



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ
ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

FACTORS INFLUENCING THE INTENTION TO USE RIDE-HAILING APPLICATION
FOR GENERATION-Y IN BANGKOK METROPOLIS

ศรณรินทร์ หลีฮวด

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2564

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ
ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร



ปริญญานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

FACTORS INFLUENCING THE INTENTION TO USE RIDE-HAILING APPLICATION
FOR GENERATION-Y IN BANGKOK METROPOLIS



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
(Business Administration (Marketing))

Faculty of Business Administration for Society, Srinakharinwirot University

2021

Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ

ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ของ

ศรณรินทร์ หลีฮวด

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญานิพนธ์

ที่ปรึกษาหลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรินรำไพ รุ่งเรืองจิตต์)

ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิโรจน์ บุรณศิริ)

กรรมการ

(อาจารย์ ดร.เศรษฐวิทย์ พรมสิทธิ์)

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้าง สาธารณะ
ผู้วิจัย	ของ ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร ศรณรินทร์ หลีฮวด
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2564
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วรวิภา ไพ รุ่งเรืองจิตต์

การวิจัยในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการดำเนินการวิจัยเชิงผสมผสาน ซึ่งจะนำผลการวิจัยเชิงคุณภาพมาสนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่ใช้/เคยใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 480 คน ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test ,one-way anova และ Multiple Regressions ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพฯ ที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพแตกต่างกันความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน คุณภาพของระบบ ความคาดหวังประสิทธิภาพ คุณภาพของข้อมูล และแรงจูงใจด้านความชอบ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่ม เจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับผู้เชี่ยวชาญที่กล่าวว่า คุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่ม เจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร, ความคาดหวังประสิทธิภาพมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่ม เจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร, คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่ม เจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร และแรงจูงใจด้านความชอบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ : การยอมรับและการใช้เทคโนโลยี, แอปพลิเคชัน, เจนเอเรชั่นวาย, แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ

Title	FACTORS INFLUENCING THE INTENTION TO USE RIDE-HAILING APPLICATION FOR GENERATION-Y IN BANGKOK METROPOLIS
Author	SORNNARIN LEEHUAD
Degree	MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
Academic Year	2021
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr. Warinrampai Rungruangjit

The objective of this research is to investigate factors influencing intentions to use ride-hailing applications for Generation Y in the Bangkok metropolitan area. This study was a mixed methods research. The qualitative research results would be used as supporting findings for the quantitative research results. The sample was 480 Generation Y users with prior experience to use ride-hailing applications in the Bangkok metropolitan area. A questionnaire was used as a research tool for data collection. The statistics were used to analyze the data were percentage, mean, and standard deviation. The hypothesis was tested with a t-test, One-Way ANOVA and multiple regression. The hypothesis testing results revealed that the respondents had different genders, ages, educational levels, average monthly income, and occupation and different intentions to use a ride-hailing application. Furthermore, system quality, performance expectancy, information quality, and hedonic motivation influenced the intention to use ride-hailing application for Generation Y in in the Bangkok metropolitan area. The findings were consistent with views of the experts whom provided data through the in-depth interviews. They agreed with the same views and system quality influenced the intention to use ride-hailing applications for Generation Y in in the Bangkok metropolitan area. Performance expectancy influenced intentions to use ride-hailing application for Generation Y in in the Bangkok metropolitan area, information quality influenced intentions to use ride-hailing applications for Generation Y in in the Bangkok metropolitan area, and hedonic motivation influenced the intention to use ride-hailing applications for Generation Y in the Bangkok metropolitan area.

Keyword : UTAUT2, Application, Generation-Y, Ride-hailing application

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลงไปได้ด้วยดี อันเนื่องมาจากการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรินทร์ ไร่ รุ่งเรืองจิตต์ อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโท ที่ได้ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ในงานวิจัยตั้งแต่เริ่มต้นจนงานวิจัยฉบับนี้เสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ตลอดจนบิดา มารดา ที่คอยให้ความช่วยเหลือในทุก ๆ ด้าน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ศรณรินทร์ หลีฮวด



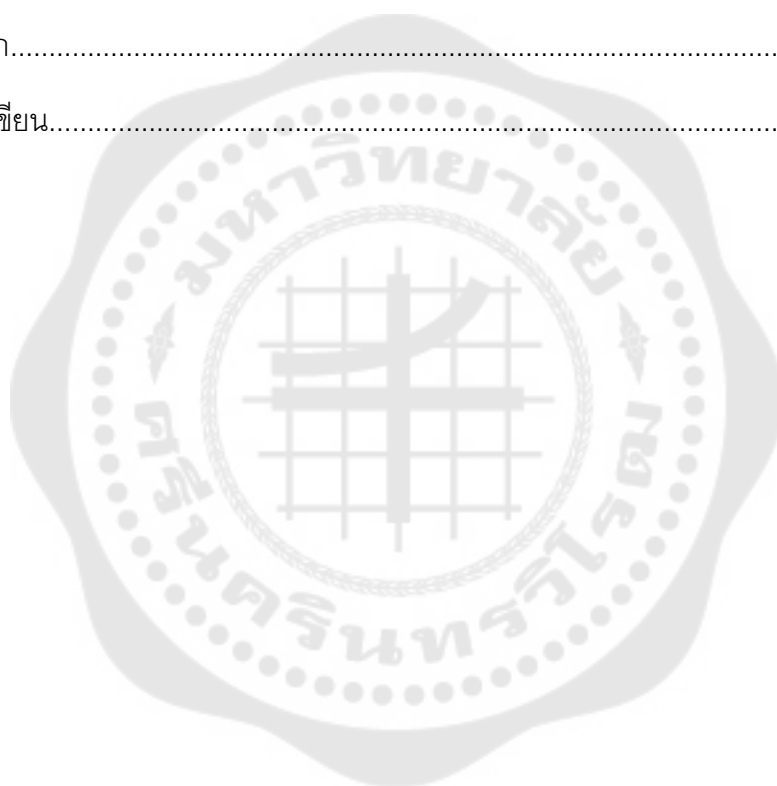
สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ	ท
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
สมมติฐานในการวิจัย.....	9
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์	10
2.2 ทฤษฎีการพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT2)	12
2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจใช้ (Intention to Ues).....	17
2.4 ทฤษฎีตัวแบบความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (Information System Success Model)	18
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับเจเนเรชันวาย (Generation Y).....	22

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	34
1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	34
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ.....	38
3. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ	51
4. การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ.....	51
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	53
6. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	59
7. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ	60
8. การสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	60
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	62
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	62
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	63
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา	64
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน.....	84
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	110
ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ	112
ผลการสัมภาษณ์	113
สรุปผลการสัมภาษณ์.....	126
ผลการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ	128
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	131
สรุปผลการวิจัย.....	131
ผลการวิจัยเชิงปริมาณ	131

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ	132
อภิปรายผลการวิจัย	140
ข้อเสนอแนะ	145
ข้อเสนอแนะเชิงบริหารจัดการ.....	145
ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ	146
บรรณานุกรม	147
ภาคผนวก.....	150
ประวัติผู้เขียน.....	165



สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 สรุปตัวแปรที่มีอิทธิพลตามทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	33
ตาราง 2 จำนวนการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	37
ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามเพศ ..64	
ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามอายุ ..65	
ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษา	65
ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	66
ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามอาชีพ	67
ตาราง 8 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลเกี่ยวกับการ ใช้/เคยใช้ แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	67
ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตาม ความคาดหวังประสิทธิภาพ	68
ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตาม ความคาดหวังในความพยายาม	70
ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตาม อิทธิพลทางสังคม	72
ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตาม สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	73
ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตาม แรงจูงใจด้านความชอบ	74
ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตาม มูลค่าราคา	76
ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตาม ความเคยชิน	77
ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตาม คุณภาพของข้อมูล	78

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตาม คุณภาพของระบบ	80
ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตาม คุณภาพการบริการ	81
ตาราง 19 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ	83
ตาราง 20 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ	89
ตาราง 21 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ ...	90
ตาราง 22 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม อายุ	91
ตาราง 23 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ โดยใช้ F-test	91
ตาราง 24 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ	92
ตาราง 25 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ระดับการศึกษาสูงสุด.....	94
ตาราง 26 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้ F-test.....	94
ตาราง 27 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด.....	95

ตาราง 28 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	97
ตาราง 29 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้ Brown-Forsythe.....	97
ตาราง 30 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการในกลุ่มเจนเอเรชั่นวายเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	98
ตาราง 31 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ.....	99
ตาราง 32 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ โดยใช้ Brown-Forsythe.....	100
ตาราง 33 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ.....	101
ตาราง 34 แสดงตัวแปรที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)	105
ตาราง 35 สรุปตัวแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เข้าสมการความถดถอยเชิงพหุ	106
ตาราง 36 ค่าความแปรปรวนร่วมตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ (ANOVA).....	107
ตาราง 37 ค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์ของตัวแปรที่เข้าสมการความถดถอยเชิงพหุ.....	108
ตาราง 38 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน	110
ตาราง 39 สรุปผลการสัมภาษณ์.....	126

ตาราง 40 ผลการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ.....	128
---	-----



สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย.....	8
ภาพประกอบ 2 แบบจำลองการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (UTAUT).....	16
ภาพประกอบ 3 แบบจำลองการพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี.....	18
ภาพประกอบ 4 ทฤษฎีตัวแบบความสำเร็จของระบบสารสนเทศ	21



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ปัจจุบันสังคมไอที หรือยุคที่มีความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เป็นศูนย์รวมของการเชื่อมโยงโลกในปัจจุบันไปยังโลกแห่งอนาคต ซึ่งเข้ามามีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์มากขึ้น ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ทำให้การใช้ชีวิตของมนุษย์สะดวก รวดเร็วมากขึ้น ซึ่งความเร็วมีทั้งข้อดี และข้อจำกัด โดยเฉพาะสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่ฉับไวทำให้มนุษย์ตามโลกได้ทัน สถานการณ์การใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลกรวมทั้งประเทศไทย ประจำปี พ.ศ. 2562 จากผลสำรวจ Global Digital (2019) พบว่าทั่วโลกมีประชากร 7,876 ล้านคน มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 4,388 ล้านคน จำนวนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ 5,112 ล้านคน และจำนวนผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 3,484 ล้านคน ในจำนวนผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ทั้งหมดพบว่ามีมากถึง 3,256 ล้านคนที่ใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือ (marketingoops, 2019)

ประเทศไทยมีประชากร 69.24 ล้านคน โดยร้อยละ 50 ของจำนวนประชากรทั้งหมดอาศัยอยู่ในเขตเมือง และมีเบอร์โทรศัพท์เคลื่อนที่ 92.33 ล้านเลขหมาย ซึ่งมีจำนวนมากกว่าประชากรไทยทั่วประเทศ นั่นคือ 1 คนจะมีมากกว่า 1 เลขหมาย ซึ่งประชากรไทย 57 ล้านคนสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ต 55 ล้านคน เป็นกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นประจำ (Marketingoops. 2019: ออนไลน์)

ปัจจุบันมนุษย์ใช้ชีวิตอยู่กับโทรศัพท์เคลื่อนที่ อินเทอร์เน็ตจึงเป็นส่วนสำคัญที่เข้ามามีบทบาทในชีวิต นอกจากการติดต่อสื่อสาร การแลกเปลี่ยนข้อมูลแล้ว ยังมีแอปพลิเคชันที่พัฒนาเพื่อให้บริการธุรกรรมทางการเงิน การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ การสั่งอาหาร การบริการส่งของ ตลอดจนการให้บริการเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้าง เพื่อตอบสนองพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่เปลี่ยนไปตามเทคโนโลยี โดยเฉพาะกับคนเมืองที่ต้องเร่งรีบแข่งขันกับเวลา ซึ่งคนกรุงเทพเสียเวลาไปกับการเดินทางอย่างมาก โดยเฉพาะคนที่เดินทางด้วยรถประจำทางต้องเจอทั้งอากาศร้อน รวมไปถึงมลภาวะต่าง ๆ ส่วนคนที่เดินทางด้วยส่วนตัวก็ต้องเจอกับความวุ่นวาย รถติด คนขับที่ไม่มีน้ำใจ ซึ่งมักทำให้ชาวเมืองเกิดความเครียดสะสมอย่างมาก ปัญหาด้านการเดินทาง เป็นปัญหาหลักของกรุงเทพมหานคร และยิ่งไปกว่านั้น INRIX Global Traffic Scorecard (INRIX) บริษัทวัดผลการจราจร และให้บริการเกี่ยวกับการจราจร และการขับรถ ได้เผยแพร่ผลการสำรวจรายงานประเมินสภาพจราจรทั่วโลก หรือ Global Traffic Scorecard ประจำปี พ.ศ. 2560 ระบุว่า ประเทศไทยครองแชมป์ประเทศที่มีสภาพการจราจรติดขัดมากที่สุดในโลกเป็นปีที่ 2 ติดต่อกันจากการจัด

อันดับรวม 38 ประเทศ และใช้เวลาบนถนนกว่า 56 ชั่วโมงต่อปี ซึ่งลดลงจาก 61 ชั่วโมงในปี พ.ศ. 2559 ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการจราจรติดขัดมากที่สุดในโลก ผู้ใช้รถต้องเสียเวลารถติดบนถนนเฉลี่ย 56 ชั่วโมงต่อปี รองลงมาคือประเทศอินโดนีเซีย 51 ชั่วโมง โคลัมเบีย 49 ชั่วโมง เวเนซุเอลา 42 ชั่วโมง ขณะที่สหรัฐอเมริกาและรัสเซีย เสียเวลารถติดประมาณ 41 ชั่วโมง ส่วนผลสำรวจแบบเฉพาะเจาะจงในแต่ละเมืองพบว่า กรุงเทพมหานคร เป็นเมืองที่รถติดอันดับ 16 ของโลก ขึ้นแท่นอันดับ 1 ในเอเชีย และเมื่อสำรวจเฉพาะในประเทศไทยพบว่าเขตลาดกระบังเสียเวลาไปกับรถติดประมาณ 30 ชั่วโมงต่อปี และจังหวัดเชียงใหม่ 23 ชั่วโมงต่อปี (BLTBangkok, 2018: ออนไลน์) จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างแอปพลิเคชันเรียกจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ เพื่อตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนเมืองกรุง ซึ่งร้อยละ 45 ของคนไทยที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการใช้เทคโนโลยีส่งงานด้วยเสียง, ร้อยละ 20 ของคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตในการใช้แอปพลิเคชันเรียกรถ, ร้อยละ 46 ของคนไทยที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการใช้เครื่องมือ Ad-Blocking, ร้อยละ 36 ของคนไทยที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการใช้ VPN (Marketingoops. 2019: ออนไลน์)

สถาบันวิจัย และบริการ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (เอยูโพล) ร่วมกับ “เก็ท” แอปพลิเคชันสำหรับบริการเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้าง รับส่งพัสดุ และรับส่งอาหาร เผยผลการวิจัยเชิงสำรวจความคิดเห็นในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2561 ซึ่งทำขึ้นเพื่อสำรวจความคิดเห็น พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และผู้ให้บริการในธุรกิจการเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้าง โดยสำรวจกับคนกรุงเทพฯ ๙ จำนวน 1,234 คน ผลสำรวจพบว่า คนกรุงเทพฯ ๙ ส่วนใหญ่ร้อยละ 79 เคยใช้บริการรถจักรยานยนต์รับจ้างในการเดินทาง โดยพบว่าผู้ที่ใช้บริการมากที่สุดจะเป็นผู้หญิงที่มีอายุน้อย ซึ่งส่วนใหญ่ใช้บริการมากกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยปัญหาที่พบจากการใช้บริการคือการรอคิวนาน และไม่มีรถจักรยานยนต์รับจ้างในบริเวณใกล้เคียง มีการปฏิเสธผู้โดยสาร และไม่มีรถจักรยานยนต์รับจ้างในช่วงเช้ามีดหรือในช่วงดึก อีกทั้งผู้โดยสารในกรุงเทพฯ ๙ ต้องการให้แก้ไขเรื่องความปลอดภัยในการขับขี่ มารยาทในการให้บริการ และคิดค่าบริการให้มีมาตรฐาน ทั้งนี้ในยุคที่เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลกับชีวิตประจำวันของมนุษย์มากขึ้นเรื่อย ๆ จากการสำรวจพบว่าคนกรุงเทพฯ ๙ รับรู้ว่ามีบริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้าง ร้อยละ 72 แต่กลับมีคนกรุงเทพฯ ๙ จำนวนมากถึงร้อยละ 65 ยังไม่เคยใช้บริการ (เดลินิวส์. 2562: ออนไลน์) ซึ่งงานวิจัยของ ฅนัทธา เกียรติพงษ์ (2558) พบว่ากลุ่มที่ใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถยนต์โดยสารสาธารณะ มีช่วงอายุ 21-25 ปี รองลงมาคือช่วงอายุ 26-30 ปี และโชติมา ชุกกุล (2559) พบว่ากลุ่มที่ใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถยนต์โดยสารสาธารณะ มีอายุระหว่าง 30-39 ปี รองลงมาคืออายุระหว่าง 20-29 ปี ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย โดย Miller และ Washington (2008) กล่าวว่ากลุ่มเจนเอเรชั่น

วายเป็นที่ถกเถียงกันมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1981- 2000 ทั้งนี้กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย เกิดในยุคที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างมาก นั้นหมายความว่าคนเหล่านี้อยู่ในโลกดิจิทัล (Yellow and O'Donnell. 2009) นอกจากนี้คนกลุ่มนี้ยังชอบติดต่อสื่อสารกับเพื่อนตลอดเวลาผ่านเครือข่ายสังคมต่าง ๆ หรืออุปกรณ์ที่ทันสมัยเพื่อเข้าถึงข้อความได้ทันที ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคนกลุ่มนี้เปิดรับและมีความชื่นชอบในการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ (Herbison and Boseman. 2009)

Ride-hailing หรือ ธุรกิจที่ให้บริการบนแอปพลิเคชันเพื่อใช้เรียกยานพาหนะในเครือข่ายผู้ให้บริการ เช่น รถยนต์ส่วนบุคคล รถแท็กซี่ รถมอเตอร์ไซด์ ทั้งจำนวนผู้ขับขี่และผู้โดยสาร ในปี พ.ศ. 2561 มูลค่าตลาดของ Ride-hailing ในประเทศไทย เท่ากับ 21,000 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 6 ของ GDP ภาคขนส่งทางบกไทย และมีการคาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมขนส่งทางบกไทยจะเติบโตขึ้นประมาณร้อยละ 3-5 ต่อปี ทำให้ในปี พ.ศ. 2568 มูลค่าตลาดจะเพิ่มสูงถึง 120,000 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 20-25 ของ GDP ภาคขนส่งทางบกไทย (ศูนย์ให้คำปรึกษาและพัฒนาผู้บริหารทางธุรกิจแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (CONC). 2562: ออนไลน์) จากการเติบโตของตลาดแอปพลิเคชัน Ride-hailing ทำให้ผู้ประกอบการในประเทศและต่างประเทศเข้ามาแข่งขันจำนวนมาก ประกอบด้วย Grab, Get และ GoBike โดยมีผู้นำตลาด คือ Grab ซึ่งมียอดดาวน์โหลดมากกว่า 100,000,000 ณ วันที่ 17 สิงหาคม พ.ศ. 2562 รองลงมา คือ Get มียอดดาวน์โหลดมากกว่า 500,000 ณ วันที่ 20 สิงหาคม พ.ศ. 2562 และ GoBike มียอดดาวน์โหลดมากกว่า 100,000 ณ วันที่ 31 กรกฎาคม พ.ศ. 2562 จากการเติบโตของการให้บริการแอปพลิเคชัน Ride-hailing การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่และสภาวะการแข่งขันของธุรกิจนี้ ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการมีทางเลือกมากขึ้น ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำการศึกษาอย่างจริงจังเพื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ซึ่งปัจจัยที่ศึกษานั้น ประกอบด้วย ความคาดหวังประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) แรงจูงใจด้านความชอบ (Hedonic Motivation) มูลค่าราคา (Price Value) และความเคยชิน (Habit) ซึ่งเป็นทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ เพื่อนำไปพัฒนาแอปพลิเคชัน ตลอดจนทฤษฎีตัวแบบความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (Information System Success Model) ประกอบด้วย คุณภาพของข้อมูล (Information quality) คุณภาพของระบบ

(System quality) และคุณภาพการบริการ (Service quality) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางและถูกนำไปประยุกต์ใช้กันอย่างแพร่หลาย เพื่อศึกษาว่าผู้ใช้งานจะได้รับประโยชน์โดยรวมจากการใช้งานแอปพลิเคชัน และเป็นปัจจัยที่ส่งผลสำคัญในการพัฒนาแอปพลิเคชันต่อไป

ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องใช้การศึกษานี้ให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ โดยมุ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางให้ธุรกิจที่ให้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์ ทราบถึงสภาพและพฤติกรรมความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันที่แท้จริงของลูกค้าที่ใช้บริการ ตลอดจนสามารถนำผลลัพธ์ที่ได้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนา และปรับปรุงให้เกิดความตั้งใจใช้บริการจากลูกค้า รวมถึงใช้ในการพัฒนาแอปพลิเคชันใหม่ ๆ ที่จะเปิดให้บริการในอนาคต

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความคาดหวังประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลทางสังคม สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน แรงจูงใจด้านความชอบ มูลค่าราคา ความเคยชิน คุณภาพของข้อมูล คุณภาพระบบ และคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

1. ผลของการวิจัยในครั้งนี้ เป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปเป็นแนวทางในการศึกษาหรือการทำงานที่เกี่ยวข้อง
2. ผลของการวิจัยในครั้งนี้ ช่วยให้ผู้ธุรกิจที่ให้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ทราบถึงสภาพ และความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันที่แท้จริงของลูกค้าที่ใช้บริการ
3. ผลของการวิจัยในครั้งนี้ ช่วยให้ผู้ธุรกิจหรือองค์กรอื่น ๆ ที่ให้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ นำผลลัพธ์ที่ได้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนา และปรับปรุงให้เกิด

ความตั้งใจใช้บริการจากลูกค้า รวมถึงใช้ในการพัฒนากับแอปพลิเคชันใหม่ ๆ ที่จะเปิดให้บริการในอนาคต

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มเจเนอเรชันวายที่เคยใช้/เคยใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มเจเนอเรชันวายที่ใช้/เคยใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา; 2545 : อ้างในนายจักรพงษ์ สือประเสริฐสิทธิ. 2554) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 384.16 คน หรือ 385 คน เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่า ๆ กันในแต่ละเขต และเพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูล ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยนี้ทั้งหมด 480 ตัวอย่าง

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) แบ่งเป็นดังนี้

1.1 ข้อมูลประชากรศาสตร์

1.1.1 เพศ

1.1.2 อายุ

1.1.3 ระดับการศึกษา

1.1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.1.5 อาชีพ

1.2 ความคาดหวังประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)

1.3 ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy)

1.4 อิทธิพลทางสังคม (Social Influence)

1.5 สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions)

1.6 แรงจูงใจด้านความชอบ (Hedonic Motivation)

1.7 มูลค่าราคา (Price Value)

1.8 ความเคยชิน (Habit)

1.9 คุณภาพของข้อมูล (Information quality)

1.10 คุณภาพของระบบ (System quality)

1.11 คุณภาพการบริการ (Service quality)

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ความคาดหวังประสิทธิภาพ หมายถึง ความเชื่อของบุคคลที่คาดว่าจะการใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ทำให้เกิดประโยชน์ หรือเกิดประสิทธิภาพในการเดินทาง สั่งอาหาร หรือส่งพัสดุ ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งานแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ความสามารถของแอปพลิเคชันที่บุคคลคาดหวังว่าจะเกิดประสิทธิภาพจากการใช้งานแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ และช่วยลดระยะเวลาในการเดินทางได้

2. ความคาดหวังในความพยายาม หมายถึง ความสะดวกในการใช้งานแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ประกอบด้วย การรับรู้ถึงความง่ายหรือความซับซ้อนในการใช้งานแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ความง่ายในการทำความเข้าใจแอปพลิเคชัน และระยะเวลาในการเรียนรู้แอปพลิเคชัน

3. อิทธิพลทางสังคม หมายถึง เป็นบุคคลที่มีความสำคัญ หรือมีชื่อเสียง หรือบุคคลใกล้ชิด เช่น ญาติพี่น้อง หรือเพื่อน ซึ่งเป็นส่วนกระตุ้นบุคคลเกิดพฤติกรรมในการใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ

4. สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน หมายถึง สภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมให้เกิดการใช้งาน ตลอดจนด้านสถานะที่พร้อมใช้และความเหมาะสมต่อผู้ใช้

5. แรงจูงใจด้านความชอบ หมายถึง ความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้งานแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ

6. มูลค่าราคา หมายถึง การเปรียบเทียบความคุ้มค่าระหว่างค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการใช้บริการจากแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ กับประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้งาน

7. ความเคยชิน หมายถึง แนวโน้มในการแสดงพฤติกรรมแบบอัตโนมัติ อันเนื่องมาจากการเรียนรู้ในอดีต ซึ่งต้องอาศัยความจำและประสบการณ์เป็นพื้นฐาน

8. ประชากรศาสตร์ หมายถึง ข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ

9. คุณภาพของข้อมูล หมายถึง ความสมบูรณ์ เข้าใจง่าย มีความเป็นส่วนตัว ปลอดภัยของแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ

10. คุณภาพของระบบ หมายถึง ระบบที่พร้อมใช้งาน ใช้งานได้อย่างต่อเนื่องเมื่อเข้าสู่ระบบ และประโยชน์ใช้สอยของแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ

11. คุณภาพการบริการ หมายถึง สิ่งที่ใช้บริการสัมผัสได้จากการใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ เช่น การรับประกัน เอาใจใส่ของผู้ดูแลระบบที่เต็มใจให้ความช่วยเหลือผู้ใช้ระบบไม่เข้าใจการใช้งาน ตลอดจนระบบการให้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย

12. ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน หมายถึง เจตนาของผู้ใช้บริการที่เคยใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ซึ่งจะเกิดจากการวิเคราะห์ด้วยตัวของผู้ใช้บริการ แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ มีความเหมาะสม และตรงต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ทั้งนี้เป็นผลมาจากการที่ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงประโยชน์และคุณค่าที่ได้รับจากการใช้งานเบื้องต้น แล้วจึงเกิดความตั้งใจใช้งาน

13. เจเนอเรชันวาย หมายถึง บุคคลที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1981-2000 มีอายุช่วง 20-39 ปี ในปี ค.ศ. 2020

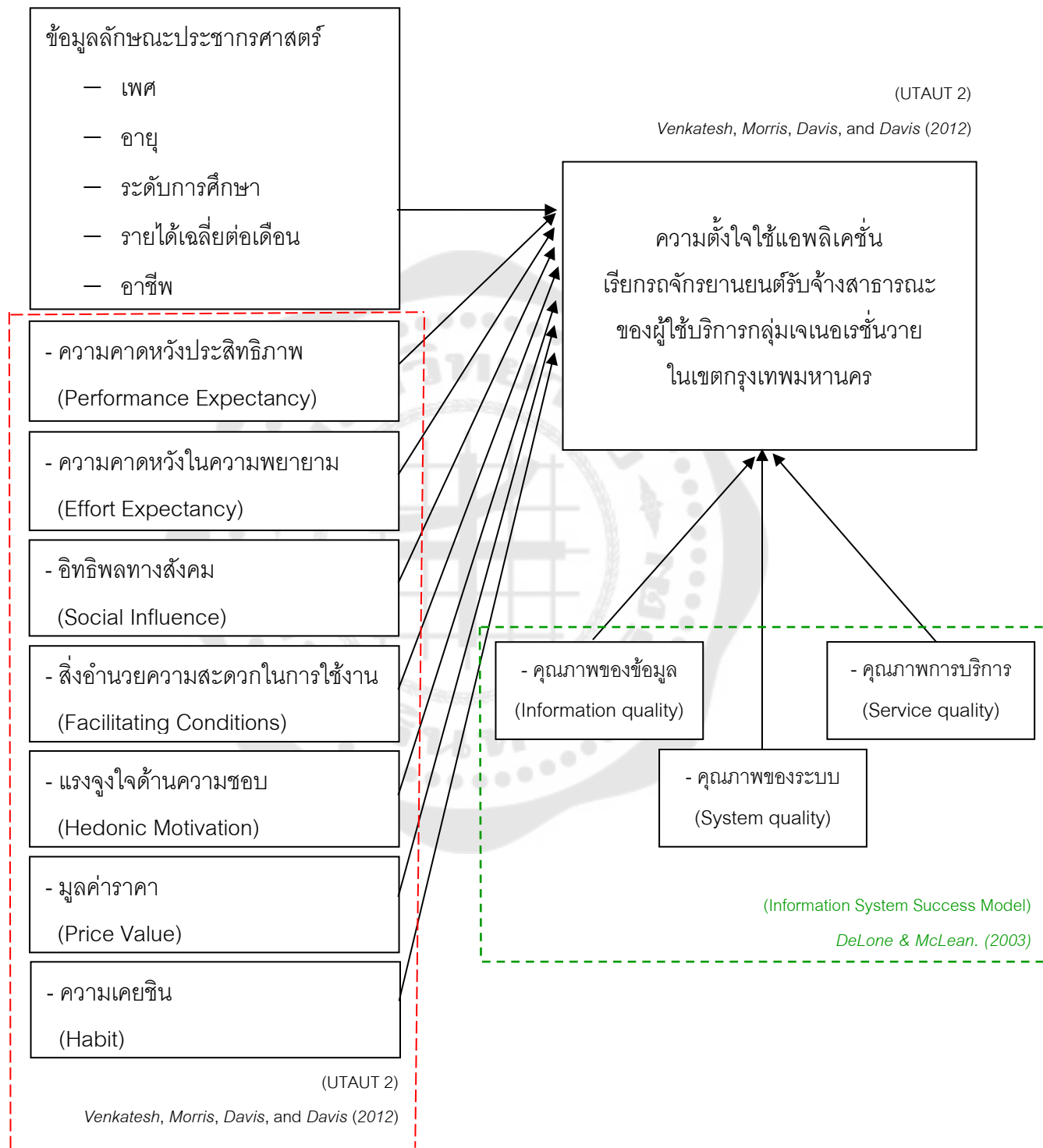
14. ผู้ใช้บริการ หมายถึง กลุ่มเจเนอเรชันวายที่เคยใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเดินทาง ส่งพัสดุ ตลอดจนบริการสั่งซื้ออาหาร

15. รถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ หมายถึง มอเตอร์ไซค์รับจ้างขนส่งผู้โดยสาร บริการส่งพัสดุ ตลอดจนบริการสั่งซื้ออาหาร เป็นต้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
2. ความคาดหวังประสิทธิภาพมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ความคาดหวังในความพยายามมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร
4. อิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร
5. สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร
6. แรงจูงใจด้านความชอบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร
7. มูลค่าราคามีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร
8. ความเคยชินมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร
9. คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร
10. คุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร
11. คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าข้อมูลแนวคิดทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ประกอบในการศึกษา มีดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

2.2 ทฤษฎีการพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT2)

2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจใช้ (Intention to Ues)

2.4 ทฤษฎีตัวแบบความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (Information System Success Model)

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y)

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

ความหมายของประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ (Demography) มาจาก คำว่า “Demos” หมายถึง ประชาชน ส่วน คำว่า “Graphy” หมายถึง รูปแบบในการนำเสนอศิลปะการเขียน การวาด หรือ “Description” ซึ่ง แปลว่า “รูปลักษณะ หรือประเภท” ดังนั้น “Demography” หมายถึง ประชากรศาสตร์ (ชัยวัฒน์ ปัญจพงษ์ และณรงค์ เทียนสง, 2521: 2)

