



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

มีบุญทองแห่งหนึ่ง



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 “การเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อคุณภาพชีวิต” (Learning Diversity for Quality of Life) คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ดำเนินไปอย่างเรียบร้อย ในกรณีนี้ จึงขอแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิเป็นกรรมการประเมินบทความคัดย่อและบทความวิจัย ดังมีรายนามต่อไปนี้

1. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

- 1.1 รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงศรี สรณสภาพร
- 1.2 รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีดี พิศภูมิวิถึ
- 1.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งภัทร เรืองพิทยา
- 1.4 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประฤดา จันทรส่อง
- 1.5 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปณิชา นิติสกุลวุฒิ
- 1.6 อาจารย์ ดร.ณัฐพงษ์ จันทรอยู่
- 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 นามประมวญ
- 1.12 อาจารย์ ดร.ญาณัชพิมพ์ ภาสรวะเวทย์
- 1.13 อาจารย์ ดร.ทานพร ตระการเล็งศักดิ์
- 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 อาจารย์เก้ แดงสกุล
- 1.19 อาจารย์สุรัสวดี รัตนกุล
- 1.20 อาจารย์ธันท์ ปรียานนท์

- 1.21 อาจารย์นิภาวรรณ เจริญลักษณ์
- 1.22 อาจารย์สิรินิธี ชนะวงศ์
- 1.23 อาจารย์ศศิษา วิทยาศรัย
- 1.24 อาจารย์ธนวัฒน์ นุตยางกุล
- 1.25 อาจารย์ศุภชัย ชาญวรรณกุล
- 1.26 อาจารย์ณรงค์ศักดิ์ สอนใจ
- 1.27 อาจารย์ภัทรพันธุ์ ไชยาคำ
- 1.28 อาจารย์ศศิพินท์ ดิษฐานนท์
- 1.29 ดร.กัมพลิชฐ์ เตชะราชันย์
2. คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
 - 2.1 รองศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ ศิริสรหรือรัญ
 - 2.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ อมรสิริพงษ์
 - 2.3 อาจารย์ ดร.กฤษณ์ รักชาติเจริญ
 - 2.4 อาจารย์ ดร.บุญวดี มนตรีกุล ณ อยุธยา
3. สถาบันสิทธิมนุษยชนและสันติศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล
 - 3.1 อาจารย์ ดร.ดวงหทัย บูรณเจริญกิจ
 - 3.2 อาจารย์ ดร.เอกพันธุ์ ปิณฑวณิช
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.อัจจรา ประเสริฐสิน
9. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
 - 9.1 อาจารย์ ดร.พลพันธ์ โคตรจรัส
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 ระวีวงศ์
15. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 - 15.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุทัศน์ คล้ายสุวรรณ

ทั้งนี้ ให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีหน้าที่ประเมินบทความย่อและบทความวิจัย ตั้งแต่บัดนี้จนกว่าจะดำเนินการประเมิน
แล้วเสร็จ

สั่ง ณ วันที่ 3 กรกฎาคม 2561



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนายุส ชนชิต)
คณบดีคณะศิลปศาสตร์

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่
Factors Affecting Intention to Use Logistics Mobile Application

ศศิศ เหล่าสมาธิกุล¹ และธาดาธิเบศร์ ภูทอง²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ โดยการนำทฤษฎีคุณค่าของการบริโภคมาทำการศึกษาร่วมกันในบริบทของการใช้แอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านคุณค่าทางหน้าที่ คุณค่าทางสังคม คุณค่าทางอารมณ์ คุณค่าทางความรู้ความคิด และคุณค่าทางเงื่อนไข ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ใช้แอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 138 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์และแบบเอกสาร ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ทดสอบความเที่ยงของแต่ละตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนแบค นำผลมาวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติต่างๆ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านคุณค่าทางหน้าที่เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ รองลงมาคือ คุณค่าทางความรู้ความคิดและคุณค่าทางเงื่อนไข อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามลำดับ

คำสำคัญ: ความตั้งใจใช้งาน, แอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์, อุปกรณ์เคลื่อนที่

ABSTRACT

The main purposes of this study are to investigate the factors that affecting intention to use logistics mobile application. Based on consumption theory. Which includes the functional value, social value, emotional value, knowledge value and conditional value. The sample used in this research is a group of people who used service of the logistics mobile application in Phetchaburi 138 samples. An online and paper questionnaire survey was administrated by convenience sampling and data were collected to test the reliability of each variable with coefficient alpha. The data were analyzed through statistic methods such as descriptive statistics and test the hypothesis by using the multiple regression analysis.

¹นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

²อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Results showed that the factors that most significant positive impact on the affecting intention to use logistics mobile application factor are functional value factor, knowledge value factor and conditional value factor ($p < 0.05$), respectively.

