



มหาวิทยาลัยมหิดล
คณะศิลปศาสตร์

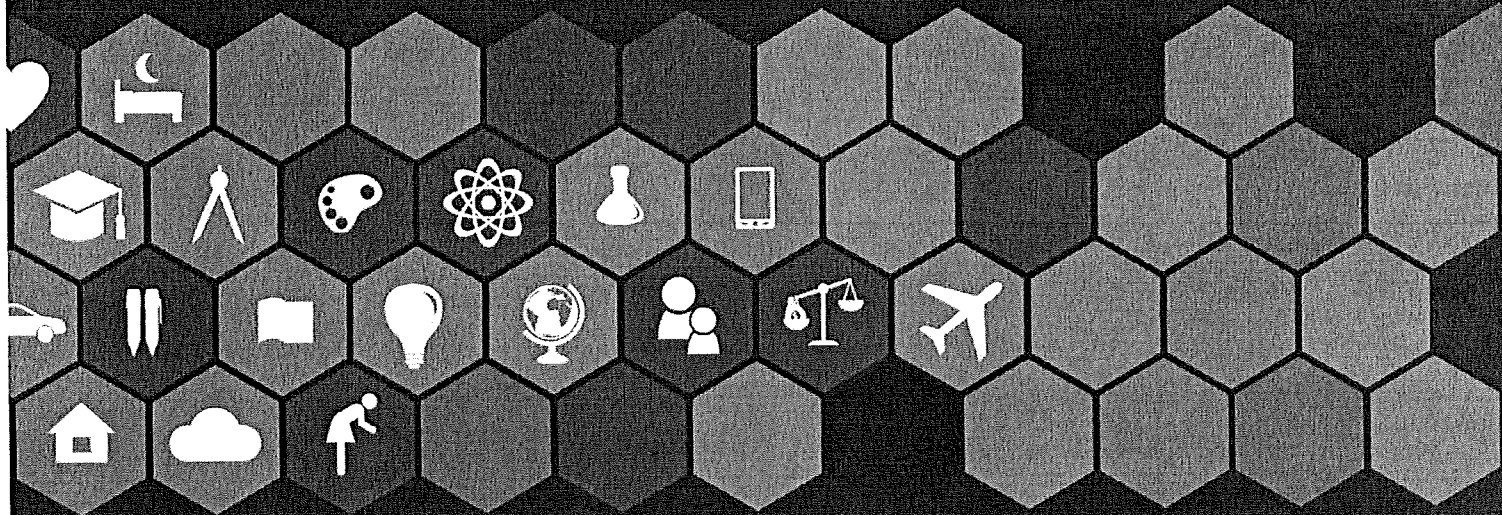
เอกสารสืบเนื่องการประชุมวิชาการ PROCEEDINGS

การประชุมวิชาการระดับชาติ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ประจำปี
2561

The 2nd National Conference on Humanities and Social Sciences:
Learning Diversity for Quality of Life

เรื่อง
“การเรียนรู้ที่หลากหลาย
เพื่อคุณภาพชีวิต”



9 กรกฎาคม 2561

อาคารสิริวิทยา คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล



คำสั่ง คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ที่ 164/2561

เรื่อง แต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิเป็นกรรมการประเมินบทความคัดย่อและบทความวิจัย
สำหรับการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2 ประจำปี 2561 เรื่อง “การเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อคุณภาพชีวิต”
(Learning Diversity for Quality of Life) คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

เพื่อให้การจัดประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2 ประจำปี 2561 เรื่อง “การเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อ
คุณภาพชีวิต” (Learning Diversity for Quality of Life) คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ดำเนินไปอย่าง
เรียบร้อย ในการนี้ จึงขอแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิเป็นกรรมการประเมินบทความคัดย่อและบทความวิจัย ดังมีรายนามต่อไปนี้

1. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

- 1.1 รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงศรี สรณสถาพร
- 1.2 รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีดี พิศภูมิวิถี
- 1.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งภัทร เรืองพิทยา
- 1.4 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประฤดา จันทร์ส่อง
- 1.5 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปณิชา นิติสกุลวุฒิ
- 1.6 อาจารย์ ดร.ณัฐพงษ์ จันทร์อยู่
- 1.7 อาจารย์ ดร.เชมฤทัย บุญวรรณ
- 1.8 อาจารย์ ดร.พิมพ์นิต คอนดี
- 1.9 อาจารย์ ดร.เกรียงไกร ฮ่องเฮงเส็ง
- 1.10 อาจารย์ ดร.ยุวดี ธีรธราดล
- 1.11 อาจารย์ ดร.วิภาพรรณ งามประมวญ
- 1.12 อาจารย์ ดร.ณัฐชพิมพ์ ภาสวรเวทย์
- 1.13 อาจารย์ ดร.ทานพร ตระการเถลิงศักดิ์
- 1.14 อาจารย์ ดร.สมบูรณ์ พจน์ประสาท
- 1.15 อาจารย์ ดร.กรศิริ บุญประกอบ
- 1.16 อาจารย์ ดร.ไพศาล สุขใจรุ่งพัฒนา
- 1.17 อาจารย์ ดร.อัญชลี ภูษะกา
- 1.18 อาจารย์เก๋ แดงสกุล
- 1.19 อาจารย์สุรัสวดี รัตนกุล
- 1.20 อาจารย์ธันท์ ปรียานนท์

- 1.21 อาจารย์นิภาวรรณ เจริญลักษณ์
- 1.22 อาจารย์สิรินิธี ชนะวงศ์
- 1.23 อาจารย์ศศิษา วิชาศรัย
- 1.24 อาจารย์ธนวัฒน์ นุตยางกุล
- 1.25 อาจารย์ศุภชัย ชาญวรรณกุล
- 1.26 อาจารย์ณรงค์ศักดิ์ สอนใจ
- 1.27 อาจารย์ภัทรพันธุ์ ไชยาคำ
- 1.28 อาจารย์ศศิพินท์ ดิษฐานนท์
- 1.29 ดร.กิมพลีษฐ์ เตชะราชันย์
2. คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
 - 2.1 รองศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ ศิริสรวิริญ
 - 2.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ อมรสิริพงศ์
 - 2.3 อาจารย์ ดร.กฤษณ์ รักษาติเจริญ
 - 2.4 อาจารย์ ดร.บุญวดี มนตรีกุล ณ อยุธยา
3. สถาบันสิทธิมนุษยชนและสันติศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล
 - 3.1 อาจารย์ ดร.ดวงหทัย บุรณเจริญกิจ
 - 3.2 อาจารย์ ดร.เอกพันธุ์ ปิณฑวนิช
4. มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตกาญจนบุรี
 - 4.1 อาจารย์ ดร.อนัญญา กรรณสูต
5. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 - 5.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประชา คุณธรรมดี
6. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 - 6.1 รองศาสตราจารย์ ดร.สุรสิทธิ์ อมรวณิชศักดิ์
7. คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 - 7.1 อาจารย์ ดร.สุภลักษณ์ ลวดลาย
8. สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
 - 8.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจตรา ประเสริฐสิน
9. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
 - 9.1 อาจารย์ ดร.พลพัทธ์ โศตจรรัส
10. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
 - 10.1 อาจารย์ ดร.ธิตี ญาณปรีชาเศรษฐ
 - 10.2 อาจารย์ ดร.นันทวัฒน์ ภัทรกรนันท์
11. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
 - 11.1 รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา

12. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

12.1 รองศาสตราจารย์ ดร.วรัทยา ธรรมกิตติภาพ

13. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธนบุรี

13.1 ดร.ปฐมพร อินทรางกูร ณ อยุธยา

14. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

14.1 อาจารย์ศุภินันท์กรัย ระวิงวงศา

15. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

15.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุทัศน์ คล้ายสุวรรณ

ทั้งนี้ ให้ผู้ทรงคุณวุฒินี้มีหน้าที่ประเมินบทความย่อและบทความวิจัย ตั้งแต่บัดนี้จนกว่าจะดำเนินการประเมิน
แล้วเสร็จ

