



PROCEEDINGS

7th
**PHAYAO RESEARCH
CONFERENCE**

รายงานสืบเนื่องจากการ
ประชุมทางวิชาการระดับชาติ

พะเยาวิจัยครั้งที่ 7

25-26 มกราคม 2561

ณ หอประชุมพญางำเมือง
มหาวิทยาลัยพะเยา

ISBN : 978-616-7820-58-3



รายชื่อบรรณาธิการพิจารณาบทความตีพิมพ์รายงานสืบเนื่องจากการประชุมทางวิชาการ (Proceedings) พะเยาวิจัย 7

1. ศาสตราจารย์ ดร.สุขสันต์ หอพิบูลสุข
2. ศาสตราจารย์ ดร.ประดิษฐ์ เทอดทูล
3. ศาสตราจารย์ ดร.โกสินทร์ จ่านงไทย
4. ศาสตราจารย์ ดร.ธวัชชัย สุวรรณพานิช
5. ศาสตราจารย์ เกียรติคุณ ดร.โมตรี สุทธิจิตต์
6. ศาสตราจารย์ นายแพทย์วีระพล จันทร์ดีเยี่ยม
7. รองศาสตราจารย์ ดร.เทียมจันทร์ พานิชย์ผลินไชย
8. รองศาสตราจารย์ ดร.สำลี ทองธิว
9. รองศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ ภูวิภาดาพรรณ
10. รองศาสตราจารย์ ดร.สุนันท์ สังข์อ่อง
11. รองศาสตราจารย์ ดร.วันเพ็ญ วิโรจนัญญ
12. รองศาสตราจารย์ รศ.ดร.ศิริวรรณ ศรีสรณัตร์
13. รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา ยงเจริญ
14. รองศาสตราจารย์ ดร.กวิณ สนธิเพิ่มพูน
15. รองศาสตราจารย์ รศ.ดร.อรวรรณ ประศาสน์วุฒิ
16. รองศาสตราจารย์ ดร.วรวิทย์ ทายะติ
17. รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ สมชาติ ไตรรักษา
18. รองศาสตราจารย์ พรพิลาส วงศ์เจริญ
19. รองศาสตราจารย์ นิวุฒิ หวังชัย
20. รองศาสตราจารย์ ดร.มนัส ทิพย์วรรณ
21. รองศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ อนันตลาโกชัย
22. รองศาสตราจารย์ ดร.เจิดหล้า สุนทรวิภาต
23. รองศาสตราจารย์ ดร.เชวต์ศักดิ์ รักเป็นไทย
24. รองศาสตราจารย์ มาลินี วงศ์นาวา
25. รองศาสตราจารย์ กิตติพงษ์ วุฒิจำนงค์
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ เจริญราษฎร์
27. รองศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ อนันตลาโกชัย
28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาติยะ พัฒนาคักดิ์
29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เศรษฐบุตร อิทธิธรรมวินิจ
30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สงวนศักดิ์ ธนาพรพูนพงษ์
31. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลลิตา นิพัฐประศาสน์ สุนทรวิภาต
32. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษยามา พิมลศิริผล
39. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตุจตุดี ปานพรหมมินทร์
40. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญญา คล้ายสิงห์โต
41. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ วัฒนมาตร
42. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญญาณัฐ สุนทรประสิทธิ์
43. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุรักษ์ ประสาทเขตร์การ
44. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หทัยทิพย์ นิมิตรเกียรติไกล
45. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิชาญ อมรากุล
46. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชระ แลน้อย
47. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ผศ.ดร.บุษยามา หมั่นดี
48. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ต่อพงศ์ กริธาชาติ
49. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทร์แดง
50. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จักรทอง ทองจตุ
51. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วรณภา ทองแดง
52. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อุดมงามเมืองสกุล
53. ดร.วรพงศ์ ตระการศิรินนท์
54. ดร.วิสุทธ จิตอาวี
55. ดร.อุปถัมภ์ ภาภูตานนท์ ณ มหาสารคาม
56. ดร.วินัย วงษ์ไทย
57. ดร.ภูมิพัฒน์ มิ่งมาลัยรักษ์
58. ดร.ธนชาติ เราประเสริฐ
59. ดร.ชลลดา ไชยกุลวัฒนา
60. ดร.เนติ เงินแพทย์
61. ดร.วิพรพรรณ เนื่องเม็ก
62. ดร.สุนภา เหลืองฐิติกาญจนา
63. ดร.สมศักดิ์ ธรรมวงษ์
64. ดร.สุทธินันท์ ศรีรัตยาวงค์
65. ดร.สุรพล ดำรงกิตติกุล
66. ดร.อัจฉราวดี แก้ววรรณดี
67. ดร.บุญร่วม คิตคำ
68. ดร.พรเทพ โรจนวสุ
69. ดร.ปิยะพงษ์ แสงแก้ว
70. ดร.ฤทัยภัทร พิมลศรี



รายชื่อบรรณาธิการพิจารณาบทความตีพิมพ์รายงานสืบเนื่องจากการประชุมทางวิชาการ (Proceedings) พะเยาวิจัย 7