Keywords: intention to use, logistics application, mobile devices

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในโลกแห่งเทคโนโลยีอย่างเช่นในปัจจุบันนี้ผู้คนจำนวนมากนิยมใช้แอปพลิเคชันต่างๆ มากมาย ผ่านทางอุปกรณ์เพราะมีความสะดวกสบาย รวดเร็ว และสามารถทำรายการได้ทุกที่ ทุกเวลา ตามความต้องการของผู้ใช้งาน แอปพลิเคชัน เพียงแค่มีอุปกรณ์เคลื่อนที่ต่างๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต โน้ตบุ๊ก เป็นต้น และสัญญาณอินเทอร์เน็ตหนึ่งในแอปพลิเคชันที่สำคัญที่มีการทำผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ ที่จะพูดถึงในที่นี้ก็คือการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ โดยคนส่วนใหญ่นิยมเรียกแอปพลิเคชันนี้ว่าแอป Kerry Express กล่าวก็คือ บริษัทเคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด เปิดแผนลงทุนต่อเนื่องในปี 2018 พร้อมการสื่อสารแบรนด์เพื่อสร้างการรับรู้ความแข็งแกร่งของธุรกิจในฐานะผู้นำบริการจัดส่งพัสดุควบพร้อมเปิดจุดให้บริการใหม่กว่า 2,300 แห่ง และศักยภาพทางด้านโลจิสติกส์ที่เพิ่มขึ้น ในปัจจุบันนี้คงไม่มีใครที่จะปฏิเสธการใช้บริการการรับส่งพัสดุ รับส่งของที่มาแรงอย่าง "เคอรี่เอ็กซ์เพรส - Kerry Express" และเพื่อให้บริษัท ห้างร้าน พ่อค้า-แม่ค้าออนไลน์ รวมถึงบุคคลทั่วไป สามารถเรียกใช้บริการของ Kerry Express ได้รวดเร็วทันใจมากยิ่งขึ้น เขาเลยได้พัฒนาแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์พกพาเคลื่อนที่อย่างมือถือตัวนี้ออกมา ให้ได้ใช้งานแอปพลิเคชันนี้ได้ง่ายๆ กันเลยโดยสามารถที่จะเลือกให้ทาง Kerry Express มารับของที่ต้องการส่งได้ถึงที่บ้านหรือที่ทำงานได้เลย โดยกำหนดจุดพิกัดรับของได้ครอบคลุมทั่วพื้นที่กรุงเทพมหานครและยังครอบคลุมพื้นที่ถึงจังหวัด นนทบุรี สมุทรปราการ และปทุมธานีอีกด้วยเช่นกัน ในส่วนของการจองคิวให้เจ้าหน้าที่มารับของนั้น ทางแอป Kerry Express ก็สามารถทำได้ง่ายอีกหนึ่งคุณลักษณะของแอปพลิเคชันนี้ คือ การคำนวณค่าจัดส่งสินค้าได้เดี๋ยวนั้นทันทีเลย โดยสามารถระบุต้นทางปลายทาง และจำนวนกล่องหรือของพัสดุที่ต้องการส่ง ทำให้ธุรกิจทางพ่อค้า-แม่ค้าออนไลน์ สามารถคำนวณต้นทุนในการจัดส่งได้ล่วงหน้า สามารถตัดสินใจในการเลือกใช้ช่องทาง หรือวิธีการจัดส่งได้อย่างแม่นยำถูกต้อง สำหรับลูกค้าที่สะดวกกับการใช้บริการของ Kerry Express ผ่านหน้าร้านหรือจุดบริการบนสถานีรถไฟฟ้า BTS จะได้รับประโยชน์จากแอปพลิเคชันนี้ตรงที่สามารถเตรียมป้อนข้อมูลการจัดส่งของได้ตั้งแต่ตอนอยู่ที่บ้านเลยและสามารถเลือกปลายทางการส่งของได้หลายจุด สำหรับพ่อค้า-แม่ค้าออนไลน์ที่ต้องส่งของไปให้ลูกค้าจำนวนมากในครั้งเดียวและอีกหนึ่งอย่างที่น่าสนใจของแอปพลิเคชันนี้ คือ การแจ้งเตือนสถานะของการจัดส่งของที่มีการแจ้งเตือนไปยังอุปกรณ์เคลื่อนที่ของผู้ส่งและผู้รับอีกด้วย ซึ่งเป็นการอัพเดทข้อมูลแบบเรียลไทม์ รวดเร็วทันใจ และสำหรับแอปพลิเคชัน Kerry Express นี้ ทางผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน (Application Developer) ได้แจกให้คุณได้สามารถนำไปใช้งานได้ฟรีๆ โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆทั้งสิ้นเลย

