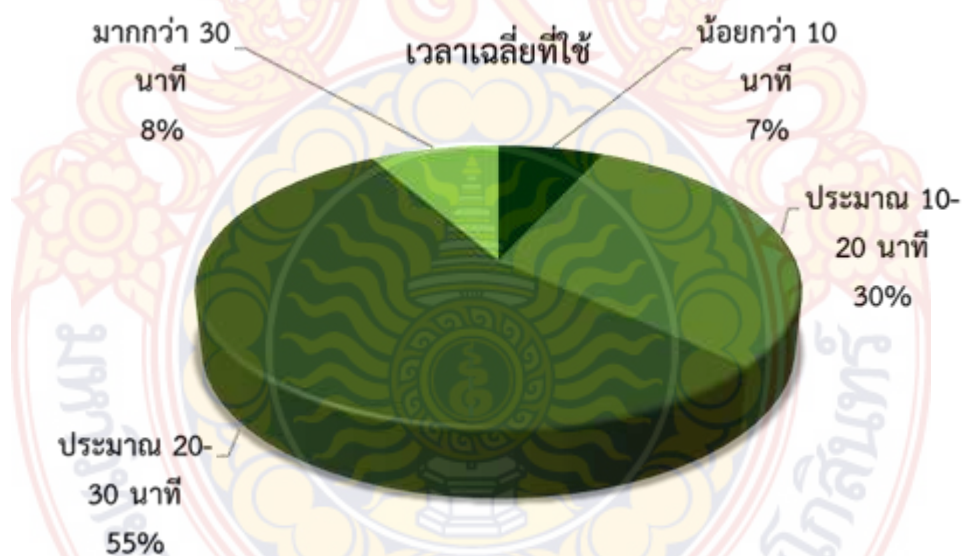
ภาพที่ 4.6 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากภาพที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001 - 30,000 บาทจำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 0.45 รองลงมา รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 0.33 รายได้ระหว่าง 30,001 - 50,000 บาทจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 0.18 รายได้ระหว่าง 50,001 - 100,000 บาทจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 0.04 และ รายได้ระหว่าง 100,001 - 200,000 บาทจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00



ภาพที่ 4.7 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชัน

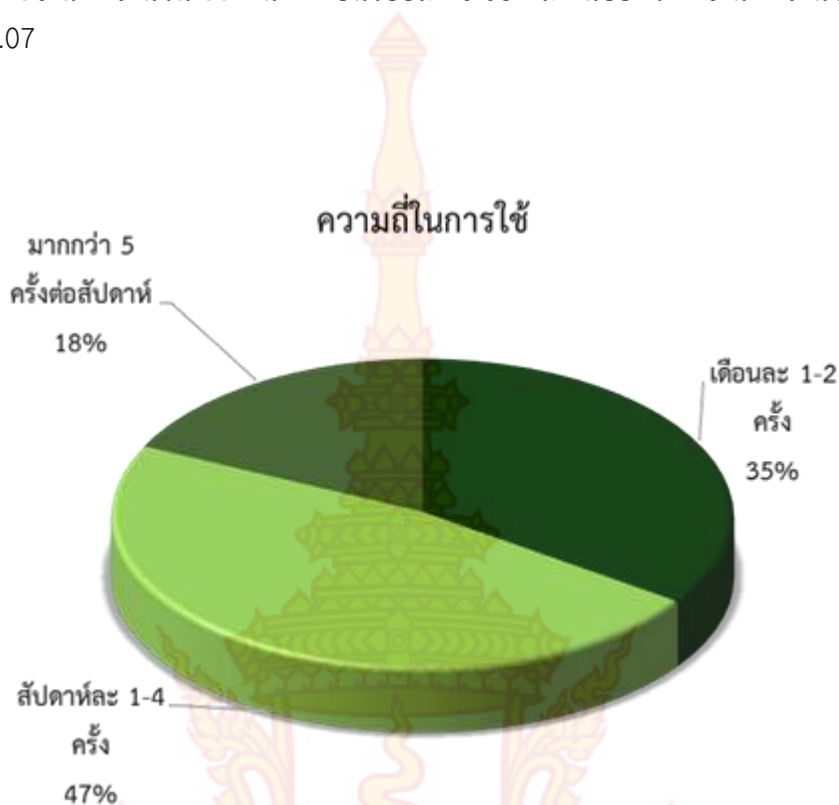
จากภาพที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชัน 1 - 6 เดือนจำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 0.43 รองลงมา 7 - 12 เดือนจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 0.37 น้อยกว่า 1 เดือนจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 0.11 และ มากกว่า 1 ปีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 0.09



ภาพที่ 4.8 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาเฉลี่ยที่ใช้ทำงาน

จากภาพที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเวลาเฉลี่ยที่ใช้ทำงานประมาณ 20 - 30 นาที จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 0.55 รองลงมา ประมาณ 10 - 20 นาทีจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ

0.30 มากกว่า 30 นาทีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 0.08 และ น้อยกว่า 10 นาทีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 0.07



ภาพที่ 4.9 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน

จากภาพที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันสัปดาห์ละ 1 - 2 ครั้งจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 0.47 รองลงมา เดือนละ 1 - 2 ครั้งจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 0.24 สัปดาห์ละ 3 - 5 ครั้งจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 0.16 น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือนจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 0.11 และ มากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 0.02

4.1.2 วัตถุประสงค์ในการใช้งานแอปพลิเคชันของผู้ตอบแบบสอบถาม



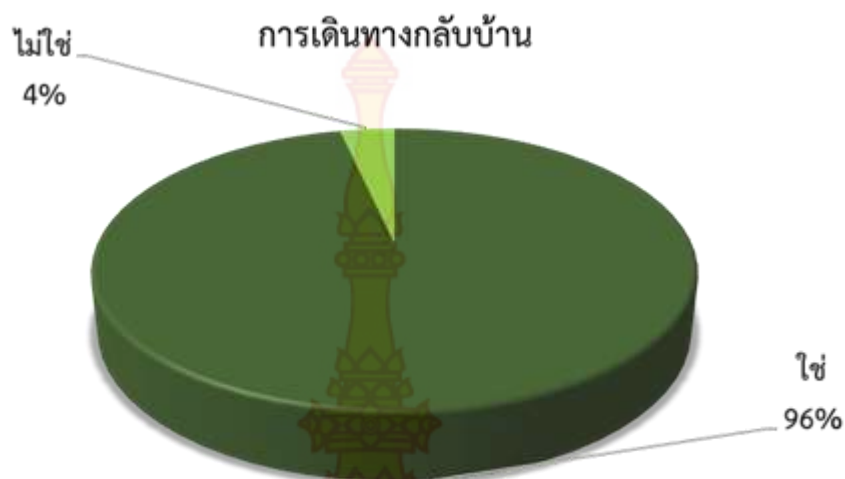
ภาพที่ 4.10 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเดินทางไปทำงาน

จากภาพที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ใช้ในการเดินทางไปทำงานจำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 0.70 และ ไม่ใช้ในการเดินทางไปทำงานจำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30



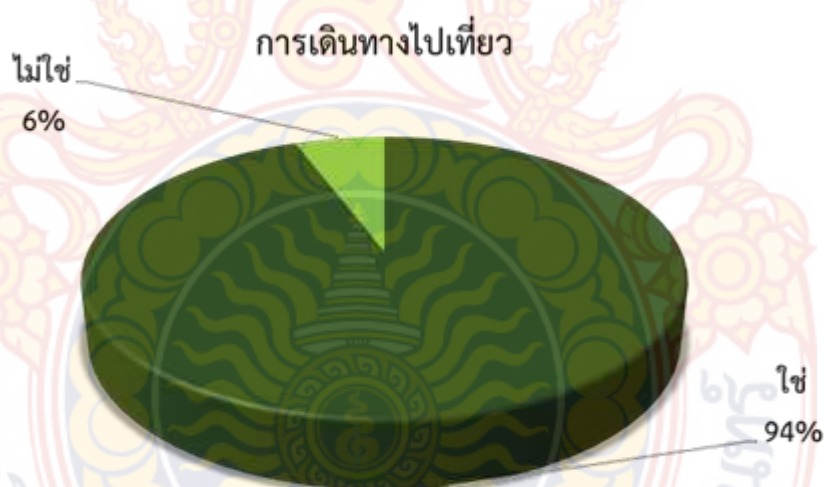
ภาพที่ 4.11 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเดินทางไปเรียน

จากภาพที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ไม่ใช้ในการเดินทางไปเรียนจำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 0.68 และ ใช้ในการเดินทางไปเรียนจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 0.32



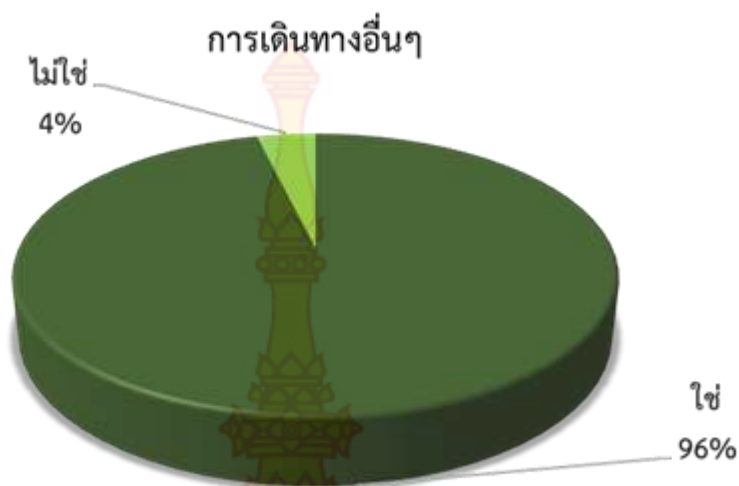
ภาพที่ 4.12 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเดินทางกลับบ้าน

จากภาพที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ใช้ในการเดินทางกลับบ้าน จำนวน 386 คน คิดเป็นร้อยละ 0.96 และ ไม่ใช้ในการเดินทางกลับบ้านจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 0.04



ภาพที่ 4.13 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเดินทางไปเที่ยว

จากภาพที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ใช้ในการเดินทางไปเที่ยว จำนวน 377 คน คิดเป็นร้อยละ 0.94 และ ไม่ใช้ในการเดินทางไปเที่ยวจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 0.06



ภาพที่ 4.14 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเดินทางอื่น ๆ

จากภาพที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ใช้ในการเดินทางอื่น ๆ จำนวน 385 คน คิดเป็นร้อยละ 0.96 และ ไม่ใช้ในการเดินทางอื่น ๆ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 0.04

4.1.3 การแจกแจงความถี่ของข้อมูลจากแบบสอบถาม

การตอบคำถามจากแบบสอบถาม ในส่วนของตัวแปรที่วัดโดย Likert Scale ว่ากลุ่มตัวอย่าง แสดงความเห็นโดยส่วนใหญ่ และ ให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ แอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi โดยพิจารณาจากคำตอบส่วนใหญ่ (Mode) ซึ่งวัดจากร้อยละ ของคำตอบที่กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบมากที่สุด ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 การแจกแจงความถี่ของข้อมูลจากแบบสอบถาม

