



รายงานสืบเนื่อง จากการประชุมวิชาการระดับชาติ (Proceedings)

การประชุมวิชาการระดับชาติ

“พิบูลส่งครามวิจัย” ครั้งที่ 3 ประจำปี พ.ศ.2560

“Thailand 4.0 นวัตกรรมและการวิจัยเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน”

วันที่ 23 - 24 มีนาคม 2560

กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เล่ม 2

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

ผศ.ดร.นภัชชินี ดีแท้	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.ดร.พรรรณรัตน์ กวยเจริญพานิชก์	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผศ.ดร.ศิริสุภา เออมหยวก	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร.สุพัตรา ตันติจิริยาพันธ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
ผศ.ดร.วีโรจน์ เจริญลักษณ์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
อ.ปราณนา ศิริสถานต์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร.อรชร ฉิมจารย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อ.พึ่งรัก ริยะขัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร.กัมปนาท วงศ์วัฒนพงษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.ดร.อรสา เตติวัฒน์	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผศ. ดร.ทัศนีย์ ปัทมสนธิ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อ.รรณชัย หมื่นวงศ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร.ธนสตา ใจนตระกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.ดร.ประภาษ เพ็งพุ่ม	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ดร.ศิวารณ์ ไชยเจริญ	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผศ.ดร.สุวรรณ คุณดิลกนันทน์สา	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
ผศ.ดร. พัฒนพันธ์ เขตต์กัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร.ชัยนันท์ธรณ์ ขาวงาม	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
ดร.ยุพิน เถื่อนศรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
ผศ.ดร.พีธร บุญยรัตพันธุ์	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ดร.ภาคพร วัฒน์ธรรมวงศ์	มหาวิทยาลัยนเรศวร

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

ดร.อธิการัตน์ วุฒิศรีเสถียรกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อ.สิรินทร์ คงสง	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.บุษบา หินเข้าว	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อ.มนีจันทร์ มาสูตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.ดร.สกัญญา เขียวสะอาด	มหาวิทยาลัยพายัพ
ดร.วสุ พันไฟศาลา	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.ดร.สหณัฐ เพชรสวี	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผศ.ดร.นฤมล เก่อนกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.ดร.กุลวadi ปั่นวัฒนะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ศ.ดร.สมชาย โน้ปวง	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ดร.กีรติ ตันเรือน	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
รศ.ดร.ธีรศณิน จงจิตวิมล	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.ดร.วีโรจน์ ตีกจีจะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.ดร.อนุพันธ์ กงบังเกิด	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ดร.อุทัยวรรณ ฉัตรรง	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร.จิรภานิ จงจิตวิมล	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผศ.ดร.กัณฑ์ อินทุวงศ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
ดร.กฤษ สรวิตรัตน์ธรรม	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.ดร.ธนวดี ศรีธารวิรัตน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

ผศ.ดร.จักรกฤษ ศรีละออ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร.ธีรพันธ์ มาจันทร์	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
ดร.เฉลิมพร ทองพูน	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อ.พรชัย ปานทุ่ง	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.ดร. เกตุการ ดาจันหา	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.ดร.สุวิทย์ วิรตะวิทยา	มหาวิทยาลัยนเรศวร
รศ.ดร.ธีรพร กงบังเกิด	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผศ.ดร.รัตนพร วงศ์รี	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผศ.ดร.พิทักษ์ ออยมี	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อ.ชาติชาย จันทร์ประทีป	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อ.ณัฐอิตา ใจรักษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.ดร.ภัทรมนัส มณีจิระปราการ	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ดร.เจษฎา โนอินทร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ. อนงค์นาฎ คงประชา	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร.จิตศิริน ลายลักษณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.ดร.สุภาภรณ์ สุด宦องบัว	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผศ.รรภรรรณ พิไลเกียรติ	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผศ.ดร.นิธิพงศ์ ศรีเบญจมาศ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร.เสกสรรค์ ศิริลักษณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อ.กิงแก้ว สำราวยืน	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