จากที่ได้กล่าวมาเบื้องต้นเห็นได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ หรือที่เราเรียกกันว่าแอป Kerry Express ที่พยายามดึงดูดลูกค้าด้วยการพัฒนาการใช้บริการแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์เพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้งานแอปพลิเคชันนี้ให้เกิดความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่สูงสุดและเกิดการใช้งานแอปพลิเคชันนี้อยู่

เรื่อยๆ ดังนั้น จึงเป็นเรื่องที่สำคัญและน่าสนใจในการศึกษาถึงผลกระทบของปัจจัยต่างๆ ที่จะส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ เพื่อที่จะเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ ให้มีความเหมาะสมกับการใช้งานและความต้องการของผู้ใช้งานให้มากที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านคุณค่าทางหน้าที่ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคมที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่
3. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านคุณค่าทางอารมณ์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่
4. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านคุณค่าทางความรู้ความคิดที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่
5. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านคุณค่าทางเงื่อนไขที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่

ทบทวนวรรณกรรม

เอ็มคอมเมิร์ซ รหัสคิวอาร์ และร้านค้าเสมือน

เอ็มคอมเมิร์ซ (M-commerce) เป็นช่องทางใหม่ในการดำเนินธุรกิจที่การทำธุรกรรมทางการเงินถูกทำผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เอ็มคอมเมิร์ซทำให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยไม่จำกัดสถานที่ และเวลาเป็นโอกาสที่ผู้ให้บริการจะสามารถติดต่อสื่อสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค (Ferreira, 2014)

รหัสคิวอาร์ถูกออกแบบเพื่อให้สามารถสแกนได้ด้วยสมาร์ตโฟน เมื่อสแกนรหัสคิวอาร์แล้วผู้บริโภคจะสามารถเข้าไปสู่เว็บไซต์เป้าหมายได้ทันที ซึ่งในปัจจุบันความนิยมของสมาร์ตโฟนเป็นตัวขับเคลื่อนหลักที่ส่งผลให้ธุรกิจนำรหัสคิวอาร์มาใช้มากขึ้น (Probst, 2012)

ร้านค้าเสมือน (Virtual Store) เป็นรูปแบบธุรกิจประเภทธุรกิจกับผู้บริโภค (Business-to-Consumer: B2C) โดยผู้บริโภคจะเป็นผู้เลือกสินค้าที่ต้องการสั่งซื้อสินค้าลงรถเข็นเสมือนผ่านทางหน้าจอสมาร์ตโฟน (Almehairi and Bhatti, 2014) โดยแนวคิดดังกล่าวนี้เริ่มต้นจากปัญหาว่าผู้บริโภคทำงานหนัก ไม่มีเวลาเดินทางไปซื้อสินค้าที่ซูเปอร์มาร์เก็ต จึงพัฒนาร้านค้าเสมือนขึ้นและติดตั้งอยู่บริเวณรถไฟฟ้าใต้ดินและรถไฟฟ้าบีทีเอส (Marketing Oops, 2556) ดังแสดงในภาพที่ 1 โดยร้านค้าเสมือนในการศึกษานี้ แตกต่างจากความเป็นจริงเสมือน (Virtual Reality) ซึ่งหมายถึงการใช้ซอฟต์แวร์เข้ามาช่วยจำลองสร้างภาพ เสียง และสัมผัสต่างๆ ที่เหมือนสภาพแวดล้อมจริง โดยทำให้ผู้ใช้สามารถที่จะมีส่วนร่วมและตอบโต้ต่อการรับรู้ภาพทางสายตาจากหน้าจอสกรีน (Wikipedia, 2016) และแตกต่างจากร้านค้าเสมือนในแง่ของ Virtual Merchant หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า ร้านค้าปลีกทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-tailer) ซึ่งหมายถึง ผู้ค้าจะขายสินค้าและให้บริการผ่านทางช่องทางออนไลน์เท่านั้น โดยไม่มีหน้าร้านสำหรับแสดงสินค้า (E-Commerce Wiki, 2016)

ทฤษฎีคุณค่าของการบริโภค

ทฤษฎีคุณค่าของการบริโภค อธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภคว่า จะใช้งานหรือไม่ใช้งาน จาก

การพิจารณาถึงคุณค่าของการบริโภค ที่เป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจ (Xiao, Hedman and Runnemark, 2015) คุณค่าของการบริโภคมี 5 รูปแบบ ได้แก่

1. คุณค่าทางหน้าที่ (Functional Value) หมายถึง ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้สินค้า โดยจะได้รับคุณค่านี้เมื่อคุณภาพหรือหน้าที่ของสินค้าตอบสนองความต้องการได้ (Sheth, Newman and Gross, 1991)