คอตเลอร์ และ อาร์มสตรอง (วารุณี ตันติวงศ์วาณิช และคณะ. 2545: 56) กล่าวถึง ประชากรศาสตร์ว่า เป็นการศึกษาขนาดของประชากรมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ที่อยู่ ตลอดจนข้อมูลต่าง ๆ

มนลภัส รัตนพันธ์ (2558: 10) ได้อธิบายคำว่าประชากรศาสตร์ว่า เป็นการศึกษาเกี่ยวกับประชากร ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการดำเนินชีวิต ค่านิยม รวมไปถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ประกอบกัน

ฐิตาภรณ์ ปานวัชราคม (2561: 13) ได้อธิบายคำว่าประชากรศาสตร์ว่า เป็น การศึกษาเกี่ยวกับประชากรที่เกี่ยวข้องกับขนาด โครงสร้าง การกระจายตัว ความหนาแน่น ถิ่นที่

อยู่อาศัย และข้อมูลทางสถิติอื่นๆ โดยลักษณะทาง ประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ เพศ เชื้อชาติ สัญชาติ รายได้ การศึกษา อาชีพ ขนาดครอบครัว ศาสนา และระดับทางสังคม

กล่าวโดยสรุป ประชากรศาสตร์ หมายถึง กระบวนการศึกษาเกี่ยวกับประชากรและการเปลี่ยนแปลงของประชากร ซึ่งองค์ประกอบของประชากร ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ การศึกษา อาชีพ เป็นต้น

การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538: 41-42) กล่าวว่าลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นเกณฑ์ที่ได้รับความนิยมอย่างมาก เพื่อใช้แบ่งกลุ่มตลาดเป้าหมาย ซึ่งจะทำให้ทราบกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจนขึ้น

1. อายุ (Age) สามารถใช้ประโยชน์จากการแบ่งแยกอายุของผู้บริโภคในการวางแผนการตลาด หรือศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เนื่องจากในช่วงวัยต่าง ๆ มีประสบการณ์ในชีวิตที่แตกต่างกัน อีกทั้งความชอบและรสนิยมยังแปรเปลี่ยนไปตามช่วงชีวิต

2. เพศ (Sex) ความแตกต่างของเพศทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการในการซื้อสินค้า มีความจำเป็นในการบริโภคสินค้าที่ต่างกัน เนื่องจากเพศที่มีความแตกต่างกันย่อมมีค่านิยมและมุมมองทางความคิดที่ต่างกัน

3. สถานภาพการสมรส (Marital Status) ในแต่ละสถานะภาพจะมีรูปแบบการใช้ชีวิตที่ต่างกัน ทำให้บริโภคหรือใช้สินค้าที่ต่างกัน ซึ่งจะมีความสัมพันธ์กับสถานะทางการเงิน

4. รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, Education and Occupation) รายได้ จะมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำรงชีวิต อาชีพ การศึกษา ซึ่งนักการตลาดทั่วไปนิยมใช้ตัวแปรด้านรายได้ร่วมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ตัวอื่น ๆ เช่น อายุ และอาชีพ เป็นต้น เพื่อให้ทราบกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน

กล่าวโดยสรุป เพื่อให้ให้นักการตลาดสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงต้องมีการแบ่งส่วนการตลาด โดยเลือกเกณฑ์ ได้แก่ เกณฑ์ด้านภูมิศาสตร์ เกณฑ์ด้านลักษณะ ประชากรศาสตร์ เกณฑ์ด้านจิตวิทยา เป็นต้น ซึ่งการแบ่งส่วนการตลาดที่ง่ายต่อการวัดและมีประสิทธิผลมากที่สุดคือการใช้เกณฑ์ทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา เป็นต้น

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ เป็นตัวแปรอิสระ เพื่อรวบรวมลักษณะ

ทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะในเขตกรุงเทพมหานคร ว่าเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับผู้ประกอบการแอปพลิเคชัน Ride-hailing

2.2 ทฤษฎีการพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT2)

ทฤษฎีการพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT2) เป็นทฤษฎีที่ต่อยอดมาจากทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT) คิดค้นโดย Venkatesh, Morris, Davis, and Davis (2003) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่รวมของแบบจำลองทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย 8 ทฤษฎีดังนี้

1. ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล (Theory of Reasoned Action หรือ TRA)

Ajzen and Fishbein (1980) ได้คิดค้นทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล (Theory of Reasoned Action หรือ TRA) ซึ่งเป็นพื้นฐานสำหรับการศึกษาพฤติกรรมมนุษย์มากที่สุด เป็นโมเดลที่ใช้อธิบายการยอมรับเทคโนโลยีที่ถูกพัฒนามาจากส่วนที่เกี่ยวข้องกับสังคมเชิงจิตวิทยา ซึ่งพัฒนาขึ้นเพื่อใช้อธิบายพฤติกรรมของบุคคลแต่ละคน โดยมีปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมโดยตรงคือความตั้งใจแสดงพฤติกรรม (Intention Behavior) ซึ่งจะได้รับแรงขับเคลื่อนจากปัจจัยหลัก 2 ประการ ดังนี้ ทศนคติเกี่ยวกับพฤติกรรม (Attitude toward behavior) หมายถึง ทศนคติเกี่ยวกับพฤติกรรมถูกกำหนดโดยความเชื่อและการประเมินคุณค่าของสิ่งนั้น จะส่งผลกระทบมาสู่พฤติกรรมที่ถูกแสดงออกไป บรรทัดฐานของบุคคล (Subjective norms) หมายถึง ความเชื่อเชิงบรรทัดฐานที่ได้รับแรงกดดันจากสังคม เช่น ครอบครัว เพื่อนร่วมงานที่ต้องการให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง และความตั้งใจ (Intention) หมายถึง ความพยายามที่จะแสดงพฤติกรรมให้ตรงตามความตั้งใจของตนเองซึ่งอาจส่งผลดีหรือผลเสียก็เป็นไปได้

2. ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior หรือ TPB)

Ajzen and Fishbein (1980) นำพัฒนามาจากทฤษฎี TRA มาพัฒนาเป็น ทฤษฎี TPB เพราะ TRA มีข้อจำกัด เนื่องจากพฤติกรรมของแต่ละคนมีความลึกซึ้ง ละเอียดยิ่งกว่าที่บุคคลจะควบคุมได้ ทฤษฎีดังกล่าวจึงถูกปรับปรุงให้เป็นทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior หรือ TPB) โดยมีการเพิ่มการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของแต่ละบุคคลที่แสดงออกไป เพื่อลดจุดอ่อนของทฤษฎี TRA และสามารถใช้ศึกษาความตั้งใจและพฤติกรรมอื่น ๆ อีกทั้งยังช่วยสร้างความเข้าใจของแต่ละบุคคลในการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ทั้งนี้ TPB จะศึกษา

พฤติกรรมรายบุคคล (Individual behavior) ซึ่งส่งผลมาจากความตั้งใจให้เกิดพฤติกรรม (Behavioral intention) ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจให้เกิดพฤติกรรมนั้น ประกอบด้วยทัศนคติเกี่ยวกับพฤติกรรม (Attitudes towards the behavior) บรรทัดฐานของบุคคล (Subjective norms) และการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเอง (Perceived behavior control)

3. ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Technology Acceptance Model หรือ TAM)

Davis (1989) ผู้คิดค้นทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Technology Acceptance Model หรือ TAM) เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่ใช้วัดการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งได้มีการพัฒนามาจากทฤษฎี TRA โดยหลักการของ TAM ซึ่งจะชี้ให้เห็นถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจให้เกิดพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี ซึ่งประกอบด้วย 4 ปัจจัยดังนี้ ตัวแปรภายนอก ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี (Perceived usefulness หรือ PU) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of Use หรือ PEOU) และทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward using) ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Perceived ease of Use) มีอิทธิพลจากการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived usefulness) และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of Use) ส่วนความตั้งใจให้เกิดพฤติกรรมการใช้งาน (Intention to use) ได้รับอิทธิพลจากทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward using) และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี (Perceived usefulness) และส่งผลให้เกิดการยอมรับการใช้งานจริงในที่สุด (Actual usage)

4. ตัวแบบจำลองการใช้ประโยชน์คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Model of PC Utilization: MPCU)

แบบจำลองการใช้ประโยชน์เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Model of PC Utilization หรือ MPCU) พัฒนาทฤษฎีมาจาก The theory of inter-personal behavior ของ Triandis (1980) ซึ่งเป็นทฤษฎีพฤติกรรมศาสตร์ใช้ศึกษาพฤติกรรมมนุษย์ ซึ่ง Triandis ได้อธิบายโมเดล ประกอบด้วย สิ่งที่มีผลกระทบ (Affect) ปัจจัยทางสังคม (Social factor) ส่งผลถึงความตั้งใจให้เกิดแสดงพฤติกรรม ทั้งนี้ Thompson และคณะ นำมาปรับใช้ศึกษาระบบสารสนเทศ เพื่อพยากรณ์การใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ซึ่งแบบจำลอง MPCU ควรนำมาใช้พยากรณ์การยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศรายบุคคล Thompson และคณะจึงใช้แบบจำลอง MPCU เพื่อการศึกษาพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีมากกว่าศึกษาความตั้งใจใช้

หลักการของ MPCU คือ การใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลได้รับแรงขับเคลื่อนจาก

- 1) ผลลัพธ์ที่ตามมาในระยะยาว (Long term consequence)
- 2) ความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพของสารสนเทศของแต่ละบุคคล (Job-fit)
- 3) นวัตกรรมมีความซับซ้อนต่อการใช้งาน (Complexity)
- 4) ส่งผลต่อความรู้สึกต่าง ๆ อาทิ ความพึงพอใจ ความประทับใจ เป็นต้น (Affect toward use)

5) ปัจจัยทางสังคมที่เป็นความสัมพันธ์ของบุคคล ซึ่งมีอิทธิพลสนับสนุนให้บุคคลเกิดพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง (Social factor)

6) สภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน (Facilitation conditions) เป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้เกิดความง่ายในการใช้งาน ระบบปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่สนับสนุนให้เกิดการใช้งานสะดวก

5. ทฤษฎีการเผยแพร่วัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory: DOI)

Rogers (1995) ได้นำเสนอทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม เพื่อใช้สำหรับใช้ศึกษาถึงการเผยแพร่วัตกรรมในบริบทต่างๆ โดยสรุปลักษณะของนวัตกรรมที่มีผลต่อการยอมรับไว้ทั้งสิ้น 5 ประการ คือ

ประโยชน์ที่จะได้รับมากขึ้นหรือข้อได้เปรียบที่ดีกว่า (Relative advantage) หมายถึง ผู้ใช้นวัตกรรมทราบว่านวัตกรรมนี้มีประโยชน์มากกว่าสิ่งที่เคยมีมาก่อนยังมีความรู้สึกว่ามีประโยชน์มากโอกาสที่จะยอมรับนวัตกรรมเหล่านั้นก็มีมากขึ้น

ความยุ่งยากหรือความซับซ้อน (Complexity) หมายถึง ผู้ใช้นวัตกรรมรับรู้ถึงความยากในการใช้ และการใช้งานต้องใช้เวลานานถึงจะยอมรับ แต่หากนวัตกรรมใดไม่ซับซ้อนใช้งานง่าย สะดวกต่อการนำไปใช้ จะทำให้ผู้รับนวัตกรรมเกิดการยอมรับได้มากขึ้น

การสังเกตเห็นได้ (Observability) หมายถึง ผู้ใช้เทคโนโลยีสามารถมองเห็นผลของเทคโนโลยีได้ง่าย จะทำให้เกิดการยอมรับได้ง่ายและไว

ความเข้ากันได้ (Compatibility) หมายถึง ผู้ใช้เทคโนโลยีมองว่า เทคโนโลยีนั้นเป็นที่ยอมรับ ความต้องการหรือประสบการณ์ในอดีตของตน เทคโนโลยีนั้นจะได้รับการยอมรับของกลุ่มคนที่ยอมรับเทคโนโลยี

ผลลัพธ์ที่สามารถแสดงให้เห็นได้ (Trialability) หมายถึง ผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้เทคโนโลยีนั้น จะต้องจับต้องได้และสามารถถ่ายทอดได้

6. ทฤษฎีแรงจูงใจ (Motivation Model: MM)

Davis, Bagozzi และ Warshaw ได้ทดสอบโมเดลแรงจูงใจ (MM) ของการยอมรับซึ่งแรงจูงใจทั้งภายนอกและภายใน พบว่ามีตัวแปรขับเคลื่อนซึ่งส่งผลต่อความตั้งใจของพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีดังนี้

แรงจูงใจภายใน (Intrinsic motivation) คือ การใช้เทคโนโลยีเพราะการตระหนักความสนุกเพลิดเพลินหรือความชอบส่วนตัวในการใช้งานเทคโนโลยี เพื่อให้ได้มาซึ่งที่คาดหวัง

แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic motivation) คือ การใช้เทคโนโลยีเพราะแรงสนับสนุนจากการคาดหวังหรือคาดการณ์รางวัลและผลตอบแทนที่ได้จากการใช้ประโยชน์ของเทคโนโลยีไปสู่จุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้

7. ทฤษฎีปัญญาทางสังคม (Social Cognitive Theory หรือ SCT)

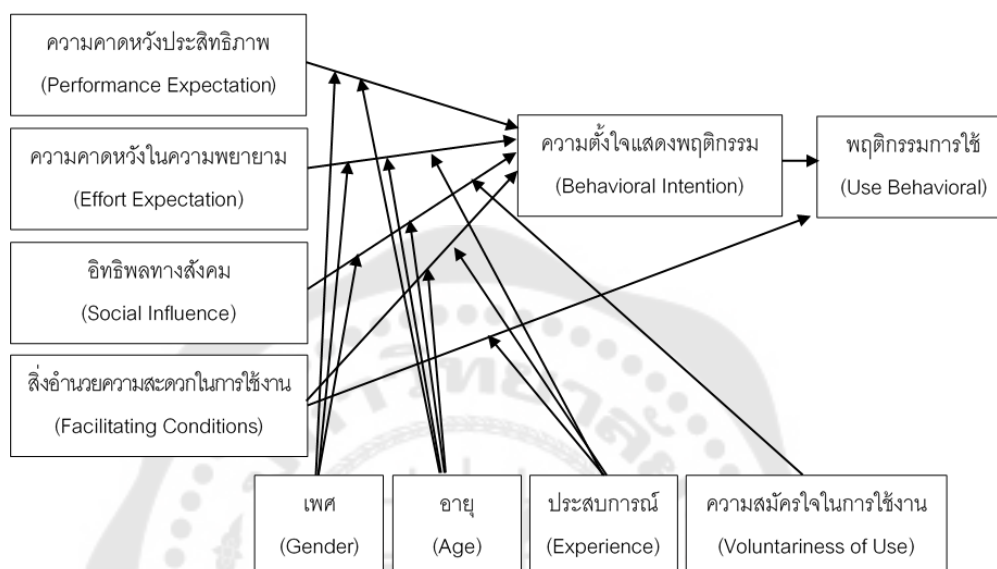
Bandure (1986) ทฤษฎีปัญญาทางสังคม (Social Cognitive Theory) หรือ SCT เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมนุษย์ ศึกษาความตั้งใจแสดงพฤติกรรมของแต่ละบุคคล ที่ได้รับแรงขับเคลื่อนจากปัจจัย ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพจากผลลัพธ์ (Outcome expectation-performance) ผลลัพธ์ที่มากจากความคาดหวังในตัวบุคคล (Outcome expectation-personal) ผลกระทบที่ทำให้เกิดพฤติกรรม (Affect) ความวิตกกังวล (Anxiety) คือ ความกังวล ที่เกิดจากการแสดงพฤติกรรม

8. ทฤษฎีผสมผสานระหว่าง TAM และ TPB (Combined-TAM-TPB หรือ C-TAM-TPB)

Taylor and Todde (1995) เป็นการรวมกันระหว่าง TAM และ TPB (Combined-TAM-TPB หรือ C-TAM-TPB) ซึ่งทฤษฎีนี้ปรับมาจากทฤษฎี TAM โดยการผสมกับค่านิยมของบุคคลรอบตัวในการแสดงพฤติกรรมและการตระหนักถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเอง ซึ่งการรวมกันระหว่างทฤษฎี TAM และ TPB ทำให้เก็บข้อมูลได้ละเอียดยิ่งขึ้น โดยใช้การตระหนักถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเอง ตลอดจนการชี้แจงอุปสรรคจากการใช้ เช่น ความสามารถในการใช้ของตนเอง เป็นต้น และนำค่านิยมของคนรอบข้างที่แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ซึ่งทัศนคติของบุคคลเหล่านั้นมีผลต่อผู้ใช้งาน

Venkatesh et al. (2003) นำปัจจัยในทฤษฎีต่าง ๆ มาปรับใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (UTAUT) ซึ่งมี 4 ปัจจัย ประกอบด้วย ความคาดหวังประสิทธิภาพ (Performance Expectation) ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy) และอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) ซึ่งส่งผลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรม และปัจจัยด้าน

สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้งาน อีกทั้งยังมีปัจจัยเสริม ประกอบด้วย เพศ (Gender) อายุ (Age) ประสบการณ์ (Experience) และความสมัครใจในการใช้งาน (Voluntariness of Use)



ภาพประกอบ 2 แบบจำลองการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (UTAUT)

ที่มา : Venkatesh et al. (2003) A Study on Factors Affecting the Behavioral Intention to use Mobile Shopping Fashion Apps in Sweden. p.15-16

ต่อมา Venkatesh et al. (2012) ได้มีการพัฒนาให้เป็นทฤษฎี UTAUT 2 พบว่า ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม คือ ความคาดหวังประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) แรงจูงใจด้านความชอบ (Hedonic Motivation) มูลค่าราคา (Price Value) และความเคยชิน (Habit) อีกทั้งยังมีตัวแปรเสริม 3 ตัวแปร ประกอบด้วย เพศ (Gender) อายุ (Age) และประสบการณ์ (Experience) ดังนั้น Venkatesh et al. (2012) ได้ให้ความหมายแบบจำลอง UTAUT2 ดังนี้

ความคาดหวังประสิทธิภาพ (Performance Expectation) หมายถึง ความคิดของบุคคลที่เชื่อว่าเทคโนโลยีจะช่วยให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินกิจกรรม ประกอบด้วย การ

ตระหนักประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived usefulness) มาจากทฤษฎี TAM TAM 2 และ C-TAM-TPB, แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic motivation) มาจากทฤษฎี MM, ประสิทธิภาพของระบบที่เพิ่มศักยภาพในการใช้งานมาจากทฤษฎี MPCU, การเปรียบเทียบประโยชน์จากเทคโนโลยีที่คล้าย ๆ กัน (Relative advantage) มาจากทฤษฎี IDT และผลลัพธ์ที่คาดหวังจากการใช้งาน (Outcome expectations) มาจากทฤษฎี SCT

ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectation) หมายถึง ความสามารถในการใช้งานเทคโนโลยี เช่น การรับรู้ความง่ายจากการใช้งาน มาจากทฤษฎี TAM และ TAM 2, จะเชื่อมโยงกับสิ่งที่ผู้ใช้คาดว่าแอปพลิเคชันจะง่ายต่อการทำความเข้าใจ และใช้เวลาในการทดลองใช้ไม่นาน

อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) หมายถึง ปัจจัยทางสังคมซึ่งเป็นบุคคลที่มีความสำคัญ หรือมีชื่อเสียง หรือบุคคลใกล้ชิด เช่น ญาติพี่น้อง หรือเพื่อน ซึ่งเป็นส่วนกระตุ้นให้พฤติกรรมในการใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ

สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) หมายถึง สิ่งที่เอื้อให้ผู้ใช้สามารถใช้งานได้สะดวก ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก

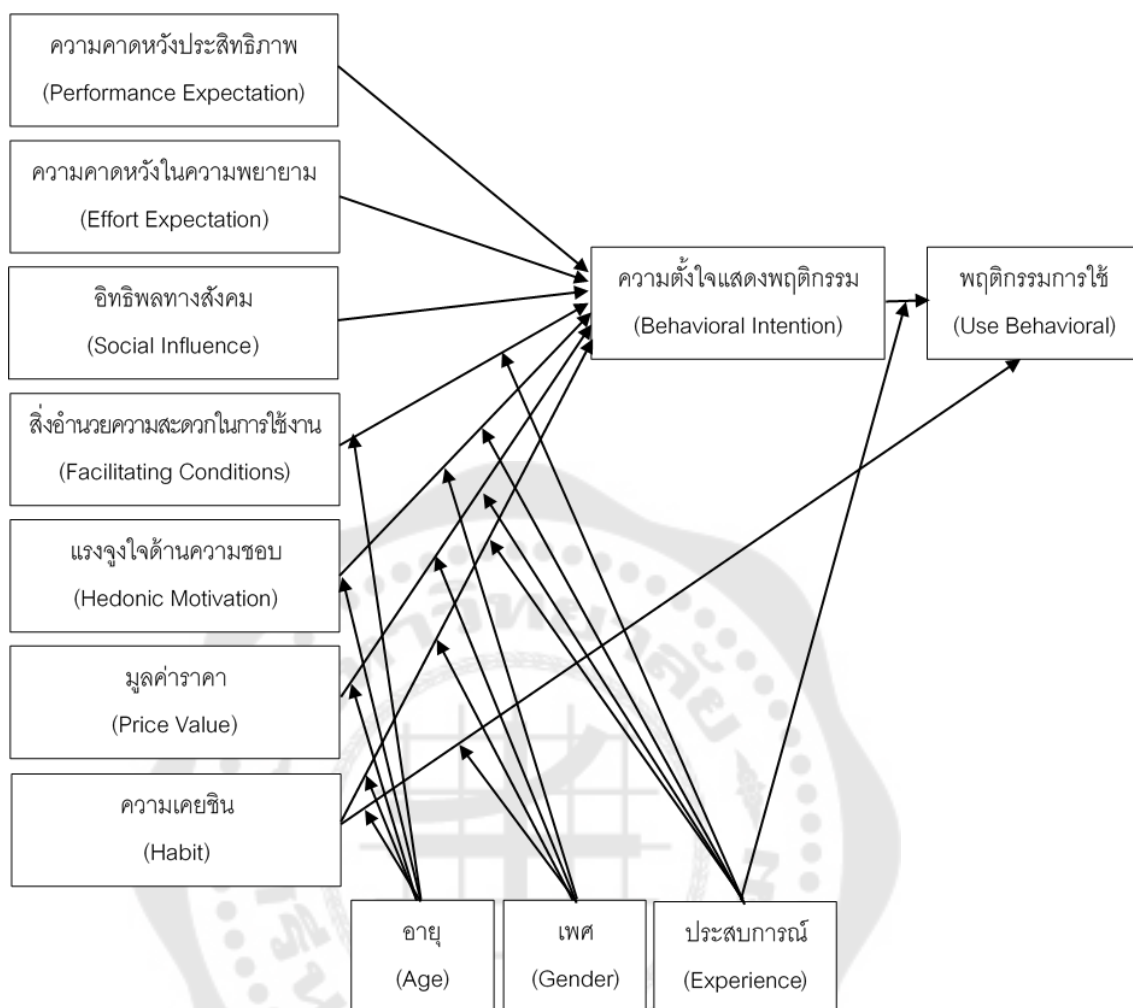
แรงจูงใจด้านความชอบ (Hedonic Motivation) หมายถึง ความภูมิใจหรือความพอใจในการใช้งานเทคโนโลยีของผู้ใช้

มูลค่าราคา (Price Value) หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่บุคคลต้องสูญเสียกับความคุ้มค่าที่ได้รับ ที่เกิดขึ้นในการใช้เทคโนโลยีกับประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้งาน

ความเคยชิน (Habit) หมายถึง แนวโน้มในการแสดงพฤติกรรมแบบอัตโนมัติ อันเนื่องมาจากการเรียนรู้ในอดีต

2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจใช้ (Intention to Ues)

ความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม (Behavioral Intention) หรือความตั้งใจใช้ (Intention to Ues) ความพร้อมของบุคคลในการแสดงพฤติกรรม ซึ่งปัจจัยนี้เกิดก่อนการแสดงพฤติกรรม (Ajzen, 2002) ในแนวคิดทฤษฎี UTAUT Venkatesh et al. (2012) พบว่าปัจจัยแต่ละด้าน ซึ่งประกอบด้วย ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน แรงจูงใจด้านความชอบ มูลค่าราคา และความเคยชิน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ทำให้เกิดความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม และส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน แตกต่างกันไป ตามแบบจำลองการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของ (UTAUT2)



ภาพประกอบ 3 แบบจำลองการพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี

ที่มา : Venkatesh et al. (2012) A Study on Factors Affecting the Behavioral Intention to use Mobile Shopping Fashion Apps in Sweden. p.16-17

2.4 ทฤษฎีตัวแบบความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (Information System Success Model)

งานวิจัยเกี่ยวกับเรื่องความสำเร็จของระบบสารสนเทศที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางและถูกนำไปประยุกต์ใช้กันอย่างแพร่หลาย ได้แก่ งานวิจัยของ DeLone และ McLean (2003) ซึ่งนำเสนอตัวแบบความสำเร็จของระบบสารสนเทศ โดย DeLone และ McLean นิยามความสำเร็จของการใช้ระบบสารสนเทศหรือเทคโนโลยีสารสนเทศไว้ว่า สามารถวัดได้จากภาวะที่ผู้ใช้งานได้รับประโยชน์โดยรวมจากระบบ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลสำคัญให้ผู้ใช้งานได้รับประโยชน์

โดยรวมจากระบบมีอยู่ 2 ปัจจัย คือ การใช้งานระบบ และ ความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานระบบ (Intention to use) ยังขึ้นอยู่กับ 3 ปัจจัย ประกอบด้วย

1) คุณภาพของข้อมูล (Information quality) หมายถึง ข้อมูลสารสนเทศที่ผ่านการประมวลผลจากระบบ ซึ่งสิ่งที่สนับสนุนให้คุณภาพของข้อมูลสารสนเทศมีคุณค่าและน่าเชื่อถือได้แก่

- ความสมบูรณ์ครบถ้วนของเนื้อหา (Completeness) คือ ข้อมูลที่ถ่ายทอดจะต้องเป็นข้อมูลที่เป็นจริง หรือข่าวสาร (information) ที่ครบถ้วน ไม่ขาดตกบกพร่องในส่วนใดส่วนหนึ่ง เช่น การให้ข้อมูลในการใช้งานเทคโนโลยี ควรมีวิธีการใช้งานเป็นขั้นตอน มีความละเอียดชัดเจน ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เป็นต้น

- เข้าใจง่าย (Ease of Understanding) คือ เนื้อหาหรือข้อความต่าง ๆ ที่ผู้พัฒนาระบบสื่อสารไปยังกลุ่มผู้บริโภคที่มีเนื้อหาเข้าใจง่าย ข้อมูลไม่คลุมเครือหรือยากแก่การทำความเข้าใจ เพราะจะทำให้ส่งผลเสียในด้านภาพลักษณ์ของผู้พัฒนาระบบ เนื่องจากจะทำให้ผู้บริโภคไม่เข้าใจแล้วยังเกิดขาดความน่าเชื่อถือ (HSIU & GWO, 2014)

- ข้อมูลมีความถูกต้อง (accuracy) คือ ข้อมูลที่ผู้พัฒนาระบบจะเผยแพร่ต้องมี ความถูกต้องสมบูรณ์ เนื่องจากหากนำเสนอข้อมูลผิดพลาดจะก่อให้เกิดความคลาดเคลื่อนหรือเข้าใจผิดในการให้ข้อมูล อีกทั้งผู้พัฒนาระบบจะขาดความน่าเชื่อถือ

2) คุณภาพของระบบ (System quality) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพของระบบ และทำให้ระบบมีความน่าเชื่อถือ ประกอบด้วย

- การใช้งานและเข้าถึงได้ง่าย (Usefulness) หมายถึง การออกแบบหรือพัฒนาระบบเพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงง่าย ซึ่งระบบนั้นต้องสามารถสร้างประโยชน์ และเอื้ออำนวยให้ผู้ใช้สามารถใช้งานง่าย (HSIU & GWO, 2014)

- เข้าถึงได้ทุกเวลา (Accessibility) หมายถึง ระบบจะต้องมีความพร้อมในการใช้งานเสมอเมื่อผู้ใช้งานต้องการใช้ อีกทั้งยังต้องสามารถรองรับอุปกรณ์ต่าง ๆ ของผู้ใช้ เช่น มือถือ คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต เป็นต้น (Burda & Teuteberg, 2015)

- มีความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ระบบต้องน่าเชื่อถือทั้งรูปแบบ และการให้บริการ รวมไปถึงจำนวนผู้ใช้ที่เคยใช้ระบบ แล้วมีการแนะนำหรือบอกต่อผู้อื่นให้มาทดลองใช้ หรือมีการเขียนแนะนำระบบ (Review)

3) คุณภาพการบริการ (Service quality) คุณภาพของการให้บริการระบบ ซึ่งการให้บริการลักษณะนี้ผู้ใช้บริการไม่สามารถจับต้องได้ แต่สามารถรับรู้ได้จากความรู้สึกที่ได้ใช้บริการ

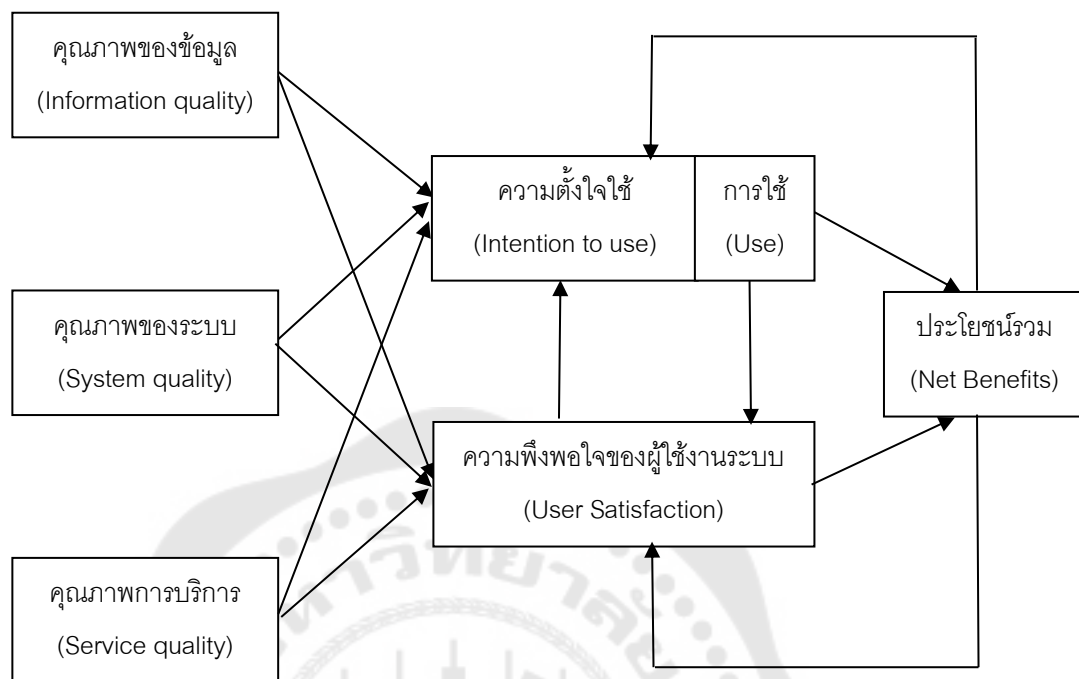
(Etzel, Walker, & Stanton, 2001) คุณภาพการบริการระบบขึ้นอยู่กับความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการ ถ้าคุณภาพการบริการดีเกิดคาดหวังของผู้ใช้แสดงว่าบริการนั้นมีคุณภาพในสายตาผู้ใช้ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) โดย Parasuraman ได้ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการทางเว็บไซต์ อีกทั้งได้เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อคุณภาพของการให้บริการของระบบ ได้แก่