พศ.ดร.ธนัช กนกเทศ	มหาวิทยาลัยนเรศวร
อ.อรรถพล รอดแก้ว	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร.ศรีวรรณ ไชยสุข	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ดร.ลำนา เอี่ยมสะอาด	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
พศ.ดร.อนุ เจริญวงศ์ระยับ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร.ปิยมนัส วรวิทย์รัตนกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
พศ.ดร.นิคม นาคอ้าย	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร.วรารัตน์ วรรักษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร.ธนสาร เพ็งฟุ่ม	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
พศ.ดร.อัญชนา ปรีชาวรพันธ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร.จิตติรัตน์ สุวรรณสม	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ดร.ทวีศักดิ์ ขันยศ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
พศ.ดร.เยาวเรศ ภักดีจิตตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวนครรค์
ดร.บัญชา ศรีสมบัติ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
พศ.ดร.ประทุมา ฤทธิ์พิช	มหาวิทยาลัยนเรศวร
อ.ยรรยงวรกร ทองແຢັນ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร.ปิยลักษณ์ พฤกษาะวัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร.รัตน์ติพร สำอางค์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร.อุษณีย์ เสิงพาณิชย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร.นงลักษณ์ ใจฉลาด	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร.บัญชา สำราญรื่น	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

ผศ.ดร.นิวัตร พัฒนา	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.สุภาพร ดอกไม้ทอง	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผศ.ดร.วิจิตร จำลองราชภาร্ত	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.พัชรา วงศ์แสงเทียน	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร.พงษ์พันธุ์ พุทธิวิศิษฐ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร.อัจมานะทินนา ศรีสุวรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
รศ.ดร.เทียมจันทร์ พานิชผลินทร์	มหาวิทยาลัยนเรศวร
อ.ธนิดา โขนนุช	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
รศ.ดร.พิภา พสุบรรณ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
อ.ทวีศักดิ์ เพื่อกสม	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ดร. อารีย์ ปรีดีกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร. ภัคพล ปรีชาศิลป์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.ดร. กิตติพงษ์ สุวรรณราช	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.ดร. สมศักดิ์ แก้วนุช	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อ.สุกัญญา สีสมบาก	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร.จิตติพร เจ้าเจง	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร.นพรัตน์ วรรณเทศ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.ดร.พิสิษฐ์ พูลประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.ดร.วิษณุ คงไชย	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร.วิสูตร จันทร์อธิ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

ดร.วีโรจน์ ลิขิตธรรมกุลวงศ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.ดร.ปิยวรรณ ศุภวิทพัฒนา	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร.วงศกร เจียมแห่	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร.ประสิทธิชัย นรากรณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อ.นภาภรณ์ ชลุยนาค	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อ.พิชญาพร ประครองใจ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร.อุมาภรณ์ ยศเจริญ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.ดร.สุชาดา เจียพงษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.ดร.โชติ บดีรักษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.ปณมा เอี่ยมสะอาด	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อ.瓦สินี มีเครือเอี่ยม	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อ.รัตนวดี ปาแปง	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.ดร.ณัฐธิรา ทับทิม	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.ดร.สุขแก้ว คำสอน	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.ประภาศิริ ใจผ่อง	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.อรพิน เสรีะคร	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร.มนตรา ศรียะแย้ม	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
อ.อรรถพล นาขวາ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ผศ.ดร.ปิยะดา วชิร话语权	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ดร.เรืองวุฒิ ชุติมา	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

ผศ.ดร.อุษา พัດเกตุ

มหาวิทยาลัยนเรศวร

อาจารย์ ดร.กิตติวรรณ จันทร์ฤทธิ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

อาจารย์ ดร.คอมสิทธิ์ เกียนวัฒนา

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ ดร.ธวัช สุริวงศ์

มหาวิทยาลัยนเรศวร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โอลพร รักษาติ

มหาวิทยาลัยนเรศวร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลัดดาวัลย์ แดงเดิน

มหาวิทยาลัยนเรศวร

รองศาสตราจารย์ ดร.ศรัณย์ นักรบ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

อาจารย์ ดร.ณัฐดนัย ลิขิตธรรมการ

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

รองศาสตราจารย์ ดร.ตีเรก ชีระภูร

มหาวิทยาลัยนเรศวร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูพงษ์ พงษ์เจริญ