สั่ง ณ วันที่ 3 กรกฎาคม 2561



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.chanayut ธานีติ)

คณบดีคณะศิลปศาสตร์

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตั๋วที่นั่งและเวลาฉายภาพยนตร์
Factors Affecting Intention to Use Movie Tickets and Times Application

พิลาภกิจ ครรชิตะวานิช¹ และธาดาธิเบศร์ ภูทอง²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตั๋วที่นั่งและเวลาฉายภาพยนตร์ โดยการนำทฤษฎีคุณค่าของการบริโภคมาทำการศึกษาร่วมกันในบริบทของการใช้แอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตั๋วที่นั่งและเวลาฉายภาพยนตร์ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านคุณค่าทางหน้าที่ คุณค่าทางสังคม คุณค่าทางอารมณ์ คุณค่าทางความรู้ความคิด และคุณค่าทางเงื่อนไข ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ใช้แอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตั๋วที่นั่งและเวลาฉายภาพยนตร์ จำนวน 138 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์และแบบเอกสาร ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกทดสอบความเที่ยงของแต่ละตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนแบค นำผลมาวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติต่างๆ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า คุณค่าทางเงื่อนไขเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตั๋วที่นั่งและเวลาฉายภาพยนตร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

คำสำคัญ: ความตั้งใจใช้งาน, แอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตั๋วที่นั่ง, การยอมรับเทคโนโลยี

ABSTRACT

The main purposes of this study are to investigate the factor that affects intention to use movie tickets and times application. [Based on consumption theory, Which includes the functional value, social value, emotional value, knowledge value and rephrase conditional value.][The sample used in this research is a group of people who used service of the movie tickets and times application 138 samples.] Online and paper questionnaire surveys were administrated by convenience sampling and data was collected to test the reliability of each variable with coefficient alpha. The data was analyzed through statistic methods such as descriptive statistics and test the hypothesis by using the multiple regression analysis.

Results show that the conditional value factor has the most significant positive impact on the intention to use movie tickets and times application ($p < 0.05$).

Keywords: intention to use, movie application, technology acceptance

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

²อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในประเทศไทยได้มีการพัฒนาในด้านเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าและเติบโตไปพร้อมกับประชากรที่สูงขึ้น ผู้พัฒนาจึงได้พัฒนาสิ่งใหม่ๆ ให้ทันสมัยไปพร้อมกัน ซึ่งได้พัฒนาโปรแกรมที่อำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ที่ออกแบบมาสำหรับ Mobile, Tablet หรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ที่เราใช้กัน ซึ่งในแต่ละระบบปฏิบัติการจะมีผู้พัฒนาแอปพลิเคชันขึ้นมามากมาย เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน ซึ่งจะมีให้ดาวน์โหลดทั้งฟรีและจ่ายเงิน ทั้งในด้านการศึกษาด้านการสื่อสารหรือแม้แต่ด้านความบันเทิงต่างๆ (Mango Consultant., 2015)

ในปัจจุบันนี้ ผู้คนมากมายต่างกำลังให้ความสนใจและใช้งานสิ่งที่เรียกว่า “แอปพลิเคชัน” กันอย่างแพร่หลาย เราอาจจะไม่เข้าใจความหมายของมันว่ามันคืออะไรกันแน่ “แอปพลิเคชัน” คือ ซอฟต์แวร์ประเภทหนึ่งซึ่งช่วยให้เราสามารถกระทำการบางอย่างได้ตามความต้องการของเรา แอปพลิเคชันที่ทำงานบนเครื่องอุปกรณ์พกพาทั้งหลายเรียกว่า “โมบายล์ แอปพลิเคชัน (Mobile Applications)” (KritsadaSupasri., 2015)

“โมบายล์ แอปพลิเคชัน (Mobile Applications)” ผู้คนต่างพากันสนใจเป็นอย่างมากเพราะสามารถลดปัญหาได้หลายอย่าง เช่น ค่าใช้จ่าย และการเดินทางในการที่จะไปจัดการตัวที่นั่งภาพยนตร์ เป็นต้น จึงทำให้เกิดการคิดค้นแอปพลิเคชันต่างๆ ขึ้น เพื่อช่วยแก้ปัญหานี้