- | | |
|---|--------------------------------------|
| 33. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ผศ.ดร.สุธี ว่างเต็อย | 71. ดร.คุณากร ชัดศิริ |
| 34. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพงษ์ เลิศทัศนีย์ | 72. ดร.กัลยา จำปาทอง |
| 35. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิษฐา ใจมโน | 73. แพทย์หญิง ญักุณี นันทาทอง |
| 36. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จงลักษณ์ พาหะชา | 74. นายแพทย์ สมนึก ชีวาเกียรติยิ่งยง |
| 37. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพงศ์ ดำรงวิริยะนุภาพ | 75. พลตำรวจเอก ศุภวุฒิ สังข์อ่อง |
| 38. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดุจฤดี ปานพรหมมินทร์ | |



ปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันลีลูน่า

Technology acceptance factor affecting using Liluna application

เกตุวดี สมบูรณ์ทวี¹ สุชานันท์ อารีราษฎร์¹ และ ภิญญาดา อินทนิล^{1*}

Kedwadee Sombultawe¹, Suchanan Areerasadorn¹ and Phinyada Intanil^{1*}

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันลีลูน่า (Liluna) โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ถูกใจเฟซบุ๊กแฟนเพจ LILUNA จำนวน 400 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ซึ่งมีสถานะภาพเป็นนักเรียน นักศึกษา อายุ 20 – 25 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท โดยส่วนใหญ่รู้จักแอปพลิเคชันลีลูน่าจากช่องทาง เฟซบุ๊ก ผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อิทธิพลของสังคม สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และการเข้ากันได้ของเทคโนโลยีส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันลีลูน่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: การยอมรับการใช้เทคโนโลยี, แอปพลิเคชันลีลูน่า

Abstract

The purpose of this research was to study technology acceptance factor affecting using Liluna application. Closed-ended survey questionnaires were implemented to collect data from 400 member of Liluna facebook page. Data were statistically analyzed using percentage, mean, standard deviation, and multiple regressions. The results found that the majority of the respondents were male student, aged 20 – 25 years old, and completed bachelor's degrees. They earned an average monthly income of less than 15,000 baht. Most of them got information about Liluna application from Facebook commercial. In addition, social influence, facilitating conditions and perceived compatibility affecting using Liluna application. With the statistical significant level of 0.05.

Keywords: Technology Acceptance, Liluna Application

¹ สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี, จังหวัด เพชรบุรี 76120

¹ Department of marketing, Faculty of Management Science, Silpakorn University Phetchaburi IT Campus, Phetchaburi 76120

* Corresponding author e-mail: eve_suchanan@hotmail.com

บทนำ

ปัจจุบันความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลให้ผู้ประกอบการมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อันอำนวยความสะดวกใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของมนุษย์ที่เพิ่มมากขึ้น โดยอาศัยการเชื่อมต่อเครือข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ตเป็นตัวหลักและการใช้ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ การสื่อสารโทรคมนาคมเป็นตัวสนับสนุนในการเข้าถึงข้อมูลที่มีความรวดเร็ว การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และช่วยประหยัดต้นทุนในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ซึ่งทำให้เทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทที่สำคัญเข้ามาเสริมปัจจัยพื้นฐานต่อการดำรงชีวิตได้เป็นอย่างดี และเปลี่ยนสังคมอุตสาหกรรมเป็นสังคมสารสนเทศ ตลอดจนการก้าวเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ ดังนั้นจึงส่งผลให้องค์กรธุรกิจต่างต้องเตรียมความพร้อมกับการแข่งขันทางด้านธุรกิจที่เพิ่มความรุนแรงมากขึ้น เพื่อสร้างความแตกต่างทางด้านผลิตภัณฑ์และด้านการให้บริการที่ดีต่อผู้บริโภค (วนิดา บุตตะมา,2555)

การบริการด้านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ตโฟน(Smart Phone) ถือเป็นเทคโนโลยีที่มีการแข่งขันทางด้านธุรกิจค่อนข้างสูง เนื่องจากได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย และเป็นการพัฒนาระบบเครือข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ตและแอปพลิเคชันสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งเปรียบเสมือนช่องทางหนึ่งในการทำงานของผู้ใช้งาน เพื่อตอบสนองต่อกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน(พงศกร ผ่องเนตรพานิช,2559) โดยแอปพลิเคชันในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากสถิติการใช้บริการแอปพลิเคชันในประเทศไทย พบว่าประชากรส่วนใหญ่นิยมใช้บริการแอปพลิเคชันสังคมออนไลน์ (Social Network) แอปพลิเคชันด้านความบันเทิง แอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยว และแอปพลิเคชันด้านธุรกิจ ดังนั้นจึงส่งผลให้ตลาดแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ตโฟนเป็นตลาดที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้ค่อนข้างสูง (บริษัท ไอดีซี ประเทศไทย,2558)