มหาวิทยาลัยนเรศวร

อาจารย์ ดร.ยุวดี ตรงต่อ กิจ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

อาจารย์ ดร.วารัชต์ มัชymบุรุษ

มหาวิทยาลัยพะเยา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุขสมาน สังโยคก

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาวดี แ徭มคง

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

อาจารย์ ดร.อมรรัตน์ เนตรอัญญากรวงศ์

มหาวิทยาลัยนเรศวร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญชลี ศิษย์เนรนทร์

มหาวิทยาลัยนเรศวร

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา แอพพลิเคชันอูเบอร์ (UBER Application)

The factors affecting to the acceptance of innovation and technology that affect to
using the decision of consumer in Bangkok, cases study by (UBER Application)

พิทักษ์ ศิริวงศ์¹ บริษัตรเก้าเจียว² และ วันอาษา แป้นพยอม³

¹คณะวิทยาการ ^{2,3}คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

*corresponding author e-mail: innjun@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครกรณีศึกษาแอพพลิเคชันอูเบอร์ (UBER Application) ตัวอย่างที่ใช้ใน การศึกษา คือ กลุ่มคนที่ใช้แอพพลิเคชันอูเบอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถามออนไลน์ ที่มีค่าความเชื่อถือเท่ากับ 0.761 และมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการใช้การวิเคราะห์การทดสอบเชิงพหุคุณ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา แอพพลิเคชันอูเบอร์ ผลการวิจัย คือ ด้านคุณลักษณะประโยชน์ซึ่งเปรียบเทียบ (X1) ด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้ (X2) ด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (X3) ด้านคุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (X4) และด้านคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (X5) ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ : การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การตัดสินใจใช้บริการ แอพพลิเคชันอูเบอร์ (UBER Application)

Abstract

The purpose of this research was to study the factors affecting to the acceptance of innovation and technology that affect to Using the decision of consumer in Bangkok. Cases study by UBER Application .The samples were 400 UBER Application users in Bangkok. The research instruments were the online questionnaires with reliability 0.761. The validity in the questionnaires was analyzed by the advisors. This research was analyzed by Descriptive Statistics including the percentage, the mean, and the standard deviation. The data was analyzed by multiple regression analysis. The result was show that most of the factors affecting to the acceptance of innovation and technology that affect to Using the decision of consumer in Bangkok. Cases study by UBER Application. The results showed that Relative Advantage (X1), the Compatibility (X2), the Complexity (X3), the Trainability (X4), and the Observability (X5) affected the decision making of choosing the restaurants with a significance level of 0.05.

keywords : acceptance of innovation and technology , the decision to use the service, the UBER application

บทนำ

จากนโยบาย “ประเทศไทย 4.0” หรือโมเดลพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาลเป็นความมุ่งมั่นของนายกรัฐมนตรีที่ต้องการเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่ “Value – Based Economy” หรือ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” โดยมีฐานคิดหลักคือเปลี่ยนจากการผลิตสินค้า “โภภัณฑ์” ไปสู่สินค้าเชิง “นวัตกรรม” เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมและเปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้นประเทศไทย 4.0 จึงเป็นการพัฒนา “เครื่องยนต์เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจชุดใหม่” (New Engines of Growth) ด้วยการเปลี่ยนแปลง “ความได้เปรียบเชิงปรีบเทียบ” ของประเทศไทยมีอยู่ 2 ด้านคือ “ความหลากหลายเชิงชีวภาพ” และ “ความหลากหลายเชิงวัฒนธรรม” ให้เป็น “ความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน” โดยการเติมเต็มด้วยวิทยาการความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและการวิจัยและพัฒนาแล้วต่อยอดความได้เปรียบเชิงปรีบเทียบเป็น “5 กลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเป้าหมาย” ประกอบด้วย 1. กลุ่มอาหารเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ 2. กลุ่มสาธารณสุขสุขภาพและเทคโนโลยีทางการแพทย์ 3. กลุ่มเครื่องมืออุปกรณ์อัจฉริยะทุนนยนต์และระบบเครื่องกลที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ควบคุม 4. กลุ่มดิจิทัลเทคโนโลยีอินเตอร์เน็ตที่เชื่อมต่อและบังคับอุปกรณ์ต่างๆ ปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีสมองกลฝังตัว 5. กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์วัฒนธรรมและบริการที่มีมูลค่าสูง (สุวิทย์ เมธินทร์, 2559)