2. คุณค่าทางสังคม (Social Value) หมายถึง การรับรู้ประโยชน์จากการยอมรับของสังคมและทำให้ภาพลักษณ์ของผู้ใช้ดีขึ้น (Sheth et al., 1991)

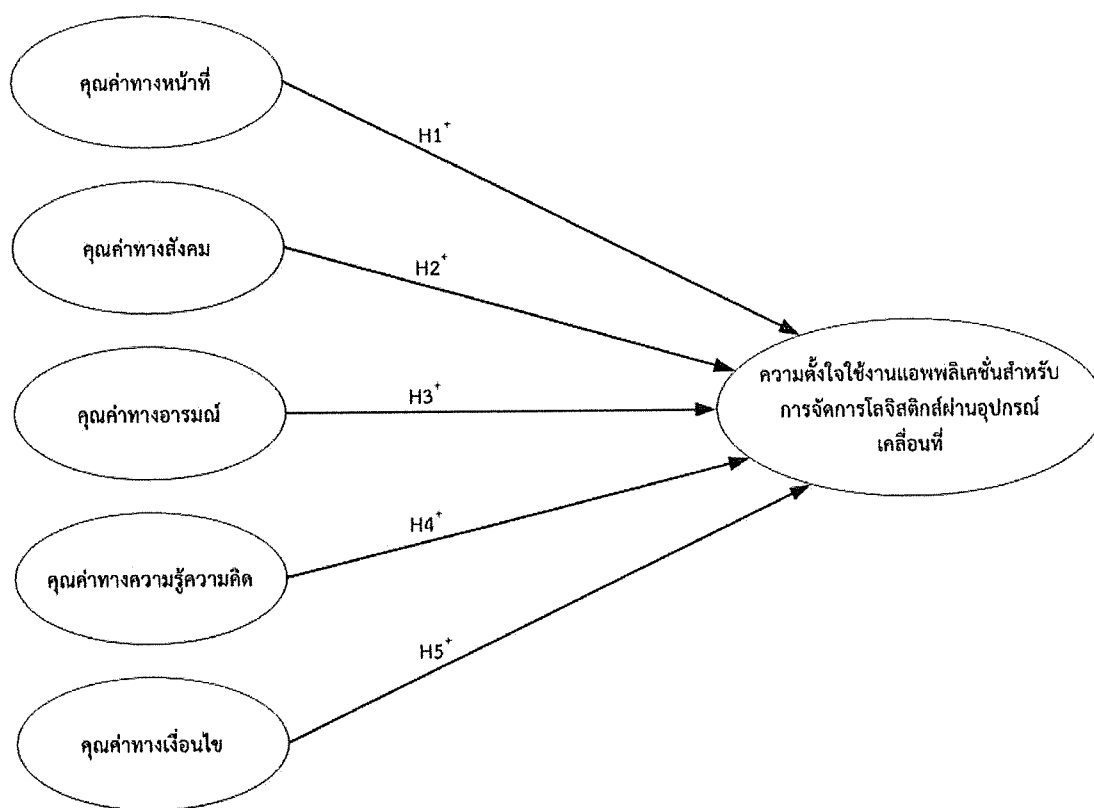
3. คุณค่าทางอารมณ์ (Emotional Value) หมายถึง ความสามารถของสินค้าที่จะกระตุ้นความรู้สึกของผู้บริโภค (Sheth et al., 1991)

4. คุณค่าทางความรู้ความคิด (Epistemic Value) หมายถึง คุณค่าจากการเรียนรู้ที่จะทำสิ่งใหม่ เช่น ความอยากรู้ความรู้อันใหม่ที่ได้รับจากการทดสอบการใช้บริการแบบใหม่บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Wang, Liao and Yang, 2013)

5. คุณค่าทางเงื่อนไข (Conditional Value) หมายถึง สินค้าหรือการบริการที่มีคุณค่าเมื่ออยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมเฉพาะ เช่น สถานที่ หรือเวลา (Xiao et al., 2015)

สมมติฐานงานวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ โดยผู้วิจัยได้นำทฤษฎีที่เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวาง คือ ทฤษฎีคุณค่าของการบริโภคที่อธิบายถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคว่าจะใช้งานหรือไม่ใช้งาน จากการพิจารณาถึงคุณค่าของการบริโภค ที่เป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจ (Xiao et al., 2015) มาทำการศึกษาถึงความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ โดยประกอบด้วยปัจจัยด้านคุณค่าทางหน้าที่ คุณค่าทางสังคม คุณค่าทางอารมณ์ คุณค่าทางความรู้ความคิด คุณค่าทางเงื่อนไข และคุณภาพของเนื้อหาจากการทบทวนวรรณกรรม สามารถนำมาสร้างกรอบงานวิจัยได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากกรอบแนวคิดในการวิจัยข้างต้น สามารถนำมาสร้างสมมติฐานงานวิจัยได้ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐาน	รายละเอียด
H1	คุณค่าทางหน้าที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่
H2	คุณค่าทางสังคมปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่
H3	คุณค่าทางอารมณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่
H4	คุณค่าทางภูมิปัญญาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่
H5	คุณค่าทางใจปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ในเรื่องการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์และเอกสาร เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่โดยกลุ่มตัวอย่างกำหนด โดยใช้โปรแกรม G* Power (Version 3) (Faul, Erdfelder, Lang and Buchner, 2007) เป็นเครื่องมือในการคำนวณ ด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% ผลการคำนวณทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 138 คน จากนั้นดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์และกระดาษจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการเว็บไซต์ตัวแทนการท่องเที่ยวออนไลน์ โดยแบบสอบถามประกอบด้วยชุดคำถาม 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ จำนวน 30 ข้อคำถาม โดยมาตรวัดที่ใช้เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้คือ มาตรวัด 5 ระดับ

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทั่วไปที่เคยใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี

กลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี กลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้โปรแกรม G* Power (Version 3) (Faul, Erdfelder, Lang and Buchner, 2007) เป็นเครื่องมือในการคำนวณ ด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างที่ได้มีขนาดเท่ากับ 138 คน และใช้ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ (SPSS) และจัดหมวดหมู่ข้อมูลเพื่อนำมาสรุปและนำเสนอผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้จะทำการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี โดยใช้แบบสอบถามเอกสารและออนไลน์ในการเก็บข้อมูล จากนั้นดำเนินการแจกแบบสอบถามเอกสาร และส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ และชุมชนเครือข่ายสังคมเฟซบุ๊ก เป็นต้น โดยทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนเมษายน 2561

การวิจัยมีการทดสอบเครื่องมือ โดยทดสอบความเหมาะสม (Pre-Test) ของแบบสอบถามงานวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน เพื่อประเมินถึงความเข้าใจและความง่ายของคำถาม หลังจากปรับปรุงแบบสอบถามแล้ว ทำการเก็บข้อมูลเพื่อทดสอบความเหมาะสมเบื้องต้น (Pilot Test) กับกลุ่มตัวอย่างอีก 30 คน โดยทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนแบค (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 และตัวแปรตามและการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (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) นอกจากนี้ ยังทดสอบว่าข้อมูลมีการกระจายแบบปกติ (Normal) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Linearity) มีภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) และมีภาวะร่วมเส้นตรง (Singularity) หรือไม่ ผลการทดสอบพบว่าข้อมูลไม่มีปัญหาด้านข้อมูลขาดหาย ข้อมูลสุดโต่ง และข้อมูลมีการกระจายแบบปกติ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง และไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุและภาวะร่วมเส้นตรง ดังกล่าว

งานวิจัยนี้ได้ทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค พบว่าทุกตัวแปรมีค่ามากกว่า 0.7 จึงถือว่ามีความเชื่อถือได้สำหรับงานวิจัยแบบ Basic research (Hair et al., 1998) นอกจากนี้ ยังได้ทดสอบความตรงของแบบสอบถาม ด้วยการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) โดยใช้เกณฑ์ที่ข้อคำถามที่จับกลุ่มกันเป็นแต่ละตัวแปรต้องมีค่า Factor loading ไม่น้อยกว่า 0.5 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบได้จำนวนปัจจัยทั้งหมด 6 องค์ประกอบ ได้แก่ คุณค่าทางหน้าที่ คุณค่าทางสังคม คุณค่าทางอารมณ์ คุณค่าทางความรู้ ความคิด คุณค่าทางเงื่อนไขและความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค
คุณค่าทางหน้าที่	0.831
คุณค่าทางสังคม	0.944
คุณค่าทางอารมณ์	0.923
คุณค่าทางความรู้ความคิด	0.894

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของคอนแบค
คุณค่าทางเงื่อนไข	0.910
ความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่	0.934

ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง คิดเป็นร้อยละ 56.6 ช่วงอายุตั้งแต่ 21 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 77.2 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดที่ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 75.2 ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 87.6 มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาทเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 66.2 ส่วนใหญ่เคยใช้งานแอป Kerry Express2 – 3 ครั้ง ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 35.2

การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple regression) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) โดยใช้ค่า p-value ที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 เป็นตัวกำหนดนัยสำคัญทางสถิติ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ยืนยันสมมติฐานที่ 1 สมมติฐานที่ 4 สมมติฐานที่ 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 9 สมมติฐาน