แอปพลิเคชันลิลูน่า (Liluna) เป็นแอปพลิเคชันตัวหนึ่งทางด้านการท่องเที่ยวและสังคมออนไลน์ เนื่องจากรูปแบบการให้บริการ คือการรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเดินทางร่วมกัน ซึ่งเพื่อนร่วมเดินทางนั้นจะไม่ต้องจ่ายค่ามาก่อนแต่มีจุดหมายปลายทางเดียวกัน ดังนั้นความปลอดภัยของผู้ใช้บริการจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ ทางแอปพลิเคชันลิลูน่า จึงสร้างกฎระเบียบการให้บริการด้วยการให้ผู้ให้บริการสมัครด้วยหมายเลขโทรศัพท์มือถือที่ลงทะเบียนเลขประจำตัวประชาชน และการส่งรหัสชุดรหัสผ่านใช้ครั้งเดียว หรือ OTP (One time password) ยืนยันตัวตน ส่วนผู้ขั้บยานพาหนะ จำเป็นต้องลงทะเบียนพาหนะพร้อมแนบใบอนุญาตขับขี่ เพื่อทำการอนุมัติ โดยแอปพลิเคชันนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง สร้างความสะดวกสบายต่อผู้ใช้บริการ และลดปัญหาการจราจรติดขัด (แบรนดอินไซด์ ธุรกิจคิดใหม่,2560)

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันลิลูน่า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า ปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยีส่งผลต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันลิลูน่า หรือไม่ อย่างไร เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาใช้ในการวางแผนธุรกิจทางการตลาดให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายในสภาพตลาดปัจจุบันได้อย่างเหมาะสม และสามารถเป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจศึกษาการใช้สื่อต่าง ๆ ในปัจจุบันให้เกิดประโยชน์ได้ตามต้องการ

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันลิลูน่า (Liluna)



บททวนวรรณกรรม

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันลีลุน่า สามารถอธิบายแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ตามรายการดังนี้

ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี

ทฤษฎีการเลือกใช้บริการ

ข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชันลีลุน่า (Liluna)

กรอบแนวคิด

สมมุติฐานในการวิจัย

ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี

Rogers (1983) ได้นิยามคำว่า การยอมรับการใช้เทคโนโลยี หมายถึง กระบวนการทางจิตใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ในการตัดสินใจนำเทคโนโลยีใหม่นั้นไปใช้อย่างมีประโยชน์กว่าสิ่งเดิมที่มีอยู่ ซึ่งเริ่มต้นจากการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยีนั้น ไปจนถึงการยอมรับเทคโนโลยีนั้นไปใช้อย่างเปิดเผย

Venkatesh & Morris (2003) ได้เสนอทฤษฎีที่สร้างจากงานวิจัยต่าง ๆ เกี่ยวกับการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่ผ่านมากล่าวว่า การยอมรับการใช้เทคโนโลยี คือ การรับรู้ของบุคคลที่ตัดสินใจนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ ไปใช้ในชีวิตประจำวัน เนื่องจากการใช้ประโยชน์จากสิ่งใหม่ที่แตกต่างจากสิ่งเดิมถือว่าการปกป้องถึงความสำเร็จก้าวหน้าของยุคสมัย ซึ่งการยอมรับการใช้เทคโนโลยีขึ้นอยู่กับพิจารณาถึงประโยชน์และความจำเป็นในการใช้งานของแต่ละบุคคล จนเกิดความคิดเห็นและแน่ใจว่าจะได้รับประโยชน์อย่างแน่นอน จึงทำให้เกิดกระบวนการการยอมรับการใช้เทคโนโลยีใหม่นั้นขึ้นมา ซึ่งประกอบด้วย 5 ลักษณะ (Hsieh, 2016) ดังนี้

ความคาดหวังจากการใช้งาน (Performance Expectancy) เป็นความคิด ความต้องการที่เกิดจากความรู้สึกของแต่ละบุคคลที่มีต่อการใช้เทคโนโลยี จึงเกิดความเชื่อว่าเทคโนโลยีช่วยให้การปฏิบัติงานมีความแม่นยำและเกิดประสิทธิภาพมากขึ้น

สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) คือ อุปกรณ์ที่อำนวยความสะดวกหรือมีส่วนช่วยทางเทคโนโลยีให้การใช้งานไม่เกิดความผิดพลาดและเป็นไปด้วยความราบรื่นของการดำเนินงาน

อิทธิพลจากสังคม (Social Influence) คือ ระดับความเชื่อถือ ความเข้าใจของแต่ละบุคคลที่รับรู้ว่าคุณค่าหรือข้อดีของเทคโนโลยีหรือเพิ่มภาพลักษณ์ทางสังคม

ความเข้ากันได้ของเทคโนโลยี (Perceived Compatibility) เป็นระดับที่ซึ่งมีความสอดคล้องกับประสบการณ์และความต้องการ ทั้งสิ่งที่มีอยู่จากเดิมและสิ่งใหม่ๆที่เกิดขึ้น พร้อมทั้ง ผู้ใช้เทคโนโลยีจะต้องเปลี่ยนแปลงค่านิยมของตนเองเพื่อความสำเร็จของความเข้ากันได้กับเทคโนโลยี

ความกังวล หรือ ความรู้สึกวิตกกังวลจากสถานการณ์ต่าง ๆ (Anxiety) ในการใช้เทคโนโลยีว่าสามารถตอบสนองต่อความต้องการกับบุคคลที่ใช้ได้หรือไม่ รวมถึงความปลอดภัยของการใช้เทคโนโลยี เนื่องจากการใช้เทคโนโลยีในแต่ละสมัยมีการพัฒนาและสามารถนำไปใช้ในทางที่ดีและไม่ดี จึงทำให้เกิดความรู้สึกวิตกกังวลกับข้อมูลที่เราได้ใช้ร่วมกับเทคโนโลยีว่าสามารถป้องกันข้อมูลสำคัญจากปัจจัยต่าง ๆ