	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย
การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน						
Perceived Number of Peers						
มีจำนวนมาก	0	2	125	184	89	3.900
	0.00%	0.50%	31.25%	46.00%	22.25%	
มีเพียงพอต่อการเรียกใช้บริการ	0	2	83	225	90	4.008
	0.00%	0.50%	20.75%	56.25%	22.50%	
มีครอบคลุมในทุกพื้นที่ที่ท่านเรียกใช้ บริการ	0	3	125	207	65	3.835
	0.00%	0.75%	31.25%	51.75%	16.25%	
การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม						
Perceived Number of Cross Platforms						
มีจำนวนมาก	0	1	122	170	107	3.958
	0.00%	0.25%	30.50%	42.50%	26.75%	
มีเพียงพอต่อบริการที่ต้องการใช้ร่วม	0	2	79	200	119	4.090
	0.00%	0.50%	19.75%	50.00%	29.75%	
สามารถใช้ร่วมกันได้ง่าย	0	2	109	203	86	3.933
	0.00%	0.50%	27.25%	50.75%	21.50%	
การรับรู้บริการต่าง ๆ ของ แอปพลิเคชัน						
Perceived Complement						
สามารถเรียกใช้得不ยาก	0	0	61	193	146	4.213
	0.00%	0.00%	15.25%	48.25%	36.50%	
สามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	0	1	37	217	145	4.265
	0.00%	0.25%	9.25%	54.25%	36.25%	
มีครอบคลุมครบทุกบริการที่เกี่ยวข้อง แท็กซี	0	2	53	234	111	4.135
	0.00%	0.50%	13.25%	58.50%	27.75%	
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน						
Perceived Ease of Use						
สามารถเรียนรู้ได้ง่าย	0	0	21	185	194	4.433
	0.00%	0.00%	5.25%	46.25%	48.50%	
สามารถเข้าใจ得不ยาก	0	0	13	199	188	4.438
	0.00%	0.00%	3.25%	49.75%	47.00%	

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย
มีระบบการเรียกใช้บริการเรียกแท็กซี่ที่ ง่ายต่อการใช้งาน	0 0.00%	0 0.00%	14 3.50%	226 56.50%	160 40.00%	4.365
การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ Perceived Usefulness						
ช่วยลดปัญหาการเรียกรถแท็กซี่	0 0.00%	1 0.25%	17 4.25%	153 38.25%	229 57.25%	4.525
ช่วยประหยัดเวลารอรถแท็กซี่	0 0.00%	0 0.00%	11 2.75%	161 40.25%	228 57.00%	4.543
มีเวลารอรถแท็กซี่ที่แน่นอน	0 0.00%	1 0.25%	11 2.75%	192 48.00%	196 49.00%	4.458
มีความปลอดภัยต่อผู้โดยสาร	0 0.00%	1 0.25%	11 2.75%	180 45.00%	208 52.00%	4.488
การรับรู้ถึงความปลอดภัย Perceived Security						
การป้องกันการขโมยข้อมูลของ ผู้ใช้บริการที่เชื่อถือได้	0 0.00%	0 0.00%	21 5.25%	175 43.75%	204 51.00%	4.458
การยืนยันตัวตนผู้ใช้บริการที่ดี	0 0.00%	0 0.00%	12 3.00%	198 49.50%	190 47.50%	4.445
การคัดสรรคนขับรถแท็กซี่ที่ไว้ใจได้	1 0.25%	0 0.00%	13 3.25%	231 57.75%	155 38.75%	4.348
การบันทึกข้อมูลการใช้บริการที่ดี	0 0.00%	1 0.25%	11 2.75%	243 60.75%	145 36.25%	4.330
ทัศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี Attitude towards Technology						
เป็นความคิดที่ฉลาด	1 0.25%	0 0.00%	24 6.00%	159 39.75%	216 54.00%	4.473
เป็นความคิดที่ดี	0 0.00%	0 0.00%	18 4.50%	158 39.50%	224 56.00%	4.515
มีความคุ้มค่า	0 0.00%	0 0.00%	18 4.50%	215 53.75%	167 41.75%	4.373

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย
คุณชอบใช้บริการแอปพลิเคชัน	0	1	18	217	164	4.360
	0.00%	0.25%	4.50%	54.25%	41.00%	
บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ						
เพื่อน Descriptive Norm						
เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้						
บริการแอปพลิเคชัน	0	2	14	153	231	4.533
	0.00%	0.50%	3.50%	38.25%	57.75%	
เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้						
ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0	2	11	163	224	4.523
	0.00%	0.50%	2.75%	40.75%	56.00%	
สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วน						
ใหญ่แนะนำให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0	1	16	220	163	4.363
	0.00%	0.25%	4.00%	55.00%	40.75%	
สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วน						
ใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการ						
แอปพลิเคชัน	0	0	16	237	147	4.328
	0.00%	0.00%	4.00%	59.25%	36.75%	
บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่						
ติดต่อสื่อสาร Injunctive Norm						
คนที่คุณติดต่อกับ ส่วนใหญ่แนะนำ						
ให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0	1	20	153	226	4.510
	0.00%	0.25%	5.00%	38.25%	56.50%	
คนที่คุณติดต่อกับ ส่วนใหญ่						
สนับสนุนให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0	2	12	164	222	4.515
	0.00%	0.50%	3.00%	41.00%	55.50%	
คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่แนะนำให้						
ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0	1	15	207	177	4.400
	0.00%	0.25%	3.75%	51.75%	44.25%	
คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่สนับสนุน						
ให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน	0	1	13	212	174	4.398
	0.00%	0.25%	3.25%	53.00%	43.50%	

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย
<u>บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง</u>						
<u>Subjective Norm</u>						
เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่ใช้บริการ						
แอปพลิเคชัน	1	0	16	153	230	4.528
	0.25%	0.00%	4.00%	38.25%	57.50%	
สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่ใช้						
บริการแอปพลิเคชัน	1	1	10	166	222	4.518
	0.25%	0.25%	2.50%	41.50%	55.50%	
คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่ใช้บริการ						
แอปพลิเคชัน	1	1	13	211	174	4.390
	0.25%	0.25%	3.25%	52.75%	43.50%	
<u>บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง</u>						
<u>Subjective Norm</u>						
เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่ใช้บริการ						
แอปพลิเคชัน	1	0	16	153	230	4.528
	0.25%	0.00%	4.00%	38.25%	57.50%	
สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่ใช้						
บริการแอปพลิเคชัน	1	1	10	166	222	4.518
	0.25%	0.25%	2.50%	41.50%	55.50%	
คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่ใช้บริการ						
แอปพลิเคชัน	1	1	13	211	174	4.390
	0.25%	0.25%	3.25%	52.75%	43.50%	
คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่ใช้บริการ						
แอปพลิเคชัน	1	1	14	214	170	4.378
	0.25%	0.25%	3.50%	53.50%	42.50%	
<u>พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน</u>						
<u>Behavior Intention</u>						
คุณตั้งใจจะเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน						
	0	0	15	126	259	4.610
	0.00%	0.00%	3.75%	31.50%	64.75%	
หากต้องเดินทางโดยแท็กซี่ คุณจะใช้						
บริการแอปพลิเคชัน	0	1	7	136	256	4.618
	0.00%	0.25%	1.75%	34.00%	64.00%	

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย
การใช้งานจริง Usage Behavior						
คุณใช้บริการแอปพลิเคชันทุกครั้งที่คุณเรียกแท็กซี่	0	1	15	215	169	4.380
	0.00%	0.25%	3.75%	53.75%	42.25%	
คุณใช้บริการแอปพลิเคชันเป็นประจำ	0	1	11	217	171	4.395
	0.00%	0.25%	2.75%	54.25%	42.75%	

จากตารางที่ 4.1 แสดงถึงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยของระดับคะแนนเต็ม 5 คะแนน ที่แสดงให้เห็นถึงความคิดเห็นของผู้ใช้งานที่มีต่อแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi ดังนี้

การรับรู้จำนวนผู้ใช้งาน พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นในปัจจุบันนี้ว่า เห็นด้วยอย่างยิ่งในเรื่องมีเพียงพอต่อการเรียกใช้บริการซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.008 รองลงมาคือ มีจำนวนมาก 3.900 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ มีครอบคลุมในทุกพื้นที่ให้ท่านเรียกใช้บริการ 3.835

การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นในปัจจุบันนี้ว่า เห็นด้วยอย่างยิ่งในเรื่องมีเพียงพอต่อบริการที่ต้องการใช้ร่วมซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.090 รองลงมาคือ มีจำนวนมาก 3.958 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ สามารถใช้ร่วมกันได้ง่าย 3.933

การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นในปัจจุบันนี้ว่า เห็นด้วยอย่างยิ่งในเรื่องสามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.265 รองลงมาคือ สามารถเรียกใช้ได้ไม่ยาก 4.213 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ มีครอบคลุมครบทุกบริการที่เกี่ยวข้องกับแท็กซี่ 4.135

การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นในปัจจุบันนี้ว่า เห็นด้วยอย่างยิ่งในเรื่องสามารถเข้าใจได้ไม่ยากซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.438 รองลงมาคือ สามารถเรียนรู้ได้ง่าย 4.433 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ มีระบบการเรียกใช้บริการเรียกแท็กซี่ที่ง่ายต่อการใช้งาน 4.365

การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นในปัจจุบันนี้ว่า เห็นด้วยอย่างยิ่งในเรื่องช่วยประหยัดเวลารอรถแท็กซี่ซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.543 รองลงมาคือ ช่วยลดปัญหาการเรียกรถแท็กซี่ 4.525 มีความปลอดภัยต่อผู้โดยสาร 4.488 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ มีเวลารอรถแท็กซี่ที่แน่นอน 4.458

การรับรู้ถึงความปลอดภัย พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นในปัจจุบันนี้ว่า เห็นด้วยอย่างยิ่งในเรื่องการป้องกันการขโมยข้อมูลของผู้ใช้บริการที่เชื่อถือได้ซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.458 รองลงมาคือ การยืนยันตัวตนผู้ใช้บริการที่ดี 4.445 การคัดสรรคนขับรถแท็กซี่ที่ไว้ใจได้ 4.348 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การบันทึกข้อมูลการใช้บริการที่ดี 4.330

ทัศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นในปัจจุบันนี้ว่า เห็นด้วยอย่างยิ่งในเรื่องเป็นความคิดที่ดีซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.515 รองลงมาคือ เป็นความคิดที่ฉลาด 4.473 มีความคุ้มค่า 4.373 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ คุณชอบใช้บริการแอปพลิเคชัน 4.360

บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นในปัจจุบันนี้ว่า เห็นด้วยอย่างยิ่งในเรื่องเพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการแอปพลิเคชันซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.533 รองลงมาคือ เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน 4.523 สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน 4.363 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน 4.328

บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นในปัจจุบันนี้ว่า คนที่คุณติดต่อกับ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการแอปพลิเคชันซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.515 รองลงมาคือ คนที่คุณติดต่อกับ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน 4.510 คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน 4.400 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน 4.398

บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นในปัจจุบันนี้ว่า เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่ใช้บริการแอปพลิเคชันซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.528 รองลงมาคือ สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่ใช้บริการแอปพลิเคชัน 4.518 คนที่คุณติดต่อกับ ส่วนใหญ่ใช้บริการแอปพลิเคชัน 4.390 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่ใช้บริการแอปพลิเคชัน 4.378

พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นในปัจจุบันนี้ว่า หากต้องเดินทางโดยแท็กซี่ คุณจะใช้บริการแอปพลิเคชันซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.618 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ คุณตั้งใจจะเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน 4.610

การใช้งานจริง พบว่ากลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นในปัจจุบันนี้ว่า คุณใช้บริการแอปพลิเคชันเป็นประจำซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.395 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ คุณใช้บริการแอปพลิเคชันทุกครั้งที่เรียกแท็กซี่ 4.380

4.2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าดัชนี

การจำแนกกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์หรือลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง เช่น (เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้) และ จำแนกตามพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง เช่น (พฤติกรรมการใช้บริการ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ) และ แสดงค่าเฉลี่ยของตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ที่คำนวณได้จากแบบสอบถามออนไลน์ตามลักษณะต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งค่าสถิติ (t-Test หรือ F-Test) ที่เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ดังตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์



ตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

	Obs.	PNP	PNCP	PC	PEOU	PU	PS	ATT	DNorm	INorm	SNorm	BI	UB
แบบพหุระดับ													
Grab Taxi	200	0.65	0.55	0.63	0.69	0.77	0.71	0.74	0.77	0.80	0.85	0.83	0.80
Line Taxi	200	0.63	0.60	0.69	0.72	0.83	0.70	0.75	0.77	0.83	0.87	0.86	0.72
t-test		0.81	2.10 **	2.67 ***	1.06	3.05 ***	0.60	0.46	0.81	2.10 **	2.67 ***	1.06	3.05 ***
อายุ													
Gen Z < 23 ปี	100	0.62	0.55	0.67	0.72	0.80	0.73	0.73	0.80	0.85	0.88	0.88	0.84
Gen Y 23 - 37 ปี	100	0.65	0.61	0.69	0.69	0.80	0.65	0.70	0.72	0.75	0.82	0.78	0.66
Gen X 38 - 53 ปี	100	0.60	0.54	0.62	0.73	0.82	0.73	0.77	0.79	0.84	0.88	0.86	0.75
Gen BB 54 ปี ขึ้นไป	100	0.68	0.59	0.67	0.68	0.79	0.70	0.78	0.77	0.83	0.88	0.86	0.76
F-test		2.93 **	1.50	1.41	1.14	0.32	3.15 **	3.08 **	2.93 **	1.50	1.41	1.14	0.32
สถานภาพ													
โสด	187	0.64	0.58	0.68	0.70	0.79	0.69	0.72	0.76	0.81	0.85	0.83	0.76
สมรส	165	0.62	0.57	0.63	0.70	0.81	0.72	0.78	0.78	0.83	0.87	0.86	0.75
หย่าร้าง	48	0.69	0.58	0.69	0.75	0.81	0.70	0.76	0.77	0.84	0.88	0.86	0.76
F-test		2.07	0.04	2.30	0.88	0.55	0.77	3.47 **	2.07	0.04	2.30	0.88	0.55
การศึกษา													
ต่ำกว่าปริญญาตรี	152	0.67	0.61	0.67	0.67	0.77	0.66	0.72	0.74	0.80	0.84	0.82	0.70
กำลังศึกษาปริญญาตรี/ปริญญา	231	0.62	0.55	0.65	0.72	0.82	0.73	0.76	0.79	0.83	0.87	0.86	0.79
กำลังศึกษาปริญญาโท/ปริญญา	15	0.62	0.61	0.70	0.81	0.91	0.76	0.82	0.85	0.82	0.89	0.87	0.76
สูงกว่าปริญญาโทขึ้นไป	2	0.84	0.73	0.72	0.67	0.74	0.53	0.62	0.70	0.63	0.84	0.70	0.80
F-test		2.26 *	2.12 *	0.39	2.59 *	4.28 ***	3.52 **	1.77	2.26 *	2.12 *	0.39	2.59 *	4.28 ***
อาชีพ													
นิสิต/นักศึกษา	97	0.60	0.53	0.67	0.72	0.79	0.73	0.72	0.80	0.84	0.87	0.87	0.84
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงาน	153	0.65	0.60	0.68	0.72	0.81	0.69	0.77	0.77	0.82	0.87	0.86	0.71
พนักงานบริษัทเอกชน	113	0.64	0.55	0.62	0.65	0.78	0.68	0.73	0.74	0.79	0.84	0.81	0.73
ธุรกิจส่วนตัว	21	0.56	0.59	0.62	0.74	0.82	0.69	0.73	0.75	0.82	0.86	0.82	0.78
รับจ้างทั่วไป	6	0.74	0.67	0.72	0.75	0.88	0.79	0.82	0.82	0.94	0.88	0.90	0.83
ว่างงาน/แม่บ้าน	7	0.98	0.96	0.94	0.95	0.97	0.96	0.97	0.97	0.98	0.97	0.97	0.94
อื่นๆ	3	0.60	0.58	0.76	0.61	0.70	0.55	0.59	0.67	0.69	0.79	0.47	0.60
F-test		4.91 ***	3.30 ***	2.68 **	2.74 **	1.62	2.65 **	2.32 **	4.91 ***	3.30 ***	2.68 **	2.74 **	1.62
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน													
ต่ำกว่า 15,000 บาท	131	0.62	0.55	0.66	0.71	0.78	0.70	0.72	0.77	0.81	0.85	0.85	0.77
15,001 - 30,000 บาท	181	0.65	0.58	0.65	0.69	0.80	0.70	0.75	0.77	0.81	0.86	0.84	0.75
30,001 - 50,000 บาท	72	0.63	0.57	0.68	0.75	0.85	0.73	0.78	0.79	0.84	0.89	0.85	0.75
50,001 - 100,000 บาท	15	0.70	0.70	0.70	0.67	0.78	0.68	0.78	0.78	0.86	0.88	0.85	0.68
100,001 - 200,000 บาท	1	0.78	1.00	1.00	1.00	0.60	0.51	0.56	0.60	0.67	0.75	1.00	1.00
F-test		0.80	1.62	0.82	1.42	1.96 *	0.57	1.21	0.80	1.62	0.82	1.42	1.96 *

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

	Obs.	PNP	PNCP	PC	PEOU	PU	PS	ATT	DNorm	INorm	SNorm	BI	UB
ประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชัน													
น้อยกว่า 1 เดือน	45	0.71	0.62	0.66	0.59	0.68	0.58	0.59	0.64	0.70	0.77	0.68	0.64
ใช้มา 1-6 เดือนแล้ว	172	0.62	0.58	0.67	0.72	0.83	0.71	0.76	0.78	0.83	0.88	0.87	0.74
ใช้มา 7-12 เดือนแล้ว	148	0.62	0.54	0.65	0.71	0.80	0.72	0.77	0.80	0.82	0.87	0.86	0.79
มากกว่า 1 ปี	35	0.72	0.63	0.66	0.77	0.79	0.75	0.80	0.78	0.87	0.86	0.89	0.83
F-test		4.73 ***	1.60	0.27	4.75 ***	8.03 ***	6.01 ***	10.62 ***	4.73 ***	1.60	0.27	4.75 ***	8.03 ***
เวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการรอรอบแรกชี้													
น้อยกว่า 10 นาที	27	0.74	0.65	0.66	0.60	0.64	0.61	0.59	0.65	0.72	0.79	0.70	0.70
ประมาณ 10-20 นาที	121	0.64	0.61	0.71	0.71	0.81	0.70	0.75	0.75	0.80	0.85	0.83	0.71
ประมาณ 20-30 นาที	219	0.63	0.57	0.66	0.71	0.81	0.70	0.76	0.79	0.84	0.87	0.86	0.77
มากกว่า 30 นาที	33	0.61	0.44	0.52	0.71	0.83	0.79	0.81	0.84	0.84	0.90	0.91	0.89
F-test		2.85 **	3.80 **	5.53 ***	1.82	7.92 ***	3.88 ***	6.39 ***	2.85 **	3.80 **	5.53 ***	1.82	7.92 ***
ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน													
เดือนละ 1-2 ครั้ง	139	0.67	0.63	0.71	0.69	0.77	0.65	0.70	0.72	0.8	0.82	0.80	0.69
สัปดาห์ละ 1-4 ครั้ง	189	0.62	0.55	0.64	0.70	0.81	0.72	0.78	0.79	0.8	0.88	0.86	0.76
มากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์	72	0.63	0.53	0.63	0.76	0.81	0.77	0.76	0.82	0.8	0.89	0.89	0.87
F-test		2.06	5.06 ***	4.08 **	2.80 *	2.03	8.58 ***	5.93 ***	2.06	5.1 ***	4.08 **	2.80 *	2.03
วัตถุประสงค์ในการเดินทางไปที่งาน													
ใช่	282	0.66	0.59	0.66	0.70	0.81	0.70	0.76	0.76	0.81	0.86	0.84	0.73
ไม่ใช่	118	0.59	0.54	0.67	0.72	0.79	0.72	0.72	0.79	0.83	0.87	0.86	0.81
t-test		2.89 ***	1.82 *	0.14	0.73	0.84	0.91	1.49	2.89 ***	1.82 *	0.14	0.73	0.84
วัตถุประสงค์ในการเดินทางไปที่เรียน													
ใช่	128	0.65	0.58	0.69	0.75	0.81	0.74	0.74	0.80	0.83	0.87	0.86	0.83
ไม่ใช่	272	0.63	0.57	0.65	0.69	0.79	0.69	0.75	0.76	0.81	0.86	0.84	0.72
t-test		0.58	0.22	1.66 *	2.47 **	1.08	2.14 **	0.11	0.58	0.22	1.66 *	2.47 **	1.08
วัตถุประสงค์ในการเดินทางกลับบ้าน													
ใช่	386	0.64	0.58	0.67	0.71	0.81	0.71	0.76	0.78	0.83	0.87	0.86	0.77
ไม่ใช่	14	0.51	0.44	0.49	0.49	0.58	0.44	0.46	0.43	0.51	0.62	0.57	0.44
t-test		2.41 **	1.91 *	2.68 ***	3.61 ***	4.67 ***	4.67 ***	5.21 ***	2.41 **	1.91 *	2.68 ***	3.61 ***	4.67 ***
วัตถุประสงค์ในการเดินทางไปที่ยาว													
ใช่	377	0.64	0.58	0.67	0.72	0.81	0.71	0.76	0.79	0.83	0.87	0.86	0.77
ไม่ใช่	23	0.65	0.52	0.58	0.50	0.59	0.50	0.54	0.55	0.63	0.73	0.60	0.56
t-test		0.25	0.90	1.63	4.47 ***	5.77 ***	4.67 ***	4.99 ***	0.25	0.90	1.63	4.47 ***	5.77 ***
วัตถุประสงค์ในการเดินทางอื่น ๆ													
ใช่	385	0.64	0.58	0.67	0.71	0.81	0.71	0.75	0.78	0.83	0.87	0.86	0.76
ไม่ใช่	15	0.53	0.47	0.54	0.52	0.59	0.42	0.53	0.51	0.57	0.67	0.60	0.56
t-test		2.02 **	1.45	2.06 **	3.13 ***	4.56 ***	5.33 ***	4.12 ***	2.02 **	1.45	2.06 **	3.13 ***	4.56 ***

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างมีผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi จำนวน 200 คน และ ผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Line Taxi จำนวน 200 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 250 คน เพศชาย 150 คน มีอายุต่ำกว่า 23 ปี ถึง 54 ปี ขึ้นไปเท่า ๆ กัน มีสถานภาพโสด มีการศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประมาณ 15,001 – 30,000 บาท สำหรับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชันใช้มา 1-6 เดือนแล้ว เวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการรอรถแท็กซี่ ประมาณ 20 - 30 นาที ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันสัปดาห์ละ 1-4 ครั้ง ส่วนใหญ่ค่าเฉลี่ยวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มากที่สุดคือ มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปทำงาน มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางกลับบ้าน มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปเที่ยว มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางอื่น ๆ และ ค่าเฉลี่ยวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่ต่ำคือ ไม่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปเรียน เมื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้วยสถิติเชิงปริมาณ t-test และ F-test พบว่าค่าเฉลี่ยของตัวแปรทุกตัวจำแนก สรุปได้ดังนี้

กลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน (Perceived Number of Peers : PNP) การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม (Perceived Number of Cross - Platform : PNCP) การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน (Perceived Complement : PC) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use : PEOU) การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ (Perceived Usefulness : PU) การรับรู้ถึงความปลอดภัย (Perceived Security : PS) ทักษะคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี (Attitude towards Technology : ATT) บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน (Descriptive Norm : DNORM) บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร (Injunctive Norm : INORM) บรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง (Subjective Norm : SNORM) พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน (Behavior Intention : BI) การใช้งานจริง (Usage Behavior : UB) แตกต่างกันพบว่า ผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi มีบรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิงมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 0.85 รองลงมาคือ พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน 0.83 บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร และ การใช้งานจริงในระดับที่เท่ากัน 0.80 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ และ บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อนในระดับที่เท่ากัน 0.77 ทักษะคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี 0.74 การรับรู้ถึงความปลอดภัย 0.71 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน 0.69 การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน 0.65 การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน 0.63 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม 0.55 ผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Line Taxi มีบรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิงมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 0.87 รองลงมาคือ พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน 0.86 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ และ บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร 0.83 บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน 0.77 ทักษะคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี 0.75 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และ การใช้งานจริง 0.72 การรับรู้ถึงความปลอดภัย 0.70 การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน 0.69 การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน 0.63 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม 0.60

กลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi ที่มีเพศต่างกัน พบว่าเพศชายมีบรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิงมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 0.85 รองลงมาคือ บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร 0.82 พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน 0.81 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ 0.79 บรรทัดฐานคนใน

0.72 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน 0.70 การรับรู้ถึงความปลอดภัย 0.69 การรับรู้บริการต่าง ๆ ของ แอปพลิเคชัน 0.68 การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน 0.64 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การรับรู้จำนวน แพลตฟอร์ม 0.58 พบว่า สถานภาพสมรสมีบรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 0.87 รองลงมาคือ พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน 0.86 บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร 0.83 การรับรู้ ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ 0.81 ทศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี และ บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน 0.78 การใช้งานจริง 0.75 การรับรู้ถึงความปลอดภัย 0.72 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน 0.70 การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน 0.63 การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน 0.62 และ ค่าเฉลี่ยต่ำ ที่สุดคือ การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม 0.57 พบว่า สถานภาพหย่าร้างมีบรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง มี ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 0.88 รองลงมาคือ พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน 0.86 บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ ติดต่อสื่อสาร 0.84 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ 0.81 บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน 0.77 ทศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี และ การใช้งานจริง 0.76 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน 0.75 การรับรู้ถึงความปลอดภัย 0.70 การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน และ การรับรู้บริการต่าง ๆ ของ แอปพลิเคชัน 0.69 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม 0.58

กลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi ที่มีการศึกษาต่างกัน พบว่า การศึกษา ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีบรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 0.84 รองลงมาคือ พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน 0.82 บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร 0.80 การรับรู้ถึงประโยชน์ ที่เกิดจากการใช้ 0.77 บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน 0.74 ทศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี 0.72 การใช้งานจริง 0.70 การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน และ การ รับรู้ความง่ายในการใช้งาน 0.67 การรับรู้ถึงความปลอดภัย 0.66 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การรับรู้ จำนวนแพลตฟอร์ม 0.61 พบว่า กำลังศึกษาปริญญาตรี/ปริญญาตรี มีบรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง มี ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 0.87 รองลงมาคือ พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน 0.86 บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ ติดต่อสื่อสาร 0.83 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ 0.82 บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน และ การใช้งานจริง 0.79 ทศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี 0.76 การรับรู้ถึงความปลอดภัย 0.73 การ รับรู้ความง่ายในการใช้งาน 0.72 การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน 0.65 การรับรู้จำนวนของ ผู้ใช้งาน 0.62 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม 0.55 พบว่า กำลังศึกษาปริญญาโท/ ปริญญาโท มีการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 0.91 รองลงมาคือ บรรทัดฐาน ของกลุ่มคนอ้างอิง 0.89 พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน 0.87 บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน 0.85 ทศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี และ บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร 0.82 การรับรู้ ความง่ายในการใช้งาน 0.81 การรับรู้ถึงความปลอดภัย และ การใช้งานจริง 0.76 การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน 0.70 การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน 0.62 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การรับรู้จำนวน แพลตฟอร์ม 0.61 พบว่า กำลังศึกษาสูงกว่าปริญญาโทขึ้นไป มีการรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน และ บรรทัด ฐานของกลุ่มคนอ้างอิง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 0.84 รองลงมาคือ การใช้งานจริง 0.80 การรับรู้ถึง ประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ 0.74 การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม 0.73 การรับรู้บริการต่าง ๆ ของ แอปพลิเคชัน 0.72 บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน และ พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน 0.70 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน 0.67 บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร 0.63 ทศนคติที่มีต่อการ ยอมรับเทคโนโลยี 0.62 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การรับรู้ถึงความปลอดภัย 0.53

กลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi ที่มีอาชีพต่างกัน พบว่า นิสิต/นักศึกษา มีบรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง และ พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 0.87 รองลงมาคือ บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร และ การใช้งานจริง 0.84 บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน 0.80 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ 0.79 การรับรู้ถึงความปลอดภัย 0.73 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และ ทศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี 0.72 การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน 0.67 การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน 0.60 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม 0.53 พบว่า รัฐบาล/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ มีบรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 0.87 รองลงมาคือ พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน 0.86 บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร 0.82 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ 0.81 ทศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี และ บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน 0.77 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน 0.72 การใช้งานจริง 0.71 การรับรู้ถึงความปลอดภัย 0.69 การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน 0.68 การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน 0.65 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม 0.60 พบว่า พนักงานบริษัทเอกชน มีบรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 0.84 รองลงมาคือ พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน 0.81 บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร 0.79 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ 0.78 บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน 0.74 ทศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี และ การใช้งานจริง 0.73 การรับรู้ถึงความปลอดภัย 0.68 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน 0.65 การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน 0.64 การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน 0.62 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม 0.55 พบว่า ธุรกิจส่วนตัว มีบรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 0.86 รองลงมาคือ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร และ พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน 0.82 การใช้งานจริง 0.78 บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน 0.75 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน 0.74 ทศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี 0.73 การรับรู้ถึงความปลอดภัย 0.69 การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน 0.62 การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม 0.59 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน 0.56 พบว่า รับจ้างทั่วไป มีบรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 0.94 รองลงมาคือ พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน 0.90 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ และ บรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง 0.88 การใช้งานจริง 0.83 ทศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี และ บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน 0.82 การรับรู้ถึงความปลอดภัย 0.79 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน 0.75 การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน 0.74 การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน 0.72 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม 0.67 พบว่า ว่างาน/แม่บ้าน มีการรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน และ บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 0.98 รองลงมาคือ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ ทศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน บรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง และ พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน 0.97 การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม และ การรับรู้ถึงความปลอดภัย 0.96 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน 0.95 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน และ การใช้งานจริง 0.94 พบว่า อื่น ๆ มีบรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 0.79 รองลงมาคือ การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน 0.76 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ 0.70 บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร 0.69 บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน 0.67 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน 0.61 การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน และ การใช้งานจริง 0.60 ทศนคติที่มีต่อ

0.90 การใช้งานจริง 0.89 บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน และ บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร 0.84 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ 0.83 ทักษะที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี 0.81 การรับรู้ถึงความปลอดภัย 0.79 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน 0.71 การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน 0.61 การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน 0.52 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม 0.44

กลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi ที่มีความถี่ในการใช้ต่างกัน พบว่า เดือนละ 1-2 ครั้ง มีบรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 0.82 รองลงมาคือ พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน 0.80 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ และ บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร 0.77 บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน 0.72 การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน 0.71 ทักษะที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี 0.70 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และ การใช้งานจริง 0.69 การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน 0.67 การรับรู้ถึงความปลอดภัย 0.65 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม 0.63 พบว่า เดือนละ 1-2 ครั้ง มีพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 0.86 รองลงมาคือ บรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง 0.85 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ 0.82 บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร 0.80 บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน 0.76 ทักษะที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี 0.75 การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน 0.73 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน 0.72 การใช้งานจริง 0.71 การรับรู้ถึงความปลอดภัย 0.68 การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน 0.65 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม 0.64 พบว่า สัปดาห์ละ 1-4 ครั้ง มีบรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 0.88 รองลงมาคือ พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน 0.86 บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร 0.84 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ 0.81 บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน 0.79 ทักษะที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี 0.78 การใช้งานจริง 0.76 การรับรู้ถึงความปลอดภัย 0.72 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน 0.70 การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน 0.64 การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน 0.62 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม 0.55 พบว่า มากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ มีบรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง และ พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 0.89 รองลงมาคือ การใช้งานจริง 0.87 บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร 0.84 บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน 0.82 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ 0.81 การรับรู้ถึงความปลอดภัย 0.77 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และ ทักษะที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี 0.76 การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน และ การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน 0.63 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม 0.53

กลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปทำงานต่างกัน พบว่า จำเป็นต่อการเดินทางไปทำงาน มีบรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 0.86 รองลงมาคือ พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน 0.84 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ และ บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร 0.81 ทักษะที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี และ บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน 0.76 การใช้งานจริง 0.73 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และ การรับรู้ถึงความปลอดภัย 0.70 การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน และ การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน 0.66 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม 0.59 พบว่า ไม่จำเป็นต่อการเดินทางไปทำงาน มีบรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 0.87 รองลงมาคือ พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน 0.86

ฐานของกลุ่มคนอ้างอิง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 0.73 รองลงมาคือ การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน 0.65 บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร 0.63 พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน 0.60 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ 0.59 การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน 0.58 การใช้งานจริง 0.56 บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน 0.55 ทักษะคดีที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี 0.54 การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม 0.52 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และ การรับรู้ถึงความปลอดภัย 0.50

กลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi มีวัตถุประสงค์ประสงค์ในการเดินทางอื่น ๆ ต่างกัน พบว่า จำเป็นต่อการเดินทางอื่น ๆ มีบรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 0.87 รองลงมาคือ พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน 0.86 บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร 0.83 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ 0.81 บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน 0.78 การใช้งานจริง 0.76 ทักษะคดีที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี 0.75 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และ การรับรู้ถึงความปลอดภัย 0.71 การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน 0.67 การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน 0.64 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม 0.58 พบว่า ไม่จำเป็นต่อการเดินทางอื่น ๆ มีบรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 0.67 รองลงมาคือ พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน 0.60 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ 0.59 บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร 0.57 การใช้งานจริง 0.56 การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน 0.54 การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน และ ทักษะคดีที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี 0.53 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน 0.52 บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน 0.51 การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม 0.47 และ ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ การรับรู้ถึงความปลอดภัย 0.42



ภาพที่ 4.15 กราฟเรดาร์ด้านซ้ายแสดงการเปรียบเทียบแอปพลิเคชัน และ ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน

จากภาพที่ 4.15 พบว่า แอปพลิเคชัน Line Taxi มีจำนวนผู้ใช้งานมากกว่าแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ ผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Line Taxi มีการรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ ทักษะคดีที่มีต่อการ

ยอมรับเทคโนโลยี บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร บรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง และ พฤติกรรม ความตั้งใจที่จะใช้งาน สูงกว่าผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi มีบรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน เท่า ๆ กันของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi มีการรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน การรับรู้ถึงความปลอดภัย และการใช้งานจริง ต่ำกว่าผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ กลุ่มความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน พบว่าทั้ง 12 ปัจจัย มากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ สูงที่สุด และ รองลงมา คือ เดือนละ 1-2 ครั้ง และ สัปดาห์ละ 1-4 ครั้ง เท่า ๆ กัน