สมมติฐาน	p-value	Beta	R ²	Tolerance	VIF	Residual Mean
1. คุณค่าทางหน้าที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่	0.030*	0.187	0.873	0.370	2.705	0.000
2. คุณค่าทางสังคมปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่	0.483	0.038	0.873	0.306	3.272	0.000
3. คุณค่าทางอารมณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการ	0.655	0.032	0.873	0.229	4.362	0.000

สมมติฐาน	p-value	Beta	R ²	Tolerance	VIF	Residual Mean
จัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่						
4. คุณค่าทางความรู้ความคิด ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่	0.028*	0.208	0.873	0.229	4.359	0.000
5. คุณค่าทางเงื่อนไขปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่	0.000*	0.554	0.873	0.248	4.031	0.000

*p-value < 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า คุณค่าทางหน้าที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่เป็น 0.187 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Xiao et al. (2015) และ Sheth et al. (1991) ที่ชี้ให้เห็นว่า คุณค่าทางหน้าที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ คือ ถ้าหากเราได้ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้สินค้ามากขึ้น ความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ก็จะมากขึ้นตาม

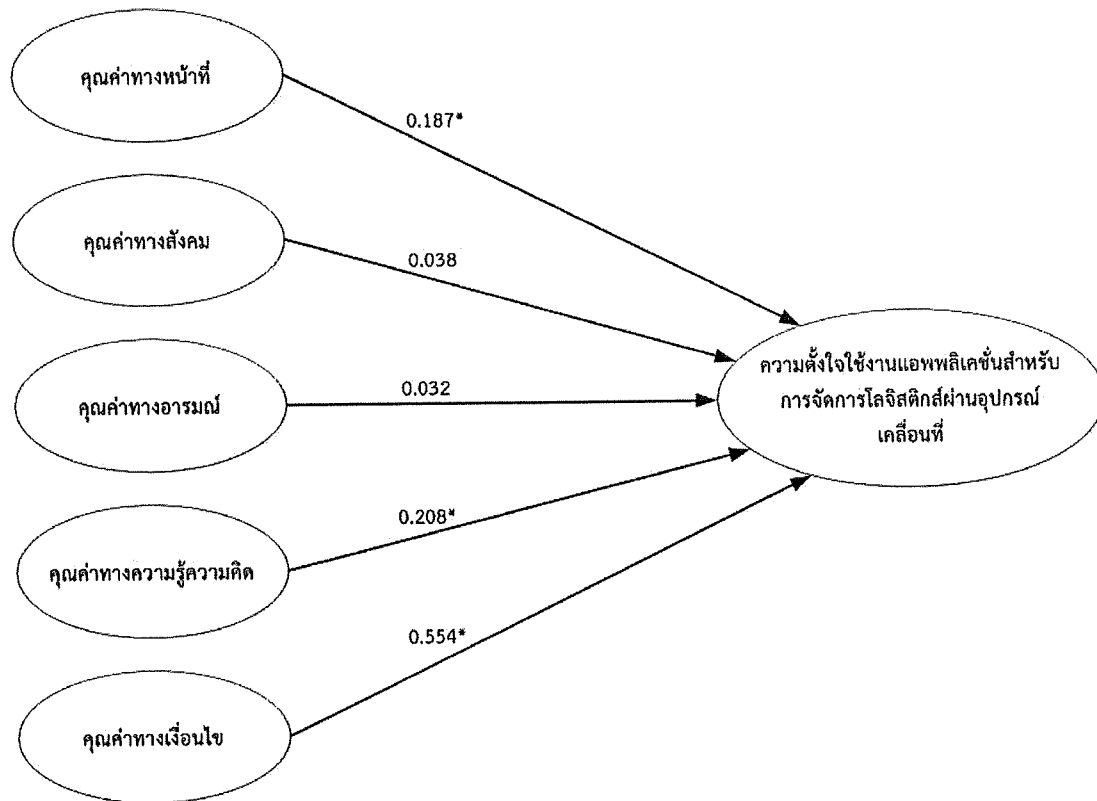
ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า คุณค่าทางสังคมเป็นปัจจัยที่ไม่ส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า คุณค่าทางอารมณ์เป็นปัจจัยที่ไม่ส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 พบว่าคุณค่าทางความรู้ความคิดเป็นปัจจัยที่ส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่เป็น 0.208 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัย Xiao et al. (2015) และ Wang et al. (2013) ที่ชี้ให้เห็นว่าคุณค่าทางความรู้ความคิดปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ คือ หากเราได้เรียนรู้คุณค่าจากการทำสิ่งใหม่จากการทดสอบการใช้บริการแบบใหม่บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ก็จะดีขึ้นตาม

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 พบว่าคุณค่าทางเงื่อนไขเป็นปัจจัยที่ส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่เป็น 0.554 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Xiao et al. (2015) ที่ชี้ให้เห็นว่าคุณค่าทางเงื่อนไขปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ คือ ถ้าใช้สินค้าหรือการบริการที่มีคุณค่าที่อยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมเฉพาะ เช่น สถานที่หรือเวลา ความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ก็จะดีขึ้นตาม