ทฤษฎีการเลือกใช้บริการ

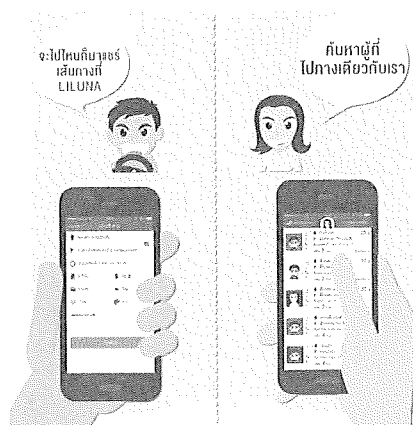
สกินเนอร์ (1990) การเลือกใช้บริการเกิดจากการเรียนรู้เงื่อนไขของการกระทำระหว่างการเรียนรู้ ความสัมพันธ์ ผลการกระทำ ซึ่งเป็นตัวกำหนดว่าผู้ให้บริการมีแนวโน้มในการบริการที่ดี มีการอำนวยความสะดวก และหากได้รับการบริการที่เป็นที่น่าพึงพอใจ ผู้บริโภคก็จะสนใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้งและต่อไป

Philip kotler and kevin keller (2006) การเลือกใช้บริการเกิดจากความรู้สึกนึกคิดที่เกิดขึ้นเป็นกระบวนการเลือกใช้บริการต่างๆ โดยรับรู้ถึงปัญหาว่าปัจจุบันเป็นอย่างไร เมื่อรับรู้ปัญหาชัดเจน จึงทำให้เกิดการค้นหาข้อมูลเพื่อศึกษาสิ่งที่เหมาะสมที่สุดในการแก้ไขปัญหา และได้มาซึ่งทางเลือก จึงเกิดการตัดสินใจ เลือกใช้บริการ และเกิดการต่อยอดในการใช้บริการนั้นต่อไป

วจนะ ภูพานิ (2555) การเลือกใช้บริการเกิดจากการพิจารณาอย่างถี่ถ้วนและรอบคอบ ผู้ใช้บริการจึงตัดสินใจเลือกใช้บริการนั้น ๆ เพื่อการเลือกหนทางที่เหมาะสมที่สุดจากหลายทางเลือกโดยมีการเปรียบเทียบผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากตัวเลือกต่าง ๆ โดยอาศัยหลักเกณฑ์บางประการที่ใช้ประกอบการพิจารณาในการตัดสินใจภายใต้พื้นฐานการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อบรรลุตามวัตถุประสงค์ความต้องการเลือกใช้บริการที่ดีที่สุด

ข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชันลิลูน่า (Liluna)

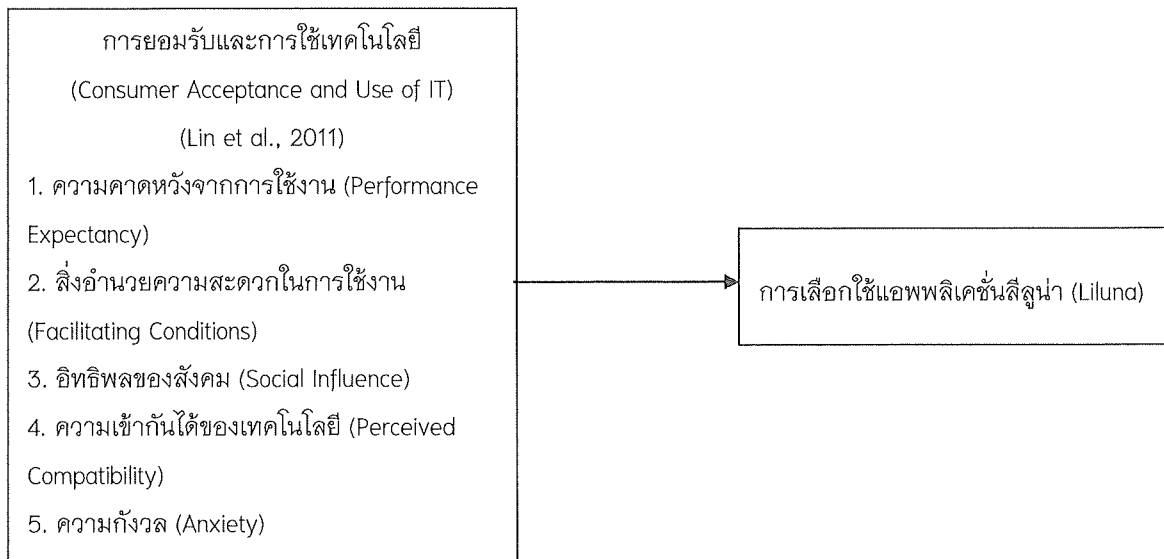
แอปพลิเคชันลิลูน่า (Liluna) เป็นแอปพลิเคชัน ด้านการท่องเที่ยวและสังคมออนไลน์ ที่มีรูปแบบการให้บริการการรับผิดชอบค่าใช้จ่ายการเดินทางร่วมกัน ในลักษณะไปทางเดียวกัน ไม่มีการเรียกร้องให้ผู้เป็นเจ้าของพาหนะไปรับหรือไปส่ง ซึ่งการใช้แอปพลิเคชันลิลูน่านี้ ผู้เป็นเจ้าของพาหนะจำเป็นต้องสมัครสมาชิกโดยใช้หมายเลขโทรศัพท์มือถือเพื่อยืนยันระบุตัวตน พร้อมทั้งจำเป็นต้องมีใบขับขี่และทะเบียนพาหนะ หลังจากนั้น ระบุจุดเริ่มต้นการเดินทางและจุดหมายปลายทาง พร้อมทั้งระบุราคาค่าโดยสาร โดยค่าเดินทางนั้นเป็นการแบ่งจ่ายตามจำนวนผู้ร่วมเดินทางและตามราคาค่าโดยสารปกติในระยะเวลาที่กำหนดไว้ ซึ่งราคานั้นไม่ใช่ค่าบริการแต่เป็นค่าใช้จ่ายในการเดินทางจริง (แบรนดอินโซร์ ธุรกิจคิดใหม่,2560)