เนื่องจากการขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีทำให้เทคโนโลยีอุตสาหกรรม กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์การบริการที่มีมูลค่าสูงและระบบเครื่องกลที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ควบคุม ทำให้ธุรกิจภาคเอกชนและธุรกิจนวัตกรรมเข้ามามีบทบาทในการทำสิ่งต่างๆ ด้วยวิธีการใหม่ๆ พัฒนากระบวนการจัดการรูปแบบธุรกิจหรือบริการใหม่ๆ เพื่อผลตอบแทนทางการเงินให้กับธุรกิจและตอบสนองความต้องการของตลาด โดยต้องเป็นที่ยอมรับต่อสังคมด้วยว่าสิ่งประดิษฐ์หรือนวัตกรรมนั้นจะต้องมีความเปลกใหม่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างสัมฤทธิ์ผลและการเปลี่ยนแปลงนั้นจะต้องเพิ่มมูลค่าของผู้ผลิตหรือมูลค่าลูกค้าด้วย (Everette M. Rogers, 1983)

ปัจจุบันเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นสิ่งที่ทำให้เพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันเช่นสามารถสร้างสิ่งที่ยังไม่เคยมีมา ก่อนในตลาดเพื่อรับรู้ความต้องการในอนาคตหรือสามารถตอบสนองสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการได้ดียิ่งขึ้น (เรวัต ตันตยาวนน์, 2558) Mobile Application ถือเป็นนวัตกรรมที่มีประโยชน์ในธุรกิจ เพื่อเป็นช่องทางในการหารายได้และใช้เพื่อสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรปัจจุบันมีการพัฒนา Mobile Application อย่างต่อเนื่องจึงทำให้ Mobile Application มีอิทธิพลกับชีวิตคนไทยปัจจุบัน ซึ่งแนวโน้มการใช้งาน Mobile Application ได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและธุรกิจในอนาคตกำลังเคลื่อนเข้าสู่นวัตกรรมบนอุปกรณ์ Smart Device อุปกรณ์มือถือจะมีอัตราถึง 1 ใน 4 จากช่องทางการเข้าถึงทั้งหมดและมีแนวโน้มว่าจะเพิ่มมากขึ้น (วรฤทธิ์ วงศิริมันท์, 2556)

จากปัจจุบันการเรียกใช้บริการแท็กซี่ในกรุงเทพมหานคร เช่น แท็กซี่ไม่รับผู้โดยสาร คนขับมารยาทแยกขับขี่ไม่ปลอดภัย สภาพรถน่ากลัว คนขับไม่รู้ไว้ใจ และขอเพิ่มขั้นค่าโดยสาร ซึ่งเป็นปัญหาที่ยังไม่มีแนวทางการแก้ไขและพัฒนาคุณภาพของผู้ขับขี่อย่างเป็นรูปธรรม แอพพลิเคชันอุปเบอร์ จึงเป็นทางเลือกการเรียกใช้บริการแท็กซี่ผ่านแอพพลิเคชั่นมือถือโดยลูกค้าจะต้องเปิดพิกัด GPS เพื่อให้พนักงานขับรถทราบว่าลูกค้าอยู่ที่ไหน ระบบของแอพพลิเคชันอุปเบอร์ จะค้นหา “แท็กซี่ว่างที่อยู่ใกล้ที่สุด” และจัดคิวมารับลูกค้า โดยลูกค้าจะสามารถทราบว่าคนขับรถแท็กซี่คันนั้นคือใคร และแท็กซี่ที่จะมารับลูกค้านั้นอยู่ที่ไหน ลูกค้าสามารถติดต่อใช้บริการราคาล่วงหน้าผ่านแอพพลิเคชันได้ว่า จากต้นทางไปยังปลายทางต้องจ่ายเงินเท่าไร นอกจากนี้กระบวนการชำระเงินสามารถชำระเป็นเงินสด หรือใช้หักจากบัตรเครดิตได้ (UBER , 2015)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจในธุรกิจศึกษา เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา แอพพลิเคชันอุปเบอร์ ผลงานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการกำหนดกลยุทธ์ ที่ใช้ในการแข่งขันและเป็นแนวความคิดให้กับผู้ที่สนใจในเรื่องนี้นำไปศึกษาต่อและใช้ประโยชน์ได้ตามต้องการ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- เพื่อศึกษาปัจจัยในด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาแอพพลิเคชันอุเบอร์
- เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของผู้บริโภคใน เขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาแอพพลิเคชันอุเบอร์

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการ ใช้บริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาแอพพลิเคชันอุเบอร์ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษา

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้บริโภคที่ใช้แอพพลิเคชันอุเบอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร
- ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้บริโภคที่ใช้แอพพลิเคชันอุเบอร์ ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบ จำนวนประชากรจริงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการหากลุ่มตัวอย่างดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

n หมายถึง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

e หมายถึง ค่าเบอร์เซ็นต์ความคาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง

Z หมายถึง ค่าระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้

P หมายถึง สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร (ถ้าไม่ทราบกำหนด $p=0.5$)

ถ้าระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Z = 1.96 การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดระดับความ เชื่อมั่นที่ 95% นั่นคือยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างได้ 5% (0.05) ดังนั้น จึงแทนค่าขนาดตัวอย่างได้ดังนี้ (กัลยา วนิชย์บัญชา, 2546)

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2} = 384.16$$

หรือ 385 ตัวอย่างหรือประมาณ 385 ตัวอย่างโดยมีการเก็บแบบสอบถามเพิ่ม 15 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความ ผิดพลาดจากการแบบสอบถามดังนั้นขนาดตัวอย่างสำหรับการวิจัยในครั้งนี้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามออนไลน์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวมข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วนและ จากการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามโดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาร์ของค่อนบัรค (Cronbach's alpha coefficient) (กัลยา วนิชบัญชา, 2552, n.16) พบว่า ในแบบสอบถามทุกตอนมีค่าสูง ซึ่งแบบสอบถามมีรายละเอียด ดังนี้ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลเป็นเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Multiple choice) จำนวน 6

ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการแอพพลิเคชันอุเบอร์ เป็นลักษณะของคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะการยอมรับนวัตกรรมของแอพพลิเคชันอุเบอร์ ประกอบด้วย คำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะประযุกชน์ คุณลักษณะเชิงเปรียบเทียบ คุณลักษณะที่เข้ากันได้ คุณลักษณะความยุ่งยากขั้บข้อน คุณลักษณะสามารถทดสอบได้ และคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ รวมทั้งหมด 20 ข้อ เพื่อใช้วัดระดับข้อมูลแบบอันตรภาค (Interval Scale) เป็นการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามทฤษฎีของ Everett Roger (1995) โดยกำหนดเป็น 5 ระดับให้เลือกเพียงคำตอบเดียวและกำหนดให้แต่ละข้อมี 5 ตัวเลือก

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการแอพพลิเคชันอุเบอร์ ซึ่งเป็นคำถามชนิดให้เลือกตอบจำนวน 4 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาค (Interval Scale) เป็นการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดเป็น 5 ระดับให้เลือกเพียงคำตอบเดียวและกำหนดให้แต่ละข้อมี 5 ตัวเลือกและแบ่งผลตาม Likert Scale (ฮานินทร์ ศิลป์จารุ, 2552)

แสดงเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยในแบบสอบถาม ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.51 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.51 - 4.50 หมายถึง มาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.51 - 3.50 หมายถึง ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.51 - 2.50 หมายถึง น้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.50 หมายถึง น้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 คำถามที่ให้แสดงข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี จำนวน 1 ข้อ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือสำหรับการวิจัยศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการใช้บริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาแอพพลิเคชันอุเบอร์ โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีลดอนผลงานที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปปรึกษา กับอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมทั้งผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เพื่อขอคำแนะนำและปรับปรุงแก้ไข จนมั่นใจว่าเนื้อหา้นมีความเที่ยงตรงและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุดไปทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มผู้ใช้บริการแอพพลิเคชัน Grab Taxi จำนวน 30 คน เนื่องจากเครื่องมือที่ใช้มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จึงต้องนำทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้ธีสัมประสิทธิ์แอลfaของ Cronbach (Cronbach's Alpha) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการประมวลผลและนำข้อมูลร่องมาปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปใช้ในการเก็บข้อมูล (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2551) ซึ่งผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ค่าระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.713 แสดงว่า เครื่องมือมีความเชื่อมั่นค่อนข้างสูงและแบบสอบถามมีความเที่ยงตรง

3. วิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อายุพัฒรายได้ ต่อเดือน โดยคำนวนหาค่าสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการแอพพลิเคชันอุเบอร์ โดยคำนวนหาค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการใช้บริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา แอพพลิเคชั่นอุเบอร์ โดยคำนวณหาค่าสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการแอพพลิเคชั่นอุเบอร์ โดยคำนวณหาค่าสถิติได้แก่ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการใช้บริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา แอพพลิเคชั่น อุเบอร์ ด้วยวิธีทางสถิติโดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการด้วยค่า Sig. หากค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่ายอมรับสมมติฐานตามที่ตั้งไว้ตามแนวทางของคุณประสบทัยพสุนนท์(2553)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง(ร้อยละ 64.3)และเป็นเพศชาย คิดเป็น (ร้อยละ 35.8) สถานภาพ โสด (ร้อยละ 90) และสมรส (ร้อยละ 10) มีอายุ 19-25 ปี คิดเป็น (ร้อยละ 74.5) ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรีคิดเป็น(ร้อยละ 71.5) มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็น (ร้อยละ 75.8) มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็น (ร้อยละ 73.3)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการแอพพลิเคชั่น พบร้า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็น (ร้อยละ 85) เวลาในการใช้บริการแอพพลิเคชั่นอุเบอร์ ช่วงเวลา 16.00 – 20.00 น. คิดเป็น (ร้อยละ 37.3) เหตุผลในการเลือกใช้บริการแอพพลิเคชั่นอุเบอร์ เพราะ ความสะดวกสบาย คิดเป็น (ร้อยละ 40) อัตราค่าบริการแอพพลิเคชั่นอุเบอร์ ต่อครั้ง 45 – 90 บาท คิดเป็น (ร้อยละ 37.3) โดยส่วนใหญ่ระบบที่ใช้แอพพลิเคชั่นอุเบอร์ ระบบปฏิบัติการ (IOS) คิดเป็น (ร้อยละ 60.8)

ส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการใช้บริการของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา แอพพลิเคชั่นอุเบอร์ ได้แก่ ด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงปรีบัยเที่ยบ ด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้ ด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน ด้านคุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ ด้านคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ พบร้า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (Mean 3.889 และ S.D.= 0.372) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบร้า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงปรีบัยเที่ยบ(Mean = 3.915 และ S.D.= 0.518) , ด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Mean = 3.933 และ S.D.= 0.480) , ด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน Mean = 3.845 และ S.D.= .431) , ด้านคุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Mean = 3.873 และ S.D.= 0.541) , ด้านคุณลักษณะสามารถสังเกต(Mean = 3.880 และ S.D.=.611)

ส่วนที่ 4 ระดับความคิดเห็นการตัดสินใจการใช้บริการของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา แอพพลิเคชั่นอุเบอร์ พบร้า โดยรวมอยู่ระดับเห็นด้วยมาก (Mean = 3.95 และ S.D.= 0.490) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบร้า ตัดสินใจเรียกใช้บริการรถแอพพลิเคชั่นอุเบอร์ จากโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย(Mean = 3.71 และ S.D.= .741), ตัดสินใจเรียกใช้บริการรถแอพพลิเคชั่นอุเบอร์ เพราะ ความสะดวกสบาย (Mean = 4.06 และ S.D.=0.735) , ตัดสินใจเรียกใช้บริการรถแอพพลิเคชั่นอุเบอร์ เพราะ มีความน่าเชื่อถือ (Mean = 4.01 และ S.D.= .748) , ตัดสินใจเรียกใช้บริการรถแอพพลิเคชั่นอุเบอร์ เพราะ มีความปลอดภัย (Mean = 4.05 และ S.D.= 0.721)

ส่วนที่ 5 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนการถดถอยเชิงพหุของการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการใช้บริการของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา แอพพลิเคชั่นอุเบอร์

รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติพิบูลสงเคราะห์ ครั้งที่ 3 ประจำปี พ.ศ. 2560

ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนการถดถอยเชิงพหุของการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการใช้บริการของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา แอพพลิเคชันอูเบอร์

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การถดถอย (Regression)	38.135	5	7.627	51.915	.000
ส่วนที่เหลือ (Residust)	57.884	394	.147		
Total	96.019	399			

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการใช้บริการของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา แอพพลิเคชันอูเบอร์ จากทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้ ด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน ด้านคุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ และด้านคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคุณ (Multiple Regression) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งปรากฏในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคุณเมื่อใช้ปัจจัยด้านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการใช้บริการของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา แอพพลิเคชันอูเบอร์

ตัวแปรพยากรณ์	ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
		(Constant)	.749	.226	3.310	.001
ด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ	X ₁	.200	.048	.212	4.188	.000
ด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้	X ₂	.111	.049	.109	2.283	.023
ด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน	X ₃	.161	.047	.142	3.387	.001
ด้านคุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้	X ₄	.232	.049	.256	4.738	.000
ด้านคุณลักษณะสามารถสังเกตได้	X ₅	.120	.047	.150	2.588	.010

R=0.630 , R Square = 0.397 , Adjusted R Square = 0.390 , Std. Error of the Estimate = 0.38329

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 2 พบว่าปัจจัยด้านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการใช้บริการของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา แอพพลิเคชันอูเบอร์ ตั้งเป้าหมายในตารางที่ 2 และจากการแสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคุณ สามารถนำมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการใช้บริการของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา แอพพลิเคชันอูเบอร์ ได้ดังนี้

$$Y = 0.749 + 0.212(X_1) + 0.109(X_2) + 0.142(X_3) + 0.256(X_4) + 0.150(X_5)$$

เมื่อ Y แทนการตัดสินใจการใช้บริการของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา แอพพลิเคชันอูเบอร์

X₁ แทนด้านคุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ

X₂ แทนด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้

X₃ แทนด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน

X4 แทนด้านคุณลักษณะสามารถสามารถใช้ได้

X5 แทนด้านคุณลักษณะสังเกตได้

จากการวิเคราะห์ผลอยพหุคุณ พบว่า การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการใช้บริการของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา แอพพลิเคชันอุเบอร์ มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ ด้านคุณลักษณะ ประโยชน์เชิงปรี่ยบเทียบ ด้านคุณลักษณะที่เข้ากันได้ ด้านคุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน ด้านคุณลักษณะสามารถลองใช้ได้ และด้านคุณลักษณะสังเกตได้

สรุปผลการวิจัย

1. จากรผลการศึกษาด้านประชากรศาสตร์ พบร้า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ “ได้แก่ อายุ รายได้ และระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการแอพพลิเคชันอุเบอร์ และส่วนใหญ่ผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการแอพพลิเคชันจะเป็นเพศหญิง ที่มีสถานภาพโสด อายุในช่วงอายุ 19 - 25 ปี มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาและดับการศึกษาส่วนใหญ่ อยู่ในระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 15,000 บาท สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสาร์ตัน (2538) ได้กล่าวไว้ว่า ลักษณะประชากรที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อการเลือกใช้บริการที่แตกต่างกันและสอดคล้องกับพรทิพย์ วรกิจโภคทร (2550) ได้กล่าวถึงลักษณะของผู้ซื้อสินค้า ซึ่งแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไปโดยความแตกต่างทางประชากรศาสตร์และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เทิดรัฐ แวงศักดิ์ (2554) ใน การศึกษาเรื่อง การยอมรับนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ แอพพลิเคชันสำหรับสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

2. จากรผลการศึกษาการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการใช้บริการของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา แอพพลิเคชันอุเบอร์ (UBER Application) พบร้า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี อายุในระดับเห็นด้วยมากทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Roger (2003) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการยอมรับนวัตกรรม คือ การตัดสินใจที่จะนำนวัตกรรมนั้นไปใช้อย่างเต็มที่ โดยคิดว่า�นวัตกรรมนั้นเป็นวิธีที่ดีที่สุด และมีประโยชน์มากกว่า ซึ่งอาศัย คุณลักษณะของนวัตกรรมที่มีผลต่อการยอมรับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เทิดรัฐ แวงศักดิ์ (2554) ใน การศึกษาเรื่อง การยอมรับนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อแอพพลิเคชันสำหรับสมาร์ทโฟน ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