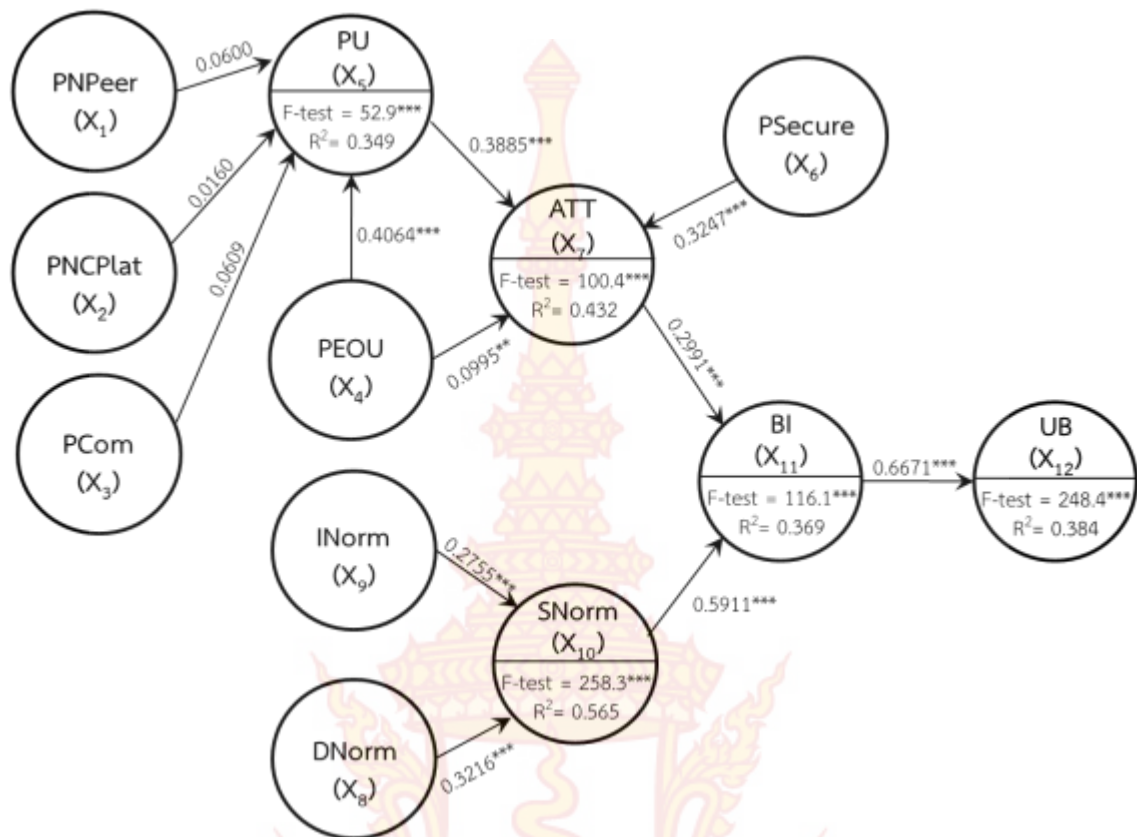
4.3 ผลการประมาณค่าแบบจำลอง

ผลการประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับ และ พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันจากแบบสอบถาม พบว่ามีเครื่องหมาย และ ค่าสัมประสิทธิ์มีทั้งส่งผล และ ไม่ส่งผลต่อแอปพลิเคชัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี และ ผลกระทบเครือข่ายภายนอก (TAM Network Externality) ตัวแปรอิสระทุกตัวสามารถใช้ร่วมกับตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ค่าสัมประสิทธิ์ R-Squares มีค่ามากกว่า 0.5 โดยแสดงผลไว้ดังตารางที่ 4.3 และ ภาพที่ 4.16

ตารางที่ 4.3 การวิเคราะห์แบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง

	x5	x7	x10	x11	x12
x1	0.0600				
x2	0.0160				
x3	0.0609				
x4	0.4064 ^{***}	0.0995 ^{**}			
x5		0.3885 ^{***}			
x6		0.3247 ^{***}			
x7				0.2991 ^{***}	
x8			0.3216 ^{***}		
x9			0.2755 ^{***}		
x10				0.5911 ^{***}	
x11					0.6671 ^{***}
Constant	0.4256 ^{***}	0.1371 ^{***}	0.3896 ^{***}	0.1128 ^{**}	0.1912 ^{***}
N	400.0000	400.0000	400.0000	400.0000	400.0000
rss	8.9165	10.3280	2.6739	10.0505	11.3568
F	52.9558	100.4659	258.3646	116.1592	248.4613
r2	0.3491	0.4322	0.5655	0.3692	0.3843
r2_a	0.3425	0.4279	0.5633	0.3660	0.3828

* p < .1, ** p < .05, *** p < .01



ภาพที่ 4.16 ผลการประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรงตามกรอบแนวคิดของงานวิจัย

จากภาพที่ 4.16 พบว่ามีตัวแปรที่มีผลกระทบต่อปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี และ พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน โดยแยกวิเคราะห์แต่ละปัจจัยดังต่อไปนี้

มุมมองจำนวนผู้ใช้แอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi พบว่าผู้ใช้งานแอปพลิเคชันมี มุมมองจำนวนผู้ใช้ ที่มีผลกระทบต่อมุมมองประโยชน์ของแอปพลิเคชัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมี ค่าสัมประสิทธิ์ไม่แตกต่าง หรือไม่ส่งผลต่อแอปพลิเคชัน โดยส่งผลกระทบต่อมุมมองประโยชน์ของ แอปพลิเคชัน 0.0600

มุมมองใช้ข้ามแพลตฟอร์มของแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi พบว่าผู้ใช้งาน แอปพลิเคชันมีมุมมองใช้ข้ามแพลตฟอร์ม ที่มีผลกระทบต่อมุมมองประโยชน์ของแอปพลิเคชัน อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ และมีค่าสัมประสิทธิ์ไม่แตกต่าง หรือไม่ส่งผลต่อแอปพลิเคชัน โดยส่งผลกระทบต่อ มุมมองประโยชน์ของแอปพลิเคชัน 0.0160

มุมมองบริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi พบว่าผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน มีมุมมองบริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน ที่มีผลกระทบต่อมุมมองประโยชน์ของแอปพลิเคชัน อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติ และ มีค่าสัมประสิทธิ์ไม่แตกต่าง หรือไม่ส่งผลกระทบต่อแอปพลิเคชัน โดยส่งผลกระทบต่อ มุมมองประโยชน์ของแอปพลิเคชัน 0.0609

มุมมองการใช้งานง่ายของแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi พบว่าผู้ใช้งานแอปพลิเคชันมี มุมมองการใช้งานง่ายของแอปพลิเคชัน ที่มีผลกระทบต่อมุมมองประโยชน์ของแอปพลิเคชัน และทัศนคติต่อ แอปพลิเคชัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก โดยส่งผลกระทบต่อมุมมอง ประโยชน์ของแอปพลิเคชัน 0.4064 และ ทัศนคติต่อแอปพลิเคชัน 0.0995

มุมมองประโยชน์ของแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi พบว่าผู้ใช้งานแอปพลิเคชันมี มุมมองประโยชน์ของแอปพลิเคชัน ที่มีผลกระทบต่อทัศนคติต่อแอปพลิเคชัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก โดยส่งผลกระทบต่อทัศนคติต่อแอปพลิเคชัน 0.3885

มุมมองความปลอดภัยของแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi พบว่าผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน มีมุมมองความปลอดภัยของแอปพลิเคชัน ที่มีผลกระทบต่อทัศนคติต่อแอปพลิเคชัน อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติ และ มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก โดยส่งผลกระทบต่อทัศนคติต่อแอปพลิเคชัน 0.3247

ทัศนคติต่อแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi พบว่าผู้ใช้งานแอปพลิเคชันมีทัศนคติต่อ แอปพลิเคชัน ที่มีผลกระทบต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ มีค่า สัมประสิทธิ์เป็นบวก โดยส่งผลกระทบต่อทัศนคติต่อแอปพลิเคชัน 0.2991

บรรทัดฐานจากบุคคลใกล้ชิด พบว่าผู้ใช้งานแอปพลิเคชันมีบรรทัดฐานจากบุคคลใกล้ชิด ที่มี ผลกระทบต่อบรรทัดฐานของสังคมต่อแอปพลิเคชัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ มีค่าสัมประสิทธิ์เป็น บวก โดยส่งผลกระทบต่อทัศนคติต่อแอปพลิเคชัน 0.3216

บรรทัดฐานบุคคลที่ติดต่อด้วย พบว่าผู้ใช้งานแอปพลิเคชันมีบรรทัดฐานบุคคลที่ติดต่อด้วย ที่มี ผลกระทบต่อบรรทัดฐานของสังคมต่อแอปพลิเคชัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ มีค่าสัมประสิทธิ์เป็น บวก โดยส่งผลกระทบต่อทัศนคติต่อแอปพลิเคชัน 0.2755

บรรทัดฐานของสังคมต่อแอปพลิเคชัน พบว่าผู้ใช้งานแอปพลิเคชันมีบรรทัดฐานของสังคมต่อ แอปพลิเคชัน ที่มีผลกระทบต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ มีค่า สัมประสิทธิ์เป็นบวก โดยส่งผลกระทบต่อทัศนคติต่อแอปพลิเคชัน 0.5911

ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน พบว่าผู้ใช้งานแอปพลิเคชันมีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน ที่มี ผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก โดยส่งผลกระทบต่อทัศนคติต่อแอปพลิเคชัน 0.6671

สรุปได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี และ พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi เกิดจากมุมมองจำนวนผู้ใช้ มุมมองการใช้ข้ามแพลตฟอร์ม มุมมองบริการต่าง ๆ ของ แอปพลิเคชัน มุมมองการใช้งานง่าย มุมมองประโยชน์ของแอปพลิเคชัน มุมมองความปลอดภัยของ แอปพลิเคชัน ทัศนคติต่อแอปพลิเคชัน บรรทัดฐานจากบุคคลใกล้ชิด บรรทัดฐานบุคคลที่ติดต่อด้วย

บรรทัดฐานของสังคมต่อแอปพลิเคชัน ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน และ พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน ซึ่งสอดคล้องกับกรอบแนวคิด TAM Network Externality ตามที่สมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ H1: มุมมองจำนวนผู้ใช้ มุมการใช้ข้ามแพลตฟอร์ม มุมมองบริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน และ มุมมองการใช้ง่าย มีผลต่อมุมมองประโยชน์ของแอปพลิเคชัน

จากผลการวิจัย พบว่า มุมมองจำนวนผู้ใช้ มุมการใช้ข้ามแพลตฟอร์ม มุมมองบริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน และ มุมมองการใช้ง่าย มีผลต่อมุมมองประโยชน์ของแอปพลิเคชัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์ไม่แตกต่าง หรือไม่ส่งผลต่อแอปพลิเคชัน

สมมติฐานข้อที่ H2: มุมมองการใช้ง่าย มุมมองประโยชน์ และ มุมมองความปลอดภัยของแอปพลิเคชันมีผลต่อทัศนคติต่อแอปพลิเคชัน

จากผลการวิจัย พบว่า มุมมองการใช้ง่าย มุมมองประโยชน์ และ มุมมองความปลอดภัยของแอปพลิเคชันมีผลต่อทัศนคติต่อแอปพลิเคชัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก หรือมีผลต่อแอปพลิเคชัน

สมมติฐานข้อที่ H3: บรรทัดฐานจากบุคคลใกล้ชิด และ บรรทัดฐานบุคคลที่ติดต่อด้วย ส่งผลต่อบรรทัดฐานของสังคมต่อแอปพลิเคชัน