- การตอบสนอง/โต้ตอบ (Responsiveness) หมายถึง เจ้าของระบบหรือผู้ดูแลระบบสามารถพุดคุยโต้ตอบข้อมูลต่าง ๆ กับผู้ใช้บริการได้โดยตรงทันที ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในคุณภาพการบริการ

- ความปลอดภัย (Privacy) หมายถึง การให้บริการที่ไม่ส่งผลเสีย หรือเป็นความเสี่ยง หรือเกิดอันตรายแก่ผู้ใช้บริการ เช่น การรักษาความเป็นส่วนตัวของข้อมูลผู้ใช้บริการ เป็นต้น

- การออกแบบ (Design) หมายถึง การออกแบบหรือพัฒนาระบบมาให้มีความโดดเด่น น่าใช้ น่าสนใจ เหมาะสมกับกลุ่มผู้ใช้บริการ เช่น การใช้สีสັນในระบบบริการ การวางรูปแบบการใช้งานต่าง ๆ ตลอดจนการใช้ลวดลาย เป็นต้น





ภาพประกอบ 4 ทฤษฎีตัวแบบความสำเร็จของระบบสารสนเทศ

ที่มา: DeLone & McLean. (2003) Journal of Theoretical and Applied Information Technology p.1669

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่าปัจจัยต่าง ๆ ของ UTAUT ซึ่งประกอบด้วย ความคาดหวังประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) จะใช้การศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีด้านอื่น ๆ ที่ไม่ใช่การยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน Ride-hailing เช่น บริการเกี่ยวกับสุขภาพผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สำหรับผู้สูงอายุ และบริการส่งข้อความและรูปภาพบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น

ส่วนทฤษฎี UTAUT2 มีตัวแปรเพิ่มขึ้นอีก 3 ตัวแปร ประกอบด้วย แรงจูงใจด้านความชอบ (Hedonic Motivation) มูลค่าราคา (Price Value) และความเคยชิน (Habit) โดยเป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับกันอย่างแพร่หลายในการศึกษาเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน Ride-hailing ซึ่งสอดคล้องกับ Isradila & Indrawati (2017) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการที่มีต่อเทคโนโลยีการขนส่งออนไลน์ กรณีศึกษา Uber, Grab and Go-Jek ในประเทศ

อินโดนีเซีย ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจด้านความชอบ และความเคยชินมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีการขนส่งออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับ Ramon Palau-Saumell et al. (2019) ศึกษาเรื่องการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันร้านอาหารบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการ และ Siahaan and Legowo (2019) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการยอมรับของประชาชนที่มีต่อแอปพลิเคชันการขนส่งออนไลน์ในบาตัม ผลการวิจัยพบว่า มูลค่าราคามีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันการขนส่งออนไลน์ในบาตัม จะเห็นได้ว่า แรงจูงใจด้านความชอบ (Hedonic Motivation) มูลค่าราคา (Price Value) และความเคยชิน (Habit) เป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการศึกษาความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน Ride-hailing

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยเพิ่มเติมตัวแปรด้านคุณภาพของข้อมูล (Information quality) คุณภาพของระบบ (System quality) และ คุณภาพการบริการ (Service quality) เข้ามาใช้ในการวิจัยเนื่องจากในทฤษฎี UTAUT2 ยังไม่มีการพิจารณาปัจจัยดังกล่าว อีกทั้งทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางและถูกนำไปประยุกต์ใช้กันอย่างแพร่หลาย เพื่อศึกษาว่าผู้ใช้งานจะได้รับประโยชน์โดยรวมจากการใช้งานแอปพลิเคชัน และเป็นปัจจัยที่ส่งผลสำคัญในการพัฒนาแอปพลิเคชัน ซึ่งสอดคล้องกับ Siahaan and Legowo (2019) ที่ใช้ทฤษฎีรูปแบบความสำเร็จของระบบข้อมูล (Information System Success Model) ควบคู่กับทฤษฎี UTAUT2 เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับของประชาชนที่มีต่อแอปพลิเคชันการขนส่งออนไลน์ในบาตัม และ Ultan Sharkey et al. (2010) ใช้ทฤษฎีรูปแบบความสำเร็จของระบบข้อมูล เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพที่มีต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับเจเนเรชั่นวาย (Generation Y)

2.5.1 ความหมายของเจเนอเรชั่นวาย

Miller และ Washington (2008) ได้ให้ความหมายว่า เจเนอเรชั่นวาย เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี ค.ศ. 1981 –2000 ในขณะที่ Solomon (2009) กล่าวว่า เจเนอเรชั่นวาย หรือที่เรียกว่า เจนวายเยอร์ (Gen Yers) หมายถึงผู้ที่เกิดอยู่ในช่วงระหว่างปี ค.ศ. 1984-2002 นอกจากนี้ยังมีการอธิบายเพิ่มเติมว่า เจเนอเรชั่นยายนั้นเป็นประชากรที่มีขนาดใหญ่ ซึ่งนักการตลาดให้ความสำคัญและให้ความสนใจอย่างมาก เพื่อศึกษาพฤติกรรม ทำความเข้าใจ ตลอดจนการสื่อสารเพื่อการค้า (กรมสุขภาพจิต, 2562)

2.5.2 ลักษณะของเจนเนอเรชั่นวาย

เจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) หรือ มิลเลนเนียล (Millennial) ซึ่งคนกลุ่มนี้เกิดมาในยุคที่เศรษฐกิจกำลังเติบโตและเฟื่องฟู เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีดิจิทัล (โพสท์ทูเดย์, 2562) ใช้อินเทอร์เน็ตในการดำเนินชีวิตประจำวัน การโซเชียลมีเดียกำลังแพร่หลาย ค่อนข้างกับการสื่อสารออนไลน์ มีเทคโนโลยีพกพา ทำให้คนกลุ่มนี้มีความคุ้นเคยด้านไอทีและการติดต่อสื่อสารออนไลน์ ทำให้มีผลต่อการพัฒนาธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของคนยุคดิจิทัล

Economic Intelligence Center (EIC) ได้วิเคราะห์คุณลักษณะเด่นของเจนเนอเรชั่นวายไทย ไว้ว่า

1) เจนเนอเรชั่นวายไทยเชี่ยวชาญการใช้เทคโนโลยี

การเชี่ยวชาญเทคโนโลยีเป็นประเด็นสำคัญที่ส่งผลให้เกิดคุณลักษณะอื่น ๆ ของผู้บริโภคกลุ่มนี้ ทำให้เข้าถึงข้อมูลและทางเลือกต่าง ๆ ได้มากกว่าอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการสื่อสารไร้สายช่วยให้เจนเนอเรชั่นวาย เปิดตัวเองสู่โลกภายนอกได้มากกว่าคนกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอกซ์ขึ้นไป ผู้บริโภคกลุ่มนี้เติบโตและเคยชินกับการคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต จนทำให้เทคโนโลยีเหล่านี้กลายเป็นปัจจัยที่ 5 ที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิตประจำวัน

2) เจนเนอเรชั่นวายไทยมีข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ

คนกลุ่มนี้มีความเคยชินกับการใช้เทคโนโลยี ทำให้คนกลุ่มนี้ใช้ข้อมูลออนไลน์มาพิจารณาเปรียบเทียบ เพื่อได้สิ่งที่ดีที่สุด และเลือกที่ตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุดเช่นกัน

3) เจนเนอเรชั่นวายไทยชอบมีสังคม

คนกลุ่มนี้ชอบแสดงตัวตนหรือแชร์ความคิดเห็นตนเองผ่านทางออนไลน์ โดยความรู้และข้อมูลที่คนกลุ่มนี้ได้รับจากสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของพวกเขา อีกทั้งคนกลุ่มนี้เติบโตมากับคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นพื้นที่ให้พวกเขากล้าและชอบแสดงออกทางความคิดและความเป็นตัวตนของตนเอง รวมไปถึงการแชร์ประสบการณ์ความรู้ระหว่างกัน คนกลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มที่มีการสื่อสารข้อมูลผ่านออนไลน์กันตลอดเวลา มีความเชื่อมั่นในตัวเอง ตลอดจนไวต่อเทคโนโลยี

ทั้งนี้ คนกลุ่มนี้ยังมีสังคมออฟไลน์อีกด้วย เพราะคนกลุ่มนี้ชอบเข้าสังคมเพื่อน เรื่องเล่าที่คนกลุ่มนี้พูดคุยหรือแชร์ข้อมูลกันในกลุ่มเพื่อนจะมีอิทธิพลต่อกัน ทั้งในด้านพฤติกรรม การซื้อสินค้าไปจนถึงการเลือกงาน

4) เจเนอเรชั่นวายไทยช่างเลือก

คนกลุ่มนี้ใช้ข้อมูลออนไลน์เพื่อประกอบการตัดสินใจ และเห็นได้จากวิธีการซื้อสินค้าออนไลน์พบว่า ผู้ซื้อกลุ่มนี้จะเลือกผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุดให้กับตนเอง และตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะการเข้าถึงแหล่งข้อมูลจำนวนมากในสังคมออนไลน์และออนไลน์ ทำให้ผู้ใช้บริการกลุ่มนี้มีข้อมูลประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อ มาก จึงมักจะพิจารณาเปรียบเทียบเพื่อเลือกสิ่งที่ดีที่สุด คนกลุ่มนี้จึงมีแนวทางในการเลือกมากกว่ากลุ่มเจเนอเรชั่นอื่น ๆ

ดังนั้น การเข้าใจลักษณะหรือพฤติกรรมของคนกลุ่มเจเนอเรชั่นวายถือเป็นสิ่งสำคัญ เพราะผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ ถือค่อนข้างมีกำลังซื้อสูง อีกทั้งคนกลุ่มนี้ยังได้รับอิทธิพลของเทคโนโลยี ทำให้มีความต้องการและคาดหวังจากสินค้าและบริการสูง Economic Intelligence Center (EIC)

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้รวบรวมผลงานวิจัย เพื่อนำมาใช้ประกอบแนวคิดในการศึกษา ดังต่อไปนี้

2.6.1 ความคาดหวังประสิทธิภาพมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้

พรรณี บุตรยัง (2562) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงต่อความตั้งใจใช้บริการ True Money Wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและใช้บริการระบบการชำระเงินของทรูมันนี่วอลเลต ช่วงอายุ ระหว่าง 25-59 ปี จำนวน 400 คน ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการทรูมันนี่ วอลเลต ที่ระดับนัยสำคัญสถิติ 0.05

จักรพันธ์ ศรียุคตินันต์ (2560) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลเชิงสาเหตุของประเภทผู้บริโภคเป็นตัวแปรกำกับ และการขยายทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี 2 (UTAUT 2): กรณีศึกษาผู้ใช้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคทั้งชายและหญิงที่มีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี ซึ่งมีภูมิลำเนาอาศัยอยู่ในประเทศไทยและใช้โทรศัพท์มือถือเครื่องข่ายใดก็ได้หรือมีโทรศัพท์มือถือไว้ครอบครอง จำนวน 600 คนพบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

พิมพ์พรรณ สุวรรณศิริศิลป์ (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและใช้งานบริการแบบพร้อมเพย์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่เคยใช้งานระบบการโอนเงินและ

รับโอนเงินในประเทศไทยและเป็นผู้ที่เคยใช้งานหรือสนใจใช้งานบริการแบบพร้อมเพย์ จำนวน 178 คน ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพส่งผลต่อการยอมรับและใช้งานบริการแบบพร้อมเพย์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

Ramon Palau-Saumell et al. (2019) ศึกษาเรื่อง การยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับร้านอาหารบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการ: ทฤษฎี UTAUT2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ใช้แอปพลิเคชัน MARSR ในประเทศสเปน จำนวน 1,200 คน ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า ความคาดหวังประสิทธิภาพส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับร้านอาหารบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

Siahaan and Legowo (2019) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการยอมรับของประชาชนที่มีต่อแอปพลิเคชันการขนส่งออนไลน์ในบาตัม: การดัดแปลงของแบบจำลอง UTAUT2 และรูปแบบความสำเร็จของระบบข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 400 คน ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า ความคาดหวังประสิทธิภาพมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันการขนส่งออนไลน์ในบาตัม

Isradila and Indrawati (2017) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการที่มีต่อเทคโนโลยีการขนส่งออนไลน์ โดยใช้รูปแบบ UTAUT2 กรณีศึกษา Uber, Grab and Go-Jek ในประเทศอินโดนีเซีย ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า ความคาดหวังประสิทธิภาพมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีการขนส่งออนไลน์ในประเทศอินโดนีเซีย

Jelena Miadinovic and Hong Xiang (2016) ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันข้อปึงสินค้าแฟชั่นบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศสวีเดน จำนวน 110 คน ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า ความคาดหวังประสิทธิภาพมีผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันข้อปึงสินค้าแฟชั่นบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศสวีเดน

Liping An, Yaqi Han and Lingyun Tong (2016) ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์เกษตรสดตาม UTAUT2 ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า ความคาดหวังประสิทธิภาพมีผลกระทบเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์เกษตรสด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

Adelyn Kuan Lai Kit et al. (2014) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชันในโทรศัพท์เคลื่อนที่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ กลุ่มวัยรุ่นที่ใช้แอปพลิเคชันในโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 300 คน ซึ่งมากจากมหาวิทยาลัยเอกชนที่ใหญ่ที่สุดในรัฐเปรัก ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า ความ

คาดหวังประสิทธิภาพมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการความตั้งใจใช้โมบายแอปพลิเคชันในโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศมาเลเซีย

2.6.2 ความคาดหวังในความพยายามมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการความตั้งใจในการใช้

จักรพันธ์ ศรียุคตันรินทร์ (2560) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลเชิงสาเหตุของประเภทผู้บริโภคเป็นตัวแปรกำกับ และการขยายทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี 2 (UTAUT 2): กรณีศึกษาผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้บริโภคทั้งชายและหญิงที่มีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี ซึ่งมีภูมิลำเนาอาศัยอยู่ในประเทศไทยและใช้โทรศัพท์มือถือเครื่องข่ายใดก็ได้หรือมีโทรศัพท์มือถือไว้ครอบครอง จำนวน 600 คน พบว่า ความคาดหวังในความพยายามมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

พิมพ์พรรณ สุวรรณศิริศิลป์ (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและใช้งานบริการแบบพร้อมเพย์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ที่เคยใช้งานระบบการโอนเงินและรับโอนเงินในประเทศไทยและเป็นผู้ที่เคยใช้งานหรือสนใจใช้งานบริการแบบพร้อมเพย์ จำนวน 178 คน ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า ความคาดหวังในความพยายามส่งผลต่อการยอมรับและใช้งานบริการแบบพร้อมเพย์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

Ramon Palau-Saumell et al. (2019) ศึกษาเรื่อง การยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับร้านอาหารบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการ: ทฤษฎี UTAUT2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ใช้แอปพลิเคชัน MARSR ในประเทศสเปน จำนวน 1,200 คน ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า ความคาดหวังในความพยายามส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับร้านอาหารบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

Siahaan and Legowo (2019) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการยอมรับของประชาชนที่มีต่อแอปพลิเคชันการขนส่งออนไลน์ในบาตัม: การดัดแปลงของแบบจำลอง UTAUT2 และรูปแบบความสำเร็จของระบบข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 400 คน ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า ความคาดหวังในความพยายามมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันการขนส่งออนไลน์ในบาตัม

Liping An, Yaqi Han and Lingyun Tong (2016) ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์เกษตรสดตาม UTAUT2 ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า ความคาดหวังในความพยายาม มีผลกระทบเชิงบวกต่อพฤติกรรมการความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์เกษตรสด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

Norman Shaw & Ksenia Sergueeva (2016) ศึกษาเรื่อง ความสะดวกหรือประโยชน์ของการยอมรับการทำธุรกิจซื้อขายออนไลน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค จำนวน 300 คน ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า ความคาดหวังในความพยายามมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจทำธุรกิจซื้อขายออนไลน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่

Adelyn Kuan Lai Kit et al. (2014) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชันในโทรศัพท์เคลื่อนที่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ กลุ่มวัยรุ่นที่ใช้แอปพลิเคชันในโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 300 คน ซึ่งมาจากมหาวิทยาลัยเอกชนที่ใหญ่ที่สุดในรัฐเปรัก ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า ความคาดหวังในความพยายามมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแอปพลิเคชันในโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศมาเลเซีย

2.6.3 อิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้

พรณี บุตรยัง (2562) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงต่อความตั้งใจใช้บริการ True Money Wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและใช้บริการระบบการชำระเงินของทรูมันนี่วอลเล็ท ช่วงอายุ ระหว่าง 25-59 ปี จำนวน 400 คน ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า อิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการทรูมันนี่วอลเล็ท ที่ระดับนัยสำคัญสถิติ 0.05

จักรพันธ์ ศรียุคตันรินทร์ (2560) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลเชิงสาเหตุของประเภทผู้บริโภคเป็นตัวแปรกำกับ และการขยายทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี 2 (UTAUT 2): กรณีศึกษาผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้บริโภคทั้งชายและหญิงที่มีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี ซึ่งมีภูมิลำเนาอาศัยอยู่ในประเทศไทยและใช้โทรศัพท์มือถือเครือข่ายใดก็ได้หรือมีโทรศัพท์มือถือไว้ครอบครอง จำนวน 600 คนพบว่า อิทธิพลของสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

พิมพ์พรรณ สุวรรณศิริศิลป์ (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและใช้งานบริการแบบพร้อมเพย์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ที่เคยใช้งานระบบการโอนเงินและรับโอนเงินในประเทศไทยและเป็นผู้ที่เคยใช้งานหรือสนใจใช้งานบริการแบบพร้อมเพย์ จำนวน 178 คน ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า อิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อการยอมรับและใช้งานบริการแบบพร้อมเพย์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

Ramon Palau-Saumell et al. (2019) ศึกษาเรื่อง การยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับร้านอาหารบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการ: ทฤษฎี UTAUT2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ใช้แอปพลิเคชัน MARSR ในประเทศสเปน จำนวน 1,200 คน ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า อิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับร้านอาหารบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

2.6.4 สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้

พรรณี บุตรยง (2562) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงต่อความตั้งใจใช้บริการ True Money Wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและใช้บริการระบบการชำระเงินของทรูมันนี่วอลเล็ท ช่วงอายุ ระหว่าง 25-59 ปี จำนวน 400 คน ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการทรูมันนี่ วอลเล็ท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จักรพันธ์ ศรียุคตินันต์ (2560) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลเชิงสาเหตุของประเภทผู้บริโภคเป็นตัวแปรกำกับ และการขยายทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี 2 (UTAUT 2): กรณีศึกษาผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้บริโภคทั้งชายและหญิงที่มีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี ซึ่งมีภูมิลำเนาอาศัยอยู่ในประเทศไทยและใช้โทรศัพท์มือถือเครือข่ายใดก็ได้หรือมีโทรศัพท์มือถือไว้ครอบครอง จำนวน 600 คนพบว่า สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

เฉลิมศักดิ์ บุญประเสริฐ (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปซึ่งอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 394 คน ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า ปัจจัยด้านความสะดวกสบายในการใช้แอปพลิเคชันไลน์มีผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ ($\beta = -.197$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

พิมพ์พรรณ สุวรรณศิริศิลป์ (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและใช้งานบริการแบบพร้อมเพย์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ที่เคยใช้งานระบบการโอนเงินและรับโอนเงินในประเทศไทยและเป็นผู้ที่เคยใช้งานหรือสนใจใช้งานบริการแบบพร้อมเพย์ จำนวน 178 คน ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานส่งผลต่อการยอมรับและใช้งานบริการแบบพร้อมเพย์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

Liping An, Yaqi Han and Lingyun Tong (2016) ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์เกษตรสดตาม UTAUT2 ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานมีผลกระทบเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์เกษตรสด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001

2.6.5 แรงจูงใจด้านความชอบมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้

พรณี บุตรยัง (2562) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงต่อความตั้งใจใช้บริการ True Money Wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและใช้บริการระบบการชำระเงินของทรูมันนี่วอลเล็ท ช่วงอายุ ระหว่าง 25-59 ปี จำนวน 400 คน ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า แรงจูงใจด้านความบันเทิง มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการทรูมันนี่วอลเล็ท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เฉลิมศักดิ์ บุญประเสริฐ (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 394 คน ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า ปัจจัยด้านความชอบในการใช้แอปพลิเคชันไลน์มีผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ ($\beta = .630$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

พิมพ์พรรณ สุวรรณศิริศิลป์ (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและใช้งานบริการแบบพร้อมเพย์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ที่เคยใช้งานระบบการโอนเงินและรับโอนเงินในประเทศไทยและเป็นผู้ที่เคยใช้งานหรือสนใจใช้งานบริการแบบพร้อมเพย์ จำนวน 178 คน ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า แรงจูงใจด้านความชอบส่งผลต่อการยอมรับและใช้งานบริการแบบพร้อมเพย์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

Ramon Palau-Saumell et al. (2019) ศึกษาเรื่อง การยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับร้านอาหารบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการ: ทฤษฎี UTAUT2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ใช้แอปพลิเคชัน MARSR ในประเทศสเปน จำนวน 1,200 คน ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า แรงจูงใจด้านความชอบส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับร้านอาหารบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

Isradila and Indrawati (2017) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการที่มีต่อเทคโนโลยีการขนส่งออนไลน์ โดยใช้รูปแบบ UTAUT2 กรณีศึกษา Uber, Grab

and Go-Jek ในประเทศอินโดนีเซีย ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า แรงจูงใจด้านความชอบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีการขนส่งออนไลน์ในประเทศอินโดนีเซีย

Jelena Miadinovic & Hong Xiang (2016) ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันข้อปึงสินค้าแฟชั่นบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศสวีเดน จำนวน 110 คน ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า แรงจูงใจด้านความชอบมีผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันข้อปึงสินค้าแฟชั่นบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศสวีเดน

Liping An, Yaqi Han and Lingyun Tong (2016) ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์เกษตรสดตาม UTAUT2 ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า แรงจูงใจด้านความชอบมีผลกระทบเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์เกษตรสด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001

Norman Shaw and Ksenia Sergueeva (2016) ศึกษาเรื่อง ความสะดวกหรือประโยชน์ของการยอมรับการทำธุรกิจซื้อขายออนไลน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค จำนวน 300 คน ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า แรงจูงใจด้านความชอบมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจทำธุรกิจซื้อขายออนไลน์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่

Adelyn Kuan Lai Kit et al. (2014) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชันในโทรศัพท์เคลื่อนที่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ กลุ่มวัยรุ่นที่ใช้แอปพลิเคชันในโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 300 คน ซึ่งมาจากมหาวิทยาลัยเอกชนที่ใหญ่ที่สุดในรัฐเปรัก ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า แรงจูงใจด้านความชอบ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแอปพลิเคชันในโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศมาเลเซีย

2.6.6 มูลค่าราคามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้

จักรพันธ์ ศรียุคตินันต์ (2560) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลเชิงสาเหตุของประเภทผู้บริโภคเป็นตัวแปรกำกับ และการขยายทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี 2 (UTAUT 2): กรณีศึกษาผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้บริโภคทั้งชายและหญิงที่มีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี ซึ่งมีภูมิลำเนาอาศัยอยู่ในประเทศไทยและใช้โทรศัพท์มือถือเครือข่ายใดก็ได้หรือมีโทรศัพท์มือถือไว้ครอบครอง จำนวน 600 คนพบว่า มูลค่าราคามีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการที่ใช้อยู่ในปัจจุบันระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

Siahaan and Legowo (2019) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการยอมรับของประชาชนที่มีต่อแอปพลิเคชันการขนส่งออนไลน์ในบาตัม: การดัดแปลงของแบบจำลอง UTAUT2 และรูปแบบความสำเร็จของระบบข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 400 คน ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า มูลค่าราคามีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันการขนส่งออนไลน์ในบาตัม

2.6.7 ความเคยชินมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้

พิมพ์พรณ สุวรรณศิริศิลป์ (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและใช้งานบริการแบบพร้อมเพย์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ที่เคยใช้งานระบบการโอนเงินและรับโอนเงินในประเทศไทยและเป็นผู้ที่เคยใช้งานหรือสนใจใช้งานบริการแบบพร้อมเพย์ จำนวน 178 คน ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า ความเคยชินส่งผลต่อการยอมรับและใช้งานบริการแบบพร้อมเพย์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

Ramon Palau-Saumell et al. (2019) ศึกษาเรื่อง การยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับร้านอาหารบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการ: ทฤษฎี UTAUT2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ใช้แอปพลิเคชัน MARSR ในประเทศสเปน จำนวน 1,200 คน ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า ความเคยชินส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับร้านอาหารบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

Isradila and Indrawati (2017) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการที่มีต่อเทคโนโลยีการขนส่งออนไลน์ โดยใช้รูปแบบ UTAUT2 กรณีศึกษา Uber, Grab and Go-Jek ในประเทศอินโดนีเซีย ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า เคยชินมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีการขนส่งออนไลน์ในประเทศอินโดนีเซีย

Jelena Miadinovic & Hong Xiang (2016) ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันข้อปึงสินค้ำแพชั่นบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศสวีเดน จำนวน 110 คน ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า ความเคยชินมีผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันข้อปึงสินค้ำแพชั่นบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศสวีเดน

Adelyn Kuan Lai Kit et al. (2014) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชันในโทรศัพท์เคลื่อนที่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ กลุ่มวัยรุ่นที่ใช้แอปพลิเคชันในโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 300 คน ซึ่งมากจากมหาวิทยาลัยเอกชนที่ใหญ่ที่สุดในรัฐเปรัก ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า ความเคยชิน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแอปพลิเคชันในโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศมาเลเซีย

2.6.8 คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้

Ultan Sharkey et al. (2010) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของคุณภาพที่มีต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์: เกี่ยวกับการทดลองแอปพลิเคชันทางธุรกิจ โดยใช้ทฤษฎี THE DELONE AND MCLEAN IS SUCCESS MODEL. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของคณะพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยแห่งชาติไอร์แลนด์ (NUI) เมืองกัลเวย์ ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งาน

2.6.9 คุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้

Siahaan and Legowo (2019) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการยอมรับของประชาชนที่มีต่อแอปพลิเคชันการขนส่งออนไลน์ในบาตัม: การดัดแปลงของแบบจำลอง UTAUT2 และรูปแบบความสำเร็จของระบบข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของคณะพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยแห่งชาติไอร์แลนด์ (NUI) เมืองกัลเวย์ ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า คุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันการขนส่งออนไลน์ในบาตัม

Ultan Sharkey et al. (2010) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของคุณภาพที่มีต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์: เกี่ยวกับการทดลองแอปพลิเคชันทางธุรกิจ โดยใช้ทฤษฎี The delone and Mclean is success model กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของคณะพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยแห่งชาติไอร์แลนด์ (NUI) เมืองกัลเวย์ ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า คุณภาพของระบบมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งาน

2.6.10 คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้

Siahaan and Legowo (2019) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการยอมรับของประชาชนที่มีต่อแอปพลิเคชันการขนส่งออนไลน์ในบาตัม: การดัดแปลงของแบบจำลอง UTAUT2 และรูปแบบความสำเร็จของระบบข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของคณะพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยแห่งชาติไอร์แลนด์ (NUI) เมืองกัลเวย์ ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่า คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันการขนส่งออนไลน์ในบาตัม

ตาราง 1 สรุปตัวแปรที่มีอิทธิพลตามทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศไทย

ผู้แต่ง	ปี พ.ศ.	ความคาดหวังประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)	ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy)	อิทธิพลทางสังคม (Social Influence)	สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions)	แรงจูงใจด้านความชอบ (Hedonic Motivation)	มูลค่าราคา (Price Value)	ความเคยชิน (Habit)	คุณภาพของข้อมูล (Information quality)	คุณภาพของระบบ (System quality)	คุณภาพการบริการ (Service quality)
พิมพ์พรรณ สุวรรณศิริศิลป์	2559	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	-	-	-
จักรพันธ์ ศรียุคตันวันตร์	2560	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-
เฉลิมศักดิ์ บุญประเสริฐ	2560	-	-	-	✓	✓	-	-	-	-	-
พรรณี บุตรย้ง	2562	✓	-	✓	✓	✓	-	-	-	-	-

งานวิจัยต่างประเทศ

ผู้แต่ง	ปี ค.ศ.	ความคาดหวังประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)	ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy)	อิทธิพลทางสังคม (Social Influence)	สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions)	แรงจูงใจด้านความชอบ (Hedonic Motivation)	มูลค่าราคา (Price Value)	ความเคยชิน (Habit)	คุณภาพของข้อมูล (Information quality)	คุณภาพของระบบ (System quality)	คุณภาพการบริการ (Service quality)
Ultan Sharkey et al.	2010	-	-	-	-	-	-	-	✓	✓	-
Adelyn Kuan Lai Kit et al.	2014	✓	✓	-	-	✓	-	✓	-	-	-
Norman Shaw & Ksenia Sergueeva	2016	-	✓	-	-	✓	-	-	-	-	-
Liping An et.al	2016	✓	✓	-	✓	✓	-	-	-	-	-
Jelena Miadinovic & Hong Xiang	2016	✓	-	-	✓	✓	-	✓	-	-	-
Ramon Palau-Saumell et al.	2019	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	-	-	-
Isradila & Indrawati	2017	✓	-	-	-	✓	-	✓	-	-	-
Siahaan and Legowo	2019	✓	✓	-	-	-	✓	-	-	✓	✓

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการดำเนินการวิจัยเป็นแบบผสมผสาน Mixed-Methods Research) ที่ใช้ทั้งวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) คือเป็นวิจัยที่มุ่งเน้นข้อเท็จจริงและข้อสรุปเชิงปริมาณ โดยการใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่เป็นตัวเลข เพื่อยืนยันสมมติฐานของการตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้าง และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการรวบรวมและสังเคราะห์ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลเป็นหลัก (Key in format) ในลักษณะการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ
3. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ
4. การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ
5. สถิติที่ใช้ในการวิจัยปริมาณ
6. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ
7. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ
8. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1981- 2000 (Miller & Washington, 2008) มีอายุระหว่าง 20-39 ปี ที่ใช้/เคยใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน เนื่องจาก ฅนัทธา เกียรติพงษ์ (2558: 44) พบว่าผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชันเรียกรถยนต์โดยสารมากที่สุด มีอายุระหว่าง 21-25 ปี รองลงมา มีอายุระหว่าง 26-30 ปี และโชติมา ชูกุล (2559: 35) พบว่าผู้ที่ใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถยนต์โดยสารในเขตกรุงเทพและปริมณฑลมากที่สุด มีอายุระหว่าง 30-39 ปี รองลงมา มีอายุระหว่าง 20-29 ปี