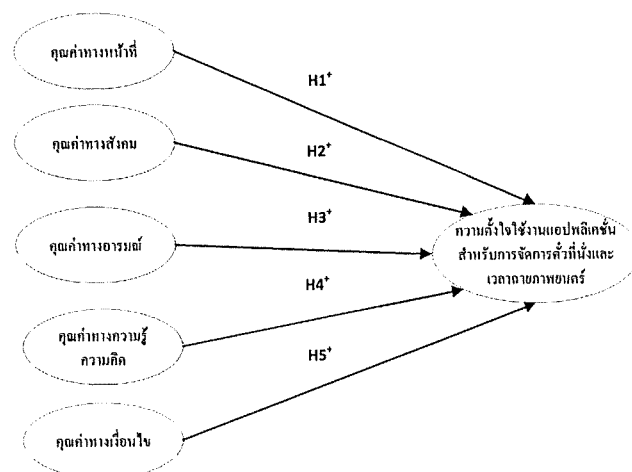
จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นั่งและเวลาฉายภาพยนตร์ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นั่งและเวลาฉายภาพยนตร์ ผลงานวิจัยที่ได้รับคาดว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่อผู้พัฒนาระบบแอปพลิเคชันให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายให้เกิดประโยชน์สูงสุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านคุณค่าทางหน้าที่ คุณค่าทางสังคม คุณค่าทางอารมณ์ คุณค่าทางความรู้ความคิด คุณค่าทางเงื่อนไข และคุณภาพของเนื้อหาที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นั่งและเวลาฉายภาพยนตร์

สมมุติฐานของการวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นั่งและเวลาฉายภาพยนตร์ โดยผู้วิจัยได้ทฤษฎีที่เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวาง คือ ทฤษฎีคุณค่าของการบริโภคที่อธิบายถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคว่าจะใช้งานหรือไม่ใช้งานจากการพิจารณาถึงคุณค่าของการบริโภค ที่เป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจ (Xiao, et al., (2015)) มาทำการศึกษาร่วมในบริบทของการใช้บริการแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นั่งและเวลาฉายภาพยนตร์ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านคุณค่าทางหน้าที่คุณค่าทางสังคม คุณค่าทางอารมณ์คุณค่าทางความรู้ความคิด และคุณค่าทางเงื่อนไขจากการทบทวนวรรณกรรม สามารถนำมาสร้างกรอบงานวิจัยได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากกรอบแนวคิดในการวิจัยข้างต้น สามารถนำมาสร้างสมมติฐานงานวิจัยได้ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐาน	รายละเอียด
H1	คุณค่าทางหน้าตาที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นั่งและเวลาฉายภาพยนตร์
H2	คุณค่าทางสังคมเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นั่งและเวลาฉายภาพยนตร์
H3	คุณค่าทางอารมณ์เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นั่งและเวลาฉายภาพยนตร์
H4	คุณค่าทางความรู้ความคิดเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นั่งและเวลาฉายภาพยนตร์
H5	คุณค่าทางเงื่อนไ้เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นั่งและเวลาฉายภาพยนตร์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ในเรื่องการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นั่งและเวลาฉายภาพยนตร์ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์และเอกสาร เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นั่งและเวลาฉายภาพยนตร์ กลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้โปรแกรม G* Power (Version 3) (Faul, et al., 2007) เป็นเครื่องมือในการคำนวณ ด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% ผลการคำนวณทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 138 คน จากนั้นดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์และกระดาษจากกลุ่มตัวอย่างที่

เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นั่งและเวลาฉายภาพยนตร์ โดยแบบสอบถามประกอบด้วยชุดคำถาม 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นั่งและเวลาฉายภาพยนตร์ จำนวน 30 ข้อคำถาม โดยมาตรวัดที่ใช้เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ คือ มาตรวัด 5 ระดับ