จากผลการวิจัย พบว่า บรรทัดฐานจากบุคคลใกล้ชิด และ บรรทัดฐานบุคคลที่ติดต่อด้วย ส่งผลต่อบรรทัดฐานของสังคมต่อแอปพลิเคชัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก หรือมีผลต่อแอปพลิเคชัน

สมมติฐานข้อที่ H4: ทัศนคติต่อแอปพลิเคชัน และ บรรทัดฐานของสังคมต่อแอปพลิเคชัน ส่งผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน

จากผลการวิจัย พบว่า ทัศนคติต่อแอปพลิเคชัน และ บรรทัดฐานของสังคมต่อแอปพลิเคชัน ส่งผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก หรือมีผลต่อแอปพลิเคชัน

สมมติฐานข้อที่ H5: ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน

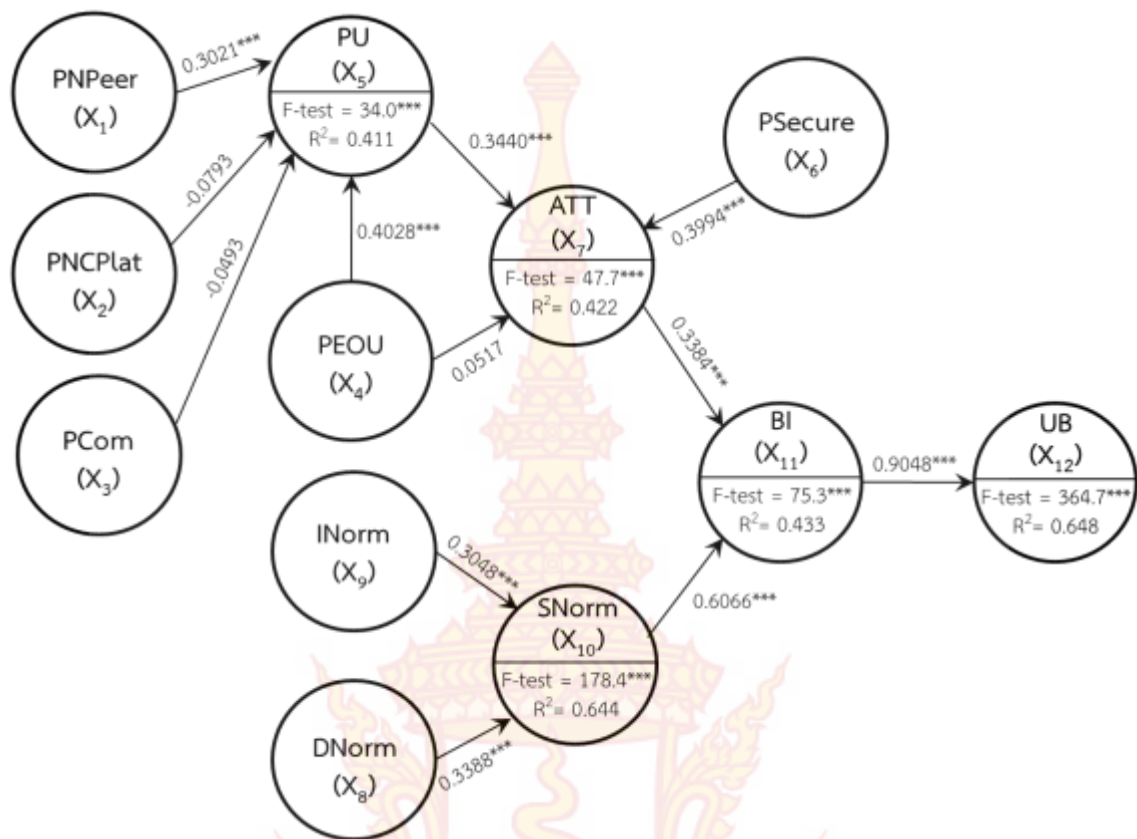
จากผลการวิจัย พบว่า ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก หรือมีผลต่อแอปพลิเคชัน

ตารางที่ 4.4 การวิเคราะห์แบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง Grab Taxi

	x5	x7	x10	x11	x12
x1	0.3021 ^{***}				
x2	-0.0793				
x3	-0.0493				
x4	0.4028 ^{***}	0.0517			
x5		0.3440 ^{***}			
x6		0.3994 ^{***}			
x7				0.3384 ^{***}	
x8			0.3388 ^{***}		
x9			0.3048 ^{***}		
x10				0.6066 ^{***}	
x11					0.9048 ^{***}
Constant	0.3720 ^{***}	0.1567 ^{***}	0.3496 ^{***}	0.0643	0.0412
N	200.0000	200.0000	200.0000	200.0000	200.0000
rss	3.6626	5.8359	1.2951	4.9752	3.9031
F	34.0426	47.7646	178.4117	75.3597	364.7209
r2	0.4112	0.4223	0.6443	0.4335	0.6481
r2_a	0.3991	0.4135	0.6407	0.4277	0.6464

* p < .1, ** p < .05, *** p < .01





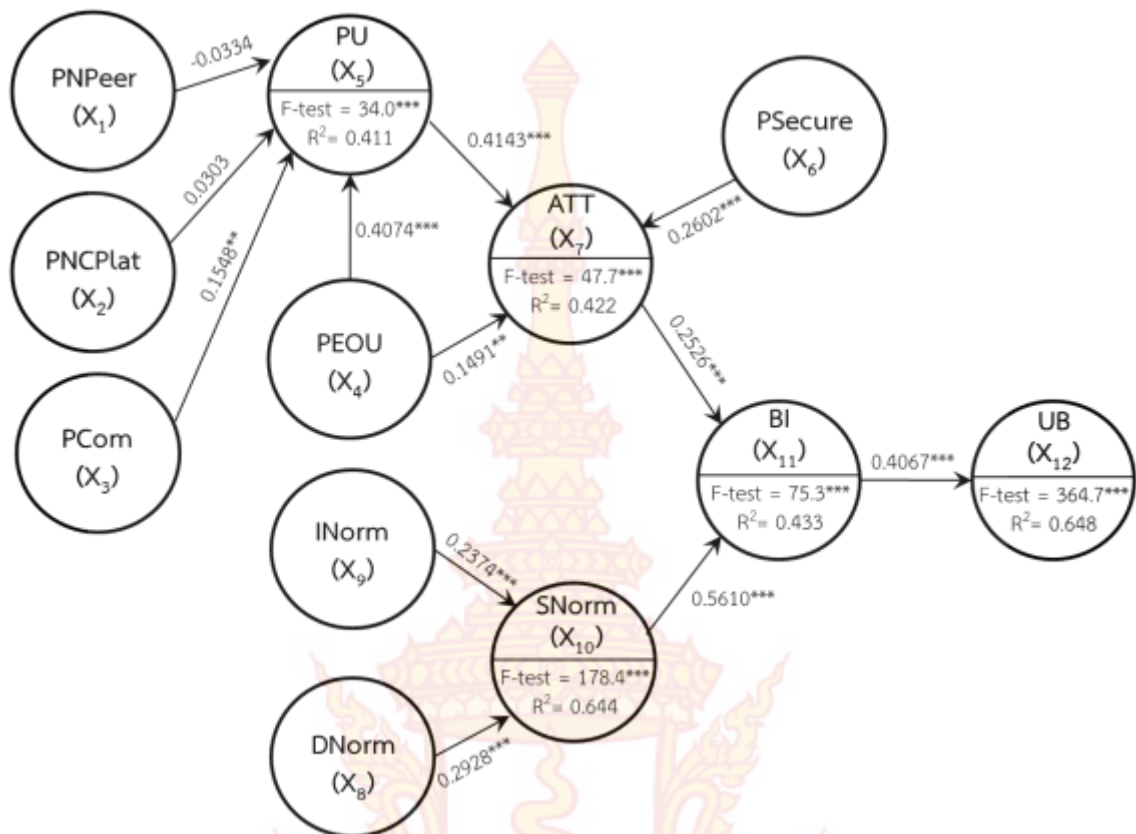
ภาพที่ 4.17 ผลการประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง Grab Taxi

ตารางที่ 4.5 การวิเคราะห์แบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง Line Taxi

	x5	x7	x10	x11	x12
x1	-0.0334				
x2	0.0303				
x3	0.1548**				
x4	0.4074***	0.1491**			
x5		0.4143***			
x6		0.2602***			
x7				0.2526***	
x8			0.2928***		
x9			0.2374***		
x10				0.5610***	
x11					0.4067***
Constant	0.4309***	0.1200**	0.4469***	0.1802**	0.3666***
N	200.0000	200.0000	200.0000	200.0000	200.0000
rss	4.7567	4.4034	1.3455	5.0122	5.5459
F	24.6761	54.5026	83.4795	40.7794	41.8446
r2	0.3361	0.4548	0.4587	0.2928	0.1745
r2_a	0.3224	0.4465	0.4532	0.2856	0.1703

* p < .1, ** p < .05, *** p < .01





ภาพที่ 4.18 ผลการประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง Line Taxi

จากภาพที่ 4.17 และ ภาพที่ 4.18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้แอปพลิเคชัน Grab Taxi มีจำนวน 200 คน และ แอปพลิเคชัน Line Taxi จำนวน 200 คน มีค่าสัมประสิทธิ์มีทั้งส่งผล และ ไม่ส่งผลต่อแอปพลิเคชัน ตัวแปรอิสระทุกตัวสามารถใช้ร่วมกับตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน ส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานของแอปพลิเคชัน Grab Taxi มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.3021 แอปพลิเคชัน Line Taxi มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ -0.0334 ซึ่งแอปพลิเคชัน Grab Taxi มีการรับรู้จำนวนผู้ใช้งานมากกว่าแอปพลิเคชัน Line Taxi

การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม ส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานของแอปพลิเคชัน Grab Taxi มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ -0.0793 แอปพลิเคชัน Line Taxi มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.0303 ซึ่งแอปพลิเคชัน Grab Taxi มีการรับรู้จำนวนแพลตฟอร์มน้อยกว่าแอปพลิเคชัน Line Taxi

การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน ส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานของแอปพลิเคชัน Grab Taxi มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ -0.0493 แอปพลิเคชัน Line Taxi มีค่า

ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.6066 ซึ่งแอปพลิเคชัน Grab Taxi มีบรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิงน้อยกว่าแอปพลิเคชัน Line Taxi

พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน ส่งผลต่อการใช้งานจริงของแอปพลิเคชัน Grab Taxi มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.4067 แอปพลิเคชัน Line Taxi มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เท่ากับ 0.9048 ซึ่งแอปพลิเคชัน Grab Taxi มีพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน และ ใช้งานจริงน้อยกว่าแอปพลิเคชัน Line Taxi

สรุปได้ว่า แอปพลิเคชัน Grab Taxi มีปัจจัยที่มีค่าสัมประสิทธิ์มากกว่า แอปพลิเคชัน Line Taxi ดังนี้ การรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ แอปพลิเคชัน Line Taxi มีปัจจัยที่มีค่าสัมประสิทธิ์มากกว่า แอปพลิเคชัน Grab Taxi ดังนี้ การรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงความปลอดภัย ทัศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร บรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน และ การใช้งานจริง แสดงให้เห็นว่าการยอมรับเทคโนโลยี และ พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน Grab Taxi น้อยกว่าแอปพลิเคชัน Line Taxi ในระดับหนึ่ง และทุกปัจจัยมีนัยสำคัญทางสถิติ