ภาพที่ 1 แบบจำลองการให้บริการแอปพลิเคชันลิลูน่า

ที่มา: มติชนออนไลน์.(2560). 'ลิลูน่า (LILUNA)' แอปฯใหม่ เอาใจคนใช้ชีวิตในเมืองกรุง ช่วยแชร์ค่าใช้จ่าย-แก้ปัญหารถติด. สืบค้นจาก <https://www.matichon.co.th/news/541026>

กรอบแนวคิด



สมมุติฐาน

- การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังจากการใช้งานส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันลีลุน่า
- การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านอิทธิพลของสังคมส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันลีลุน่า
- การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันลีลุน่า
- การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านการเข้ากันได้ของเทคโนโลยีส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันลีลุน่า
- การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านความกังวลส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันลีลุน่า

วิธีวิทยาการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันลีลุน่า โดยผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้น และมีวิธีการดำเนินงาน ดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มผู้ถูกใจเฟสบุ๊คแฟนเพจ LILUNA ซึ่งทราบจำนวนประชากรแน่นอน จำนวน 9,713 คน เก็บข้อมูล ณ วันที่ 3 กันยายน 2560

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรกลุ่มผู้ถูกใจเฟสบุ๊คแฟนเพจ LILUNA ซึ่งทราบจำนวนประชากรแน่นอน โดยการศึกษาในครั้งนี้ได้กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% นั้นหมายถึงว่ายอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างได้ 5% (0.05) จากสูตรของ Taro Yamane (1973) สามารถคำนวณได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 397 ตัวอย่าง และเพื่อป้องกันความผิดพลาดในการตอบแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ จึงสำรองตัวอย่างเพิ่มอีก 3 คนรวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (network sampling) ด้วยแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมที่ต้องการศึกษา



เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และช่องทางการรับรู้แอปพลิเคชันลีลUNA โดยใช้เป็นแบบสอบถามลักษณะปลายปิด

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยี โดยใช้วิธีการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งลักษณะคำถามสามารถเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว จำนวนคำถาม 19 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกใช้แอปพลิเคชันลีลUNA โดยใช้วิธีการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) เป็นการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งลักษณะคำถามสามารถเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว จำนวนคำถาม 3 ข้อ

ขั้นตอนการวิจัย

ทบทวนวรรณกรรมเพื่อศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัย จากหนังสือ วารสาร และบทความที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันลีลUNA ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ความคาดหวังที่ได้ใช้งาน (Performance expectancy), อิทธิพลของสังคม (Social Influence), สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions), การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือของเทคโนโลยี (Perceived Compatibility) และความกังวล (Anxiety) มาใช้ในการทำแบบสอบถาม

ร่างแบบสอบถามให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม และพิจารณาถึงความถูกต้องของเนื้อหาและภาษาที่ใช้

นำแบบสอบถามที่ร่างขึ้นส่งให้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาทั้งหมด 3 ท่าน เพื่อพิจารณาในด้าน ความถูกต้อง (Validity) ของแบบสอบถามและพิจารณาในด้านความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม

นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด และนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ของ Cronbach ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.748

นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและความเชื่อมั่นแล้ว ไปเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มผู้ถูกใจเฟสบุ๊คแฟนเพจลีลUNA (LILUNA) จำนวน 400 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล แล้วนำข้อมูลที่ได้นั้นไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อหาค่าสถิติดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ผู้วิจัยนำมาใช้ในการอธิบายผลการศึกษาที่ได้จากแบบสอบถามในส่วนต่าง ๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งเป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยต้องการจำแนกคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้นสถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งในส่วนนี้ผู้วิจัยต้องการทราบถึงตัวแปรอิสระ คือ การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ดังนั้นสถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