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทั่วไปที่เคยใช้งานบริการแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นั่งและเวลาฉายภาพยนตร์ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตเพชรบุรี

กลุ่มตัวอย่าง

ขนาดกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้โปรแกรม G* Power (Version 3) (Faul, et al., 2007) เป็นเครื่องมือในการคำนวณ ด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างที่ได้มีขนาดเท่ากับ 138 คน และใช้ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ (SPSS) และจัดหมวดหมู่ข้อมูลเพื่อนำมาสรุปและนำเสนอผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้จะทำการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วไปที่เคยใช้แอปพลิเคชันที่ส่งผลความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นั่งและเวลาฉายภาพยนตร์ โดยใช้แบบสอบถามเอกสารและออนไลน์ในการเก็บข้อมูล จากนั้นดำเนินการแจกแบบสอบถามเอกสาร และส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ และชุมชนเครือข่ายสังคมเฟซบุ๊กเป็นต้น โดยทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนเมษายน 2561

การวิจัยมีการทดสอบเครื่องมือ โดยทดสอบความเหมาะสม (Pre-Test) ของแบบสอบถามงานวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน เพื่อประเมินถึงความเข้าใจและความง่ายของคำถาม หลังจากปรับปรุงแบบสอบถามแล้ว ทำการเก็บข้อมูลเพื่อทดสอบความเหมาะสมเบื้องต้น (Pilot Test) กับกลุ่มตัวอย่างอีก 30 คน โดยทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค (Cronbach's alpha) เพื่อทดสอบความเที่ยงของแต่ละ Construct และวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันมากให้อยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน ทำให้ได้จำนวนตัวแปรที่น้อยลง รวมทั้งการปรับปรุงคำถามอีกครั้ง เพื่อให้แบบสอบถามครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา และปัจจัยทั้งหมดที่ต้องการศึกษา ก่อนการเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 138 คน

วิธีวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

งานวิจัยนี้หลังจากได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว จะทำการตรวจสอบเพื่อให้คะแนนและทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อหาค่าสถิติและวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันมากให้อยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน ทำให้ได้จำนวนตัวแปรที่น้อยลง
2. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค (Cronbach's alpha) เพื่อทดสอบความเที่ยงของแต่ละ Construct

3. การทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) เพื่อการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร 1 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่มีหลายๆ ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม 1 ตัวแปร ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ใช้ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 95 ($\alpha = .05$) เป็นเกณฑ์ในการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

4. การวิเคราะห์สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำเสนอข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง เช่น การคำนวณจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย

สรุปผลการวิจัย

การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ

ข้อมูลที่จัดเก็บจากกลุ่มตัวอย่างถูกนำไปทดสอบข้อมูลขาดหาย (Missing data) และข้อมูลสุดโต่ง (Outliers) นอกจากนี้ยังทดสอบว่าข้อมูลมีการกระจายแบบปกติ (Normal) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Linearity) มีภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) และมีภาวะร่วมเส้นตรง (Singularity) หรือไม่ ผลการทดสอบพบว่าข้อมูลไม่มีปัญหาด้านข้อมูลขาดหาย ข้อมูลสุดโต่ง และข้อมูลมีการกระจายแบบปกติ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงและไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุและภาวะร่วมเส้นตรงดังกล่าว

งานวิจัยนี้ได้ทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบคพบว่าทุกตัวแปรมีค่ามากกว่า 0.7 จึงถือว่ามีความเชื่อถือได้สำหรับงานวิจัยแบบ Basic research Hair et al., (1998) นอกจากนี้ ยังได้ทดสอบความตรงของแบบสอบถามด้วยการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) โดยใช้เกณฑ์ที่ข้อคำถามที่จับกลุ่มกันเป็นแต่ละตัวแปรต้องมีค่า Factor loading ไม่น้อยกว่า 0.5 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบได้จำนวนปัจจัยทั้งหมด 6 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านคุณค่าทางหน้าที่ คุณค่าทางสังคม คุณค่าทางอารมณ์ คุณค่าทางความรู้ความคิด และคุณค่าทางเงื่อนไข และความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นั่งและเวลาฉายภาพยนตร์