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลการศึกษาวิจัย และ ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ การศึกษาพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันรถยนต์โดยสาร Taxi ของผู้ใช้งานในปัจจุบัน และ การศึกษาปัจจัยการยอมรับเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันรถยนต์โดยสาร Taxi สามารถบอกได้ถึงความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน ที่จะเป็นตัวกำหนดการยอมรับ และ การใช้เทคโนโลยีในยุคปัจจุบันได้ เนื่องจากความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันทำให้พฤติกรรมการยอมรับเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันรถยนต์โดยสาร Taxi เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ช่วยอำนวยความสะดวกสบายต่อการเดินทางในยุคปัจจุบัน

5.2 การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi ต่ำกว่า แอปพลิเคชัน Line Taxi เนื่องจากแอปพลิเคชัน Line Taxi มีฐานลูกค้าเป็นผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันแชท 43 ล้านคน ทั่วประเทศ และ มีฐานลูกค้าเป็นผู้ใช้บริการไลน์แมน 7 แสนคนต่อเดือน ในฐานะน้องใหม่ในตลาดที่ต้องสร้างประสบการณ์ ทำให้มีโปรโมชันดึงดูดสมาชิก ทั้งนี้ยังสามารถนำข้อมูลความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันจากผลการวิจัยมาวิเคราะห์ได้ด้วย ซึ่งสามารถเห็นได้ว่าความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยี ผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Line Taxi มีการรับรู้จำนวนแพลตฟอร์ม การรับรู้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ ทศนคติที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร บรรทัดฐานของกลุ่มคนอ้างอิง และ พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งาน สูงกว่าผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi มีบรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน เท่า ๆ กันของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi มีการรับรู้จำนวนของผู้ใช้งาน การรับรู้ถึงความปลอดภัย และ การใช้งานจริงต่ำกว่าผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ กลุ่มความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน พบว่าทั้ง 12 ปัจจัยมากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ สูงที่สุด และ รองลงมา คือ เดือนละ 1-2 ครั้ง และ สัปดาห์ละ 1-4 ครั้ง เท่า ๆ กัน สอดคล้องตามแนวคิดและทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model:TAM) ที่คิดค้นโดย Davis, Bagozzi & Warshaw (1989 อ้างในภัทรวดี วงศ์สุเมธ, 2556) ถูกพัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action) ของ Ajzen และ Fishbein กล่าวถึง ซึ่งประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ส่งผลให้เกิดงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง Ooi & Tan (2016) ได้ศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ: สสำรวจในผู้ใช้บัตรเครดิตผ่านสมาร์ทโฟน (Mobile Technology Acceptance Model: An Investigation Using Mobile Users to Explore Smartphone Credit Card) โดยการศึกษาครั้งนี้เป็น

การศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ (MTAM) ที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้ (Intention Use) บัทรเครดิตผ่านสมาร์ทโฟน โดยมุ่งเน้นศึกษาปัจจัยการรับรู้ความเข้ากันได้ (Perceived Compatibility) การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (Perceived Usefulness) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) การรับรู้ทรัพยากรทางการเงิน (Financial Resource) การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (Perceived Security Risk) และ การรับรู้ความไว้วางใจ (Perceived Trust) สอดคล้องกับ นุชจรินทร์ ศรีสุวรรณ (2555) ศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้งาน และ ปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน กรณีศึกษา : นักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 24 - 26 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และ ศึกษาอยู่คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท ส่วนมากเคยมีประสบการณ์การใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนมีระยะเวลาในการใช้งาน 1 - 3 ชั่วโมง โดยมีค่าใช้จ่ายในการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนเฉลี่ยต่อเดือน 500 - 1,000 บาท ยี่ห้อโทรศัพท์ที่นิยมใช้งานคือ Nokia ระบบปฏิบัติการที่นิยมใช้คือ Symbian OS และ มีความถี่ในการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2 ครั้งต่อวัน ส่วนมากให้ความสำคัญกับการเลือกใช้แอปพลิเคชันให้ตรงต่อความต้องการ และ ต้องการความสะดวกในการใช้งานแอปพลิเคชัน ที่สามารถใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา สอดคล้องกับ Chang (2015) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้งานธุรกรรม ผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ การเก็บข้อมูลใช้แบบสอบถามจากผู้ตอบแบบสอบถาม 477 คน ของประชากรในประเทศ ไต้หวัน โดยใช้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้งานธุรกรรมผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ของคนไต้หวันอายุต่ำกว่า 30 ปีได้แก่ การรับรู้ถึงความสนุกสนานเพลิดเพลินในการใช้งาน การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ใช้งาน และการรับรู้ความเสี่ยง โดยปัจจัยการรับรู้ถึงความสนุกสนานเพลิดเพลินในการใช้งาน มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานธุรกรรมผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ของประชากรในไต้หวันมากที่สุด และ สอดคล้องกับ Wang et al. (2003) ได้ศึกษาถึงการมุ่งเน้นหาปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้หรือลูกค้ายอมรับการใช้งาน Internet Banking ในประเทศไต้หวันโดยใช้แบบจำลอง TAM ในการศึกษาวิจัย มีการนำปัจจัยใหม่เข้ามาใช่นอกเหนือไปจากการรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานคือ การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ (Perceived Credibility) ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะสะท้อนถึงการรักษาความปลอดภัย และความเปราะบางตัวในการใช้งาน Internet Banking เขาไปด้วย เนื่องจาก Wang et al. (2003) เห็นว่าแบบจำลอง TAM ไม่สามารถที่จะอธิบายถึงพฤติกรรมของผู้ใช้งานได้อย่างครบถ้วนในเรื่องของเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ๆ

5.3 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้แอปพลิเคชัน Grab Taxi มีระดับความน่าเชื่อถือการยอมรับเทคโนโลยี และ พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในระดับที่ ต่ำกว่า ผู้ใช้แอปพลิเคชัน Line Taxi อีกทั้งยังสามารถระบุ

ได้ว่าความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการยอมรับ และ การใช้เทคโนโลยีในยุคปัจจุบันได้

5.3.2 ข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต

การศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ควรมีการขยายขอบเขตงานวิจัยให้กว้างมากขึ้น เนื่องจาก การให้บริการทางแอปพลิเคชันรถยนต์โดยสาร Taxi มีขอบเขตการให้บริการอีกหลายจังหวัด อีกทั้งยังสามารถนำเป็นแนวทางการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษางานวิจัยในอนาคตเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย



บรรณานุกรม

- กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2556). ระบบสถิติทางการทะเบียน. เข้าถึงได้จาก: http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age.php, 8 เมษายน 2562.
- จันทิรา แซ่เตียว. (2559). พฤติกรรมการเลือกใช้ออปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนสำหรับวัยกลางคน. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย. วิชาเอกระบบสารสนเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
- โชติมา ชูกุล. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถยนต์โดยสารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ณัฐนันท์ พิธิวัตโชติกุล. (2558). การยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์และ พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- ธนดล แก้วนคร. (2558). อิทธิพลของเทคโนโลยี ส่วนประสมทางการตลาดบริการและภาพลักษณ์ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการ Grab Taxi. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- ปยุตญาพัชร อัจหาญ. (2555). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี. ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการภาครัฐ และ ภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- เพชรพันธุ์ สำเภาเงิน. (2552). การยอมรับเทคโนโลยี RFID ของลูกค้าธนาคารออมสิน. การค้นคว้าอิสระนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยีวิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ภัทรดนัย พิริยะธนภัทร. (2558). การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยด้านเว็บไซต์พระเครื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหรือประมูลพระเครื่องออนไลน์ (E-COMMERCE). การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- ยุทธนา กิจงาม. (2550). ความพึงพอใจของตัวแทนออกของในการรับบริการส่งสินค้าออกจากฝ่ายบริการ ศุลกากร ด้านศุลกากรลาดกระบัง. ภาคนิพนธ์ (บธ.ม.). สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, ปทุมธานี.

- สาวิตรี สุนทร. (2557). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของเทศบาล ตำบลท่าหลวง อำเภอ มะขาม จังหวัดจันทบุรี*. งานนิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการ ภาครัฐ และ ภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- สุนันทา หลบภัย. (2558). *การรับรู้ถึงความปลอดภัย ประโยชน์การใช้งาน และ ความง่ายในการใช้งาน ที่มีผลต่อการใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารรัฐกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร, กรุงเทพมหานคร.
- สุวิภา รักษ์วงศ์ตระกูล. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเรียกรถโดยสาร Taxi ผ่านโมบายแอปพลิเคชัน Grab ในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระหลักสูตร บริหารรัฐกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- อมรรัตน์ บุญญา. (2557). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบล พวาอำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี*. งานนิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการภาครัฐ และ ภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- BLT Bangkok. (3 ตุลาคม 2560). *สถิติการให้บริการรถโดยสารสาธารณะของคนกรุงเทพฯ. BLT Bangkok*. เข้าถึงได้จาก: <http://www.bltbangkok.com/POLL/%E0%B8%AA%E0%B8,18> กรกฎาคม 2562.
- BLT Bangkok. (14 พฤศจิกายน 2560). *TDRi เสนอปรับเพิ่มค่ารถติดนาที่ละ 1 บาท ยุติปัญหา Taxi ปฏิเสธผู้โดยสาร- รายได้ไม่พอ. BLT Bangkok*. เข้าถึงได้จาก: <http://www.bltbangkok.com/CoverStory/TDRi>, 18 กรกฎาคม 2562.
- Davis, F.D. (1985). A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: theory and results. Unpublished Ph.D. dissertation, MIT
- Davis, F.D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology, MIS Quarterly vol. 13 no. 3, pp. 319-339.
- Gimme. (2014). *เปรียบเทียบ 3 แอปเรียกแท็กซี่ EasyTaxi, GrabTaxi และ Uber*. เข้าถึงได้จาก: <https://droidsans.com/compare-taxi-caller-apps-easytaxi-grabtaxi-uber>, 8 เมษายน 2562.
- Knowled. (2018). *LINE TAXI อีกหนึ่งบริการถูกกฎหมาย ใช้ได้แล้ววันนี้ พร้อมโค้ดส่วนลด 120 บาท*. เข้าถึงได้จาก: <https://www.aripfan.com/line-taxi-thailand-official/>, 9 พฤษภาคม 2562.
- Nuttachit. (2018). *Grab – Line คีจิงเจ้าแห่ง app เรียกแท็กซี่ ที่คู่แข่งไม่ได้มีเพียง 2 ราย*. เข้าถึงได้จาก: <https://marketeeronline.co/archives/44290>, 8 เมษายน 2562.
- Sloan School of Management, Cambridge, MA.