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ คือ ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย เกิดระหว่าง ปี ค.ศ. 1981- 2000 (Miller & Washington, 2008) มีอายุระหว่าง 20-39 ปี ที่ใช้/เคยใช้บริการ แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวน ประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรแบบไม่ทราบจำนวน ประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา; 2545 : อ้างในนายจักรพงษ์ สือประเสริฐสิทธิ. 2554) โดยกำหนด ระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 โดยใช้สูตรดังนี้

$$N = \frac{z^2(pq)}{e^2}$$

แทนค่า

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

E = ระดับความคลาดเคลื่อน เท่ากับ 0.05

z = ค่ามาตรฐานที่ขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่น

p = สัดส่วนประชากรที่สนใจศึกษาเท่ากับ 50% = 0.5

$q = 1-p$

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)}{0.05^2}$$

$$n = 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ ตัวอย่าง}$$

ดังนั้นจะได้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เท่ากับ 385 ตัวอย่าง เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่ม ตัวอย่างเท่าๆกันในแต่ละเขต และเพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูล ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย นี้ทั้งหมด 480 ตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบมีขั้นตอนซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วย วิธีการจับสลาก (Lottery Method) โดยแบ่งเขตตามที่ตั้งของพื้นที่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เขตชั้นใน เขตชั้นกลาง และเขตชั้นนอก ดังนี้ (ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร. 2562: ออนไลน์)

1. เขตชั้นใน มีทั้งหมด 21 เขต ประกอบด้วย เขตพระนคร เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตสัมพันธวงศ์ เขตปทุมวัน เขตบางรัก เขตยานนาวา เขตสาทร เขตบางคอแหลม เขตดุสิต เขตบางซื่อ เขตพญาไท เขตราชเทวี เขตห้วยขวาง เขตคลองเตย เขตจตุจักร เขตธนบุรี เขตคลองสาน เขตบางกอกน้อย เขตบางกอกใหญ่ เขตดินแดง และเขตวัฒนา โดยจับสลากเลือก 10 เขต ได้เขตคลองเตย เขตปทุมวัน เขตพระนคร เขตสาทร เขตจตุจักร เขตดุสิต เขตพญาไท เขตราชเทวี เขตบางรัก และเขตวัฒนา

2. เขตชั้นกลาง มีทั้งหมด 18 เขต ประกอบด้วย เขตพระโขนง เขตประเวศ เขตบางเขน เขตบางกะปิ เขตลาดพร้าว เขตบึงกุ่ม เขตบางพลัด เขตภาษีเจริญ เขตจอมทอง เขตราชบุรีบูรณะ เขตสวนหลวง เขตบางนา เขตทุ่งครุ เขตบางแค เขตวังทองหลาง เขตคันนายาว เขตสะพานสูง และเขตสายไหม โดยจับสลากเลือก 9 เขต ได้เขตบางเขน เขตภาษีเจริญ เขตบางกะปิ เขตบางแค เขตพระโขนง เขตบางนา เขตคันนายาว เขตประเวศ และเขตลาดพร้าว

3. เขตชั้นนอก มีทั้งหมด 11 เขต ประกอบด้วย เขตมีนบุรี เขตดอนเมือง เขตหนองจอก เขตลาดกระบัง เขตตลิ่งชัน เขตหนองแขม เขตบางขุนเทียน เขตหลักสี่ เขตคลองสามวา เขตบางบอน และเขตทวีวัฒนา โดยจับสลากเลือก 5 เขต ได้เขตทวีวัฒนา เขตหลักสี่ เขตบางขุนเทียน เขตลาดกระบัง และเขตมีนบุรี

ขั้นตอนที่ 2 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จะลงไปทำที่อาคารสำนักงาน ศูนย์การค้า/ห้างสรรพสินค้า และมหาวิทยาลัยที่ตั้งอยู่ในเขตที่จับสลากได้ เนื่องจากกลุ่มเจเนอเรชั่นวัย จะเป็นกลุ่มที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นและวัยทำงาน

ขั้นตอนที่ 3 การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยดำเนินการแจกแบบสอบถามได้จัดเตรียมไว้ จำนวน 480 ชุดให้ครบ โดยมีระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ – เมษายน พ.ศ. 2564 หากไม่สามารถเก็บตัวอย่างได้ครบตามกำหนดจะขยายระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างออกไปจนกว่าจะเก็บได้ครบตามจำนวนที่กำหนด

ตาราง 2 จำนวนการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

เขตพื้นที่	ขั้นตอนที่ 1 สุ่มแบบง่าย ด้วยวิธีการจับสลาก	ขั้นตอนที่ 2 เลือกแบบเจาะจง	ขั้นตอนที่ 3 สุ่มตัวอย่าง ตามสะดวก
1. เขตชั้นใน (จาก 21 เขต สุ่ม 10 เขต)	1. สาทร 2. คลองเตย 3. พญาไท 4. บางรัก 5. วัฒนา 6. ปทุมวัน 7. ราชเทวี 8. จตุจักร 9. ดุสิต 10. พระนคร	1. อาคารสารคดี ทาวเวอร์ 2. อาคารเอฟวายไอ เซ็นเตอร์ 3. อาคารพญาไท 4. อาคารสาทรสแควร์ 5. ศูนย์การค้าเทอมินอล21 6. Siam Center 7. ศูนย์การค้าแพลตินั่มฯ 8. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 9. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา 10. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	20 20 20 20 20 20 20 20 20 20
2. เขตชั้นกลาง (จาก 18 เขต สุ่ม 9 เขต)	1. ลาดพร้าว 2. พระโขนง 3. บางนา 4. คันนายาว 5. บางแค 6. ประเวศ 7. บางกะปิ 8. ภาษีเจริญ 9. บางเขน	1. อาคารรุ่งโรจน์พัฒนา 2. ทูริ ดิจิทัล พาร์ค 3. อาคารบางนาทาวเวอร์ 4. ศูนย์การค้าแฟชั่นไอส์แลนด์ 5. The Mall บางแค 6. ศูนย์การค้าซีคอนสแควร์นครินทร์ 7. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ 8. มหาวิทยาลัยสยาม 9. มหาวิทยาลัยเกริก	20 20 20 20 20 20 20 20 20
3. เขตชั้นนอก (จาก 11 เขต สุ่ม 5 เขต)	1. มีนบุรี 2. บางขุนเทียน 3. ทวีวัฒนา 4. หลักสี่ 5. ลาดกระบัง	1. อาคารเบตเตอร์เวย์ 2. ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา พระราม 2 3. เดอะ พาสซิโอ พาร์ค กาญจนภิเษก 4. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 5. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง	20 20 20 20 20
รวม			480

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ

แบบสอบถามนั้นผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสอบถามตามแนวคำถามการวิจัย เพื่อการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบบสอบถามดัดแปลงมาจาก Adelyn Kuan Lai Kit et al. (2014, pp. 73-75), Jelena Miadinovic and Hong Xiang (2016, pp. 66-68), จักรพงษ์ สือประเสริฐสิทธิ์ (2554, pp. 199-201), พิมพ์พรรณ สุวรรณศิริศิลป์ (2559, pp 76-78) โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับการคัดกรองการใช้งานแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยที่แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ (Multiple-choice)

1. ท่าน ใช้/เคยใช้ แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ เพื่อการเดินทาง ส่งพัสดุ หรือส่งอาหารหรือไม่ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นแบบนามบัญญัติ (Nominal scale) ประกอบด้วย ดังนี้

1.1 เคย

1.2 ไม่เคย

2. ท่านอายุระหว่าง 20-39 ปี ใช่หรือไม่ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นแบบนามบัญญัติ (Nominal scale) ประกอบด้วย ดังนี้

2.1 ใช่

2.2 ไม่ใช่

3. ท่าน ใช้/เคยใช้ แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะใด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นแบบนามบัญญัติ (Nominal scale) ประกอบด้วย ดังนี้

1.1 Grab

1.2 GET

1.3 GoBike

1.4 อื่นๆโปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่ใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ โดยที่แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ (Multiple-choice)

1. เพศ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นแบบนามบัญญัติ (Nominal scale) ประกอบด้วย

- 1.1 ชาย
- 1.2 หญิง

2. อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราเรียงลำดับ (Ordinal scale) ประกอบด้วยดังนี้

- 2.1 20-24 ปี
- 2.2 25-29 ปี
- 2.3 30-34 ปี
- 2.4 35-39 ปี

3. ระดับการศึกษา ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราเรียงลำดับ (Ordinal scale) ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

- 3.1 น้อยกว่าปริญญาตรี
- 3.2 ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
- 3.3 สูงกว่าปริญญาตรี

4. รายได้ต่อเดือน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราเรียงลำดับ (Ordinal scale)

- 4.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
- 4.2 10,001-20,000 บาท
- 4.3 20,001-30,000 บาท
- 4.4 30,001 บาทขึ้นไป

5. อาชีพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้แบ่งออกเป็น 5 อาชีพ ดังนี้

- 5.1 นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา
- 5.2 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
- 5.3 พนักงานเอกชน
- 5.4 ธุรกิจส่วนตัว
- 5.5 พ่อบ้าน/ แม่บ้าน

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้คำถามแบบปลายปิด (Close-ended question) ซึ่งคำถามแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ประกอบด้วย

1) ด้านความคาดหวังประสิทธิภาพ มี 4 ข้อคำถาม โดยประยุกต์ข้อคำถามมาจาก (พิมพ์พรรณ สุวรรณศิริศิลป์, 2559) และ (Adelyn Kuan Lai Kit et al., 2014)

โดยเป็นแบบสอบถามแบบ Likert's scale ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคหรือมาตราช่วง (Interval scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย

3 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย

1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การคำนวณให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยใช้สูตรคำนวณ ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ดังนี้ Best (1981)

คะแนนค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อความคาดหวังประสิทธิภาพ อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนนค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อความคาดหวังประสิทธิภาพ อยู่ในระดับเห็นด้วย

คะแนนค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อความคาดหวังประสิทธิภาพ อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อความคาดหวังประสิทธิภาพ อยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อความคาดหวังประสิทธิภาพ อยู่ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

2) ด้านความคาดหวังในความพยายาม มี 6 ข้อคำถาม โดยประยุกต์ข้อคำถามมาจาก (พิมพ์พรรณ สุวรรณศิริศิลป์, 2559) (จักรพงษ์ สือประเสริฐสิทธิ์, 2554) (Adelyn Kuan Lai Kit et al., 2014) และ (Jelena Miadinovic and Hong Xiang, 2016)

โดยเป็นแบบสอบถามแบบ Likert's scale ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคหรือมาตราช่วง (Interval scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย

3 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย

1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การคำนวณให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยใช้สูตรคำนวณ ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายค่าเฉลี่ยของของระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ดังนี้ Best (1981)

คะแนนค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อความคาดหวังในความพยายาม อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนนค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อความคาดหวังในความพยายาม อยู่ในระดับเห็นด้วย

คะแนนค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อความคาดหวังในความพยายาม อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อความคาดหวังในความพยายาม อยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อความคาดหวังในความพยายาม อยู่ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3) **ด้านอิทธิพลทางสังคม** มี 4 ข้อคำถาม โดยประยุกต์ข้อคำถามมาจาก (พิมพ์พรรณ สุวรรณศิริศิลป์, 2559) และ (จักรพงษ์ สือประเสริฐสิทธิ, 2554)

โดยเป็นแบบสอบถามแบบ Likert's scale ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคหรือมาตราช่วง (Interval scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย

3 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย

1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การคำนวณให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยใช้สูตรคำนวณ ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ดังนี้ Best (1981)

คะแนนค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่ออิทธิพลทางสังคม อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนนค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่ออิทธิพลทางสังคม อยู่ในระดับเห็นด้วย

คะแนนค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่ออิทธิพลทางสังคม อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่ออิทธิพลทางสังคม อยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่ออิทธิพลทางสังคม อยู่ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน มี 5 ข้อคำถาม โดยประยุกต์ข้อคำถามมาจาก (พิมพ์พรรณ สุวรรณศิริศิลป์, 2559) (จักรพงษ์ สือประเสริฐสิทธิ์, 2554) (Adelyn Kuan Lai Kit et al., 2014) และ (Jelena Miadinovic and Hong Xiang, 2016)

โดยเป็นแบบสอบถามแบบ Likert's scale ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคหรือมาตราช่วง (Interval scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย
- 3 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การคำนวณให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยใช้สูตรคำนวณ ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ดังนี้ Best (1981)

คะแนนค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนนค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน อยู่ในระดับเห็นด้วย

คะแนนค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน อยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน อยู่ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

5) ด้านแรงจูงใจด้านความชอบ มี 5 ข้อคำถาม โดยประยุกต์ข้อคำถามมาจาก (Adelyn Kuan Lai Kit et al., 2014) และ (Jelena Miadinovic and Hong Xiang, 2016)

โดยเป็นแบบสอบถามแบบ Likert's scale ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคหรือมาตราช่วง (Interval scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย
- 3 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การคำนวณให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยใช้สูตรคำนวณ ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ดังนี้ Best (1981)

คะแนนค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจด้านความชอบ อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนนค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจด้านความชอบ อยู่ในระดับเห็นด้วย

คะแนนค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจด้านความชอบ อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจด้านความชอบ อยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจด้านความชอบ อยู่ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

6) ด้านมูลค่าราคา มี 4 ข้อคำถาม โดยประยุกต์ข้อคำถามมาจาก (Adelyn Kuan Lai Kit et al., 2014) และ (Jelena Miadinovic and Hong Xiang, 2016)

โดยเป็นแบบสอบถามแบบ Likert's scale ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันดับภาคหรือมาตราช่วง (Interval scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย
- 3 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การคำนวณให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยใช้สูตรคำนวณ ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{อันดับภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ดังนี้ Best (1981)

คะแนนค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อมูลค่าราคา อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนนค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อมูลค่าราคา อยู่ในระดับเห็นด้วย

คะแนนค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อมูลค่าราคา อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อมูลค่าราคา อยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อมูลค่าราคา อยู่ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

7) ด้านความเคยชิน มี 5 ข้อคำถาม โดยประยุกต์ข้อคำถามมาจาก (พิมพ์พรรณ สุวรรณศิริศิลป์, 2559) และ (Adelyn Kuan Lai Kit et al., 2014)

โดยเป็นแบบสอบถามแบบ Likert's scale ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันดับภาคหรือมาตราช่วง (Interval scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย
- 3 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การคำนวณให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยใช้สูตรคำนวณ ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{อันดับภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ ดังนี้ Best (1981)

คะแนนค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อความเคยชินอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนนค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อความเคยชินอยู่ในระดับเห็นด้วย

คะแนนค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อความเคยชินอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อความเคยชินอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อความเคยชินอยู่ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

8) ด้านคุณภาพของข้อมูล มี 5 ข้อคำถาม โดยประยุกต์ข้อคำถามมาจาก ญัฐชยา รักประกอบกิจ (2558); ศุภสิรา คุณรัตน์ (2561); เตชะพิทย์ ผลวงษ์ (2558)

โดยเป็นแบบสอบถามแบบ Likert's scale ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคหรือมาตราช่วง (Interval scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย

3 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย

1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การคำนวณให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยใช้สูตรคำนวณ ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ดังนี้ Best (1981)

คะแนนค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพของข้อมูล อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนนค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพของข้อมูล อยู่ในระดับเห็นด้วย

คะแนนค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพของข้อมูล อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพของข้อมูล อยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพของข้อมูล อยู่ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

9) คุณภาพของระบบมี 5 ข้อคำถาม โดยประยุกต์ข้อคำถามมาจาก ฐัฐชา รักประกอบกิจ (2558); ศุภสิรา คุณรัตน์ (2561); ญาณิศา พลอยชุม (2557)

โดยเป็นแบบสอบถามแบบ Likert's scale ซึ่งเป็น ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันดับภาคหรือมาตราช่วง (Interval scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย

3 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย

1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การคำนวณให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยใช้สูตรคำนวณ ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{อันดับภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ดังนี้ Best (1981)

คะแนนค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพของระบบอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนนค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพของระบบอยู่ในระดับเห็นด้วย

คะแนนค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพของระบบอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพของระบบอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพของระบบอยู่ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

10) คุณภาพการบริการมี 4 ข้อคำถาม โดยประยุกต์ข้อคำถามมาจาก ปพน เลิศชาคร (2559); สุรติ กอบการุณ (2557); ศุภสิรา คุณรัตน์ (2561)

โดยเป็นแบบสอบถามแบบ Likert's scale ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันดับหรือมาตราช่วง (Interval scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย
- 3 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การคำนวณให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยใช้สูตรคำนวณ ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{อันดับค่าเฉลี่ย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ดังนี้ Best (1981)

คะแนนค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนนค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการอยู่ในระดับเห็นด้วย

คะแนนค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการอยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการอยู่ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยที่ใช้คำถามแบบปลายปิด (Close-ended question) บัณฑิตด้านความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ประกอบด้วย 6 ข้อคำถาม โดยประยุกต์ข้อคำถามมาจาก (จักรพงษ์ สือประเสริฐสิทธิ์, 2554) และ (Jelena Miadinovic and Hong Xiang, 2016) เป็นแบบสอบถามแบบ Likert's scale ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคหรือมาตราช่วง (Interval scale) มี 5 ระดับดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย
- 3 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การคำนวณให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยใช้สูตรคำนวณ ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของ ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ดังนี้ Best (1981)

คะแนนค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนนค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ อยู่ในระดับเห็นด้วย

คะแนนค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ อยู่ในระดับไม่เห็นด้วย

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ อยู่ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเป็นแบบผสมผสาน (Mixed-Methods Research) ที่ใช้ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ มีแหล่งข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยศึกษาจากการตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่ใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 480 คน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ใช้ประกอบการทำวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4. การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การจัดกระทำข้อมูล

เมื่อได้บอกสอบถามคืนกลับมาแล้ว ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการต่อไปนี้

- การตรวจแก้ไขข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดมาตรวจแก้ความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อคัดแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
- การลงรหัส (Coding) ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามฉบับที่มีความถูกต้องและสมบูรณ์เรียบร้อยแล้ว มาลงรหัสตามที่กำหนดรหัสไว้ในแต่ละส่วนของแบบสอบถาม
- การลงข้อมูล (Data Entry) นำแบบสอบถามที่ลงรหัสเรียบร้อยแล้ว มาบันทึกลงในคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป
- การตรวจสอบข้อมูล (Data Cleaning) นำข้อมูลทั้งหมดที่บันทึกลงในคอมพิวเตอร์มาตรวจสอบรายข้อ เพื่อแก้ไขความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการลงข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ถูกต้องสมบูรณ์แล้วไปประมวลผล (Data Processing) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่

- ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ จากแบบสอบถามส่วนที่ 1 นำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และแสดงผลเป็นร้อยละ (Percentage)

- ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ จากแบบสอบถามส่วนที่ 2 นำมาหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ได้แก่

- การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 คือ ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน การวิเคราะห์โดยใช้สถิติ One-way ANOVA ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่มากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ และใช้การวิเคราะห์โดยใช้สถิติ t-test (Independent t-test) เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน ได้แก่ เพศ

- การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 คือ ความคาดหวังประสิทธิภาพมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่าสถิติการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

- การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 คือ ความคาดหวังในความพยายามมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่าสถิติการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

- การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 คือ อิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่าสถิติการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

- การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5 คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่ม

เจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่าสถิติการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

- การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 6 คือ แรงจูงใจด้านความชอบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่าสถิติการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

- การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 7 คือ มูลค่าราคามีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่าสถิติการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

- การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 8 คือ ความเคยชินมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่าสถิติการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

- การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 9 คือ คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่าสถิติการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

- การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 10 คือ คุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่าสถิติการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

- การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 11 คือ คุณภาพของการบริการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่าสถิติการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เป็นการอธิบายลักษณะข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลกลุ่มตัวอย่างในแบบสอบถามตอนที่ 1 โดยใช้สูตรดังนี้ (อภินันท์ จันตานี, 2538: 75 อ้างถึงใน อัมพรศรี ม่วงคง, 2552: 90)

$$P = \frac{f(100)}{n}$$

เมื่อ	P	แทน ค่าร้อยละ (Percentage)
	f	แทน ค่าความถี่ที่ต้องการแปลงเป็นร้อยละ
	n	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลกลุ่มตัวอย่างในแบบสอบถามส่วนที่ 1 ซึ่งเป็นค่ากลางที่นิยมใช้กันมากที่สุดใช้ได้กับข้อมูลสเกลแบบช่วงและสเกลอัตราส่วน ถ้ากำหนดให้ X_i = ค่าข้อมูลของหน่วยที่ 1 (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2558: 47-48)

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

เมื่อ	$\bar{X}$	แทน ค่าเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	n	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลกลุ่มตัวอย่างในแบบสอบถามส่วนที่ 2 โดยใช้สูตรดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541:165 อ้างถึงใน อัมพรศรี ม่วงคง. 2552: 91)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n\sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	$\sum x^2$	แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$(\sum x)^2$	แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	n	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติสำหรับการวิเคราะห์คุณภาพแบบสอบถาม ใช้การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (α - Coefficient) ของครอนบัค

(Cronbach) โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 449 อ้างถึงใน อัปษรศรี ม่วงคง. 2552: 91)

$$\alpha = \frac{k \overline{covariance} / \overline{variance}}{1 + (k-1) \overline{covariance} / \overline{variance}}$$

เมื่อ α	แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
k	แทน จำนวนคำถาม
$\overline{covariance}$	แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนระหว่างคำถามต่างๆ
$\overline{variance}$	แทน ค่าเฉลี่ยของค่าความแปรปรวนของคำถาม

3. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานต่างๆ ได้แก่

3.1 Independent t-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สูตร ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2558:107-109)

กรณีค่าความแปรปรวนของประชากรเท่ากัน $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{S_p \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

สถิติทดสอบ t มีองศาอิสระ $n_1 + n_2 - 2$

โดยที่ $\bar{X}_i$ = ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ i ; $i=1,2$

S_p = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวอย่างรวมจากตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม

n_i = ขนาดตัวอย่างของกลุ่มที่ i

กรณีที่ค่าความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน $\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

โดยสถิติทดสอบ t มีองศาอิสระ = v

$$v = \frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{\frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} \right]^2}{n_1 - 1} + \frac{\left[\frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{n_2 - 1}}$$

3.2 One-way Analysis of Variance เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ แบ่งออกเป็น

- F-Test สำหรับกรณีความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน โดยใช้สูตร ดังนี้ (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2543: 312-313 อ้างถึงใน อัมพรศรี ม่วงคง. 2552: 93)

$$F = \frac{MS(h)}{MS(w)}$$

เมื่อ F แทน ค่าการแจกแจงที่ใช้พิจารณาใน F-distribution

$MS(h)$ แทน ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

$MS(w)$ แทน ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

โดยที่ df แทน ชั้นของความเป็นอิสระระหว่างกลุ่ม (k-1)
ภายในกลุ่ม (n-k)

เมื่อ k แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

n แทน ขนาดของสมาชิกทั้งหมด

กรณีผลการทดสอบพบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ต้องทำการตรวจสอบความแตกต่างรายคู่ เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หรือ ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) (กัลยา วาณิชยปัญญา . 2545: 332-333 อ้างถึงใน อัมพรศรี ม่วงคง. 2552: 94)

$$LSD = t_{1-\alpha/2, n-k} \sqrt{MSE \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

โดยที่ $n_i \neq n_j$ และ $n = n - k$

เมื่อ LSD แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับกลุ่มตัวอย่าง
กลุ่มที่ i และ j

$t_{1-\alpha/2, n-k}$ แทน ค่าที่ใช้พิจารณาแจกแจงแบบ t-Test ที่ระดับความ
เชื่อมั่น 95% และชั้นของความน่าจะเป็นอิสระภายในกลุ่ม

MSE แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม

n_i แทน จำนวนของกลุ่ม i

n_j แทน จำนวนของกลุ่ม j

- Brown-Forsythe สำหรับกรณีความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

โดยใช้สูตร ดังนี้

$$MS_{w'} = \frac{\sum (1 - \frac{n_i}{N}) s_i^2}{k - 1}$$

เมื่อ $MS_{w'}$ แทน ค่าการแจกแจงที่ใช้พิจารณาใน Brown-Forsythe

k แทน จำนวนกลุ่มของตัวอย่าง

n_i แทน จำนวนตัวอย่างของกลุ่ม i

N แทน ขนาดของประชากร

s_i^2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ i

กรณีผลการทดสอบพบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ต้องทำการ
ตรวจสอบรายคู่ เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หรือ ระดับ
ความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Dunnett's T3 (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 332-333 อ้าง
ถึงใน อัปษรศรี ม่วงคง. 2552: 94)

$$t = \frac{\bar{x}_i - \bar{x}_j}{MS_{(w)} \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

เมื่อ	t	แทน ค่าการแจกแจงที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	$MS_{(w)}$	แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square within group) สำหรับ Brown-Forsythe
	$\bar{x}_i$	แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ i
	$\bar{x}_j$	แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ j
	n_i	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ i
	n_j	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ j

3.3 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) จากสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (Y) และตัวแปรอิสระ (X) ของประชากรจะเห็นว่า กลุ่มตัวแปรอิสระ ($\alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k$) สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงค่าของตัวแปรตามได้ส่วนหนึ่ง ในส่วนของการเปลี่ยนแปลงที่ไม่สามารถอธิบายได้นี้ เรียกว่า ค่าความคาดเคลื่อนในการพยากรณ์ (Error : ε) การวิเคราะห์เชิงถดถอยแบบพหุคูณจะเป็น การพยากรณ์หาค่าสัมประสิทธิ์ α และ β_1 จากค่าสถิติ a และ b ที่ได้จากการคำนวณโดยกลุ่มตัวอย่าง โดยหลักการวิเคราะห์ คือ ค่าสัมประสิทธิ์ที่คำนวณได้จะต้องเป็นค่าสัมประสิทธิ์ที่ทำให้สมการดังกล่าวมีค่าความคาดเคลื่อนกำลังสองรวมกันน้อยที่สุด (Ordinary Least Square : OLS)

สมการถดถอยเชิงพหุคูณของประชากร

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + \varepsilon$$

สมการถดถอยเชิงพหุคูณของกลุ่มตัวอย่าง

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_k X_k$$

โดยที่ X คือ ตัวแปรอิสระ

Y คือ ตัวแปรตาม

K คือ จำนวนตัวแปรอิสระ

เมื่อ α และ a เป็นจุดตัดแกน Y ของสมการถดถอย หรือ ค่าของ Y เมื่อให้ตัวแปร อิสระทั้งหมดมีค่าเท่ากับศูนย์

ส่วน β และ b เป็นสัมประสิทธิ์ถดถอย (Partial regression coefficient) ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว ซึ่งหมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม (Y) เมื่อตัวแปรอิสระนั้นเปลี่ยนไป 1 หน่วย โดยตัวแปรอิสระตัวอื่นมีค่าคงที่

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์ a และ b สามารถคำนวณได้จากสูตรดังนี้

$$a = Y - b_1X_1 - b_2X_2 - \dots - b_kX_k$$

$$b_i = \frac{\sum X_i Y_i - \sum X_i \sum Y_i}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

การวิเคราะห์เชิงถดถอยเชิงพหุคูณมีเงื่อนไขที่สำคัญ คือ

1. ความผิดพลาด (error) ต้องเป็นตัวแปรสุ่ม และมีการแจกแจงแบบโค้งปกติ
2. ความแปรปรวนของตัวแปรตาม (Y) ในทุกค่าของตัวแปรอิสระ (X) จะต้องเท่ากัน
3. ค่าความผิดพลาดของตัวแปรตาม (Y) แต่ละค่าเป็นอิสระกัน
4. ตัวแปรอิสระที่นำมาวิเคราะห์จะต้องเป็นอิสระกัน

6. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการวิจัยที่ผู้วิจัยทำการศึกษาเพื่อนำข้อมูลมายืนยันการตรวจสอบผลการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกแก่ผู้ให้ข้อมูล และนำผลการสัมภาษณ์มาสังเคราะห์เนื้อหา เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไปนี้ โดยขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 พัฒนาแบบสัมภาษณ์ตามกรอบแนวคิด โดยการออกแบบการสัมภาษณ์เป็นแบบเปิดกว้างกึ่งโครงสร้าง (semi structure interview)

ขั้นที่ 2 กำหนดผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย ผู้บริหารในองค์การธุรกิจที่ประกอบธุรกิจ Ride-hailing คณาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการตลาดและธุรกิจดิจิทัล และผู้ขับซีรคจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะเข้าร่วมระบบแอปพลิเคชัน Ride-hailing รวมทั้งสิ้น 6 ท่าน ซึ่งสอดคล้องกับ Jill Collis and Roger Hussey (2009) ที่ได้นำเสนอว่าการสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ควรสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลจำนวนไม่น้อยกว่า 5 ราย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสม โดยแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

- 1) ผู้บริหารในองค์การธุรกิจที่ประกอบธุรกิจ Ride-hailing ที่มีประสบการณ์ทำงาน 3 ปีขึ้นไปในธุรกิจ Ride-hailing จำนวน 2 ท่าน

2) คณาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการตลาดและธุรกิจดิจิทัล ซึ่งมีงานวิจัยหรือสนใจเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน จำนวน 2 ท่าน

3) ผู้ขับขีรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะที่เข้าร่วมระบบแอปพลิเคชัน Ride-hailing ที่มีอายุงาน 1 ปีขึ้นไป จำนวน 2 ท่าน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) โดยประเด็นการสัมภาษณ์ตรงตามประเด็นของคำถามในการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 คำถามที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย ตามสมมติฐานการวิจัย

ขั้นที่ 3 จัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์ โดยจะจัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขออนุญาตเข้าสัมภาษณ์ พร้อมทั้งแนบประเด็นที่จะขอสัมภาษณ์ และตารางเวลาที่ได้ทำการนัดหมาย โดยได้ขออนุญาตทำการบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล ถ้าผู้ให้สัมภาษณ์ไม่อนุญาตให้บันทึกเสียงก็จะเปลี่ยนเป็นวิธีการจดบันทึก เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์หรือการจดบันทึกมาประมวลความคิดเห็น

ขั้นที่ 4 สรุปผลการศึกษาจากการวิจัยเชิงคุณภาพ

7. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 6 ตัวอย่าง ซึ่งต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ Ride-hailing อีกทั้งยังมีความเชี่ยวชาญด้านการตลาดและธุรกิจดิจิทัล ตลอดจนต้องมีความใกล้ชิดกับผู้ให้บริการ ประกอบด้วยผู้บริหารในองค์การธุรกิจที่ประกอบธุรกิจ Ride-hailing, คณาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการตลาดและธุรกิจดิจิทัล และผู้ขับขีรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะเข้าร่วมระบบแอปพลิเคชัน Ride-hailing ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ถึง เมษายน พ.ศ. 2564

8. การสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ใช้การสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยจะทำการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคลด้วยตนเอง และจะใช้วิธีการบันทึกเสียงระหว่างสัมภาษณ์ หากผู้ให้สัมภาษณ์ไม่อนุญาตให้บันทึกเสียงจะเปลี่ยนเป็นวิธีการจดบันทึก เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์หรือการจดบันทึกมาประมวลความคิดเห็น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ และผู้วิจัยจะได้นำเสนอการสังเคราะห์ข้อมูลในประเด็นต่าง ๆ ในลักษณะการ

พรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytical Description) และจะเลือกนำเสนอข้อมูลเฉพาะเรื่องที่ทำการศึกษาเท่านั้น ซึ่งในส่วนของการอภิปรายผลหลังจากการวิจัย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณในลำดับถัดไป



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษา “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 480 คน และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการสื่อสารความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
SD	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
Prob.(p)	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกลำดับความสำคัญทางสถิติ
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ (degree of freedom)
SS	แทน	ผลรวมของกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลรวมกำลังสอง (Means of Squares)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
B	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Unstandaraized)
β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Standaraized)
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน	ค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วนตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน ฯ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐาน จำนวน 11 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ความคาดหวังประสิทธิภาพมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 3 ความคาดหวังในความพยายามมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 4 อิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 5 สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 6 แรงจูงใจด้านความชอบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 7 มูลค่าราคามีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 8 ความเคยชินมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 9 คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 10 คุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 11 คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ โดยการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของความถี่และร้อยละ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามเพศ

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	155	32.29
หญิง	325	67.71
รวม	480	100.00

จากตาราง 3 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ที่ใช้เป็นตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ 480 คน จำแนกตามเพศ พบว่าผู้ให้บริการในกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ส่วน

ใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 325 คน คิดเป็นร้อยละ 67.71 รองลงมา คือ เพศชาย มีจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 32.29

ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามอายุ

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
อายุ		
20-24 ปี	181	37.71
25-29 ปี	191	39.79
30-34 ปี	70	14.58
35-39 ปี	38	7.92
รวม	480	100.00

จากตาราง 4 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ที่ใช้เป็นตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ 480 คน จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ใช้บริการในกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ส่วนใหญ่อายุ 25-29 ปี จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 39.79 รองลงมา คือ อายุ 20-24 ปี จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 37.71 อายุ 30-34 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 14.58 และอายุ 35-39 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 7.92 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
น้อยกว่าปริญญาตรี	117	24.37
ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	297	61.88
สูงกว่าปริญญาตรี	66	13.75
รวม	480	100.00

จากตาราง 5 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ที่ใช้เป็นตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ 480 คน จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ใช้บริการในกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 297 คน คิดเป็นร้อยละ 61.88 รองลงมา คือ น้อยกว่าปริญญาตรี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 24.37 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	130	27.08
10,001-20,000 บาท	203	42.29
20,001-30,000 บาท	122	25.42
30,001 บาทขึ้นไป	25	5.21
รวม	480	100.00

จากตาราง 6 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ที่ใช้เป็นตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ 480 คน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ใช้บริการในกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 42.29 รองลงมา คือ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 27.08 รายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 25.42 และรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 5.21 ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตามอาชีพ

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
อาชีพ		
นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	161	33.54
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	66	13.75
พนักงานเอกชน	221	46.04
ธุรกิจส่วนตัว	25	5.21
พอบ้าน/ แม่บ้าน	7	1.46
รวม	480	100.00

จากตาราง 7 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ที่ใช้เป็นตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ 480 คน จำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ใช้บริการในกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 46.04 รองลงมา คือ นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 33.54 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 5.21 และพอบ้าน/ แม่บ้าน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.46 ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลเกี่ยวกับการ ใช้/เคยใช้ แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
Grab	437	61.72
GET	165	23.31
Gobike	80	11.30
อื่น ๆ	26	3.67
รวม	708	100

จากตาราง 8 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการ ใช้/เคยใช้ แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่ ใช้/เคยใช้ แอปพลิเคชัน Grab จำนวน 437 คน คิดเป็นร้อยละ 61.72 รองลงมา เป็นแอปพลิเคชัน GET จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 23.31 และแอปพลิเคชัน Gobike จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 ตามลำดับ โดย แอปพลิเคชันอื่น ๆ ได้แก่ Foodpanda, Lalamove และ LINE MAN

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ

ในการศึกษาส่วนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ความคาดหวังประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) แรงจูงใจด้านความชอบ (Hedonic Motivation) มูลค่าราคา (Price Value) ความเคยชิน (Habit) คุณภาพของข้อมูล (Information quality) คุณภาพของระบบ (System quality) และคุณภาพการบริการ (Service quality) โดยข้อมูลส่วนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของกลุ่มตัวอย่างซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตาม ความคาดหวังประสิทธิภาพ

ความคาดหวังประสิทธิภาพ	$\bar{x}$	SD	ระดับ ความคิดเห็น
แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ.....			
1. ช่วยให้ท่านเดินทางสะดวกสบายมากขึ้น	4.45	.54	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. มีรถเข้าร่วมจำนวนมาก	4.45	.64	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. ไวต่อการตอบสนองในการเรียกใช้บริการ	4.55	.61	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. รับ-ส่งสินค้าได้สะดวก	4.59	.58	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม	4.54	.48	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตาราง 9 พบว่า เมื่อพิจารณาในภาพรวมของระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการกลุ่ม เจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับความคาดหวังประสิทธิภาพในการใช้งานใน ภาพรวม มีระดับความคิดเห็นกับความคาดหวังประสิทธิภาพในการใช้งาน อยู่ในระดับเห็นด้วย อย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .48 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคาดหวังประสิทธิภาพในการใช้งาน ในเรื่อง แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะรับ-ส่งสินค้าได้สะดวก จะทำให้ผู้ตอบ แบบสอบถามมีความคิดเห็นกับความคาดหวังประสิทธิภาพอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .58 หมายความว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน รองลงมา คือ ความคาดหวังประสิทธิภาพในการใช้ งาน ในเรื่องแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะไว้ต่อการตอบสนองในการเรียกใช้ บริการ จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับความคาดหวังประสิทธิภาพอยู่ในระดับเห็น ด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.55 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .61 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ลำดับที่ 3 คือ ความคาดหวัง ประสิทธิภาพในการใช้งาน ในเรื่องแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะช่วยให้ท่าน เดินทางสะดวกสบายมากขึ้น และมีรถเข้าร่วมจำนวนมาก จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความ คิดเห็นกับความคาดหวังประสิทธิภาพอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และ มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .54 และ .64 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 ข้อ มี ความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตาม ความคาดหวังในความพยายาม

ความคาดหวังในความพยายาม	$\bar{X}$	SD	ระดับ ความคิดเห็น
ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้าง สาธารณะทำให้ท่าน....			
1. ใช้งานได้ง่าย	4.66	.57	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. ดาวน์โหลดและติดตั้งได้ง่าย	4.57	.58	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. ลงทะเบียนใช้บริการแอปพลิเคชัน ฯ ด้วยตนเองได้	4.53	.63	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. ใช้งานแอปพลิเคชัน ฯ ได้อย่างถูกต้อง	4.50	.61	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5. ใช้ได้อย่างคล่องแคล่วจากการทดลองใช้งาน ไม่เกิน 5 ครั้ง	4.34	.78	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
6. จดจำวิธีใช้งานแอปพลิเคชันได้เป็นอย่างดี	4.51	.62	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม	4.52	.51	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตาราง 10 พบว่า เมื่อพิจารณาในภาพรวมของระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ กลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับความคาดหวังในความพยายามใช้งานในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นกับความคาดหวังในความพยายามในการใช้งาน อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .51 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความคาดหวังในความพยายามใช้งาน ในเรื่องผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ทำให้ตนเองใช้งานได้ง่าย จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับความคาดหวังในความพยายามใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .57 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน รองลงมา คือ ความคาดหวังในความพยายามใช้งาน ในเรื่อง ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ทำให้ตนเองดาวน์โหลดและติดตั้งได้ง่าย จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับความคาดหวังในความพยายามใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .58 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่

สอดคล้องกัน ลำดับที่ 3 คือ ความคาดหวังในความพยายามใช้งาน ในเรื่องผู้ตอบแบบสอบถาม คิดว่าแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ทำให้ตนเองลงทะเบียนใช้บริการ แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ด้วยตนเองได้ จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับความคาดหวังในความพยายามใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .63 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ลำดับที่ 4 คือ ความคาดหวังในความพยายามใช้งาน ในเรื่องผู้กรอกแบบสอบถามคิดว่าแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ทำให้ตนเองจดจำวิธีใช้งาน แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะได้เป็นอย่างดี จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับความคาดหวังในความพยายามใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .62 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ลำดับที่ 5 คือ ความคาดหวังในความพยายามใช้งาน ในเรื่องผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ทำให้ตนเองใช้งาน แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะได้อย่างถูกต้อง จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับความคาดหวังในความพยายามใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .61 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน และลำดับที่ 6 คือ ความคาดหวังในความพยายามใช้งาน ในเรื่องผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ทำให้ตนเองใช้ได้ อย่างคล่องแคล่ว จากการทดลองใช้งานไม่เกิน 5 ครั้ง จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับความคาดหวังในความพยายามใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .78 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตาม อิทธิพลทางสังคม

อิทธิพลทางสังคม	$\bar{X}$	SD	ระดับ ความคิดเห็น
ท่านจะใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้าง สาธารณะก็ต่อเมื่อ.....			
1. แอปพลิเคชันนั้นมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก	4.46	.63	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. ญาติพี่น้องแนะนำให้ท่านใช้	3.80	1.15	เห็นด้วย
3. เพื่อนแนะนำให้ท่านใช้	4.10	.91	เห็นด้วย
4. บุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นส่วนกระตุ้นให้ท่านใช้	3.59	1.26	เห็นด้วย
รวม	3.99	.82	เห็นด้วย

จากตาราง 11 พบว่า เมื่อพิจารณาในภาพรวมของระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ กลุ่มเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคมในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นกับอิทธิพลทางสังคม อยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .82หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อิทธิพลทางสังคม ในเรื่อง ผู้ตอบแบบสอบถามจะใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะก็ต่อเมื่อแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะนั้นมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับอิทธิพลทางสังคมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งโดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.46 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .63 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน รองลงมา คือ อิทธิพลทางสังคม ในเรื่อง ผู้ตอบแบบสอบถามจะใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะก็ต่อเมื่อเพื่อนแนะนำให้ท่านใช้ จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับอิทธิพลทางสังคมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .91 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ลำดับที่ 3 คือ อิทธิพลทางสังคม ในเรื่องผู้ตอบแบบสอบถามจะใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะก็ต่อเมื่อญาติพี่น้องแนะนำให้ท่านใช้ จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับอิทธิพลทางสังคมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 1.15 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่ไม่สอดคล้องกัน และลำดับ

ที่ 4 คือ อิทธิพลทางสังคม ในเรื่องผู้ตอบแบบสอบถามจะใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะก็ต่อเมื่อบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นส่วนกระตุ้นให้ท่านใช้ จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับอิทธิพลทางสังคมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 1.26 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่ไม่สอดคล้องกัน ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตาม สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน

สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	$\bar{x}$	SD	ระดับ ความคิดเห็น
1. ท่านสามารถติดต่อสอบถามผู้ให้บริการได้เมื่อพบปัญหา	3.88	1.03	เห็นด้วย
2. มีคู่มือวิธีใช้งานอย่างชัดเจน เข้าใจง่าย	4.38	.69	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. สามารถรองรับการใช้งานในอุปกรณ์ที่ท่านใช้งานอยู่	4.56	1.83	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. สามารถชำระเงินได้หลายช่องทาง	4.50	.62	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5. มีบริการส่งสินค้าถึงที่ (ห้อง)	4.31	.75	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม	4.33	.63	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตาราง 12 พบว่า เมื่อพิจารณาในภาพรวมของระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นกับสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .63 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ในเรื่องสามารถรองรับการใช้งานในอุปกรณ์ที่ท่านใช้งานอยู่ จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 1.83 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่ไม่สอดคล้องกัน รองลงมา คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ในเรื่อง สามารถชำระเงินได้หลายช่องทาง จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน

อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .62 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ลำดับที่ 3 คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ในเรื่องมีคู่มือวิธีใช้งานอย่างชัดเจน เข้าใจง่าย จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .69 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ลำดับที่ 4 คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานในเรื่องมีบริการส่งสินค้าถึงที่ (ห้อง) จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .75 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน และลำดับที่ 5 คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ในเรื่องผู้ตอบแบบสอบถามสามารถติดต่อสอบถามผู้ให้บริการได้เมื่อพบปัญหา จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 1.03 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่ไม่สอดคล้องกัน ตามลำดับ

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตาม แรงจูงใจด้านความชอบ

แรงจูงใจด้านความชอบ	$\bar{x}$	SD	ระดับ ความคิดเห็น
1. ท่านมีความสุขในการแชร์สถานที่ที่ท่านอยู่ผ่านแอปพลิเคชันให้กับผู้อื่นทราบ	3.88	1.05	เห็นด้วย
2. ท่านชอบเดินทางโดยใช้รถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ	3.97	.98	เห็นด้วย
3. ท่านชอบใช้แอปพลิเคชัน ๗ มากกว่าการรอเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ	3.93	.90	เห็นด้วย
4. ท่านชอบใช้บริการสั่งอาหารแบบ Delivery	4.43	.66	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5. ท่านสนุกกับการใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ	3.91	.93	เห็นด้วย
รวม	4.02	.63	เห็นด้วย

จากตาราง 13 พบว่า เมื่อพิจารณาในภาพรวมของระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการกลุ่ม เจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับแรงจูงใจด้านความชอบในการใช้งานในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นกับแรงจูงใจด้านความชอบในการใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .63 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า แรงจูงใจด้านความชอบในการใช้งาน ในเรื่องผู้ตอบแบบสอบถามชอบใช้บริการสั่งอาหารแบบ Delivery จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับแรงจูงใจด้านความชอบในการใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .66 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน รองลงมา คือ แรงจูงใจด้านความชอบในการใช้งาน ในเรื่อง ผู้ตอบแบบสอบถามชอบเดินทางโดยใช้รถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับแรงจูงใจด้านความชอบในการใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .98 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ลำดับที่ 3 คือ แรงจูงใจด้านความชอบในการใช้งาน ในเรื่อง ผู้ตอบแบบสอบถามชอบใช้แอปพลิเคชัน ๙ มากกว่าการรอเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับแรงจูงใจด้านความชอบในการใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .90 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ลำดับที่ 4 คือ แรงจูงใจด้านความชอบในการใช้งาน ในเรื่อง ผู้ตอบแบบสอบถามสนุกกับการใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับแรงจูงใจด้านความชอบในการใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .93 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน และลำดับที่ 5 คือ แรงจูงใจด้านความชอบในการใช้งาน ในเรื่อง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสุขในการแชตสถานที่ที่ทานอยู่ผ่านแอปพลิเคชันให้กับผู้อื่นทราบ จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับแรงจูงใจด้านความชอบในการใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 1.05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่ไม่สอดคล้องกันตามลำดับ

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตาม มูลค่าราคา

มูลค่าราคา	$\bar{x}$	SD	ระดับ ความคิดเห็น
1. ค่าบริการมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับบริการที่ได้จากการใช้แอปพลิเคชันฯ	3.98	.82	เห็นด้วย
2. ท่านยินดีจ่ายค่าบริการที่มากกว่าเพื่อแลกกับความสะดวกสบาย	4.20	.76	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. ค่าบริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะมีความสมเหตุสมผล	3.98	.87	เห็นด้วย
4. แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะมีความคุ้มค่า	4.01	.80	เห็นด้วย
รวม	4.04	.62	เห็นด้วย

จากตาราง 14 พบว่า เมื่อพิจารณาในภาพรวมของระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับมูลค่าราคาในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นกับมูลค่าราคาอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .63 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มูลค่าราคา ในเรื่อง ผู้ตอบแบบสอบถามยินดีจ่ายค่าบริการที่มากกว่าเพื่อแลกกับความสะดวกสบาย จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับมูลค่าราคาในการใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .76 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน รองลงมา คือ มูลค่าราคา ในเรื่อง แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะมีความคุ้มค่า จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับมูลค่าราคาในการใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .80 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ลำดับที่ 3 มูลค่าราคา ในเรื่อง ค่าบริการมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับบริการที่ได้จากการใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ และค่าบริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะมีความสมเหตุสมผล จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับมูลค่าราคาในการใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

4.01 และ 3.98 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .80 และ .87 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 2 ข้อ มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ตามลำดับ

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตาม ความเคยชิน

ความเคยชิน	$\bar{x}$	SD	ระดับ ความคิดเห็น
1. ท่านสามารถหาแอปพลิเคชันในมือถือได้ภายในไม่กี่วินาที	4.49	.61	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. ท่านจะใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะทุกครั้งที่ต้องการเดินทาง	3.61	.96	เห็นด้วย
3. ท่านจะใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะทุกครั้งที่ต้องการสั่งอาหาร	4.29	.71	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. ท่านจะใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะทุกครั้งที่ต้องการส่งสินค้า/ส่งของ	3.75	1.00	เห็นด้วย
5. การใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะกลายเป็นเรื่องธรรมดาของท่านไปแล้ว	4.42	1.96	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม	4.11	.67	เห็นด้วย

จากตาราง 15 พบว่า เมื่อพิจารณาในภาพรวมของระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับความเคยชินในการใช้งานในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นกับความเคยชินในการใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .67 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความเคยชินในการใช้งาน ในเรื่อง ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถหาแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะในมือถือได้ภายในไม่กี่วินาที จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับความเคยชินในการใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .61 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน รองลงมา คือ ความเคยชินในการใช้งาน ในเรื่อง การ

ใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะกลายเป็นเรื่องธรรมดาของตนเองไปแล้ว จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับความเคยชินในการใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 1.96 หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่ไม่สอดคล้องกัน ลำดับที่ 3 ความเคยชินในการใช้งาน ในเรื่องผู้ตอบแบบสอบถามจะใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะทุกครั้งที่ต้องการสั่งอาหาร จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับความเคยชินในการใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .71 หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ลำดับที่ 4 ความเคยชินในการใช้งาน ในเรื่องผู้ตอบแบบสอบถามจะใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะทุกครั้งที่ต้องการส่งสินค้า/ส่งของ จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับความเคยชินในการใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 1.00 หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่ไม่สอดคล้องกัน และลำดับที่ 5 ความเคยชินในการใช้งาน ในเรื่องผู้ตอบแบบสอบถามจะใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะทุกครั้งที่ต้องการเดินทาง จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับความเคยชินในการใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .96 หมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ตามลำดับ

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตาม คุณภาพของข้อมูล

คุณภาพของข้อมูล	$\bar{x}$	SD	ระดับ ความคิดเห็น
ข้อมูลในแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้าง สาธารณะ....			
1. ใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่าย	4.53	.60	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. มีความชัดเจนไม่คลุมเครือ	4.50	.61	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. ตรงความเป็นจริง	4.47	.62	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. มีความเป็นปัจจุบันและทันสมัย เช่น โหลดขึ้นเพื่อระบุ ตำแหน่งในการจัดส่ง	4.58	.63	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม	4.52	.54	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตาราง 16 พบว่า เมื่อพิจารณาในภาพรวมของระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ กลุ่มเจเนอเรชันวายในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับคุณภาพของข้อมูลในการใช้งานในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นกับคุณภาพของข้อมูลในการใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .54 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า คุณภาพของข้อมูลในการใช้งาน ในเรื่อง ข้อมูลในแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะมีความเป็นปัจจุบันและทันสมัย เช่น โลกทัศน์เพื่อระบุตำแหน่งในการจัดส่ง จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับคุณภาพของข้อมูลในการใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .63 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน รองลงมา คือ คุณภาพของข้อมูลในการใช้งาน ในเรื่อง ข้อมูลในแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่าย จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับคุณภาพของข้อมูลในการใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .60 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ลำดับที่ 3 คุณภาพของข้อมูลในการใช้งาน ในเรื่อง ข้อมูลในแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะมีความชัดเจนไม่คลุมเครือ จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับคุณภาพของข้อมูลในการใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .61 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน และลำดับที่ 4 คุณภาพของข้อมูลในการใช้งาน ในเรื่อง ข้อมูลในแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะตรงความเป็นจริง จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับคุณภาพของข้อมูลในการใช้งานอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .62 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ตามลำดับ

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตาม คุณภาพของระบบ

คุณภาพของระบบ	$\bar{x}$	SD	ระดับ ความคิดเห็น
1. แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ มี การรักษาความเป็นส่วนตัว	4.17	.89	เห็นด้วย
2. สภาพของแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้าง สาธารณะ พร้อมใช้งานได้เสมอ	4.38	.68	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. ท่านไม่พบข้อผิดพลาดใดๆ เมื่อใช้งานแอปพลิเคชัน เรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ	4.19	.86	เห็นด้วย
4. ท่านสามารถใช้งานแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์ รับจ้างสาธารณะ ได้ทุกช่วงเวลาที่ต้องการ	4.44	.65	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5. ท่านสามารถใช้งานแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์ รับจ้างสาธารณะได้อย่างต่อเนื่องตลอดเวลาหลังจาก การเข้าสู่ระบบ	4.47	.63	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม	4.33	.64	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตาราง 17 พบว่า เมื่อพิจารณาในภาพรวมของระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับคุณภาพของระบบในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นกับคุณภาพของระบบอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .64 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า คุณภาพของระบบ ในเรื่อง ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถใช้งานแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ได้อย่างต่อเนื่องตลอดเวลาหลังจากการเข้าสู่ระบบ จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับคุณภาพของระบบอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .63 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน รองลงมา คือ คุณภาพของระบบ ในเรื่องผู้ตอบแบบสอบถามสามารถใช้งานแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ได้ทุกช่วงเวลาที่ต้องการ จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับคุณภาพของระบบอยู่ในระดับเห็นด้วย

อย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .65 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ลำดับที่ 3 คือ คุณภาพของระบบ ในเรื่อง สภาพของแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ พร้อมใช้งานได้เสมอ จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับคุณภาพของระบบอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .68 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ลำดับที่ 4 คือ คุณภาพของระบบ ในเรื่อง ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พบข้อผิดพลาดใดๆ เมื่อใช้งานแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับคุณภาพของระบบอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .86 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน และลำดับที่ 5 คือ คุณภาพของระบบ ในเรื่องแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ มีการรักษาความเป็นส่วนตัว จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับคุณภาพของระบบอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .89 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ตามลำดับ

ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตาม คุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ	$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. การส่งมอบสินค้าและบริการให้ตรงตามที่กำหนดไว้	4.18	.82	เห็นด้วย
2. แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ สามารถส่งมอบสินค้าและบริการได้ในระยะเวลาที่เหมาะสม	4.27	.69	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. มีช่องทางในการติดต่อขอความช่วยเหลือ กรณีที่เกิดปัญหาจากการใช้งานแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ	4.22	.87	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม	4.22	.65	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตาราง 18 พบว่า เมื่อพิจารณาในภาพรวมของระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ กลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับคุณภาพการบริการในภาพรวม มีระดับความ

คิดเห็นกับคุณภาพการบริการอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .65 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า คุณภาพการบริการ ในเรื่อง แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ สามารถส่งมอบสินค้าและบริการได้ในระยะเวลาที่เหมาะสม จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับคุณภาพการบริการอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .69 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน รองลงมา คือ คุณภาพการบริการ ในเรื่อง มีช่องทางในการติดต่อขอความช่วยเหลือ กรณีที่เกิดปัญหาจากการใช้งานแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับคุณภาพการบริการอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.22 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .87 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน และลำดับที่ 3 คุณภาพการบริการ ในเรื่องการส่งมอบสินค้าและบริการให้ตรงตามที่กำหนดไว้ ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับคุณภาพการบริการอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .82 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ

ในการศึกษาส่วนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยข้อมูลส่วนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายละเอียด ดังนี้

ตาราง 19 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ

ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน ฯ	$\bar{x}$	SD	ระดับ ความคิดเห็น
1. ท่านยินดีที่จะใช้งานแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะอย่างเต็มที่	4.31	.65	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. ท่านคาดว่าจะใช้ หรือใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะต่อไปในอนาคต	4.36	.66	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. ท่านมีความตั้งใจที่จะใช้ หรือใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะต่อไปในอนาคต	4.28	.72	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. ท่านวางแผนที่จะใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะอย่างต่อเนื่อง	4.23	.77	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5. ท่านจะพยายามใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะเสมอ	4.16	.82	เห็นด้วย
รวม	4.27	.61	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตาราง 19 พบว่า เมื่อพิจารณาในภาพรวมของระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะในภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .61 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ในเรื่อง ผู้ตอบแบบสอบถามคาดว่าจะใช้ หรือใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะต่อไปในอนาคต จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .66 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน รองลงมา คือ ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ในเรื่อง ผู้ตอบแบบสอบถามยินดีที่จะใช้งานแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้าง

สาธารณะอย่างเต็มใจ จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .65 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ลำดับที่ 3 คือ ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ในเรื่องผู้ตอบแบบสอบถามมีความตั้งใจที่จะใช้ หรือใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะต่อไปในอนาคต จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .72 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ลำดับที่ 4 คือ ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ในเรื่องผู้ตอบแบบสอบถามวางแผนที่จะใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะอย่างต่อเนื่อง จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .77 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน และลำดับที่ 5 คือ ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ในเรื่องผู้ตอบแบบสอบถามจะพยายามใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะเสมอ จะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .82 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐาน จำนวน 10 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อ 1.1 : ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 10 คุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

H_0 : คุณภาพของระบบ ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 : คุณภาพของระบบ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 11 คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

H_0 : คุณภาพการบริการ ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 : คุณภาพการบริการ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อ 1.1 : ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้ แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ไม่แตกต่างกัน

H_1 ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างประชากรสองกลุ่ม โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระจากกัน (Independent sample t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า .05

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ในขั้นแรกจะทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างความแปรปรวนของกลุ่มเพศทั้ง 2 กลุ่มโดยใช้สถิติ Levene's test ซึ่งจากผลการทดสอบพบว่าความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มไม่แตกต่างกัน (ค่า Sig. มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ .05) จะใช้วิธี

Equal Variances Assumed สำหรับผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของกลุ่มเพศทั้ง 2 กลุ่ม แต่หากผลการทดสอบพบว่าค่าความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มแตกต่างกัน (ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า .05) จะใช้วิธี Equal Variances not Assumed

ตาราง 20 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ

ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน ฯ	Levene's test for Equality of Variances	
	F	Sig.
ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ	1.835	.176

จากตาราง 20 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ โดยใช้ Levene's test พบว่า

ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .176 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 แสดงว่าความแปรปรวนของเพศทั้ง 2 กลุ่มไม่แตกต่างกัน จึงใช้วิธี t-test ในกรณี Equal Variances Assumed ดังตาราง 21

ตาราง 21 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน ฯ	เพศ	t-test for Equality of Means					
		N	$\bar{X}$	SD	t	df	Sig
ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ	ชาย	155	4.25	.567	-.456	478	.649
	หญิง	325	4.28	.643			

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติทดสอบ Independent sample t-test พบว่า ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .649 ซึ่งมีความมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อ 1.2 : ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ไม่แตกต่างกัน

H_1 ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ในขั้นแรกจะทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างความแปรปรวนของกลุ่มอายุโดยใช้สถิติ Levene Statistic ซึ่งหากผลการทดสอบพบว่ากลุ่มอายุมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกันทุกกลุ่ม (ค่า Sig. มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ .05) ก็จะใช้ค่าสถิติ F-test ในการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของ

กลุ่มอายุ แต่หากผลการทดสอบพบว่า กลุ่มอายุมีค่าความแปรปรวนแตกต่างกันอย่างน้อย 2 กลุ่ม (ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า .05) ก็จะใช้ค่าสถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของกลุ่มอายุ ซึ่งผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างความแปรปรวนของกลุ่มอายุ โดยใช้สถิติ Levene Statistic ดังตาราง 22

ตาราง 22 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม อายุ

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ	2.54	3	476	.055

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ โดยใช้ Levene's Statistic test พบว่า ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .055 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 ต้องทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F-test ดังตาราง 23

ตาราง 23 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ โดยใช้ F-test

ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน ฯ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ	ระหว่างกลุ่ม	4.19	3	1.39	3.697	.012
	ภายในกลุ่ม	179.88	476	.378		

จากตาราง 23 ผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ พบว่า ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .012 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และนำไปทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยวิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ดังตาราง 24

ตาราง 24 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

ช่วงอายุ	$\bar{x}$	ช่วงอายุ			
		20-24 ปี	25-29 ปี	30-34 ปี	35-39 ปี
20-24 ปี	4.16	-	-.159* (.012)	-.257* (.003)	-.092 (.401)
25-29 ปี	4.32	-	-	-.097 (.258)	.067 (.535)
30-34 ปี	4.42	-	-	-	.164 (.184)
35-39 ปี	4.25	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 24 ผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-24 ปี กับ 25-29 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .012 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-24 ปี มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25-29 ปี อย่างมี

นัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-24 ปี มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะเฉลี่ยน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25-29 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย .159

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-24 ปี กับ 30-34 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ .003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-24 ปี มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-34 ปี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-24 ปี มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะเฉลี่ยน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-34 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย .257

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

สมมติฐานข้อ 1.3 : ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ไม่แตกต่างกัน

H_1 ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ในขั้นแรกจะทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างความแปรปรวนของกลุ่มระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้สถิติ Levene Statistic ซึ่งหากผลการทดสอบพบว่ากลุ่มระดับการศึกษาสูงสุดมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกันทุกกลุ่ม (ค่า Sig. มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ .05) ก็จะใช้ค่าสถิติ F-test ในการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของกลุ่มระดับการศึกษาสูงสุด แต่หากผลการทดสอบพบว่ากลุ่มระดับการศึกษาสูงสุดมีความแปรปรวนแตกต่างกันอย่างน้อย 2 กลุ่ม (ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า .05) ก็จะใช้ค่าสถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของกลุ่มระดับการศึกษาสูงสุด ซึ่งผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างความแปรปรวนของกลุ่มระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้สถิติ Levene Statistic ดังตาราง 24

ตาราง 25 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ระดับการศึกษาสูงสุด

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ	.01	2	477	.983

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้ Levene's Statistic test พบว่า ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .983 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 ต้องทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F-test ดังตาราง 25

ตาราง 26 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้ F-test

ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน ฯ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ	ระหว่างกลุ่ม	4.50	2	2.25	5.988	.003
	ภายในกลุ่ม	179.57	477	.376		

จากตาราง 26 ผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มี

ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และนำไปทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยวิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ดังตาราง 27

ตาราง 27 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษาสูงสุด		
		น้อยกว่าปริญญาตรี	ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี
สูงสุด				
น้อยกว่าปริญญาตรี	4.20	-	-.045 (.495)	-.308* (.001)
ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	4.24	-	-	-.262* (.002)
สูงกว่าปริญญาตรี	4.51	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 27 ผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา น้อยกว่าปริญญาตรี กับ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาน้อยกว่าปริญญาตรี มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาน้อยกว่าปริญญาตรี มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ เฉลี่ยน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย .308

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า กับ สูงกว่าปริญญาตรี มีค่า Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ เฉลี่ยน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย .262

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

สมมติฐานข้อ 1.4 : ผู้ใช้บริการกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 ผู้ใช้บริการกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ไม่แตกต่างกัน

H_1 ผู้ใช้บริการกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ในขั้นแรกจะทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างความแปรปรวนของกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ Levene Statistic ซึ่งหากผลการทดสอบพบว่า กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกันทุกกลุ่ม (ค่า Sig. มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ .05) ก็จะใช้ค่าสถิติ F-test ในการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แต่หากผลการทดสอบพบว่า กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีค่าความแปรปรวนแตกต่างกันอย่างน้อย 2 กลุ่ม (ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า .05) ก็จะใช้ค่าสถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของกลุ่มระดับการศึกษาสูงสุด ซึ่งผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างความแปรปรวนของกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ Levene Statistic ดังตาราง 28

ตาราง 28 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ	2.63	3	476	.049

ตาราง 28 ผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้ Levene's Statistic test พบว่า ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .049 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 ต้องทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ดังตาราง 29

ตาราง 29 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้ Brown-Forsythe

ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน	แหล่งความแปรปรวน	Statistic	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ	Brown-Forsythe	5.964	3	140.18	.001

ตาราง 29 ผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า

ผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้นจึงทำการทดสอบ Dunnett's T3 เพื่อทดสอบรายคู่ ดังตาราง 30

ตาราง 30 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ให้บริการในกลุ่มเจนเอเรชั่นวายเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{x}$	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
		ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4.10	-	-.298* (.000)	-.150 (.230)	-.188 (.758)
10,001-20,000 บาท	4.40	-	-	.174 (.133)	.110 (.970)
20,001-30,000 บาท	4.24	-	-	-	.037 (1.000)
30,001 บาทขึ้นไป	4.28	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 30 การทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ให้บริการในกลุ่มเจนเอเรชั่นวายเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ 10,001-20,000 บาท มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อ

เดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะเฉลี่ยน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย .298

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

สมมติฐานข้อ 1.5 : ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

H_0 ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ไม่แตกต่างกัน

H_1 ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ในขั้นแรกจะทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างความแปรปรวนของกลุ่มอาชีพ โดยใช้สถิติ Levene Statistic ซึ่งหากผลการทดสอบพบว่ากลุ่มอาชีพมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกันทุกกลุ่ม (ค่า Sig. มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ .05) ก็จะใช้ค่าสถิติ F-test ในการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของกลุ่มอาชีพ แต่หากผลการทดสอบพบว่า กลุ่มอาชีพมีค่าความแปรปรวนแตกต่างกันอย่างน้อย 2 กลุ่ม (ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า .05) ก็จะใช้ค่าสถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของกลุ่มอาชีพ ซึ่งผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างความแปรปรวนของกลุ่มอาชีพ โดยใช้สถิติ Levene Statistic ดังตาราง 31

ตาราง 31 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ	4.35	4	475	.002

ตาราง 31 ผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ พบว่า ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 ต้องทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ดังตาราง 32

ตาราง 32 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ โดยใช้ Brown-Forsythe

ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน	แหล่งความแปรปรวน	Statistic	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ	Brown-Forsythe	12.686	4	115.00	.000

จากตาราง 32 ผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ พบว่า ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้นจึงทำการทดสอบ Dunnett's T3 เพื่อทดสอบรายคู่ ดังตาราง 33

ตาราง 33 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	$\bar{x}$	อาชีพ				
		นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	4.10	-	-.540* (.000)	-.187* (.046)	.044 (1.000)	-.520 (.136)
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	4.64	-	-	.352* (.000)	.584* (.002)	.019 (1.000)
พนักงานเอกชน	4.29	-	-	-	.231 (.580)	-.332 (.492)
ธุรกิจส่วนตัว	4.06	-	-	-	-	-.564 (.140)
พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	4.62	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 33 ผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา กับ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ เฉลี่ยน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย .540

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา กับ พนักงานเอกชน มีค่า Sig. เท่ากับ .046 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/ นิสิต/

นักศึกษา มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานเอกชน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ เฉลี่ยน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานเอกชน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย .187

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับ พนักงานเอกชน มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีความน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานเอกชน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ เฉลี่ยน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานเอกชน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย .352

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับ ธุรกิจส่วนตัว มีค่า Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งมีความน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ แตกต่างกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ เฉลี่ยน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีธุรกิจส่วนตัว โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย .587

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่าง

สมมติฐานข้อ 2-11 :

สมมติฐานข้อที่ 2 ความคาดหวังประสิทธิภาพมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

H_0 : ความคาดหวังประสิทธิภาพ ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 : ความคาดหวังประสิทธิภาพ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 3 ความคาดหวังในความพยายามมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_1)
 ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ซึ่งผลการทดสอบแสดงดังตาราง 34

ตาราง 34 แสดงตัวแปรที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานด้วยวิธีการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ
 (Multiple Regression Analysis)

Model	Variables		Method
	Variables Entered	Removed	
1	SUM.SerQ SUM.PV, SUM.H SUM.SI SUM.FC SUM.HM SUM.EE SUM.IQ SUM.PE SUM.SQ ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: SUM.Intention

b. All requested variables entered.