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค
คุณค่าทางหน้าที่	0.815
คุณค่าทางสังคม	0.921
คุณค่าทางอารมณ์	0.873
คุณค่าทางความรู้ความคิด	0.916
คุณค่าทางเงื่อนไข	0.862
ความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นั่งและเวลาฉายภาพยนตร์	0.865

ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง คิดเป็นร้อยละ 64.1 ช่วงอายุตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 81.7 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดที่ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 84.5 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 83.8 มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาทเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 65.5 ส่วนใหญ่เคยใช้บริการเว็บไซต์ตัวแทนการท่องเที่ยวออนไลน์ 2 – 3 ครั้ง ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 37.3

การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple regression) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) โดยใช้ค่า p-value ที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 เป็นตัวกำหนดนัยสำคัญทางสถิติ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ยืนยันสมมติฐานที่ 5 ด้วยค่า p-value ที่น้อยกว่า 0.05 อีกทั้งค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อน (Residual Mean) ล้วนเป็น 0 คือ ค่าความคลาดเคลื่อนนั้นคงที่ ซึ่งจะไม่เกิด Heteroscedasticity และไม่มีความสัมพันธ์ร่วมเชิงพหุเส้น (Multicollinearity) ด้วยค่า Tolerance ที่เข้าใกล้ 1 และค่า VIF ไม่เข้าใกล้ 10 ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบของ 5 สมมติฐาน

สมมติฐาน	p-value	Beta	R ²	Tolerance	VIF	Residual Mean
1. คุณค่าทางหน้าที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นั่งและเวลาฉายภาพยนตร์	0.335	0.141	0.871	0.277	0.3616	0.000
2. คุณค่าทางสังคมเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นั่งและเวลาฉายภาพยนตร์	0.100	0.161	0.871	0.370	2.703	0.000
3. คุณค่าทางอารมณ์เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นั่งและเวลาฉายภาพยนตร์	0.138	-0.223	0.871	0.215	4.651	0.000
4. คุณค่าทางความรู้ความคิดเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นั่งและเวลาฉายภาพยนตร์	0.949	-0.009	0.871	0.245	4.075	0.000

สมมติฐาน	p-value	Beta	R ²	Tolerance	VIF	Residual Mean
5. คุณค่าทางเงื่อนไขเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์	0.000*	0.732	0.871	0.231	4.323	0.000

*p-value < 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่าคุณค่าทางหน้าที่เป็นปัจจัยที่ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์

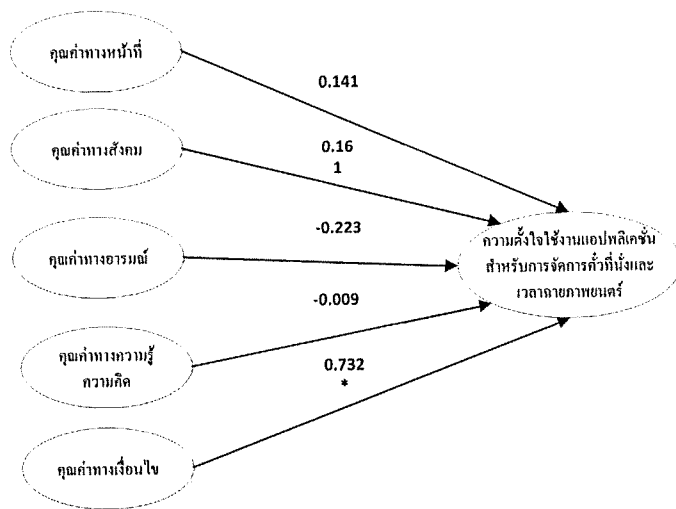
ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่าคุณค่าทางสังคมเป็นปัจจัยที่ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่าคุณค่าทางอารมณ์เป็นปัจจัยที่ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 พบว่าคุณค่าทางความรู้ความคิดเป็นปัจจัยที่ไม่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 พบว่าคุณค่าทางเงื่อนไขเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์เป็น 0.00 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Xiao et al. (2015) และทฤษฎีของ Technology Model (TAM) Davis, (1989) ดัดแปลงและประยุกต์มาจากทฤษฎีของการกระทำตามหลักเหตุและผล ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับกรทำความเข้าใจและการพยากรณ์พฤติกรรมของมนุษย์ Ajzen, (1991) และ Davis, (1989) ที่ชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคจะใช้งานหรือไม่ใช้งาน จากการพิจารณาถึงคุณค่าของการบริโภค ที่เป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจ ส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์เช่นกัน