ส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกใช้แอปพลิเคชันสีลูน่าของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งในส่วนนี้ผู้วิจัยต้องการทราบถึงตัวแปรตาม คือ การเลือกใช้แอปพลิเคชันสีลูน่า ดังนั้นสถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistic) เป็นการวิเคราะห์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของข้อมูลระหว่างตัวแปรอิสระ คือ การยอมรับการใช้เทคโนโลยี และตัวแปรตาม คือ การเลือกใช้แอปพลิเคชันสีลูน่า ด้วยตัวแปรที่ใช้ในศึกษา ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการอธิบายปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยีส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันสีลูน่าอย่างไร และกีเปอร์เซนต์

การแปลผลคะแนนแบบสอบถาม

เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ลิเคิร์ท (Likert's rating scale) ซึ่งมีเกณฑ์การแปลความหมาย โดยใช้ค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์คะแนนดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศชาย (ร้อยละ 65.3) ซึ่งมีสถานะภาพเป็นนักเรียน นักศึกษา (ร้อยละ 54.0) อายุ 20 – 25 ปี (ร้อยละ 44.5) ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 54.0) และมีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 67.8) โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักแอปพลิเคชันสีลูน่าจากช่องทาง เฟซบุ๊ก (ร้อยละ 72.5)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าระดับความคิดเห็นโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างต่อการยอมรับการใช้เทคโนโลยีอยู่ในระดับปานกลาง ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 (S.D = 0.38) ซึ่งเมื่อพิจารณาการยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้านต่าง ๆ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เห็นด้วยมาก คือ ด้านความคาดหวังที่ได้ใช้งาน ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 (S.D = 0.58) ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 (S.D = 0.71) ด้านอิทธิพลของสังคม ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 (S.D = 0.62) และด้านการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือของเทคโนโลยี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 (S.D = 0.49) และกลุ่มตัวอย่างที่เห็นด้วยน้อยที่สุด คือ ด้านความกังวล ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.55 (S.D = 0.57)

ส่วนที่ 3 การเลือกใช้แอปพลิเคชันสีลูน่า พบว่าระดับความคิดเห็นโดยของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันสีลูน่าอยู่ในระดับมาก ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 (S.D = 0.64) ซึ่งเมื่อพิจารณาการเลือกใช้แอปพลิเคชันสีลูน่าของกลุ่มตัวอย่างเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมาก คือ ท่านเลือกที่จะใช้บริการแอปพลิเคชันสีลูน่าทันทีที่มีโอกาส ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 (S.D = 0.75) ท่านมีแผนใช้บริการแอปพลิเคชันสีลูน่าอย่างต่อเนื่องแม้ในอนาคตจะมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 (S.D = 0.86) ท่านพร้อมที่จะสมัครหรือต่ออายุการใช้บริการ แอปพลิเคชันสีลูน่า อย่างแน่นอน ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 (S.D = 0.70)

การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอ้างอิง โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ เพื่อศึกษาการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันสีลู่ นำ

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนการถดถอยพหุคูณของปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันสีลู่ นำ

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df.	Std. Error	F	Sig.
การถดถอย (Regression)	33.960	5	6.792	20.477	0.000
ส่วนที่เหลือ (Residual)	130.689	394	0.332		
รวม	164.649	399			

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันสีลู่ นำ ทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความคาดหวังจากการใช้งาน (Performance Expectancy) ด้านอิทธิพลของสังคม (Social Influence) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) ด้านการเข้ากันได้ของเทคโนโลยี (Perceived Compatibility) ด้านความกังวล (Anxiety) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันสีลู่ นำ ของกลุ่มตัวอย่าง เมื่อใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งปรากฏในตารางที่ 1

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันสีลู่ นำ โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ตัวแปรพยากรณ์	ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)		1.201	0.261		4.609	0.000
ความคาดหวังจากการใช้งาน	X ₁	0.098	0.062	0.089	1.574	0.116
ด้านอิทธิพลของสังคม	X ₂	0.131	0.056	0.127	2.329	0.020
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	X ₃	0.182	0.054	0.201	3.364	0.001
ด้านการเข้ากันได้ของเทคโนโลยี	X ₄	0.182	0.068	0.170	3.292	0.001
ด้านความกังวล	X ₅	0.023	0.051	0.020	0.448	0.655

R = 0.454, R Square = 0.206, Adjusted R Square = 0.273, Std. Error of the Estimate = 0.576

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันสีลู่ นำ มีทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านอิทธิพลของสังคม (Social Influence) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) ด้านการเข้ากันได้ของเทคโนโลยี (Perceived Compatibility) ดังนั้น การสรุปผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอ้างอิงเพื่อศึกษาการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันสีลู่ นำ สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	ผลการวิจัย
การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังจากการใช้งานส่งผลต่อการใช้แอปพลิเคชันสีลู่ซ่า	ไม่สนับสนุน
การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านอิทธิพลของสังคมส่งผลต่อการใช้แอปพลิเคชันสีลู่ซ่า	สนับสนุน
การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานส่งผลต่อการใช้แอปพลิเคชันสีลู่ซ่า	สนับสนุน
การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านการเข้ากันได้ของเทคโนโลยีส่งผลต่อการใช้แอปพลิเคชันสีลู่ซ่า	สนับสนุน
การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านความกังวลส่งผลต่อการใช้แอปพลิเคชันสีลู่ซ่า	ไม่สนับสนุน

สรุปผลและอภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ออปพลิเคชันสีลู่ซ่าในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำผลการศึกษามาเชื่อมโยงกับแนวคิดทฤษฎีและวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเข้าด้วยกันเพื่ออธิบายสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อ 1 การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังจากการใช้งานส่งผลต่อการเลือกใช้ออปพลิเคชันสีลู่ซ่า ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังจากการใช้งานไม่ส่งผลต่อการเลือกใช้ออปพลิเคชันสีลู่ซ่า เนื่องจาก การบริการด้านการท่องเที่ยวหรือการเดินทางของแอปพลิเคชันสีลู่ซ่า มีรูปแบบการให้บริการคล้ายกับการให้บริการของยานพาหนะรับจ้างที่มีสะดวกต่อการใช้บริการ เช่น รถแท็กซี่ (Taxi) และรถประจำทาง เป็นต้น ดังนั้น จึงทำให้ได้รับความคาดหวังจากประชากรมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาวดี ปิ่นเจริญ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจากร้านอาหารผ่านโมบายส์แอปพลิเคชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความคาดหวังการใช้งานไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจากร้านอาหารผ่านโมบายส์แอปพลิเคชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อ 2 การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านอิทธิพลของสังคมส่งผลต่อการเลือกใช้ออปพลิเคชันสีลู่ซ่า ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านอิทธิพลของสังคมส่งผลต่อการเลือกใช้ออปพลิเคชันสีลู่ซ่า เนื่องจาก ถ้าผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันสีลู่ซ่าได้รับประสบการณ์ที่ดี และบอกต่อซึ่งกันและกัน จะส่งผลให้ผู้รับรู้มีความสนใจและเลือกใช้บริการทันทีที่มีโอกาส ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรชนก พลาบุญย์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ของรัฐบาลไทย ผลการศึกษาพบว่า การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีด้านอิทธิพลของสังคมส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ของรัฐบาลไทย

สมมติฐานข้อ 3 การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานส่งผลต่อการเลือกใช้ออปพลิเคชันสีลู่ซ่า ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานส่งผลต่อการเลือกใช้ออปพลิเคชันสีลู่ซ่า เนื่องจาก ปัจจุบันการให้บริการแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนมีรูปแบบการให้บริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการในชีวิตประจำวันให้ง่าย และมีความสะดวกมากขึ้น ดังนั้น ประชากรจึงเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสีลู่ซ่า เพื่อตอบสนองต่อการเดินทางที่มีความสะดวก และง่ายต่อการ

ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเกวรินทร์ ละเอียดดีนันท์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายในการใช้งานผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อ 4 การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านการเข้ากันได้ของเทคโนโลยีส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันสีลูน่า ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านการเข้ากันได้ของเทคโนโลยีส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันสีลูน่า เนื่องจาก แอปพลิเคชันสีลูน่า มีการเชื่อมต่อบริบบทความปลอดภัย ด้วยเทคโนโลยีชุดรหัสผ่านใช้ครั้งเดียว หรือ OTP (One time password) ในการยืนยันตัวตนของผู้ใช้บริการ ดังนั้นประชากรส่วนใหญ่จึงเกิดการยอมรับ และเชื่อมั่นต่อการเลือกใช้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจิตญาดา แก้วแทน (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน กรณีศึกษา ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่า การเชื่อมั่นในการออนไลน์มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน

สมมติฐานข้อ 5 การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านความกังวลส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันสีลูน่า ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านความกังวลไม่ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันสีลูน่า เนื่องจาก การให้บริการของแอปพลิเคชันสีลูน่า สร้างกฎระเบียบการใช้บริการที่เป็นมาตรฐานเพื่อรักษาความปลอดภัย ดังนั้น ผู้ใช้บริการจึงเกิดความเชื่อมั่น และไว้วางใจในการเลือกใช้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิศุทธิ์ อุบลัมภ์ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ความไว้วางใจและลักษณะธุรกิจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่าน สื่อสังคมออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า ความไว้วางใจต่อบริษัทหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง ปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันสีลูน่า โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านอิทธิพลของสังคม จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันสีลูน่า ดังนั้น ธุรกิจอื่น ๆ จึงควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมทางการตลาดเพิ่มขึ้น โดยการประชาสัมพันธ์ทางช่องทางสื่อออนไลน์ สื่อออฟไลน์ หรือการนำบุคคลที่มีชื่อเสียงมาประชาสัมพันธ์ เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนในสังคมรู้จักและศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจนั้น ๆ เพื่อเปิดโอกาสให้แอปพลิเคชันสีลูน่าเป็นที่ยอมรับและนิยมใช้มากขึ้นต่อสังคม

ปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และด้านการเข้ากันได้ของเทคโนโลยี จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันสีลูน่า ดังนั้น ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันสีลูน่า จึงควรพัฒนาระบบให้สะดวกต่อการใช้งานพร้อมทั้งสามารถเข้าใจและเข้าถึงข้อมูลของแอปพลิเคชันได้ง่าย ตลอดจนการรักษาความปลอดภัยเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อมั่นและคงใช้บริการแอปพลิเคชันสีลูน่าต่อไป

ปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังจากการใช้งาน ด้านความกังวล จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ไม่ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันสีลูน่า ดังนั้น ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันสีลูน่า จึงควรสร้างประโยชน์หรือเอกลักษณ์ ความเชื่อมั่น เพื่อกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อถือ และความคาดหวังจากการใช้งานของแอปพลิเคชันสีลูน่ามากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาค้างต่อไป ควรทำการศึกษาถึงปัจจัยของตัวแปรอิสระอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชัน
สีลู่ นำ เช่น ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี เป็นต้น
ในการศึกษาค้างต่อไป ควรทำการศึกษาถึงค่านิยม ความแตกต่างในการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสีลู่ นำ และ
แอปพลิเคชันอื่น ๆ ที่มีการให้บริการในรูปแบบคล้ายกัน

ควรมีการวิจัยอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้มีข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน เนื่องจากสังคมมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนา
เทคโนโลยีอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคมนั้นๆ และให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับผู้ประกอบ
ธุรกิจประเภทนี้จะได้นำไปปรับกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการเพิ่ม และรักษากลุ่มผู้บริโภคต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ต้องขอขอบพระคุณคณาจารย์สาขาการตลาด คณะ
วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรที่ให้คำแนะนำ ความช่วยเหลือ ให้โอกาสและให้การสนับสนุนผู้ทำวิจัยมา
ตลอด รวมถึงขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือกับผู้วิจัยในการตอบแบบสอบถามจึงทำให้
งานวิจัยในครั้งนี้ประสบความสำเร็จ

คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์แก่บุคลากรทางการศึกษาและผู้สนใจทั่วไป
ตลอดจนจะเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมการยอมรับการใช้เทคโนโลยีทุกด้านต่าง ๆ เพื่อการนำไปปรับใช้พัฒนา
แอปพลิเคชันต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- จิฎาตา แก้วแทน. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ต
โฟน กรณีศึกษา ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่า การเชื่อมั่นในการออนไลน์มีผลต่อ
การยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน. การค้นคว้าอิสระปริญญา
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- บริษัท ไอทีซี ประเทศไทย. (2558). ฐานเศรษฐกิจ. แหล่งที่มา: <http://www.thansettakij.com/content/3167>. สืบค้น
เมื่อวันที่ 2 กันยายน 2560.
- พงศกร ผ่องเนตรพานิช. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการฟังเพลงออนไลน์ของผู้ใช้สมาร์ตโฟนในประเทศไทย,
สมาร์ตโฟน. แหล่งที่มา: http://www.kmutt.ac.th/jif/public_html/Download/Format_Checker/6/1.pdf
สืบค้นเมื่อวันที่ 2 กันยายน 2560.
- พรชนก พลาบุลย์. (2558). การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อ
ความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ของรัฐบาลไทย. การค้นคว้า
อิสระปริญญามหาบัณฑิต, 60(1) , 14-6.
- พิศุทธิ์ อุปลัมภ์. (2557). ความไว้วางใจและลักษณะธุรกิจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านสื่อ
สังคมออนไลน์. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, 57(1) , 9-1.



วจนะ ภูพานี. (2555). *การตัดสินใจของผู้บริโภค*. เอกสารประกอบการสอนเรื่องการตัดสินใจของผู้บริโภค. คณะการบัญชีและการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. แหล่งที่มา:

<https://www.slideshare.net/kingkongzoo/consumers-decision-making-ch-11>. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 กันยายน 2560

วนิดา บุตตะมา. (2555). *ความสำคัญของเทคโนโลยีในสังคมปัจจุบัน*. เทคโนโลยี. แหล่งที่มา:

<https://www.gotoknow.org/posts/503459>. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 กันยายน 2560.

สกินเนอร์. (1990). *ทฤษฎีการเรียนรู้เงื่อนไขการกระทำว่าเป็นการเรียนรู้ความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำ*, นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

สุภาวดี ปิ่นเจริญ. (2560). *การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจากร้านอาหารผ่านโมบายล์แอปพลิเคชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. ปริญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แบรนด์อินไซด์ ธุรกิจคิดใหม่. (2560). *Liluna แอปบริการแชร์ค่าเดินทางเดียวกันไปด้วยกันระบบ Ride Sharing ของจริง*. Liluna. แหล่งที่มา: <https://brandinside.asia/liluna-carpool-ride-sharing/>. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2560.

เกวรินทร์ ละเอียดดีนันท์. (2559). *การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, 59(1), 7-2.

Hsieh, C.-H., Wu, C.-G., & Hsu, C.-P. (2016). *Convergence or divergence: A comparison of acceptance and use of technology for smart phones and tablets*. International conference on management of engineering & technology (PICMET), 3084-3010.

Rogers, E.M. (1983). *Diffusion of innovation* (3rd ed.). New York: Free Press of Glencoe

Philip Kotler and Kevin Keller. (2006). *Marketing Management*. 12th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Venkatesh, V., Davis, G.B., & Morris, M.G. (2003). *User acceptance of information technology*. Toward a unified view MIS Quarterly, 27(3), 425-478.

Yamane, Taro. (1973). *Statistic: An Introductory Analysis*, 3rd New York: Harper & Row.