3. จากรผลการศึกษาการตัดสินใจการใช้บริการของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา แอพพลิเคชันอุเบอร์ (UBER Application) พบร้า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจเรียกใช้บริการรถแท็กซี่แอพพลิเคชัน (UBER Application) อายุในระดับเห็นด้วยมากทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องศิริวรรณ เสาร์ตัน และคณะ (2546) ได้อธิบายว่าพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การคิด การซื้อ การประเมินผล ในสินค้าและบริการซึ่งคาดว่า จะต้องตอบสนองความต้องของเข้า (Schiffman & Kanuk : G-3) หรือเป็นขั้นตอนซึ่งเกี่ยวกับความคิด ประสบการณ์การซื้อ การใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของเข้า (Solomon, 2002) และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุจิพรรณ อินทร์สุวรรณ (2555) ใน การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์ออกกำลังกายอนันต์ไลน์พิทเนสของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะ

จากรผลการศึกษาด้านข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม พบร้า ผู้บริโภคที่ เป็นเพศหญิง อายุ 19 - 25 ปี มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่เป็นระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา และส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ดังนั้นผลที่ได้ จะทำให้ทราบถึงกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนขึ้นว่ากกลุ่มเป้าหมายเป็นใคร มีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการแอพพลิเคชันอุเบอร์ อย่างไร ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์ในการทำและพัฒนาแอพพลิเคชันได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาภัยคุกคามประชารัฐและกลุ่มตัวอย่างที่มีการเจาะจงกลุ่มผู้บริโภค เพราะกลุ่มประชารัฐและกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน จะมีความคิดและทัศนคติที่แตกต่างกันออกไป
2. ควรศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอพพลิเคชัน Grab Taxi เพื่อนำมาปรับปรุงและวางแผนกลยุทธ์ในการแข่งขันทางธุรกิจ

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ ศาสตราจารย์.ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณายield คำแนะนำที่ปรึกษาตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง ผู้จัดการห้องถึงความตั้งใจจริงและความทุ่มเทของอาจารย์ และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี่

เอกสารอ้างอิง

กอบกาญจน์ เหรียญทอง. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาลัยสยาม. ค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2559 . สืบค้นจาก <http://www.research-system.siam.edu/>

เดชรัฐ แวงหักดิ. (2558) .การยอมรับนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อแอพพลิเคชัน สำหรับสามารถไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ค้นเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2559 . สืบค้นจาก http://mba.swu.ac.th/article/fileattachs/10022015122320_f_0.pdf

รุจิพรรณ อินทร์สุวรรณ. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการที่ศูนย์ออกกำลังกายออนไลน์ฟิตเนส ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. สืบค้นจาก http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Mark/Rujeepoj_l.pdf

เรวัต ตันตยาวน์. ทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรม, ค้นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2559, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/>.

วรฤทธิ์ วงศิริจันทร์. (2556) . Mobile Application . ค้นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2559. สืบค้นจาก <https://sites.google.com/a/bumail.net/mobileapplication/>

วิยะดา ไวยเกิด. (2557). ลักษณะการยอมรับนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของที่พักออนไลน์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและความจังรักภักดีของผู้ใช้บริการของที่พักออนไลน์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ค้นเมื่อ 18 พฤศจิกายน 2559 . สืบค้นจาก <http://dspace.bu.ac.th/bitstream/>

สุวิทย์ เมษิบทรี. (2559). แนวคิดเกี่ยวกับประเทศไทย 4.0. ค้นเมื่อ พฤศจิกายน 2559). จาก <http://planning2.mju.ac.th/>.

Everrette M. Rogers. (2526). ทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรม, ค้นเมื่อ 9 พฤศจิกายน 2559 จาก <http://pangkapuk.blogspot.com>

Thai UBER. (2015). Uber (อูเบอร์) คืออะไรที่สำคัญต้องรู้. ค้นเมื่อ 9 พฤศจิกายน 2559, จาก <https://www.thaiuber.com/uber/>