จากผลการวิจัยข้างต้น สามารถสร้างตัวแบบของผลการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 2



หมายเหตุ: * ตัวแปรอิสระมีผลต่อตัวแปรตามที่ระดับนัยสำคัญ $p < 0.05$

ภาพที่ 2 ตัวแบบของผลการวิจัยความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์

เมื่อพิจารณาตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์ พบว่าตัวแปรอิสระ คุณค่าทางเงินใจส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ด้านคุณค่าทางหน้าที่ คุณค่าทางสังคม คุณค่าทางอารมณ์ คุณค่าทางความรู้ความคิด ไม่ส่งต่อต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์ ซึ่งสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยได้ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐาน	รายละเอียด	ผลการทดสอบ
H1	คุณค่าทางหน้าที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์	ไม่ยืนยัน
H2	คุณค่าทางสังคมเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์	ไม่ยืนยัน
H3	คุณค่าทางอารมณ์เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์	ไม่ยืนยัน
H4	คุณค่าทางความรู้ความคิดเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์	ไม่ยืนยัน
H5	คุณค่าทางเงินใจเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์	ยืนยัน

การอภิปรายผล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์โดยกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ได้แก่ ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์กลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้โปรแกรม G* Power (Version 3) Faul, et al., (2007) เป็นเครื่องมือในการคำนวณ ด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% และสร้างแบบสอบถามออนไลน์และกระดาษในการเก็บข้อมูลเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการวาง URL ของแบบสอบถามไว้บนเครือข่ายสังคมเฟซบุ๊กของผู้วิจัย และกระจายไปยังกลุ่มตัวอย่างโดยตรง ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 138 ชุด จากนั้นนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยมีการประเมินความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค (Cronbach's alpha) การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัวกับตัวแปรตาม เพื่อนำไปพยากรณ์ค่าของตัวแปรตามด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple regression) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression)

ผลที่ได้รับจากงานวิจัยพบว่า ด้านคุณค่าทางหน้าที่ คุณค่าทางสังคมคุณค่าทางอารมณ์ และคุณค่าทางความรู้ ความคิด ไม่ส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์ แสดงให้เห็นว่าการที่ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันใช้บริการแล้วไม่เกิดคุณค่าทางอารมณ์ที่ได้รับตามมาก็จะส่งผลให้เกิดระดับความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์ที่ลดลงตามไปด้วย ต่อมาพบว่าคุณค่าทางเงื่อนไขในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์ ซึ่งให้เห็นว่าเมื่อผู้ใช้งานได้เข้าไปใช้บริการแอปพลิเคชันที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก และตรงตามความต้องการของผู้ใช้งาน จะทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกว่าแอปพลิเคชันนี้มีประโยชน์ต่อตัวเอง จนนำไปสู่ความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์ในที่สุด และการที่ระบบงานมีคุณภาพ คือสามารถตอบสนองและการประมวลผลรายการที่รวดเร็ว เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการใช้งานและความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์ นอกจากนี้ การที่คุณค่าทางเงื่อนไขที่มีความถูกต้องแม่นยำ และทันสมัย ยังส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของระดับความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์เช่นกัน และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นปัจจัยที่ส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์ ซึ่งให้เห็นว่าคุณภาพของสารสนเทศเป็นสิ่งสำคัญจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาข้อมูลให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการเฉพาะรายบุคคล เพื่อสร้างความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์ และการที่ผู้ให้บริการมีระดับความพึงพอใจต่อเทคโนโลยีการบริการตนเองบนอินเทอร์เน็ตจะส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์อย่างต่อเนื่องของผู้ใช้บริการเช่นกัน