จากผลการวิจัยข้างต้น สามารถสร้างตัวแบบของผลการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 2



หมายเหตุ: * ตัวแปรอิสระมีผลต่อตัวแปรตามที่ระดับนัยสำคัญ $p < 0.05$

ภาพที่ 2 ตัวแบบของผลการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่

เมื่อพิจารณาตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ พบว่าตัวแปรอิสระ คุณค่าทางหน้าที่ คุณค่าทางความรู้ความคิด และคุณค่าทางเจตนาส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่คุณค่าทางสังคมและคุณค่าทางอารมณ์ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ ซึ่งสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยได้ ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐานของการวิจัย

สมมุติฐาน	รายละเอียด	ผลการทดสอบ
H1	คุณค่าทางหน้าที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่	ยืนยัน
H2	คุณค่าทางสังคมปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่	ไม่ยืนยัน
H3	คุณค่าทางอารมณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่	ไม่ยืนยัน
H4	คุณค่าทางความรู้ความคิดปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่	ยืนยัน
H5	คุณค่าทางเงื่อนไขปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่	ยืนยัน

การอภิปรายผล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ โดยกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ ได้แก่ การใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรีกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้โปรแกรม G* Power (Version 3) (Faul, Erdfelder, Lang and Buchner, 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 คุณค่าทางหน้าที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ชี้ให้เห็นว่าเมื่อผู้ใช้งานได้เข้าไปใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ให้สามารถใช้งานได้โดยง่าย ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก และตรงตามความต้องการของผู้ใช้แอปพลิเคชัน จะทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกว่าคุณค่าทางหน้าที่มีประโยชน์ต่อตัวเอง จนนำไปสู่การสั่งซื้อขายและตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อในที่สุด ต่อมาพบว่าคุณค่าทางความรู้ความคิด เป็นปัจจัยที่ส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ชี้ให้เห็นว่า การที่เราได้เรียนรู้คุณค่าจากการทำสิ่งใหม่จากการทดสอบการใช้บริการแบบใหม่บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ก็จะส่งผลให้เกิดระดับความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้ คุณค่าทางเงื่อนไขเป็นปัจจัยที่ส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ ชี้ให้เห็นว่า ถ้าใช้สินค้าหรือการบริการที่มีคุณค่าที่อยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมเฉพาะ เช่น สถานที่หรือเวลา ความตั้งใจใช้งาน

แอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ก็จะดีขึ้นตาม ในขณะที่คุณค่าทางสังคมและคุณค่าทางอารมณ์ไม่ส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าคุณค่าทางสังคมและคุณค่าทางอารมณ์ ไม่ได้มีความจำเป็นต่อผู้ใช้งานแอปพลิเคชันและแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไม่ได้ให้ความสำคัญหรือคำนึงถึงประโยชน์ที่จะได้รับ

ประโยชน์ที่ได้รับ

ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัยแบ่งเป็นด้านทฤษฎีและด้านการนำไปปฏิบัติ ดังนี้

1. ประโยชน์ในด้านทฤษฎี

ผลของงานวิจัยทำให้เกิดการสร้างตัวแบบที่ใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ โดยสามารถนำทฤษฎีคุณค่าของการบริโภค อธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภคว่าจะใช้งานหรือไม่ใช้งาน จากการพิจารณาถึงคุณค่าของการบริโภคที่เป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจ (Xiao, Hedman and Runnemark, 2015) มาเป็นกรอบทางการศึกษาและสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต อีกทั้งผลของงานวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อต่อยอดงานวิจัยในอนาคตได้ เช่น ศึกษาเพิ่มเติมในปัจจัยอื่นๆ ที่ยังไม่ได้ทำการศึกษาในงานวิจัยนี้

2. ประโยชน์ด้านการนำไปปฏิบัติ

ประโยชน์ในภาคปฏิบัติจากงานวิจัยนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้เข้ากับธุรกิจได้ โดยแยกออกเป็นมุมมองต่างๆ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่

ผู้ประกอบการที่มีความมุ่งหวังในการแอปพลิเคชันเป็นเครื่องมือในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สามารถช่วยสร้างโอกาสในการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรให้ความสำคัญกับการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้จากการใช้งาน คุณภาพของระบบแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ โดยการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ผู้ให้บริการเห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้งานแอปพลิเคชันผ่านคุณภาพของระบบที่ได้รับ เช่น การโฆษณาให้เห็นถึงความรวดเร็วในการสั่งซื้อขายสินค้าหรือตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อขายสินค้า พร้อมทั้งนำเสนอข้อมูลที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้แอปพลิเคชัน ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้แอปพลิเคชันรับรู้ถึงประโยชน์ที่ตนเองได้รับ อันจะส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ในที่สุด

2. ผู้พัฒนาและออกแบบแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์

ในด้านปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานแอปพลิเคชันนั้น นักพัฒนาและออกแบบแอปพลิเคชันสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ โดยการออกแบบให้ง่ายต่อการใช้งาน สามารถเข้าใจได้โดยง่าย ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันก็就不用ใช้ความพยายามอย่างมากในการใช้งาน ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันรู้สึกว่าแอปพลิเคชันนี้มีประโยชน์ต่อตัวเอง และอยากกลับมาใช้งานต่อไป หรือกลับมาใช้ซ้ำอีกในอนาคต จนนำไปสู่การสั่งซื้อขายสินค้าผ่านแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ในที่สุด

ในด้านของคุณภาพของแอปพลิเคชันที่นำเสนอ นักพัฒนาและออกแบบแอปพลิเคชันต้องให้ความสำคัญกับการปรับปรุงข้อมูลให้มีความทันสมัยเสมออยู่ตลอดเวลา ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันก็จะได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์สามารถนำไปใช้ได้ อีกทั้งการที่แอปพลิเคชันมีข้อมูลที่ครบถ้วน ถูกต้อง และเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้งาน ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และสามารถตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อ

สินค้าได้จริง ทำให้ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันเกิดความความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ซึ่งส่งผลต่อไปถึงการสั่งซื้อขายสินค้าผ่านแอปพลิเคชันของผู้ประกอบการในที่สุด

และในด้านคุณภาพของแอปพลิเคชัน นักพัฒนาและออกแบบแอปพลิเคชันต้องให้ความสำคัญกับการสร้างแอปพลิเคชันที่มีคุณภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันเกิดความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่สูงขึ้นตามมา แต่ถ้าหากแอปพลิเคชันมีการตอบสนองที่ช้า หรือการเข้าถึงข้อมูล ตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อทำได้ช้า ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันอาจจะเกิดความไม่พอใจและไปใช้แอปพลิเคชันของเจ้าอื่นหรือคู่แข่งได้ ดังนั้น คุณภาพของแอปพลิเคชันจึงเป็นสิ่งที่นักพัฒนาและออกแบบแอปพลิเคชันต้องคำนึงถึงอยู่ตลอดเวลาในการให้บริการแก่ผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน

งานวิจัยในอนาคต

การต่อยอดการวิจัยสามารถทำได้ในหลายๆ แนวทางดังนี้

1. ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างให้กว้างขึ้น โดยการเปรียบเทียบระหว่างคนไทยกับคนต่างชาติ เพื่อหาคูณค่าทางหน้าที่คุณค่าทางสังคม คุณค่าทางอารมณ์ คุณค่าทางความรู้ความคิด คุณค่าทางเงื่อนไข และความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่
2. ศึกษาปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ความสวยงามของแอปพลิเคชัน กลยุทธ์ทางการตลาด หรือความนิยมของแอปพลิเคชัน เป็นต้น มารวมศึกษาเพิ่มเติมไปใช้ในกรอบการวิจัยของงานวิจัยชิ้นนี้ด้วย
3. เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมยิ่งขึ้นอาจขยายผลไปศึกษา โดยทำการเปรียบเทียบระหว่างการใช้แอปพลิเคชันสำหรับการจัดการโลจิสติกส์ที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันที่แตกต่างกันหรือไม่อย่างไร
4. นำกรอบการวิจัยนี้ ไปศึกษาเพิ่มเติมในบริบทของการใช้งานเทคโนโลยีอื่นๆ ในประเทศไทยต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- Brand Buffet.(2017). *เคอรี่ เอ็กซ์เพรส เร่งลงทุนเสริมแกร่ง รับตีมาตรฐานด์พุ่งตามกระแสอีคอมเมิร์ซโต*. เข้าถึงเมื่อ 20 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://brandbuffet.in.th/2017/12/kerry-express-invest-plan-2018/>
- Thai Ware.(2017). *Kerry Express แอปบริการส่งพัสดุรวดเร็วทันใจ*. เข้าถึงเมื่อ 20 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://software.thaiware.com/12853-Kerry-Express-App.html>
- Xiao, Hedmanand Runnemark.(2015). *Use of payment technology: A perspective based on theory of consumption value*, Germany, 1-12.
- Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991). *Why we buy what we buy: A theory of consumption values*. *Journal of Business Research*, 22(2), 159–170.
- Wang, H. Y., Liao, C. and Yang, L.H. (2013). *What affects mobile application use? the roles of consumption values*. *International Journal of Marketing Studies*, 5(2), 11-22.