จากตาราง 34 ตัวแปรที่นำมาใช้ศึกษา ได้แก่

- ตัวแปรอิสระ คือ ความคาดหวังประสิทธิภาพ (Performance Expectancy: PE)
 ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy: EE)
 อิทธิพลทางสังคม (Social Influence: SI)
 สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions: FC)
 แรงจูงใจด้านความชอบ (Hedonic Motivation: HM)

มูลค่าราคา (Price Value: PV)

ความเคยชิน (Habit: H)

คุณภาพของข้อมูล (Information quality: IQ)

คุณภาพของระบบ (System quality: SQ)

คุณภาพการบริการ (Service quality: SerQ)

2. ตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ

ตาราง 35 สรุปตัวแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เข้าสมการความถดถอยเชิงพหุ

Model	R	R^2	Adjusted R^2	S.E. of the Estimate	Durbin-Watson
1	.705 ^a	.497	.486	.444	1.950

a. Predictors: (Constant), SUM.SerQ, SUM.PV, SUM.H, SUM.SI, SUM.FC, SUM.HM, SUM.EE, SUM.IQ, SUM.PE, SUM.SQ

b. Dependent Variable: SUM.Intention

จากตาราง 35 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์ของตัวแปรที่เข้าสมการ มีความสัมพันธ์ที่ระดับ 0.705 ตัวแปรอิสระสามารถนำมาพยากรณ์ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะได้ที่ระดับร้อยละ 49.7 (ค่า R Square เท่ากับ 0.497) เป็นไปตามคำแนะนำของ Cohen, J. (1992) ที่ได้ให้คำแนะนำค่า R Square ต้องไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณ เท่ากับ 0.444 ค่าสถิติความเป็นอิสระต่อกันของค่าคลาดเคลื่อน (Durbin-Watson) เท่ากับ 1.950

ตาราง 36 ค่าความแปรปรวนร่วมตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ (ANOVA)

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	91.484	10	9.148	46.337	.000 ^b
	Residual	92.595	469	.197		
	Total	184.080	479			

a. Dependent Variable: SUM.Intention

b. Predictors: (Constant), SUM.SerQ, SUM.PV, SUM.H, SUM.SI, SUM.FC, SUM.HM, SUM.EE, SUM.IQ, SUM.PE, SUM.SQ

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนร่วม (ANOVA) พบว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวในสมการถดถอย สามารถใช้ทำนายความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 โดยใช้สถิติทดสอบ F-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เมื่อนำตัวแปรเข้าสมการ ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนร่วมด้วยสถิติทดสอบ F-test มีค่าเท่ากับ 46.337 ค่าเฉลี่ยกำลังสองเท่ากับ 9.148 ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ตาราง 37 ค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์ของตัวแปรที่เข้าสมการความถดถอยเชิงพหุ

การยอมรับและการใช้ เทคโนโลยี UTAUT2	ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน เรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ				Collinearity Statistics	
	B	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	.496		2.296**	.022		
ความคาดหวังประสิทธิภาพ (X ₂)	.194	.152	2.646***	.008	0.323	3.093
ความคาดหวังในความพยายาม (X ₃)	-.027	-.023	-.384 ^{n.s.}	.701	0.306	3.271
อิทธิพลทางสังคม (X ₄)	-.043	-.057	-1.238 ^{n.s.}	.216	0.502	1.990
สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้ งาน (X ₅)	.085	.087	1.861 ^{n.s.}	.063	0.494	2.025
แรงจูงใจด้านความชอบ (X ₆)	.116	.119	2.504**	.013	0.476	2.102
มูลค่าราคา (X ₇)	.071	.071	1.765 ^{n.s.}	.078	0.663	1.507
ความเคยชิน (X ₈)	.000	.000	-.011 ^{n.s.}	.991	0.612	1.634
คุณภาพของข้อมูล (X ₉)	.143	.126	2.062**	.040	0.288	3.477
คุณภาพของระบบ (X ₁₀)	.353	.368	5.330***	.000	0.225	4.438
คุณภาพการบริการ (X ₁₁)	-.025	-.026	-.523 ^{n.s.}	.601	0.422	2.372

a. Dependent Variable: SUM.Intention

Note: *** = p-value ≤ 0.01 ($t \geq 2.58$), ** = p-value ≤ 0.05 ($t \geq 1.96$), ns = not-significant.

จากตาราง 37 ค่า Variance Inflation (VIF) เป็นไปตามคำแนะนำของ Marko Sarstedt, Christian M. Ringle, and Joseph F. Hair (2017). ที่ให้คำแนะนำ ค่า VIF ต้องน้อยกว่า 5 แสดง

ว่าตัวแปรอิสระทั้ง 10 ตัวนี้ไม่มีปัญหา Multicollinearity และค่า Tolerance จะตั้งไม่น้อยกว่า .05 จากตารางพบว่า ไม่มีตัวแปรอิสระใดมีค่า Tolerance น้อยกว่า .05 แสดงว่าไม่มีปัญหาเรื่อง Multicollinearity แสดงว่าตัวแปรทุกตัวมีอิสระต่อกัน จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามของสมการถดถอย ด้วยสถิติ T-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า

ความคาดหวังประสิทธิภาพ (X_2) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยมาตรฐานเท่ากับ 0.194 ($t = 2.646$ Sig = 0.008) ซึ่งมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามเชิงบวก ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

แรงจูงใจด้านความชอบ (X_6) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยมาตรฐานเท่ากับ 0.116 ($t = 2.504$ Sig = 0.013) ซึ่งมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามเชิงบวก ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

คุณภาพของข้อมูล (X_9) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยมาตรฐานเท่ากับ 0.143 ($t = 2.062$ Sig = 0.040) ซึ่งมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามเชิงบวก ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

คุณภาพของระบบ (X_{10}) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยมาตรฐานเท่ากับ 0.353 ($t = 5.330$ Sig = 0.000) ซึ่งมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามเชิงบวก ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ปัจจัยที่เหลือ ประกอบด้วย ความคาดหวังในความพยายาม (X_3), อิทธิพลทางสังคม (X_4), สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (X_5), มูลค่าราคา (X_7), ความเคยชิน (X_8) และคุณภาพการบริการ (X_{11}) ข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

สามารถสรุปสมการได้ดังนี้

y = ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ

X = ความคาดหวังประสิทธิภาพ แรงจูงใจด้านความชอบ คุณภาพของข้อมูล และคุณภาพของระบบ

$$\text{สมการ } y = 0.496 + (0.194 X_2) + (0.116 X_6) + (0.143 X_9) + (0.353 X_{10})$$

จากผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงสุด ได้แก่ คุณภาพของระบบ เนื่องจากมีค่า Beta สูงที่สุดเท่ากับ 0.368 รองลงมาคือ ความคาดหวังประสิทธิภาพมีค่า Beta เท่ากับ 0.152 คุณภาพของข้อมูลมีค่า Beta เท่ากับ 0.126 และแรงจูงใจด้านความชอบมีค่า Beta เท่ากับ 0.119 ตามลำดับ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 38 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H ₁ ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้ แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน	
ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน	ไม่สนับสนุน
ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน	สนับสนุน
ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน	สนับสนุน
ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน	สนับสนุน

ตาราง 38 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
ผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน	สนับสนุน
H ₂ ความคาดหวังประสิทธิภาพมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	สนับสนุน
H ₃ ความคาดหวังในความพยายามมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	ไม่สนับสนุน
H ₄ อิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	ไม่สนับสนุน
H ₅ สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	ไม่สนับสนุน
H ₆ แรงจูงใจด้านความชอบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	สนับสนุน
H ₇ มูลค่าราคามีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	ไม่สนับสนุน

ตาราง 38 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
H ₈ ความเคยชินมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	ไม่สนับสนุน
H ₉ คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	สนับสนุน
H ₁₀ คุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	สนับสนุน
H ₁₁ คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	ไม่สนับสนุน

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก(In-Depth Interview) แบบกึ่งโครงสร้าง โดยนำผลการวิจัยเชิงคุณภาพมายืนยัน และสนับสนุนการวิจัยเชิงปริมาณ โดยแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) ผู้บริหารในองค์การธุรกิจที่ประกอบธุรกิจ Ride-hailing 2) คณาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการตลาดและธุรกิจดิจิทัล 3) ผู้ขับขีรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะที่เข้าร่วมระบบแอปพลิเคชัน Ride-hailing

กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) ผู้บริหารในองค์การธุรกิจที่ประกอบธุรกิจ Ride-hailing ที่มีประสบการณ์ทำงาน 3 ปีขึ้นไปในธุรกิจ Ride-hailing จำนวน 2 ท่าน 2) คณาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการตลาดและธุรกิจดิจิทัล ซึ่งมีงานวิจัยหรือสนใจเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน จำนวน 2 ท่าน 3) ผู้ขับขีรถจักรยานยนต์

รับจ้างสาธารณะที่เข้าร่วมระบบ แอปพลิเคชัน Ride-hailing ที่มีอายุงาน 1 ปีขึ้นไป จำนวน 2 ท่าน ดังนี้

1. คุณชนกชนม์ ธรรมชาติ Business Development Analyst Lead
บริษัท ลาลามูฟ (ประเทศไทย) จำกัด
2. คุณธนกฤต นาคจำศีล Quality Assistant Analyst
บริษัท แกร็บแท็กซี่ (ประเทศไทย) จำกัด
3. ผศ.ดร. สลิตตา สาริบุตร อาจารย์สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
4. ดร. ณัฐยศ สุริยเสนีย์ อาจารย์หัวหน้าสาขา ธุรกิจดิจิทัล มหาวิทยาลัยรังสิต
5. คุณสมเกียรติ สังข์วิเศษ Line Man Rider บริษัท ไลน์แมน (ประเทศไทย) จำกัด
6. คุณทยากร คล้ายภู Grab Rider บริษัท แกร็บแท็กซี่ (ประเทศไทย) จำกัด

ผลการสัมภาษณ์

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผู้ให้บริการกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูล 6 ท่าน พบว่า

ผู้ให้ข้อมูลเพียง 1 ท่าน มีความคิดเห็นว่า ผู้ใช้บริการกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน โดยผู้ให้ข้อมูลให้เหตุผลสนับสนุนดังนี้

ผู้หญิงอาจมีการตั้งใจใช้มากกว่าผู้ชาย เพราะผู้หญิงอาจจะต้องการความสะดวกสบายมากกว่า ไม่ต้องออกไปตากแดด หรือเสียเวลาในการต่อแถวซื้อสินค้า

ผู้ให้ข้อมูล 5 ท่าน มีความเห็นที่สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ผู้ใช้บริการกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะไม่แตกต่างกัน โดยทั้ง 5 ท่าน ให้เหตุผลสนับสนุนดังต่อไปนี้

ทุกเพศต้องการความสะดวกสบายอยู่แล้ว ส่วนตัวมองว่าเรื่องเพศไม่เกี่ยว

ในปัจจุบันคิดว่าผู้ชายและผู้หญิงจะเผชิญไม่ต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเวลา ทุกคนจะมีกรอบเวลาที่ไม่แตกต่างกัน เช่น 1) เวลาพักกลางวันที่ค่อนข้างจำกัด 2) สภาพการแพร่ระบาด

ของเชื้อไวรัสของ Covid-19 3) การจราจรซึ่งเป็นสภาพแวดล้อมภายนอกที่เผชิญไม่ต่างกัน ดังนั้นจึงมองว่าความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ชายและผู้หญิงไม่แตกต่างกัน

ผู้หญิงเน้นความสะดวก แต่อาจไม่ได้คำนึงถึงน้ำหนักของการส่งของโดยใช้จักรยานยนต์รับจ้าง ผู้ชายจะคำนึงถึงรายละเอียดเหล่านี้มากกว่า

จากประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลสังเกตว่า ผู้ที่ใช้บริการจะมีทั้งผู้ชายและผู้หญิงปริมาณเท่า ๆ กัน เพราะผู้ใช้บริการอาจต้องการความสะดวกสบาย ไม่ต้องเสียเวลา เสียค่าเดินทางในการออกเดินทางไปซื้อเอง

ปัจจุบันผู้ชายกับผู้หญิงมีความสามารถในการใช้งานแอปพลิเคชัน ๆ ไม่ต่างกัน อีกทั้งแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะสร้างมาเพื่อตอบสนองความต้องการทุกเพศ โดยเฉพาะในสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ผู้ใช้บริการหันมาใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ๆ มากขึ้น

ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูล 6 ท่าน พบว่า

ผู้ให้ข้อมูลถึง 5 ท่าน มีความเห็นที่สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน โดยทั้ง 5 ท่าน ให้เหตุผลสนับสนุนดังต่อไปนี้

เพราะด้วยเจนเนอเรชั่นของแต่ละช่วงวัย เจนเนอเรชั่นวายตอนต้น จะเติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีก็จะเข้าถึงง่ายกว่า ในขณะที่กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายตอนปลาย อาจจะเข้าถึงหรือใช้เทคโนโลยีเหล่านี้น้อยกว่า

ผู้ที่มีอายุน้อยจะมีความรวดเร็วในการใช้เทคโนโลยีมากกว่า

ด้วยเรทราคาของการใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะมีราคาค่อนข้างสูง เพราะถ้าเป็นเจนเนอเรชั่นวายตอนต้น วัตถุประสงค์ของการใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะน่าจะเป็นการสั่งอาหาร แต่การเรียก Messenger หรือเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะน่าจะใช้บริการไม่มากนัก แต่ถ้าเป็นเจนเนอเรชั่นวายตอนปลายน่าจะมีวัตถุประสงค์ที่หลากหลายขึ้น เช่น การใช้ Messenger ส่งของสำหรับผู้ที่ทำธุรกิจออนไลน์ ซึ่งอาจจะมีการส่งด่วน เพราะฉะนั้นคิดว่าช่วงอายุจะแตกต่างกัน ผู้อายุน้อยจะเลือกใช้บริการ Food Delivery และจะเลือกใช้บริการแต่ละค่ายแตกต่างกัน เพราะขึ้นอยู่กับราคาที่บวกเพิ่ม และ

จากประสบการณ์ที่ผู้ให้ข้อมูลสัมผัสกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย จะเลือกค่าบริการที่ต่ำที่สุด เนื่องจากมีข้อจำกัดในเรื่องของค่าใช้จ่าย และด้วยภาระงานอาจจะไม่ได้มากจนต้องการความเร่งด่วน

กลุ่มเจนเอเรชั่นวายตอนต้น ถึง เจเนอเรชั่นวายตอนกลางจะเน้นความสะดวก อีกทั้งยังเรียนรู้เร็ว มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญมากกว่ากลุ่มเจนเอเรชั่นวายตอนปลาย

จากประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลที่ให้บริการลูกค้า สังเกตได้จากส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการจะเป็นวัยทำงาน ที่เป็นพนักงาน Office มากกว่านักเรียน/นักศึกษา

ผู้ให้ข้อมูลเพียง 1 ท่าน มีความคิดเห็นว่า ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะไม่แตกต่างกัน โดยผู้ให้ข้อมูลให้เหตุผลสนับสนุนดังนี้

ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ทำให้ผู้ใช้บริการทุกวัยต้องปรับตัว และจากประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลที่ให้บริการลูกค้า จะสังเกตได้จากในปัจจุบันนี้จะมีผู้ใช้บริการทั้งกลุ่มวัยรุ่น วัยทำงาน และวัยผู้ใหญ่ แต่ส่วนใหญ่จะเป็นวัยทำงาน อายุประมาณ 30 ปีต้น ๆ ที่จะใช้บริการมากที่สุด

ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน
ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูล 6 ท่าน พบว่า

ผู้ให้ข้อมูลถึง 4 ท่าน มีความเห็นที่สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน โดยทั้ง 4 ท่าน ให้เหตุผลสนับสนุนดังต่อไปนี้

การศึกษาถือเป็นพื้นฐานของการใช้หรือการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของผู้ใช้บริการ ผู้ที่มีการศึกษาสูงจะเรียนรู้การใช้งานและมีความตั้งใจใช้มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย

ผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีความสามารถในการใช้งานที่มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย

ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีความรู้ มีประสบการณ์ หรือเข้าถึงแอปพลิเคชันนี้มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย

ผู้ที่มีการศึกษาน้อยจะเข้าถึงและเรียนรู้ช้ากว่าผู้ที่มีการศึกษามาก

ผู้ให้ข้อมูล 2 ท่าน มีความเห็นที่สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้

แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะไม่แตกต่างกัน โดยทั้ง 2 ท่าน ให้เหตุผลสนับสนุนดังต่อไปนี้

ปัจจุบันนี้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ง่ายต่อการใช้งาน ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นผู้ที่มีการศึกษาน้อยหรือผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีความตั้งใจใช้ที่ไม่แตกต่างกัน

ผู้ที่สามารถรับรู้เทคโนโลยีสำหรับแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะประเภทนี้ได้รวดเร็ว ขึ้นอยู่กับประสบการณ์และวัตถุประสงค์ ไม่เกี่ยวกับระดับการศึกษา

ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูล 6 ท่าน มีความเห็นที่สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน โดยทั้ง 6 ท่าน ให้เหตุผลสนับสนุนดังต่อไปนี้

ผู้ที่มีรายได้มากจะมีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะมากกว่าผู้ที่มีรายได้น้อย เนื่องจากการมีรายได้มากจะซื้อความสะดวกสบายในการดำเนินชีวิตได้มากกว่า โดยที่ไม่กังวลเรื่องค่าใช้จ่าย

ผู้ที่มีรายได้มากการตัดสินใจซื้อจะสั้น ทำให้เกิดความตั้งใจใช้มากกว่าผู้ที่มีรายได้น้อย เนื่องจากคนที่มีรายได้น้อยจะคำนึงถึงค่าใช้จ่ายมากกว่าความสะดวกสบาย

แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะจะมีการบวกราคาตามระยะทาง เพราะฉะนั้นผู้ใช้บริการต้องพิจารณาอยู่แล้ว ผู้ที่มีรายได้น้อยจะมีข้อจำกัดด้านงบประมาณ

ผู้ที่มีรายได้น้อยจะระมัดระวังในการใช้จ่ายมากกว่าผู้ที่มีรายได้มาก อีกทั้งผู้ที่มีรายได้มากจะใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะผูกกับบัตรเครดิต ในขณะที่ผู้ที่มีรายได้น้อยจะใช้เก็บเงินปลายทาง

ผู้ที่มีรายได้น้อยจะไม่ได้ให้ความสำคัญกับการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน เพราะหากเทียบเรื่องราคาอาหารที่สั่งผ่านแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะกับราคาอาหารที่ซื้อจากหน้าร้านโดยตรง การสั่งผ่านแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะมีราคาแพงกว่า ดังนั้นผู้ใช้บริการที่มีรายได้น้อยอาจจะมองว่าไม่จำเป็นและไม่คุ้มค่า

ผู้ที่มีรายได้มากจะตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะเพื่อซื้อความสะดวกสบาย แต่ผู้ที่มีรายได้น้อยจะมองว่าไม่จำเป็น

ผู้ให้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูล 6 ท่าน พบว่า

ผู้ให้ข้อมูลถึง 4 ท่าน มีความเห็นที่สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ผู้ให้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน โดยทั้ง 4 ท่าน ให้เหตุผลสนับสนุนดังต่อไปนี้

กลุ่มนักศึกษาจะเป็นกลุ่มที่ก้าวหน้าเทคโนโลยี รักความสะดวกสบาย ตลอดจนกลุ่มวัยทำงาน โดยเฉพาะกลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทที่มีเวลาในการพักรับประทานอาหารกลางวันจำกัด ไม่มีเวลาออกไปซื้ออาหารด้วยตนเอง อาจจะใช้บริการสั่งซื้ออาหารผ่านแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ

บางอาชีพ เช่น พนักงาน Office ที่ต้องการความเร่งด่วนอาจใช้บริการแค่สั่งอาหาร บางอาชีพอาจต้องใช้ Messenger กรณีผู้ที่ทำธุรกิจออนไลน์แล้วลูกค้าต้องการสินค้าด่วน

แต่ละอาชีพจะมีความต้องการใช้แตกต่างกัน เช่น งานเลขานุการ หรืองานที่ต้องคอยรับส่งเอกสาร อาจใช้บริการ Messenger เพื่อความรวดเร็วในการส่งเอกสาร หรือพนักงาน Office ที่ต้องการความเร่งด่วนในการใช้บริการสั่งอาหาร

จากประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลจะสังเกตว่า ส่วนใหญ่จะเป็นวัยทำงาน อายุประมาณ 25-30 ปีต้น ๆ ที่เป็นพนักงาน Office อาจเป็นเพราะต้องการความสะดวกรวดเร็ว

ผู้ให้ข้อมูล 2 ท่าน มีความคิดเห็นที่สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ผู้ให้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะไม่แตกต่างกัน โดยทั้ง 2 ท่าน ให้เหตุผลสนับสนุนดังต่อไปนี้

ทุกอาชีพ หากอยู่ในสถานะฉุกเฉิน หรือต้องการความเร่งด่วน อาจมีความจำเป็นและมีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ

แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะสร้างมาเพื่อตอบสนองความสะดวกสบายของทุกอาชีพ จะเห็นได้ว่าสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 หลายอาชีพต้องกักตัวอยู่บ้าน และมีความจำเป็นต้องใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ดังนั้นอาชีพที่แตกต่างกัน ความตั้งใจใช้ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ความคาดหวังประสิทธิภาพมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลทั้ง 6 ท่าน มีความเห็นที่สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่าปัจจัยด้านความคาดหวังประสิทธิภาพมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทั้ง 6 ท่าน ให้เหตุผลสนับสนุนดังต่อไปนี้

หากแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้ เช่น ไวต่อการตอบสนองในการเรียกใช้บริการ รับ-ส่งสินค้าสะดวก ซึ่งเป็นส่วนเติมเต็มให้การใช้ชีวิตของผู้ใช้บริการง่ายขึ้น จะส่งผลต่อความตั้งใจใช้งาน

แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะจะช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้บริการ เช่น หากอยู่ในสถานที่ที่ไม่มีรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ แอปพลิเคชันเหล่านี้จะช่วยให้ผู้ใช้บริการเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างได้ และหากแอปพลิเคชันนั้นสามารถตอบสนองผู้ใช้บริการได้ทันที จะเกิดความตั้งใจใช้ตลอดจนเกิดพฤติกรรมการใช้ในระยะยาว

แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะช่วยให้ประหยัดเวลาจากการออกไปซื้อสินค้าเอง หรือเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างเอง ถ้ามีความจำเป็นต้องความเร่งด่วน โดยเฉพาะถ้าเปรียบเทียบกับต่างจังหวัด คิดว่ากรุงเทพมหานครมีอิทธิพลมากกว่า เพราะผู้ใช้บริการต้องการความเร่งด่วน แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะสามารถตอบสนองความต้องการได้

ช่วยให้มีช่องทางในการอำนวยความสะดวกมากขึ้น ดังนั้นแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะยิ่งก่อให้เกิดความสะดวกมากขึ้น ผู้ใช้บริการย่อมยิ่งใช้งานมากขึ้นเช่นกัน

จากที่มีการระบาดของ Covid-19 หลายคนหันมาใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ เพื่อสั่งอาหารมากขึ้น เพราะต้องกักตัว การใช้บริการ Food Delivery จึงเข้ามามีบทบาทและสร้างประโยชน์ให้ผู้ใช้บริการมากขึ้น

ลูกค้าตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะเพื่ออำนวยความสะดวกอยู่แล้ว ดังนั้นลูกค้าจะคาดหวังว่าแอปพลิเคชัน ๙ จะตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้เช่นกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ความคาดหวังในความพยายามมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลทั้ง 6 ท่าน มีความเห็นที่สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายามมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทั้ง 6 ท่าน ให้เหตุผลสนับสนุนดังต่อไปนี้

หากแอปพลิเคชันที่ง่ายต่อการเรียนรู้ ง่ายต่อการใช้งาน จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันเองสร้างมาให้ง่ายต่อการใช้งานอยู่แล้ว ดังนั้นจะก่อให้เกิดความตั้งใจใช้

สังเกตจากแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะก็มีการปรับปรุงอยู่เรื่อย ๆ คิดว่าแอปพลิเคชัน ๔ น่าจะมีการปรับตัวให้ง่ายต่อพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภคอยู่แล้ว

มุมมองของผู้พัฒนากับผู้ใช้บริการอาจจะไม่เท่ากัน แต่ถ้ามีการทำงานของแอปพลิเคชันที่ชัดเจน ง่ายต่อการเรียนรู้ จะมีผลต่อความตั้งใจใช้แน่นอน

ถ้าแอปพลิเคชันมีความง่ายต่อการเรียนรู้ในการใช้งาน จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความตั้งใจใช้ โดยเฉพาะผู้ที่ทดลองใช้ครั้งแรก

แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะทำออกมาให้ใช้งานง่ายอยู่แล้ว ถ้าลูกค้าได้ใช้งานแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะครั้งแรก แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะจะมีวิธีทำแต่ละขั้นตอนบอกชัดเจน ลูกค้าสามารถทดลองใช้ได้ด้วยตนเอง เมื่อแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะใช้งานง่ายจะทำให้เกิดความตั้งใจใช้

สมมติฐานข้อที่ 4 อิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลทั้ง 6 ท่าน มีความเห็นที่สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทั้ง 6 ท่าน ให้เหตุผลสนับสนุนดังต่อไปนี้

การบอกต่อ การแนะนำจากคนใกล้ตัว เช่น เพื่อน ญาติพี่น้อง จะน่าเชื่อถือกว่าซึ่งจะมีผลต่อความตั้งใจใช้งาน

คนใกล้ชิด เช่น คนในครอบครัว เป็นกลุ่มแรกที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความตั้งใจใช้ เพราะคนใกล้ชิดจะแนะนำบอก หรือใช้ตามกันเอง

กลุ่มคนใกล้ชิด เช่น ญาติพี่น้อง เพื่อน เพื่อนร่วมงาน มีผลต่อการตั้งใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มที่เป็นคนใกล้ชิดจะมีผลต่อความตั้งใจใช้ เพราะกลุ่มคนใกล้ชิดจะมีอิทธิพลในการให้คำแนะนำการใช้งาน เป็นต้น

คนใกล้ชิด เช่น เพื่อน พี่น้อง อาจจะแนะนำบอกต่อกัน ซึ่งการแนะนำจากคนใกล้ชิดแบบนี้ผู้ใช้จะเชื่อถือมากกว่า

การเริ่มใช้ครั้งแรกจะเริ่มต้นจากคนใกล้ชิด เช่น เพื่อน พี่น้อง ที่แนะนำการใช้งาน จึงมองว่าคนกลุ่มนี้จะทำให้เกิดความตั้งใจใช้

สมมติฐานข้อที่ 5 สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลทั้ง 6 ท่าน มีความเห็นที่สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทั้ง 6 ท่าน ให้เหตุผลสนับสนุนดังต่อไปนี้