ประโยชน์ที่ได้รับ

ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัยแบ่งเป็นด้านทฤษฎีและด้านการนำไปปฏิบัติดังนี้

1. ประโยชน์ในด้านทฤษฎี

ผลของงานวิจัยทำให้เกิดการสร้างตัวแบบที่ใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์ โดยสามารถนำทฤษฎีคุณค่าของการบริโภคมาเป็นกรอบทางการศึกษาและสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต อีกทั้งผลของงานวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางใน

การศึกษาเพิ่มเติม เพื่อต่อยอดงานวิจัยในอนาคตได้ เช่น ศึกษาเพิ่มเติมในปัจจัยอื่นๆ ที่ยังไม่ได้ทำการศึกษาในงานวิจัยนี้

2. ประโยชน์ด้านการนำไปปฏิบัติ

ประโยชน์ในภาคปฏิบัติจากงานวิจัยนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้เข้ากับธุรกิจได้ โดยแยกออกเป็นมุมมองต่างๆ ดังนี้

2.1 ผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการที่มีความมุ่งหวังในการใช้แอปพลิเคชันเป็นเครื่องมือในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด สามารถช่วยสร้างโอกาสในการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ผู้ใช้บริการเห็นถึงประโยชน์ที่จะได้จากการใช้งานแอปพลิเคชัน ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ตัวเองได้รับ อันจะส่งผลต่อความพึงพอใจและเกิดความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์ในที่สุด

2.2 ผู้บริโภค

ผู้บริโภคนั้น คือ ผู้ที่ใช้ประโยชน์จากสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการโดยตรงของบุคคลผู้นั้น ผลที่ได้รับจากการบริโภคคือ อรรถประโยชน์หรือความพอใจ ผู้บริโภคอาจจะเป็นตัวบุคคล กลุ่มบุคคล และครัวเรือน ซึ่งผู้บริโภคที่ใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์ จะสามารถประหยัดเวลา และได้รับความสะดวกสบาย

ข้อเสนอแนะ

การต่อยอดการวิจัยสามารถทำได้ในหลายๆ แนวทาง ดังนี้

1. ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างให้กว้างขึ้น โดยการเปรียบเทียบระหว่างคนไทยกับคนต่างชาติ เพื่อหาความแตกต่างในการใช้แอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์
2. ศึกษาปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ชื่อเสียงของแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์ เป็นต้น มาร่วมศึกษาเพิ่มเติมไปใช้ในกรอบการวิจัยของงานวิจัยชิ้นนี้ด้วย
3. เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมยิ่งขึ้น อาจขยายผลไปศึกษาโดยทำการเปรียบเทียบระหว่างการจองผ่านทางแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการตัวที่นิ่งและเวลาฉายภาพยนตร์ที่แตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

Mango Consultant.(2015).Application แอปพลิเคชัน คืออะไร.เข้าถึงเมื่อ 12 เมษายน 2561.

เข้าถึงได้จาก<https://www.mangoconsultant.com/th/news-knowledge/knowledge/>

KritsadaSupasri. (2015). แอปพลิเคชันคืออะไร.เข้าถึงเมื่อ 12 เมษายน 2561.

เข้าถึงได้จาก <https://sites.google.com/site/kritsadasupasri/xaeph-phli-khechan-khux-xari>

Sasiporn one00.(2016). ข้อดีและข้อเสียของแอปพลิเคชัน.เข้าถึงเมื่อ 13 เมษายน 2561.

เข้าถึงได้จาก <https://sites.google.com/site/sasipornone00/>

Faul, et al., (2007).G*Power 3: a flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences.

- Xiao Q, et al. (2015). *Identifying essential proteins from active PPI networks constructed with dynamic gene expression*. BMC Genomics 16 Suppl 3:S1
- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. MIS Quarterly, 13(3), 319–339.
- Hair Jr., J. F. et al. (1998). *Multivariate Data Analysis with Readings*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.