WP. (2017). LINE ท้าชน Grab ดึงแท็กซี่ 60,000 คัน ร่วมให้บริการ “LINE TAXI” แก้ปัญหาไม่รับผู้โดยสาร. เข้าถึงได้จาก: <https://www.brandbuffet.in.th/2017/07/line-thailand-launch-line-taxi/>, 9 พฤษภาคม 2562.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี และ พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้แอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการทำวิจัยในการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ โดยในส่วนของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi

ตอนที่ 3 การยอมรับเทคโนโลยีการใช้แอปพลิเคชัน Grab Taxi และ Line Taxi

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ตามความเป็นจริงลงในคำตอบแต่ละคำตอบ ข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการปรับปรุง และ เสริมสร้างในการพัฒนาแอปพลิเคชันของหน่วยงาน ข้อมูลที่ท่านได้ให้กับผู้วิจัยในครั้งนี้จะไม่มีผลกระทบใด ๆ กับตัวท่านทั้งสิ้น

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชัน Grab Taxi

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ตามความเป็นจริงในช่องว่างให้สมบูรณ์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- ชาย
 หญิง

2. อายุ

- น้อยกว่า 23 ปี
 23 – 37 ปี
 38 – 53 ปี
 ตั้งแต่ 54 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพการสมรส

- โสด
 สมรส
 หย่าร้าง

4. การศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี
 กำลังศึกษาปริญญาตรี/ปริญญาตรี
 กำลังศึกษาปริญญาโท/ปริญญาโท
 สูงกว่าปริญญาโทขึ้นไป

5. อาชีพ

- นิสิต/นักศึกษา
 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ

- พนักงานบริษัทเอกชน
- ธุรกิจส่วนตัว
- รับจ้างทั่วไป
- ว่างงาน/แม่บ้าน
- อื่น ๆ

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่า 15,000 บาท
- 15,001 – 30,000 บาท
- 30,001 – 50,000 บาท
- 50,001 – 100,000 บาท
- 100,001 – 200,001 บาท
- 200,000 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลการใช้แอปพลิเคชัน Grab Taxi

7. ท่านมีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชัน Grab Taxi มานานเพียงไร

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

8. เวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการรอรถแท็กซี่จาก Grab Taxi

- น้อยกว่า 10 นาที
- ประมาณ 10-20 นาที
- ประมาณ 20-30 นาที
- มากกว่า 30 นาที

9. ท่านใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab Taxi บ่อยแค่ไหน (ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน)

- เดือนละ 1-2 ครั้ง
- สัปดาห์ละ 1-4 ครั้ง

มากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์

10. ท่านใช้แอปพลิเคชัน Grab Taxi เพื่อเรียกแท็กซี่ เพื่อวัตถุประสงค์ใดมากที่สุด

	ใช่	ไม่ใช่
1. ไปทำงาน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ไปเรียน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. กลับบ้าน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ไปเที่ยว	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. อื่น ๆ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ตอนที่ 3 การยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน Grab Taxi

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเข้าใจของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวในแต่ละระดับที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง

ระดับความคิดเห็น	5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับความคิดเห็น	4	หมายถึง	เห็นด้วย
ระดับความคิดเห็น	3	หมายถึง	เฉยๆ
ระดับความคิดเห็น	2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
ระดับความคิดเห็น	1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
11. คุณคิดว่าจำนวนแท็กซี่ที่ร่วมกับแอปพลิเคชัน Grab Taxi					
มีจำนวนมาก					
มีเพียงพอต่อการเรียกใช้บริการ					
มีครอบคลุมในทุกพื้นที่ที่ท่านเรียกใช้บริการ					
12. คุณคิดว่าแอปพลิเคชันที่ใช้ร่วมกับ Grab Taxi ได้					
มีจำนวนมาก					
มีเพียงพอต่อบริการที่ต้องการใช้ร่วม					
สามารถใช้ร่วมกันได้ง่าย					
13. คุณคิดว่าบริการต่างๆ ของแอปพลิเคชัน Grab Taxi					
สามารถเรียกใช้ได้ง่าย					
สามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
มีครอบคลุมครบทุกบริการที่เกี่ยวข้องกับแท็กซี่					
14. คุณคิดว่าวิธีการใช้แอปพลิเคชัน Grab Taxi					
สามารถเรียนรู้ได้ง่าย					
สามารถเข้าใจได้ไม่ยาก					
มีระบบการเรียกใช้บริการเรียกแท็กซี่ที่ง่ายต่อการใช้งาน					
15. คุณคิดว่าการเลือกใช้ออปพลิเคชัน Grab Taxi					
ช่วยลดปัญหาการเรียกรถแท็กซี่					
ช่วยลดเวลาการรอดแท็กซี่					
มีเวลารอดแท็กซี่ที่แน่นอน					
มีความปลอดภัยต่อผู้โดยสาร					

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
16. คุณคิดว่าแอปพลิเคชัน Grab Taxi มีระบบ					
การป้องกันการขโมยข้อมูลของผู้ใช้บริการที่เชื่อถือได้					
การยืนยันตัวตนผู้ให้บริการที่ดี					
การคัดสรรคนขับรถแท็กซี่ที่ไว้ใจได้					
การบันทึกข้อมูลการใช้บริการที่ดี					
17. การใช้แอปพลิเคชัน Grab Taxi					
เป็นความคิดที่ฉลาด					
เป็นความคิดที่ดี					
มีความคุ้มค่า					
คุณชอบใช้บริการ GrabTaxi					
18. บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน					
เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการ GrabTaxi					
เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการ GrabTaxi					
สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้ บริการ GrabTaxi					
สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้ บริการ GrabTaxi					

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
19. บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร					
คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการ GrabTaxi					
คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการ GrabTaxi					
คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการ GrabTaxi					
คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการ GrabTaxi					
20. บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง					
เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่ใช้บริการ GrabTaxi					
สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่ใช้บริการ GrabTaxi					
คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่ใช้บริการ GrabTaxi					
คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่ใช้บริการ GrabTaxi					
21. ความตั้งใจใช้					
คุณตั้งใจจะเลือกใช้บริการ GrabTaxi					
หากต้องเดินทางโดยแท็กซี่ คุณจะใช้บริการ GrabTaxi					
22. พฤติกรรมการใช้					
คุณใช้บริการ Grab Taxi ทุกครั้งที่เรียกแท็กซี่					
คุณใช้บริการ GrabTaxi เป็นประจำ					

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชัน Line Taxi

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ตามความเป็นจริงในช่องว่างให้สมบูรณ์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- ชาย
 หญิง

2. อายุ

- น้อยกว่า 23 ปี
 23 – 37 ปี
 38 – 53 ปี
 ตั้งแต่ 54 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพการสมรส

- โสด
 สมรส
 หย่าร้าง

4. การศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี
 กำลังศึกษาปริญญาตรี/ปริญญาตรี
 กำลังศึกษาปริญญาโท/ปริญญาโท
 สูงกว่าปริญญาโทขึ้นไป

5. อาชีพ

- นิสิต/นักศึกษา
 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ
 พนักงานบริษัทเอกชน
 ธุรกิจส่วนตัว

- รับจ้างทั่วไป
- ว่างงาน/แม่บ้าน
- อื่น ๆ

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่า 15,000 บาท
- 15,001 – 30,000 บาท
- 30,001 – 50,000 บาท
- 50,001 – 100,000 บาท
- 100,001 – 200,001 บาท
- 200,000 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลการใช้แอปพลิเคชัน Line Taxi

7. ท่านมีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชัน Line Taxi มานานเพียงไร

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

8. เวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการรอรถแท็กซี่จาก Line Taxi

- น้อยกว่า 10 นาที
- ประมาณ 10-20 นาที
- ประมาณ 20-30 นาที
- มากกว่า 30 นาที

9. ท่านใช้บริการแอปพลิเคชัน Line Taxi บ่อยแค่ไหน (ความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน)

- เดือนละ 1-2 ครั้ง
- สัปดาห์ละ 1-4 ครั้ง

มากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์

10. ท่านใช้แอปพลิเคชัน Line Taxi เพื่อเรียกแท็กซี่ เพื่อวัตถุประสงค์ใดมากที่สุด

	ใช่	ไม่ใช่
1. ไปทำงาน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ไปเรียน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. กลับบ้าน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ไปเที่ยว	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. อื่น ๆ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ตอนที่ 3 การยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน Line Taxi

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเข้าใจของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวในแต่ละระดับที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง

ระดับความคิดเห็น	5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับความคิดเห็น	4	หมายถึง	เห็นด้วย
ระดับความคิดเห็น	3	หมายถึง	เฉยๆ
ระดับความคิดเห็น	2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
ระดับความคิดเห็น	1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
11. คุณคิดว่าจำนวนแท็กซี่ที่ร่วมกับแอปพลิเคชัน Line Taxi					
มีจำนวนมาก					
มีเพียงพอต่อการเรียกใช้บริการ					
มีครอบคลุมในทุกพื้นที่ที่ท่านเรียกใช้บริการ					
12. คุณคิดว่าแอปพลิเคชันที่ใช้ร่วมกับ Line Taxi ได้					
มีจำนวนมาก					
มีเพียงพอต่อบริการที่ต้องการใช้ร่วม					
สามารถใช้ร่วมกันได้ง่าย					
13. คุณคิดว่าบริการต่างๆ ของแอปพลิเคชัน Line Taxi					
สามารถเรียกใช้得不ยาก					
สามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
มีครอบคลุมครบทุกบริการที่เกี่ยวข้องกับแท็กซี่					
14. คุณคิดว่าวิธีการใช้แอปพลิเคชัน Line Taxi					
สามารถเรียนรู้ได้ง่าย					
สามารถเข้าใจได้ไม่ยาก					
มีระบบการเรียกใช้บริการเรียกแท็กซี่ที่ง่ายต่อการใช้งาน					
15. คุณคิดว่าการเลือกใช้แอปพลิเคชัน Line Taxi					
ช่วยลดปัญหาการเรียกรถแท็กซี่					
ช่วยประหยัดเวลารอรถแท็กซี่					
มีเวลารอรถแท็กซี่ที่แน่นอน					
มีความปลอดภัยต่อผู้โดยสาร					

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
16. คุณคิดว่าแอปพลิเคชัน Line Taxi มีระบบ					
การป้องกันการขโมยข้อมูลของผู้ใช้บริการที่เชื่อถือได้					
การยืนยันตัวตนผู้ให้บริการที่ดี					
การคัดสรรคนขับรถแท็กซี่ที่ไว้ใจได้					
การบันทึกข้อมูลการใช้บริการที่ดี					
17. การใช้แอปพลิเคชัน Line Taxi					
เป็นความคิดที่ฉลาด					
เป็นความคิดที่ดี					
มีความคุ้มค่า					
คุณชอบใช้บริการ Line Taxi					
18. บรรทัดฐานคนในครอบครัว และ เพื่อน					
เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการ Line Taxi					
เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการ Line Taxi					
สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้ บริการ Line Taxi					
สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้ บริการ Line Taxi					

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
19. บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อสื่อสาร					
คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการ Line Taxi					
คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการ Line Taxi					
คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่แนะนำให้ใช้บริการ Line Taxi					
คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่สนับสนุนให้ใช้บริการ Line Taxi					
20. บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง					
เพื่อนของคุณ ส่วนใหญ่ใช้บริการ Line Taxi					
สมาชิกในครอบครัวของคุณ ส่วนใหญ่ใช้บริการ Line Taxi					
คนที่คุณติดต่อด้วย ส่วนใหญ่ใช้บริการ Line Taxi					
คนที่คุณพบเจอ ส่วนใหญ่ใช้บริการ Line Taxi					
21. ความตั้งใจใช้					
คุณตั้งใจจะเลือกใช้บริการ Line Taxi					
หากต้องเดินทางโดยแท็กซี่ คุณจะใช้บริการ Line Taxi					
22. พฤติกรรมการใช้					
คุณใช้บริการ Line Taxi ทุกครั้งที่เรียกแท็กซี่					
คุณใช้บริการ Line Taxi เป็นประจำ					

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นางสาวกนกวรรณ แก้วเกิด
วัน เดือน ปีเกิด	11 เมษายน พ.ศ. 2537
สถานที่เกิด	โรงพยาบาลสมเด็จพระปิ่นเกล้า กรุงเทพมหานคร
ที่อยู่ปัจจุบัน	36 ซอยสุขสวัสดิ์52 เขตราษฎร์บูรณะ แขวงราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร 10140
สถานที่ทำงาน	บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2543 – 2548	โรงเรียนบูรณะศึกษา
พ.ศ. 2549 – 2551	โรงเรียนสตรีวัดอัมรินทร์
พ.ศ. 2552 – 2554	วิทยาลัยพณิชยการเซตุน
พ.ศ. 2555 – 2558	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ประสบการณ์ทำงาน	
พ.ศ. 2559 – ปัจจุบัน	บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