หากกล่าวถึงการเปิดช่องทางการชำระเงิน ไม่ว่าจะเป็นการชำระผ่าน True Wallet แล้วเป็นสิ่งที่ผู้ใช้งานมีอยู่ อาจจะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดความตั้งใจใช้งาน ส่วนคู่มือการใช้งานทุกแอปพลิเคชันต้องมีอยู่แล้ว เพราะเป็นกฎของการสร้างแอปพลิเคชัน ซึ่งผู้ใช้งานจะอ่านหรือไม่ขึ้นอยู่กับผู้ใช้เอง แต่แอปพลิเคชันต้องมีขั้นตอนบอกการใช้งานต่าง ๆ

การชำระเงินที่หลายช่องทาง หรือการแชทไคเคชั่นที่แม่นยำ จะทำให้เกิดความสะดวก และเกิดความตั้งใจในการใช้งาน

ผู้ใช้บริการเองก็มีนิสัยในการเปรียบเทียบอยู่แล้ว ดังนั้นผู้ใช้บริการจะประเมินทางเลือกอยู่แล้วว่าช่องทางไหนเหมาะกับตนเองที่สุด

โดยเฉพาะความสะดวกในการชำระเงิน แต่ในส่วนของคุณ่มือการใช้งาน แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะเป็นแค่แนวทางในการใช้งาน เพราะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในการใช้งานและขึ้นอยู่กับแอปพลิเคชัน ๆ ออกแบบมาให้สอดคล้องกับการใช้งานขนาดไหน

ถ้าแอปพลิเคชันใดที่อำนวยความสะดวกให้ผู้ให้บริการได้มากที่สุด เช่น มีวิธีการชำระเงินได้หลายช่องทาง หรือมีคำแนะนำการใช้สำหรับผู้ที่มีมือใหม่ จะทำให้เกิดความตั้งใจใช้ และเกิดความประทับใจ

แอปพลิเคชัน ฯ จะมีการอำนวยความสะดวกในการใช้งานให้ลูกค้าอยู่แล้ว เช่น มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย มีวิธีการสอนใช้งานกรณีที่ลูกค้าใช้ครั้งแรก มีการอัปเดตแอปพลิเคชัน ฯ ตลอดเวลา เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้า จึงมองว่าจะทำให้เกิดความตั้งใจใช้

สมมติฐานข้อที่ 6 แรงจูงใจด้านความชอบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลทั้ง 6 ท่าน มีความเห็นที่สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจด้านความชอบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทั้ง 6 ท่าน ให้เหตุผลสนับสนุนดังต่อไปนี้

ผู้ให้ข้อมูลมองว่าเป็นเรื่องของพฤติกรรมผู้ใช้งาน หากมีความชอบในการใช้หรือเรียนรู้เทคโนโลยีอยู่แล้ว จะส่งผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ

แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะที่ช่วยให้ผู้ใช้บริการมีความสะดวกสบายจะทำให้ผู้บริการเกิดความชอบ ตลอดจนการมีกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความชอบ เช่น มีการสะสมเหรียญเพื่อเป็นส่วนลด ซึ่งสิ่งเหล่านี้อาจทำให้เกิดความตั้งใจใช้

หากผู้ใช้บริการมีความชอบในการใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันอยู่แล้วย่อมมีผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะด้วยเช่นกัน

หากมีความชอบในเรื่องของตราสินค้า ก็จะมองข้ามเหตุผล เช่น Grab ใช้ฟรีเซนต์เตอร์ คือ BNK48 ดังนั้นกลุ่มคนที่ชอบ BNK48 ก็จะชอบ Grab ด้วย ถ้ารู้ว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นใครให้นำความชอบของกลุ่มคนเหล่านั้นมา เพราะแอปพลิเคชัน ฯ ต้องการให้ผู้ให้บริการแค่มาทดลองใช้ให้เป็น BNK48 จึงเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายมาทดลองใช้

ถ้าผู้ใช้บริการเป็นคนที่ชอบใช้แอปพลิเคชันหรือชอบการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันอยู่แล้ว อาจจะทำให้เกิดความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้าง

ถ้าผู้ใช้บริการชอบใช้เทคโนโลยีหรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ อยู่แล้ว ก็อาจจะทำให้เกิดความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะได้ง่าย

สมมติฐานข้อที่ 7 มูลค่าราคามีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลทั้ง 6 ท่าน มีความเห็นที่สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ปัจจัยด้านมูลค่าราคามีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทั้ง 6 ท่าน ให้เหตุผลสนับสนุนดังต่อไปนี้

ผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบราคา หากแอปพลิเคชันใดให้ราคาที่ถูกกว่า ผู้บริโภคจะเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันนั้น หลัก ๆ คือแข่งขันกันด้านราคา

หากประโยชน์ที่ได้รับคุ้มค่างบราคาค่าบริการจะทำให้เกิดความตั้งใจใช้

เป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการประเมินอยู่แล้ว และแน่นอนว่าผู้ใช้บริการจะเลือกใช้บริการที่ตนเองเห็นว่าเหมาะสมที่สุด

ถ้าประโยชน์ที่ได้รับมากกว่าราคา ย่อมมีผลต่อความตั้งใจใช้

ผู้ใช้บริการจะเลือกใช้แอปพลิเคชันที่ค่าส่งถูกที่สุด ดังนั้นมองว่ามูลค่าราคามีผลต่อความตั้งใจใช้

เป็นสิ่งที่ถูกคำนึงต้องพิจารณาก่อนใช้บริการอยู่แล้ว หากราคาค่าบริการไม่แพง คุ้มค่างบกับสิ่งที่ถูกค่าได้รับ จะเกิดความตั้งใจใช้

สมมติฐานข้อที่ 8 ความเคยชินมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลทั้ง 6 ท่าน มีความเห็นที่สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ปัจจัยด้านความเคยชินมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทั้ง 6 ท่าน ให้เหตุผลสนับสนุนดังต่อไปนี้

แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแต่ละบริษัทมีลักษณะการใช้งานคล้ายกัน ดังนั้นเมื่อเกิดความเคยชิน คาดว่าผู้บริโภคจะเกิดความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะอื่น ๆ เพราะมีประสบการณ์จากการใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะอื่น และเกิดความเคยชินแล้ว

ถ้ามีความคุ้นเคยในการใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะย่อมก่อให้เกิดความตั้งใจใช้

สังเกตจากวิธีการออกแบบแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ แต่ละค่ายจะไม่ค่อยแตกต่างกัน ผู้ให้ข้อมูลมองว่าผู้ใช้บริการชินกับแบบไหน การออกแบบในแต่ละแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะจะสร้างมาไม่ต่างกัน

หากผู้ใช้บริการคุ้นเคยกับการใช้แอปพลิเคชันในชีวิตประจำวันอยู่แล้ว อาจส่งผลต่อความตั้งใจใช้

หากผู้ใช้บริการเคยชินกับการใช้แอปพลิเคชันอื่น ๆ คาดว่าน่าจะมีผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะด้วยเช่นกัน

ลูกค้าจะคุ้นเคยกับการใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ อยู่แล้ว เช่น ใช้แอปพลิเคชันสั่งสินค้าใช้แอปพลิเคชันในการจ่ายเงินหรือโอนเงิน จึงเห็นว่าเมื่อลูกค้ามีความคุ้นเคยหรือชินกับการใช้แอปพลิเคชันเหล่านี้แล้ว จะทำให้เกิดความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ

สมมติฐานข้อที่ 9 คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลทั้ง 6 ท่าน มีความเห็นที่สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ปัจจัยด้านคุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร กรุงเทพมหานคร โดยทั้ง 6 ท่าน ให้เหตุผลสนับสนุนดังต่อไปนี้

หากแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะให้ข้อมูลชัดเจน ไม่คลุมเครือ จะมีผลต่อความตั้งใจใช้งาน

แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะจะสร้างข้อมูลมาชัดเจน ไม่คลุมเครืออยู่แล้ว ดังนั้นจะเกิดความตั้งใจใช้

หากข้อมูลในแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะชัดเจน ไม่คลุมเครือ จะมีผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ

หากข้อมูลในแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะไม่ละเอียด ไม่ชัดเจน ผู้ใช้บริการอาจไม่พึงพอใจ โดยเฉพาะหากมีรายงานติดตามผลได้จะเป็นผลดี

ถ้าแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะมีข้อมูลในเมนูคำสั่งชัดเจน เข้าใจง่าย ผู้ใช้บริการอาจเกิดการตั้งใจใช้และเกิดความพึงพอใจ

หากข้อมูลในแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะผิดพลาด ลูกค้าจะไม่เชื่อถือ ซึ่งแน่นอนว่าแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะที่ออกแบบมามีข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจนอยู่แล้ว ซึ่งจะทำให้เกิดความตั้งใจใช้

สมมติฐานข้อที่ 10 คุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลทั้ง 6 ท่าน มีความเห็นที่สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ปัจจัยด้านคุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทั้ง 6 ท่าน ให้เหตุผลสนับสนุนดังต่อไปนี้

หากแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะเข้าไป 1-2 วินาที เช่น แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะบางค่ายมีค่าขนส่งที่ราคาถูกลง แต่ระบบช้า อาจทำให้ผู้ใช้บริการเปลี่ยนไปใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะอื่น ดังนั้นแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะที่มีสภาพพร้อมในการใช้งานจะมีผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างอยู่แล้ว

ผู้ให้ข้อมูลมองว่าทุกแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะสร้างระบบที่มีประสิทธิภาพ พร้อมใช้งานอยู่แล้ว และหากระบบแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะมีความเสถียรจะส่งผลต่อความตั้งใจใช้

ผู้ให้ข้อมูลมองว่าถ้าแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะมีความพร้อมในการใช้งาน เช่น Log in แล้ว สามารถใช้ได้อย่างต่อเนื่อง จะมีผลต่อความตั้งใจใช้

แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะต้องมีความรวดเร็ว และมีความเสถียรภาพทุกครั้งเมื่อผู้ใช้บริการเข้าสู่ระบบ

ถ้าแอปพลิเคชันไม่เกิดปัญหา เช่น เข้าระบบแล้วแอปพลิเคชันค้าง หรือสะดุด อาจส่งผลต่อความตั้งใจใช้

ก่อนโหลดแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะในระบบปฏิบัติการต่าง ๆ จะมีวีวหรือเรตติ้งการให้คะแนนของแอปพลิเคชันนั้นจากผู้ที่เคยใช้ ดังนั้นจึงเห็นว่าแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะที่มีใช้งานได้ไม่สะดุด ไม่ค้าง จะทำให้เกิดการตั้งใจใช้

สมมติฐานข้อที่ 11 คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลทั้ง 6 ท่าน มีความเห็นที่สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทั้ง 6 ท่าน ให้เหตุผลสนับสนุนดังต่อไปนี้

หากผู้ใช้งานใช้ไม่เป็นหรือใช้ครั้งแรก อาจได้รับการให้ความช่วยเหลือจากผู้ให้บริการ ซึ่งถ้าหากผู้ใช้เข้าถึงความช่วยเหลือเหล่านั้น หรือสามารถติดต่อสอบถามได้ง่าย จะส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน

โดยเฉพาะการตอบกลับข้อร้องเรียน หรือแก้ปัญหาให้ผู้ให้บริการได้ทันที เช่น กรณีลูกค้าลืมเอกสารสำคัญไว้ใน Grab Taxi แอปพลิเคชันจะมีแชทเพื่อให้นักค้าแจ้งปัญหา และจะมีระบบติดตามเอกสารสำคัญให้ลูกค้าทันที ซึ่งเหล่านี้จะทำให้เกิดความตั้งใจใช้ ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นให้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ

โดยเฉพาะการส่งมอบสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด จะมีผลต่อความตั้งใจใช้

ถ้ามีบริการการติดต่อขอความช่วยเหลือกรณีที่เกิดปัญหาจากการใช้งาน จะมีผลต่อความตั้งใจใช้ของผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นเรื่องธรรมดาของงานบริการอยู่แล้ว

หากผู้ใช้งานต้องการขอความช่วยเหลือกรณีที่แอปพลิเคชันมีปัญหาจากการใช้งาน หากมีสามารถติดต่อศูนย์บริการได้ทันทีที่ผู้ใช้บริการอาจเกิดความตั้งใจใช้

กรณีที่ลูกค้าพบปัญหาการใช้งาน หรือปัญหาในการสั่งสินค้า จำเป็นต้องสามารถติดต่อผู้ให้บริการได้ทันที หากแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะใด สามารถให้บริการลูกค้าด้านนี้ได้ คาดว่าจะเกิดความตั้งใจใช้

สรุปผลการสัมภาษณ์

ตาราง 39 สรุปผลการสัมภาษณ์

สมมติฐาน / ชื่อผู้เชี่ยวชาญ		คุณสมบัติ	คุณชนกชนม์	คุณณกฤต	ผศ.ดร. สลิตดา	ดร. ณัฏฐยศ	คุณสมเกียรติ	คุณทยากร
		ธรรมชาติ	นาคำศิลป์	สาริบุตร	สุริยเสณีย์	สังวลิศ	คัลยาญ	
H ₁ ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน		✓	×	×	×	×	×	×
ผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน		✓	✓	✓	✓	✓	✓	×
ผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน		✓	×	×	×	×	×	✓
ผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน		✓	×	×	×	×	×	×
ผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้ แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน		✓	✓	✓	✓	✓	✓	×
H ₂ ความคาดหวังประสิทธิภาพต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
H ₃ ความคาดหวังในความพร้อมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

✓ หมายถึง ยอมรับสมมติฐาน

✗ หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐาน

ตาราง 39 (ต่อ)

สมมติฐาน / ข้อผู้เชี่ยวชาญ	คุณสมบัติ ธรรมชาติ	คุณลักษณะ สำคัญ	ผศ.ดร. สวัสดิ์ สวัสดิ์	ดร. ภูมิรัฐ สุริยเสนา	คุณสมบัติ พิเศษ	คุณวิทยาการ คล้าย
H ₄ อิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้าง สาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	✓	✓	✓	✓	✓	✓
H ₅ สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้การมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	✓	✓	✓	✓	✓	✓
H ₆ แรงจูงใจด้านความชอบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	✓	✓	✓	✓	✓	✓
H ₇ มูลค่าการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	✓	✓	✓	✓	✓	✓
H ₈ ความเคยชินมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	✓	✓	✓	✓	✓	✓
H ₉ คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	✓	✓	✓	✓	✓	✓
H ₁₀ คุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	✓	✓	✓	✓	✓	✓
H ₁₁ คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	✓	✓	✓	✓	✓	✓

✓ หมายถึง ยอมรับสมมติฐาน

✗ หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน (mixed-methods research) ผลที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (quantitative research) และเชิงคุณภาพ (qualitative research) เปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

ตาราง 40 ผลการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ

สมมติฐานการวิจัย (hypothesis)	ผลการวิเคราะห์	
	การวิจัยเชิงปริมาณ	การวิจัยเชิงคุณภาพ
H ₁ ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน		
ผู้ให้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน	ไม่สนับสนุน	ไม่สนับสนุน
ผู้ให้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน	สนับสนุน	สนับสนุน
ผู้ให้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน	สนับสนุน	สนับสนุน
ผู้ให้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน	สนับสนุน	สนับสนุน

ตาราง 40 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย (hypothesis)	ผลการวิเคราะห์	
	การวิจัยเชิงปริมาณ	การวิจัยเชิงคุณภาพ
ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน	สนับสนุน	สนับสนุน
H ₂ ความคาดหวังประสิทธิภาพมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	สนับสนุน	สนับสนุน
H ₃ ความคาดหวังในความพยายามมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	ไม่สนับสนุน	สนับสนุน
H ₄ อิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	ไม่สนับสนุน	สนับสนุน
H ₅ สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	ไม่สนับสนุน	สนับสนุน
H ₆ แรงจูงใจด้านความชอบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	สนับสนุน	สนับสนุน
H ₇ มูลค่าราคามีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	ไม่สนับสนุน	สนับสนุน

ตาราง 40 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย (hypothesis)	ผลการวิเคราะห์	
	การวิจัยเชิงปริมาณ	การวิจัยเชิงคุณภาพ
H ₈ ความเคยชินมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	ไม่นับสนับสนุน	สนับสนุน
H ₉ คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	สนับสนุน	สนับสนุน
H ₁₀ คุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	สนับสนุน	สนับสนุน
H ₁₁ คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร	ไม่นับสนับสนุน	สนับสนุน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

H₁: ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน โดยแบ่งเป็นสมมติฐานย่อย ดังนี้

ผู้ให้บริการกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้ให้บริการกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะไม่แตกต่างกัน

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลเห็นมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันถึง 5 ท่านจาก 6 ท่าน ว่า ผู้ให้บริการกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะไม่แตกต่างกัน เนื่องจากในปัจจุบันผู้ชายและผู้หญิงจะเผชิญสภาพแวดล้อมที่ไม่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเวลา ทุกคนจะมีกรอบเวลาที่ไม่แตกต่างกัน เช่น 1) เวลาพักกลางวันที่ค่อนข้างจำกัด 2) สภาวะการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสของ Covid-19 3) การจราจรซึ่งเป็นสภาพแวดล้อมภายนอกที่เผชิญไม่ต่างกัน ดังนั้นจึงมองว่าความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ชายและผู้หญิงไม่แตกต่างกัน

ส่วนอีก 1 ท่านได้ให้เหตุผลที่แตกต่างกันว่า ผู้ให้บริการกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน เนื่องจากผู้หญิงจะมีความตั้งใจใช้มากกว่าผู้ชาย เพราะผู้หญิงอาจจะต้องการความสะดวกสบายมากกว่า ไม่ต้องออกไปตากแดด หรือเสียเวลาในการต่อแถวซื้อสินค้า

ผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลเห็นมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันถึง 5 ท่านจาก 6 ท่าน ว่าผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน เนื่องจากด้วยเจนเอเรชั่นของแต่ละช่วงวัย เจนเอเรชั่นวายตอนต้นถึงตอนกลาง จะเติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีก็จะเข้าถึงง่าย และรวดเร็ว กว่า ในขณะที่กลุ่มเจนเอเรชั่นวายตอนปลาย อาจจะเข้าถึงหรือใช้เทคโนโลยีเหล่านั้นน้อยกว่า อีกทั้งด้วยราคาค่าบริการของการใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะมีราคาค่อนข้างสูง เพราะถ้าเป็นเจนเอเรชั่นวายตอนต้น วัตถุประสงค์ของการใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะน่าจะเป็นการสั่งอาหาร แต่การเรียก Messenger หรือรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะน่าจะใช้บริการไม่มากนัก แต่ถ้าเป็นเจนเอเรชั่นวายตอนปลาย น่าจะมีวัตถุประสงค์ที่หลากหลายขึ้น เช่น การใช้ Messenger ส่งของสำหรับผู้ที่ทำธุรกิจออนไลน์ ซึ่งอาจจะมีการส่งด่วน เพราะฉะนั้นคิดว่าช่วงอายุจะแตกต่างกัน ผู้อายุน้อยจะเลือกใช้บริการ Food Delivery และจะเลือกใช้บริการแต่ละค่ายแตกต่างกัน เพราะขึ้นอยู่กับราคาที่ถูกเพิ่ม และจากประสบการณ์ที่ผู้ให้ข้อมูลสัมผัสกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย จะเลือกค่าบริการที่ต่ำที่สุด เนื่องจากมีข้อจำกัดในเรื่องของค่าใช้จ่าย และด้วยภาระงานอาจจะไม่ได้มากจนต้องการความเร่งด่วน และจากประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลที่ให้บริการลูกค้า สังเกตได้จากส่วนใหญ่ผู้ให้บริการจะเป็นวัยทำงาน ที่เป็นพนักงาน Office มากกว่านักเรียน/นักศึกษา

ส่วนอีก 1 ท่านได้ให้เหตุผลที่แตกต่างกันว่า ผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะไม่แตกต่างกัน เนื่องจากในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ทำให้ผู้ให้บริการทุกวัยต้องปรับตัว และจากประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลที่ให้บริการลูกค้า จะสังเกตได้จากในปัจจุบันนี้มีผู้ให้บริการทั้งกลุ่มวัยรุ่น วัยทำงาน และวัยผู้ใหญ่ แต่ส่วนใหญ่จะเป็นวัยทำงาน อายุประมาณ 30 ปีต้น ๆ ที่จะใช้บริการมากที่สุด

ผู้ให้บริการกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน
ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้ให้บริการกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลเห็นมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันถึง 4 ท่าน จาก 6 ท่านว่า ผู้ให้บริการกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน เนื่องจากการศึกษาถือเป็นพื้นฐานของการใช้หรือการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของผู้ให้บริการ ผู้ที่มีการศึกษาสูงจะเรียนรู้การใช้งาน มีความสามารถในการใช้งาน มีประสบการณ์ หรือเข้าถึงแอปพลิเคชันนี้ ตลอดจนจะมีความตั้งใจใช้มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย

ส่วนอีก 2 ท่านได้ให้เหตุผลที่แตกต่างกันว่า ผู้ให้บริการกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะไม่แตกต่างกัน เนื่องจากปัจจุบันนี้แอปพลิเคชัน ฯ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ง่ายต่อการใช้งาน ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นผู้ที่มีการศึกษาน้อยหรือผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีความตั้งใจใช้ที่ไม่แตกต่างกัน อีกทั้งผู้ที่สามารถรับรู้เทคโนโลยีสำหรับแอปพลิเคชัน ฯ ประเภทนี้ได้รวดเร็ว ขึ้นอยู่กับประสบการณ์และวัตถุประสงค์ ไม่เกี่ยวกับระดับการศึกษา

ผู้ให้บริการกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน
ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้ให้บริการกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลเห็นมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันทั้ง 6 ท่านว่า ผู้ให้บริการกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน เนื่องจากผู้ที่มีรายได้มากจะมีการตัดสินใจซื้อจะสั้น เพื่อซื้อความสะดวกสบายในการดำเนินชีวิตโดยไม่กังวลเรื่องค่าใช้จ่าย และผู้ที่มีรายได้มากจะใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะผูกกับบัตรเครดิต ในขณะที่ผู้ที่มีรายได้น้อยจะใช้เก็บเงินปลายทาง เพราะผู้ที่มีรายได้น้อยจะมีข้อจำกัดด้าน

งบประมาณ อีกทั้งผู้ที่มีรายได้น้อยจะไม่ได้ให้ความสำคัญกับการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันมากนัก เพราะหากเทียบเรื่องราคาอาหารที่สั่งผ่านแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะกับราคาอาหารที่ซื้อจากหน้าร้านโดยตรง การสั่งผ่านแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะมีราคาแพงกว่า ดังนั้นผู้ใช้บริการที่มีรายได้น้อยอาจจะมองว่าไม่จำเป็นและไม่คุ้มค่า

ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลเห็นมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันถึง 4 ท่าน จาก 6 ท่านว่า ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน เนื่องจากแต่ละอาชีพจะมีความต้องการใช้แตกต่างกัน เช่น งานเลขานุการ หรืองานที่ต้องคอยรับส่งเอกสาร อาจใช้บริการ Messenger เพื่อความรวดเร็วในการส่งเอกสาร กลุ่มนักศึกษาจะเป็นกลุ่มที่ก้าวหน้าเทคโนโลยี รักความสะดวกสบายอาจจะใช้บริการสั่งซื้ออาหารผ่านแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ และกลุ่มวัยทำงานโดยเฉพาะกลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทที่มีเวลาในการพักรับประทานอาหารกลางวันจำกัด ไม่มีเวลาออกไปซื้ออาหารด้วยตนเอง อาจจะใช้บริการสั่งซื้ออาหารผ่านแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ และจากประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลเองจะสังเกตว่า ส่วนใหญ่จะเป็นวัยทำงาน อายุประมาณ 25-30 ปีต้น ๆ ที่เป็นพนักงานบริษัทอาจเป็นเพราะต้องการความสะดวกรวดเร็ว

ส่วนอีก 2 ท่านได้ให้เหตุผลที่แตกต่างกันว่า ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะไม่แตกต่างกัน เนื่องจากแอปพลิเคชัน ฯ สร้างมาเพื่อตอบสนองความสะดวกสบายของทุกอาชีพ ในแต่ละอาชีพหากอยู่ในสภาวะฉุกเฉิน หรือต้องการความเร่งด่วน อาจมีความจำเป็นและมีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ อีกทั้งด้วยสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 หลายอาชีพต้องกักตัวอยู่บ้าน และมีความจำเป็นต้องใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ดังนั้นอาชีพที่แตกต่างกัน ความตั้งใจใช้ไม่แตกต่างกัน

H₂: ความคาดหวังประสิทธิภาพมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ความคาดหวังประสิทธิภาพ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลเห็นมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันทั้ง 6 ท่านว่า ความคาดหวังประสิทธิภาพ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากหากแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้ เช่น ไวต่อการตอบสนองในการเรียกใช้บริการ รับ-ส่งสินค้าสะดวก ซึ่งเป็นส่วนเติมเต็มและอำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตของผู้ใช้บริการง่ายขึ้น จะส่งผลต่อความตั้งใจใช้งาน

H₃: ความคาดหวังในความพยายามมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ความคาดหวังในความพยายาม ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลเห็นมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันทั้ง 6 ท่านว่า ความคาดหวังในความพยายาม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะพัฒนาออกมาให้ใช้งานง่ายอยู่แล้ว หากลูกค้าได้ใช้งานแอปพลิเคชัน ๓ ครั้งแรกแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ จะมีวิธีทำแต่ละขั้นตอนบอกชัดเจน ลูกค้าสามารถทดลองใช้ได้ด้วยตนเอง ดังนั้นหากแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะที่ง่ายต่อการเรียนรู้ง่ายต่อการใช้งาน จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความตั้งใจใช้งาน

H₄: อิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

อิทธิพลทางสังคม ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลเห็นมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันทั้ง 6 ท่านว่า อิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากการเริ่มใช้ครั้งแรกจะเริ่มต้นจากคนใกล้ชิดตัว เช่น เพื่อน ญาติพี่น้อง ซึ่งเป็นกลุ่มที่ผู้ใช้มีความเชื่อถือ และเป็นกลุ่มแรกที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความตั้งใจใช้

H₅: สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลเห็นมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันทั้ง 6 ท่านว่า สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากผู้ให้บริการมีนิสัยในการเปรียบเทียบ ดังนั้นผู้ให้บริการจะประเมินทางเลือกว่าช่องทางไหนเหมาะสมกับตนเองที่สุด หากแอปพลิเคชันใดที่อำนวยความสะดวกให้ผู้ให้บริการได้มากที่สุด โดยเฉพาะความสะดวกในการชำระเงินที่มีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการชำระผ่าน True Wallet แล้วหากเป็นสิ่งที่ผู้ใช้งานมีอยู่ อาจจะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดความตั้งใจใช้งาน ตลอดจนการแชร์โลเคชันที่แม่นยำ จะทำให้เกิดความสะดวกซึ่งจะนำมาซึ่งความตั้งใจใช้

H₆: แรงจูงใจด้านความชอบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

แรงจูงใจด้านความชอบ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลเห็นมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันทั้ง 6 ท่านว่า แรงจูงใจด้านความชอบ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลมองว่าเป็นเรื่องของพฤติกรรมผู้ใช้งาน หากผู้ให้บริการมีความชอบในการใช้หรือชอบเรียนรู้เทคโนโลยี มีความชอบในการใช้แอปพลิเคชัน ๔ ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันย่อมมีผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะด้วยเช่นกัน อีกทั้งหากผู้ให้บริการมีความชอบในเรื่องของตราสินค้า ผู้ให้บริการจะมองข้ามเหตุผล เช่น Grab ใช้ฟรีเซนต์คือ BNK48 ดังนั้นกลุ่มคนที่ชอบ BNK48 จะชอบ Grab ด้วย ดังนั้นถ้ารู้ว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นใคร ให้นำความชอบของกลุ่มคนเหล่านั้นมา เพราะแอปพลิเคชัน ๔ ต้องการให้ผู้ให้บริการแค่มาทดลองใช้ให้เป็น

H₇: มูลค่าราคามีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

มูลค่าราคา ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลเห็นมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันทั้ง 6 ท่านว่า มูลค่าราคามีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการต้องพิจารณา ก่อนใช้บริการอยู่แล้ว ซึ่งผู้ให้บริการจะทำการเปรียบเทียบราคา หากแอปพลิเคชันใดให้ราคาที่ถูกลงกว่า หรือผู้ให้บริการรู้สึกว่าการประโยชน์ที่ได้รับคุ้มค่างับราคาค่าบริการจะทำให้เกิดความตั้งใจใช้

H₀: ความเคยชินมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ความเคยชิน ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลเห็นมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันทั้ง 6 ท่านว่า ความเคยชินมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากผู้ให้บริการจะคุ้นเคยกับการใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ อยู่แล้ว เช่น ใช้แอปพลิเคชันสั่งซื้อสินค้า ใช้แอปพลิเคชันในการจ่ายเงินหรือโอนเงิน อีกทั้งการออกแบบแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของแต่ละบริษัท จะมีการออกแบบให้มีลักษณะการใช้งานคล้ายกัน เมื่อลูกค้ามีความคุ้นเคยหรือชินกับการใช้แอปพลิเคชันเหล่านี้แล้ว จะทำให้เกิดความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ

H₀: คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลเห็นมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันทั้ง 6 ท่านว่า คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากหากแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะมีข้อมูลในเมนูคำสั่งชัดเจน เข้าใจง่าย ไม่คลุมเครือ จะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ ผู้ใช้บริการอาจเกิดการตั้งใจใช้และเกิดความพึงพอใจ โดยเฉพาะหากมีรายงานติดตามผลได้จะเป็นผลดี

H_{10} : คุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

คุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลเห็นมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันทั้ง 6 ท่านว่า คุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากหากระบบแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ มีความรวดเร็วและความเสถียรภาพทุกครั้งเมื่อผู้ใช้บริการเข้าสู่ระบบจะมีผลต่อความตั้งใจใช้งาน

H_{11} : คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

คุณภาพการบริการ ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลเห็นมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันทั้ง 6 ท่านว่า คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากกรณีที่ลูกค้าพบปัญหาการใช้งาน หรือปัญหาในการสั่งสินค้า จำเป็นต้องสามารถติดต่อผู้ให้บริการได้ทันที ตลอดจนมีการส่งมอบสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด ซึ่งหากแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะนั้น สามารถให้บริการต่าง ๆ เหล่านี้ได้ จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความตั้งใจใช้และจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นแก่แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะนั้นเป็นอย่างดี

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้ให้บริการที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน เนื่องจากผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า ผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลเชิงลึกถึง 5 ท่าน ใน 6 ท่าน ที่ได้ให้การสัมภาษณ์เชิงลึกไปในทิศทางเดียวกัน ที่สนับสนุนว่า แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะสร้างมาเพื่อตอบสนองความต้องการของทุกเพศ จะเห็นได้ชัดเจนจากสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ผู้ให้บริการหันมาใช้บริการสั่งอาหารผ่าน แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะมากขึ้น (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA). 2563: ออนไลน์) เพราะต้องกักตัวอยู่บ้าน และต้องการความสะดวกสบายในการซื้อสินค้า เพื่ออำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริสุดา รอดทอง (2556)

ผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน เนื่องจากผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่าผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีอายุ 20-24 ปี มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะเฉลี่ยน้อยกว่าผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีอายุ 25-29 ปี และ อายุ 30-34 ปี ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก ถึง 5 ท่าน ใน 6 ท่าน ที่ได้ให้การสัมภาษณ์เชิงลึกไปในทิศทางเดียวกัน ที่สนับสนุนว่า แต่ละช่วงอายุในกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย จะมีรูปแบบการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน อายุ 20-24 ปี ซึ่งเป็นวัยเรียนและเป็นวัยที่เริ่มทำงาน เป็นกลุ่มเจนเอเรชั่นวายตอนต้น รักความสะดวกสบาย ชอบความรวดเร็ว ในขณะที่อายุ 25-34 ปี เป็นวัยทำงานที่มีต้องการความสะดวก รวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นการเดินทาง การสั่งอาหาร หรือการส่งพัสดุ เป็นต้น

ผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน เนื่องจากผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า ผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีระดับการศึกษาน้อยกว่าปริญญาตรีและระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะเฉลี่ยน้อยกว่าผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก 4 ท่าน ใน 6 ท่าน ที่ได้ให้การสัมภาษณ์เชิงลึกไปในทิศทาง

เดียวกันที่สนับสนุนว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ที่เป็นกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ตอนต้น จะเรียนรู้การใช้งาน มีความสามารถในการใช้งาน หรือสามารถเข้าถึงแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะมากกว่าผู้มีระดับการศึกษาสูง

ผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน เนื่องจากผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่าผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะเฉลี่ยน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลเชิงลึกทั้ง 6 ท่าน ที่ได้ให้การสัมภาษณ์เชิงลึกไปในทิศทางเดียวกัน ที่สนับสนุนว่าผู้ที่มียาได้มากจะมีความสามารถในการซื้อความสะดวกสบายในการดำเนินชีวิตโดยที่ไม่กังวลเรื่องค่าใช้จ่าย แต่ด้วยรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้ที่มีรายได้น้อยที่เป็นกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย จะเป็นกลุ่มที่หลงใหลกับการใช้ชีวิต ชอปปิง ชอปปิ้งเที่ยว ชอปปิ้งเล่น ถึงแม้รายได้จะไม่มาก แต่คนกลุ่มนี้มองว่าความสุขในการใช้ชีวิตสำคัญกว่า

ผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกัน เนื่องจากผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า ผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะเฉลี่ยน้อยกว่าผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่เป็นพนักงานเอกชน และธุรกิจส่วนตัว ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลเชิงลึก 4 ท่าน ใน 6 ท่าน ที่ได้ให้การสัมภาษณ์เชิงลึกไปในทิศทางเดียวกัน ที่สนับสนุนว่า ผู้ที่ทำธุรกิจออนไลน์ที่ลูกค้าต้องการสินค้าด่วน หรือพนักงานเอกชนที่ต้องคอยรับส่งเอกสาร อาจต้องใช้บริการส่งพัสดุด่วน ซึ่งแต่ละอาชีพจะมีความต้องการใช้แตกต่างกัน

คุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Siahaan & Legowo, 2019, p. 1673) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Ultan & Thomaw, 2010, p. 11) เนื่องจากคุณภาพของระบบจะเกี่ยวเนื่องถึงความเหมาะสมกับการใช้งาน ความพร้อมใช้งาน ใช้งานง่าย ความน่าเชื่อถือ ความรวดเร็วในการตอบสนอง และประโยชน์ใช้สอยของแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ เป็นต้น หากผู้ดูแลระบบสามารถตอบสนองความต้องการเหล่านี้ได้ ย่อมเกิดความตั้งใจใช้ อีกทั้งผู้ให้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายมีนิสัยขี้สงสัย มักใช้เงินไปกับประสบการณ์ไปกับความหลงใหลส่วนตัว ไม่ว่าจะเป็น การกิน การท่องเที่ยว การเล่น ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้มีผลกระทบต่อ

ธุรกิจที่ให้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้าง เพราะหากพัฒนาคุณภาพระบบให้ถูกจริตผู้ใช้กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ย่อมก่อให้เกิดความตั้งใจใช้ ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลเชิงลึกทั้ง 6 ท่าน ที่ได้ให้การสัมภาษณ์เชิงลึกไปในทิศทางเดียวกัน

ความคาดหวังประสิทธิภาพมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Ramon Palau-Saumell et al., 2019, p. 15) (Mangapul & Nilo, 2019, p. 1673) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Liping An et al., 2016, p.305) เนื่องจากผู้ใช้บริการคาดว่า การใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะสามารถช่วยก่อให้เกิดประโยชน์ในการใช้งาน เช่น การเดินทาง การสั่งอาหาร ตลอดจนการส่งพัสดุ โดยเฉพาะสถานการณ์ในปัจจุบันที่มีการระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 หลายคนหันมาใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ เพราะต้องกักตัวอยู่บ้าน การใช้บริการ Food Delivery จึงสร้างประโยชน์ให้ผู้ใช้บริการมากขึ้น ในขณะเดียวกันผู้ใช้บริการย่อมมีความคาดหวังประสิทธิภาพการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลเชิงลึกทั้ง 6 ท่าน ที่ได้ให้การสัมภาษณ์เชิงลึกไปในทิศทางเดียวกัน

คุณภาพของข้อมูลมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Ultan & Thomaw 2010, p. 11) เนื่องจากผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายมีมาตรฐานสูง มีข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจ จึงทำให้กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายนั้นมีนิสัยช่างเลือก หรือเลือกสิ่งที่ดีที่สุดให้ตัวเองเท่านั้น ดังนั้นหากผู้ดูแลระบบสามารถตอบสนองความต้องการด้านคุณภาพของข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นความเข้าใจง่ายของข้อมูล ตลอดจนการป้องกันความเป็นส่วนตัวเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ใช้บริการบนแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะย่อมก่อให้เกิดความตั้งใจใช้ ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลเชิงลึกทั้ง 6 ท่าน ที่ได้ให้การสัมภาษณ์เชิงลึกไปในทิศทางเดียวกัน

แรงจูงใจด้านความชอบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Ramon Palau-Saumell et al., 2019, p. 15) (Isradila & Indrawati, 2017, p. 1482) (Jelena & Hong, 2016, p. 46) (Liping An et al., 2016, p.305) (Norman & Ksenia, 2016, p. 14) (Adelyn Kuan Lai Kit et al., 2014, pp.50-51) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (พิมพ์พรรณ สุวรรณศิริศิลป์, 2559, น. 59) เนื่องจากผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย เป็นกลุ่มวัยรุ่นยุคใหม่ มีความมั่นใจในตัวเองสูง มีความคิดเป็นของตัวเอง ชอบ

สะดวก รวดเร็ว อีกทั้งผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ชอบใช้แอปพลิเคชันหรือชอบการใช้เทคโนโลยีในการดำเนินชีวิตประจำวัน ส่วนใหญ่มักใช้ชีวิตสัมพันธ์กับเทคโนโลยี แอปพลิเคชัน สื่อสารสังคมออนไลน์ เสพติดกับการบริโภคข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดีย ซึ่งสอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลเชิงลึกทั้ง 6 ท่าน ที่ได้ให้การสัมภาษณ์เชิงลึกไปในทิศทางเดียวกัน

ความคาดหวังในความพยายาม ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร แต่สอดคล้องกับงานวิจัย (Isradila & Indrawati, 2017, p. 1481) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Jelena & Hong, 2016, p. 46) เนื่องจากผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายเป็นกลุ่มคนที่โตมาพร้อมกับยุคเทคโนโลยี เพียบพร้อมทั้งอุปกรณ์ IT และอินเทอร์เน็ตเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ด้วยสภาพแวดล้อมของผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ที่เกิดมาท่ามกลางเทคโนโลยีทำให้ผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ มีความสามารถด้านการใช้เทคโนโลยีไม่ว่าจะใช้ทำงาน ติดต่อสื่อสาร อีกทั้งยังสามารถรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ทั้งในด้านความซับซ้อนในการใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ความง่ายในการทำความเข้าใจ หรือระยะเวลาในการเรียนรู้แอปพลิเคชันค่อนข้างรวดเร็ว

อิทธิพลทางสังคม ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Jelena & Hong, 2016, p. 46) (Liping An et al., 2016, p.305) (Norman & Ksenia, 2016, p. 14) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Adelyn Kuan Lai Kit et al., 2014, pp.50-51) เนื่องจากผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย เป็นกลุ่มวัยรุ่นยุคใหม่ มีความมั่นใจในตัวเองสูง มีความคิดเป็นของตัวเอง ชอบสะดวก รวดเร็ว แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการกลุ่มนี้กล้าลองใช้ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ไวต่อเทคโนโลยีใหม่ ๆ อีกทั้งเป็นกลุ่มที่เติบโตมาพร้อมกับอินเทอร์เน็ต ให้ความสำคัญกับข้อมูลบนโลกออนไลน์ แต่ในขณะเดียวกันการให้ความสำคัญกับสังคมรอบข้างก็น้อยลง

สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Norman & Ksenia, 2016, p. 14) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Adelyn Kuan Lai Kit et al., 2014, pp.50-51) เนื่องจากพื้นฐานของแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะต่าง ๆ ย่อมมีขั้นตอนการใช้งาน เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้งานครั้งแรกเกิด ตลอดจนในยุคปัจจุบันมีสื่อต่าง ๆ เช่น Youtube ที่แนะนำวิธีการใช้งานแอปพลิเคชัน อีกทั้งแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะยังรองรับ

ระบบปฏิบัติการต่าง ๆ ซึ่งเป็นคุณสมบัติพื้นฐาน อีกทั้งด้วยความสามารถในการใช้งานของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความมั่นใจในตัวเองสูง มีความคิดเป็นตัวของตัวเอง และเป็นกลุ่มที่มีความสามารถในการเข้าถึงสื่อออนไลน์ ซึ่งผู้ใช้บริการกลุ่มนี้จะมีสภาพแวดล้อมที่ช่วยส่งเสริมหรืออำนวยความสะดวกให้เกิดการใช้งาน

มูลค่าราคา ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Jelena & Hong, 2016, p. 46) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Adelyn Kuan Lai Kit et al., 2014, pp.50-51) เนื่องจากกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายมักนิยมติดต่อสื่อสารระหว่างกันค่อนข้างบ่อย หากเกิดความประทับใจในผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งแล้ว มักจะบอกกันแบบปากต่อปากกำลังซื้อสูงที่ อีกทั้งยังเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง มีรายได้มั่นคง กล้าตัดสินใจ มีความคิดเป็นของตัวเอง และพร้อมเปิดรับสิ่งใหม่อยู่เสมอ ไม่เกี่ยงเรื่องราคาสินค้าหรือค่าบริการ แม้ว่ามูลค่าราคาเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ แต่ก็มองว่าความสุขสำคัญกว่า

ความเคยชิน ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของ (จักรพันธ์ ศรียุคตันรินทร์, 2560, น. 49) เนื่องจากปัจจุบันมีการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดดในหลายด้าน รวมถึงสิ่งที่จะนับได้ว่าเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน ในการทำงานกิจกรรมต่าง ๆ ของอีกหลาย ๆ กลุ่ม เห็นได้จากตัวเลขปริมาณที่ใช้ในการซื้อสินค้าผ่าน E-Commerce ตลอดจนการชำระเงินผ่าน E-Payment ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องใช้เทคโนโลยีในชีวิตเกือบทุกวัน แต่ในขณะเดียวกัน ยังคงมีอีกกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายอีกกลุ่มที่ไม่สามารถเข้าเทคโนโลยีเหล่านี้เลย แม้กลุ่มเจนเนอเรชั่นวายจะเป็นวัยที่เกิดมาพร้อมเทคโนโลยี แต่ด้วยสังคมที่ยังคงมีความเหลื่อมล้ำทางด้านเทคโนโลยี จะทำให้มีกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายบางกลุ่มที่ยังตามหลังเทคโนโลยี ขาดประสบการณ์ หรือขาดความเคยชินในการใช้เทคโนโลยีเหล่านี้ ซึ่งเป็นกลุ่มที่ไม่มีรายได้

คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

คุณภาพการบริการ ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Markun Hanjaya et al., 2019, p. 194) เนื่องจากปัจจัยที่ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย คาดหวังจากการใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ คือ ความสมบูรณ์และเข้าใจง่ายของข้อมูล การป้องกันความเป็นส่วนตัวของข้อมูลของผู้ใช้บริการบนแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ตลอดจนคุณภาพของระบบเกี่ยวกับความพร้อมใช้

งาน ใช้งานง่าย ความน่าเชื่อถือ และความเร็วในการตอบสนองการใช้งานมากกว่าคุณภาพการบริการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ควรมีการศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะเพิ่มเติมด้วย เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงตลอด
2. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ควรมีการศึกษาในเชิงเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างแต่ละแบรนด์ เพื่อให้ผู้พัฒนาระบบสามารถพัฒนาให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย
3. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ควรมีการศึกษาความสนใจในการใช้งานแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการที่สูงวัยกว่ากลุ่มเจนเอเรชั่นวาย

ข้อเสนอแนะเชิงบริหารจัดการ

นักการตลาดสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการดังนี้

1. เนื่องจากผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีอายุ 20-24 ปี มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะเฉลี่ยน้อยกว่าผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีอายุ 25-29 ปีและ อายุ 30-34 ปี ดังนั้นนักการตลาด ควรทำการสื่อสารการตลาดหรือจัดโปรแกรมนการส่งเสริมการขายสำหรับผู้ใช้บริการกลุ่มนี้
2. ผู้ประกอบการคาดหวังว่าอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ซึ่งข้อมูลที่เป็นจริงพบว่า อิทธิพลทางสังคม ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ดังนั้นผู้ประกอบการควรพิจารณาถึงความจำเป็นในการใช้อิทธิพลทางสังคม เช่น คนใกล้ชิดของผู้ใช้บริการ หรือบุคคลที่มีชื่อเสียง
3. ผู้ประกอบการคาดหวังว่า มูลค่าราคามีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ซึ่งข้อมูลที่เป็นจริงพบว่า มูลค่าราคาไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ดังนั้นผู้ประกอบการควรพิจารณาอีกครั้งว่า ถึงแม้ผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายรับรู้ ว่า มูลค่าราคาเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ แต่ก็มองว่า

ความสุขสำคัญกว่า ดังนั้นหากพัฒนาการให้บริการที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์ผู้ให้บริการกลุ่มนี้ ธุรกิจนั้นย่อมมีความได้เปรียบ

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. นักวิชาการสามารถนำทฤษฎีตัวแบบความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (Information System Success Model) ไปศึกษาความตั้งใจใช้ หรือความตั้งใจซื้อ ซึ่งทฤษฎีนี้ยังไม่แพร่หลายในประเทศไทย
2. ทฤษฎีตัวแบบความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (Information System Success Model) นอกจากจะใช้ศึกษาความตั้งใจในใช้ออปพลิเคชันแล้ว ยังสามารถนำไปศึกษาความตั้งใจใช้บริการเว็บไซต์ได้



บรรณานุกรม

- Burda, D., & Teuteberg, F. (2015). Understanding Service Quality and System Quality Success Factors in Cloud Archiving From an End-User Perspective. *Journal of management information systems*, 32 (4), pp. 266-284.
- Cohen, J. (1992). A power primer. *Psychological Bulletin*, 112(1), 155–159.
<https://psycnet.apa.org/doiLanding?doi=10.1037%2F0033-2909.112.1.155>
- Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton, W. J. (2001). *Marketing* (12th ed.). Boston: McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(3), pp. 41-50.
- Siahaan, M., & Legowo, N. (2019). The citizens acceptance factors of transportation application online in Batam: An adaption of the Utaut2 model and information system success model. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*. 31 march 2019. Vol.97 No.6, P.1666-1676.
- Ultan Sharkey et al. (2010). The Influence of Quality on E-Commerce Success: An Empirical Application of the Delone and Mclean IS Success Model. National University of Ireland Galway Galway. Ireland. สืบค้นเมื่อ เมื่อ 4 กุมภาพันธ์ 2563, จาก https://www.researchgate.net/scientific-contributions/70610349_Murray_Scott
- กรมสุขภาพจิต. (2562). Gen Y/Gen Me กลุ่มผู้กุมชะตาโลก. สืบค้นเมื่อเมื่อ 26 มกราคม 2563 จาก <https://www.dmh.go.th/news/view.asp?id=1251>.
- เกียรติสุดา ศรีสุข.(2552). ระเบียบวิธีวิจัย.เชียงใหม่ : โรงพิมพ์ รองช่าง.
- เฉลิมศักดิ์ บุญประเสริฐ. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ. ค้นคว้าอิสระ บธ.ม. (การอุดมศึกษา) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงใหม่.
- ญาณิศา พลอยชุม. (2557). อิทธิพลของคุณภาพระบบต่อการใช้งาน ความพึงพอใจ และประโยชน์สุทธิ ของผู้ใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. (การอุดมศึกษา). กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ณัฐชยา รักประกอบกิจ. (2558). คุณภาพของเว็บไซต์และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ สมัครงานออนไลน์ (E-job) ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. (การอุดมศึกษา). กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เตชะพิทย ผลาวงศ์. (2558). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้งานโมบายแบงก์กิ้งซ้ำ ในแง่ภาพลักษณ์ขององค์กรและคุณภาพของโปรแกรมประยุกต์. การค้นคว้าอิสระ วท.ม. (การอุดมศึกษา). กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนาคารกรุงเทพ. (2563). เจาะพฤติกรรมคน Gen Y ที่แบรนด์ต้องรับมือให้ได้. สืบค้นเมื่อ 31 พฤษภาคม 2564 จาก www.bangkokbanksme.com/en/generation-y-consumer-brand-marketing
- ปพน เลิศชาคร. (2559). คุณภาพของเว็บไซต์ ความไว้วางใจ การรับรู้ถึงคุณค่า และการจัดอันดับและความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่าน eBay ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. (การอุดมศึกษา). กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- โพสท์ทูเดย์. (2562). เข้าใจความต่างคน 4 เจเนอเรชั่น ทลายช่องว่างเพื่อการทำงานที่แฮปปี้. สืบค้นเมื่อ 26 มกราคม 2563 จาก <https://www.posttoday.com/life/healthy/587633>.
- ศุภสิรา คุณรัตน์. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน Mobile Banking ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. (การอุดมศึกษา). กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.
- สายชล เลิศพิทักษ์ธรรม. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจและการใช้โมบายแอปสำหรับเรียกรับบริการผู้รับส่งสิ่งของของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. (ค้นคว้าอิสระ บธ.ม.) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- สิริสุดา รอดทอง. (2556). ความตั้งใจในการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชันของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกลุ่มสมาร์ตโฟน. (วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สุรติ กอบการุณ. (2557). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ การใช้งาน ความพึงพอใจ ต่อประโยชน์สุทธิ ของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการจองโรงแรมของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. (การอุดมศึกษา). กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2563). ETDA เผย คน Gen -Y สั่งอาหารออนไลน์มากที่สุด และกว่า 40% สั่งเพราะหวั่นโควิด-19. สืบค้นเมื่อ 5 เมษายน 2564 จาก www.etda.or.th/th/newsevents/pr-news/ETDA/ETDA-เผย-คน-Gen-Y-สั่งอาหารออนไลน์มากที่สุด-และกว่า-40-สั่ง.aspx



ภาคผนวก





แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้าง
สาธารณะ
ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนประกอบหนึ่งของการทำปริญญานิพนธ์ของนิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารมหาธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่อง “**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร**”

คำตอบของท่านจะมีคุณค่าสำหรับงานวิจัย โดยข้อมูลของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ จะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมเท่านั้น ผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับความกรุณาและความพยายามสละเวลาอันมีค่าของท่านในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

แบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับการคัดกรองการใช้งานแอปพลิเคชันฯ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันฯ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันฯ

ผู้วิจัย

นางสาวศรณรินทร์ หลีฮวด

สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ส่วนที่ 1: คำถามเกี่ยวกับการคัดกรองการใช้งานแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้าง
สาธารณะ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. ท่าน ใช้/เคยใช้ แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ เพื่อการเดินทาง ส่งพัสดุ หรือ
ส่งอาหารหรือไม่

☐ 1. เคย

☐ 2. ไม่เคย

2. ท่านอายุระหว่าง 20-39 ปี ใช่หรือไม่

☐ 1. ใช่

☐ 2. ไม่ใช่

3. ท่าน ใช้/เคยใช้ แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะใด **ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ**

☐ 1. Grab

☐ 2. GET

☐ 3. GoBike

☐ 4. อื่นๆโปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2: ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐ 1. ชาย

☐ 2. หญิง

2. อายุ

☐ 1. 20-24 ปี

☐ 2. 25-29 ปี

☐ 3. 30-34 ปี

☐ 4. 35-39 ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

☐ 1. น้อยกว่าปริญญาตรี

☐ 2. ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

☐ 3. สูงกว่าปริญญาตรี

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

☐ 2. 10,001-20,000 บาท

☐ 3. 20,001-30,000 บาท

☐ 4. 30,001 บาทขึ้นไป

5. อาชีพ

☐ 1. นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา

☐ 2. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

☐ 3. พนักงานเอกชน

☐ 4. ธุรกิจส่วนตัว

☐ 5. พ่อบ้าน/ แม่บ้าน

ส่วนที่ 3: ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้าง

สาธารณะ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ แอปพลิเคชันฯ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็นด้วย ปานกลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
ความคาดหวังประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)					
แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ.....					
1. ช่วยให้คุณเดินทางสะดวกสบายมากขึ้น					
2. มีรถเข้าร่วมจำนวนมาก					
3. ไวต่อการตอบสนองในการเรียกใช้บริการ					
4. รับ-ส่งสินค้าได้สะดวก					
ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy)					
ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะทำให้ท่าน....					
1. ใช้งานได้ง่าย					
2. ดาวโหลดและติดตั้งได้ง่าย					
3. ลงทะเบียนใช้บริการแอปพลิเคชันฯ ด้วยตนเองได้					
4. ใช้งานแอปพลิเคชันได้อย่างถูกต้อง					
5. ใช้ได้อย่างคล่องแคล่วจากการทดลองใช้งานไม่เกิน 5 ครั้ง					
6. จัดจำวิธีการใช้งานแอปพลิเคชันได้เป็นอย่างดี					
ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้	ระดับความคิดเห็น				

แอปพลิเคชันฯ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็นด้วย ปานกลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
อิทธิพลทางสังคม (Social Influence)					
ท่านจะใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะก็ต่อเมื่อ.....					
1. แอปพลิเคชันนั้นมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก					
2. ญาติพี่น้องแนะนำให้ท่านใช้					
3. เพื่อนแนะนำให้ท่านใช้					
4. บุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นส่วนกระตุ้นให้ท่านใช้					
สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions)					
1. ท่านสามารถติดต่อสอบถามผู้ให้บริการได้เมื่อพบปัญหา					
2. มีคู่มือวิธีใช้งานอย่างชัดเจน เข้าใจง่าย					
3. สามารถรองรับการใช้งานในอุปกรณ์ที่ท่านใช้งานอยู่					
4. สามารถชำระเงินได้หลายช่องทาง					
5. มีบริการส่งสินค้าถึงที่ (ห้อง)					
แรงจูงใจด้านความชอบ (Hedonic Motivation)					
1. ท่านมีความสุขในการแชร์สถานที่ที่ท่านอยู่ผ่านแอปพลิเคชันให้กับผู้อื่นทราบ					
2. ท่านชอบเดินทางโดยใช้รถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ					
3. ท่านชอบใช้แอปพลิเคชันมากกว่าการเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ					
ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้	ระดับความคิดเห็น				

แอปพลิเคชันฯ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็นด้วย ปานกลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
4. ท่านชอบใช้บริการสั่งอาหารแบบ Delivery					
5. ท่านสนุกกับการใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ					
มูลค่าราคา (Price Value)					
1. ค่าบริการมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับบริการที่ได้จากการใช้แอปพลิเคชันฯ					
2. ท่านยินดีจ่ายค่าบริการที่มากกว่าเพื่อแลกกับความสะดวกรวดเร็ว					
3. ค่าบริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะมีความคุ้มค่า					
4. แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะมีความคุ้มค่า					
ความเคยชิน (Habit)					
1. ท่านสามารถหาแอปพลิเคชันในมือถือได้ภายในไม่กี่วินาที					
2. ท่านจะใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะทุกครั้งที่ต้องการเดินทาง					
3. ท่านจะใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะทุกครั้งที่ต้องการสั่งอาหาร					

ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ แอปพลิเคชันฯ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็นด้วย ปานกลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
4. ท่านจะใช้ แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะทุกครั้งที่ต้องการส่งสินค้า/ส่งของ					
5. การใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะกลายเป็นเรื่องธรรมดาของท่านไปแล้ว					
คุณภาพของข้อมูล (Information quality)					
ข้อมูลในแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ.....					
1. ใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่าย					
2. มีความชัดเจนไม่คลุมเครือ					
3. ตรงความเป็นจริง					
4. ความเป็นปัจจุบันและทันสมัย เช่น โลกทัศน์เพื่อระบุตำแหน่งในการจัดส่ง					
คุณภาพของระบบ (System quality)					
1. แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ มีการรักษาความปลอดภัยเป็นส่วนตัว					
2. สภาพของแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ พร้อมใช้งานได้เสมอ					
3. ท่านไม่พบข้อผิดพลาดใดๆ เมื่อใช้งาน แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ					

ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ แอปพลิเคชันฯ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็นด้วย ปานกลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
คุณภาพของระบบ (System quality)					
4. ท่านสามารถใช้งานแอปพลิเคชัน เรียกรถจักรยานยนต์รับจ้าง สาธารณะ ได้ทุกช่วงเวลาที่ต้องการ					
5. ท่านสามารถใช้งานแอปพลิเคชัน เรียกรถจักรยานยนต์รับจ้าง สาธารณะ ได้อย่างต่อเนื่อง ตลอดเวลาหลังจากการเข้าสู่ระบบ					
คุณภาพการบริการ (Service quality)					
1. การส่งมอบสินค้าและบริการให้ตรง ตามที่กำหนดไว้					
2. แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์ รับจ้างสาธารณะ สามารถส่งมอบ สินค้าและบริการได้ในระยะเวลาที่ เหมาะสม					
3. มีช่องทางในการติดต่อขอความ ช่วยเหลือ กรณีที่เกิดปัญหาจากการ ใช้งาน แอปพลิเคชันเรียกร ถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ					

ส่วนที่ 4: ข้อมูลเกี่ยวกับความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันฯ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็นด้วย ปานกลาง	ไม่ เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
1. ท่านยินดีที่จะใช้งานแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะอย่างเต็มที่					
2. ท่านคาดว่าจะใช้ หรือใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะต่อไปในอนาคต					
3. ท่านมีความตั้งใจที่จะใช้ หรือใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะต่อไปในอนาคต					
4. ท่านวางแผนที่จะใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะอย่างต่อเนื่อง					
5. ท่านจะพยายามใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะเสมอ					



แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้าง

สาธารณะ

ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนประกอบหนึ่งของการทำปริญญานิพนธ์ของนิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร”

คำตอบของท่านจะมีคุณค่าสำหรับงานวิจัย โดยข้อมูลของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ จะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมเท่านั้น ผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับความกรุณาและความพยายามสละเวลาอันมีค่าของท่านในการตอบแบบสัมภาษณ์ครั้งนี้

แบบสัมภาษณ์ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน

ผู้วิจัย

นางสาวศรณรินทร์ หลีฮวด

สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

4. ชื่อ-สกุล
5. อาชีพ
6. ตำแหน่ง
7. บริษัท/มหาวิทยาลัย.....
8. อายุงาน

ส่วนที่ 2: ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ

1. ท่านคิดว่าผู้ หญิงกับผู้ชาย มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้าง
 สาธารณะแตกต่างกันหรือไม่ เพราะอะไร

.....

.....

.....

- ท่านคิดว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกับอายุน้อย มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน เรียกรถจักรยานยนต์
 รับจ้างสาธารณะแตกต่างกันหรือไม่ เพราะอะไร

.....

.....

.....

- ท่านคิดว่า ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาสูงกับผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาน้อย มีความตั้งใจใช้
 แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกันหรือไม่ เพราะอะไร

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้มากกับผู้ใช้บริการที่มีรายได้น้อย มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกันหรือไม่ เพราะอะไร

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่า อาชีพแต่ละอาชีพ มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะแตกต่างกันหรือไม่ เพราะอะไร

.....

.....

.....

ส่วนที่ 3: ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ

ด้านความคาดหวังประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)

1. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ ช่วยก่อให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้ใช้บริการกลุ่มวัยรุ่น-วัยทำงานในกรุงเทพฯหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

ด้านความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy)

2. ท่านคิดว่าการใช้งานแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ มีความง่ายต่อการเรียนรู้การใช้งาน และสะดวกในการเข้าใช้งานหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

ด้านอิทธิพลทางสังคม (Social Influence)

3. ท่านคิดว่า คนใกล้ชิด (เช่น ครอบครัว เพื่อน) มีผลทำให้ผู้ใช้บริการกลุ่มวัยรุ่น-วัยทำงาน มีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions)

4. ท่านคิดว่า สิ่งอำนวยความสะดวกของแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะ (เช่น สามารถรองรับกับอุปกรณ์ของผู้ใช้, มีคู่มือการใช้งาน, ชำระเงินได้หลายช่องทาง) มีผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

ด้านแรงจูงใจด้านความชอบ (Hedonic Motivation)

5. ท่านคิดว่า ความชอบหรือความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้งานแอปพลิเคชัน มีผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มวัยรุ่น-วัยทำงาน หรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

ด้านมูลค่าราคา (Price Value)

6. เมื่อเปรียบเทียบระหว่าง ค่าบริการกับประโยชน์ที่ได้รับ ท่านคิดว่าสิ่งเหล่านี้มีผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

ด้านความเคยชิน (Habit)

7. ท่านคิดว่า ความคุ้นเคยในการใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ ของผู้ใช้บริการกลุ่มวัยรุ่น-วัยทำงาน มีผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

ด้านคุณภาพของข้อมูล (Information quality)

8. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า ข้อมูลในแอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะที่มีความชัดเจน ไม่คลุมเครือ จะมีผลต่อความตั้งใจใช้งาน เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

คุณภาพของระบบ (System quality)

9. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะที่มีสภาพพร้อมใช้งานเสมอ จะมีผลต่อความตั้งใจใช้งาน เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

คุณภาพการบริการ (Service quality)

10. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่า แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะที่มีช่องทางในการติดต่อขอความช่วยเหลือกรณีที่เกิดปัญหาจากการใช้งาน จะมีผลต่อความตั้งใจใช้เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

.....

11. นอกจาก 10 ปัจจัยนี้ ท่านคิดว่ามีปัจจัยใดอีกหรือไม่ ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันเรียกรถจักรยานยนต์รับจ้างสาธารณะของผู้ใช้บริการกลุ่มวัยรุ่น-วัยทำงานในกรุงเทพฯ

.....

.....

.....

.....

12. ท่านคิดว่า หากจะศึกษาเรื่องนี้ในอนาคต ควรศึกษาปัจจัยใดบ้าง

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวศรณรินทร์ หลีฮวด
วัน เดือน ปี เกิด	6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2534
สถานที่เกิด	จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2552-2555 บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด) จาก คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ พ.ศ. 2562 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) จาก คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 3/33 หมู่ 3 ถนนเทพารักษ์ กม.9 ซอยแก้วสัมพันธ์ ตำบลบาง พลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540