

โครงการพิเศษ

เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่
Factors Affecting the Behavior of Using the Application Grab Taxi



T138810

โดย

นางสาวสุดารัตน์ รักษ์ศิริ
นางสาวอภิญญา ประทุมทอง
นางสาวอริศรา เตบุญมี

๑๒๗
๑๖๖๑
๒๕๕๗

เลขหมู่..... 138810
เลขทะเบียน.....
วัน,เดือน,ปี... 16 ต.ค. 2558

b. 12 718713
i.

โครงการพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรเทคโนโลยีการจัดการ
สาขาบริหารธุรกิจและการจัดการ
วิทยาลัยการบริหารและจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร
ปีการศึกษา 2557

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ใบรับรองโครงการพิเศษ

สาขาวิชาบริหารธุรกิจและการจัดการ วิทยาลัยการบริหารและจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่
Factors Affecting the Behavior of Using the Application Grab Taxi

โดย

นางสาวสุตารัตน์ รัชศิริ 54100226
นางสาวอภิญา ประทุมทอง 54100233
นางสาวอริศรา เตบุญมี 54100236

รายงานฉบับนี้ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาวิชาโครงการพิเศษ หลักสูตร วท.บ. (เทคโนโลยีการจัดการ)

เมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2558

ประธานกรรมการโครงการพิเศษ 30/มีนาคม/2558
(รองศาสตราจารย์ ดร.อำนวยการ แสงโนรี)

ประธานหลักสูตร 30/มีนาคม/2558
(รองศาสตราจารย์ อมรศรี ดันพิพัฒน์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ปีการศึกษา 2557

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่
 ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ) Factors Affecting the Behavior of Using the Application Grab Taxi
 ชื่อ-สกุล นางสาวสุดารัตน์ รัชศิริ
 นางสาวอภิญญา ประทุมทอง
 นางสาวอริศรา เตบุญมี
 หลักสูตร เทคโนโลยีการจัดการ สาขาวิชา บริหารธุรกิจและการจัดการ
 วิทยาลัย การบริหารและจัดการ
 ประธานกรรมการโครงการพิเศษ รองศาสตราจารย์ ดร.อำนาจ แสงโนรี 30 มีนาคม 2558

บทคัดย่อ

ปัจจุบันนี้ไม่ว่าเราจะเดินทางไปไหนมาไหนรถรับจ้างที่มีให้บริการอย่างสะดวกสบายรวดเร็วทันใจและได้รับความนิยมเป็นอันดับต้นๆ นั่นก็คือรถแท็กซี่ และประเทศไทยนั้นก็ยังมีปัญหาในเรื่องของแท็กซี่เพิ่มขึ้นทุกวัน ซึ่งตอนนี้คงจะปฏิเสธไม่ได้ว่าสมาร์ตโฟนได้เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของเราเป็นอย่างมาก บริษัทแกร็บแท็กซี่ (ประเทศไทย) จำกัด จึงได้พัฒนาเทคโนโลยีทางด้านแอปพลิเคชันเข้ามาช่วยในการเรียกแท็กซี่ให้ง่ายขึ้น มีความสะดวกรวดเร็ว และมีความปลอดภัยเพิ่มขึ้น จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ ศึกษาทัศนคติของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างของผู้ที่ใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ จำนวนทั้งสิ้น 385 ตัวอย่าง

ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ยโดยประมาณ 22-28 ปี และประกอบอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา สำหรับการศึกษาด้านพฤติกรรมในการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ พบว่าส่วนใหญ่ใช้ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ รู้จักแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ครั้งแรกจากแหล่งสังคมออนไลน์ นอกจากนั้นยังพบว่าตนเองมีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่มากที่สุด และช่วงเวลาที่ใช้แอปพลิเคชันส่วนใหญ่ใช้ช่วงเวลา 18.01 น.-24.00 น. ในด้านความถี่ในการใช้งาน พบว่าผู้ใช้ส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ น้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือน จ่ายค่าโดยสารเฉลี่ย 81-150 บาทต่อครั้ง และเหตุผลที่ใช้ใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่มากที่สุดคือแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่มีความสะดวกรวดเร็วในการเรียกแท็กซี่ รองลงมาประหยัดเวลา

จากผลการประเมินระดับความคิดเห็นในด้านการรับรู้ประโยชน์ พบว่าทุกปัจจัยมีผลการประเมินอยู่ในระดับเกณฑ์มาก โดยปัจจัยการใช้งานแอปพลิเคชันช่วยให้ประหยัดเวลาในการเรียกแท็กซี่ได้ผลการประเมินความคิดเห็นสูงสุด รองลงมาแอปพลิเคชันสามารถแสดงผลได้อย่างถูกต้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการประเมินระดับความคิดเห็นในด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน พบว่าทุกปัจจัยมีผลการประเมินอยู่ในเกณฑ์มาก โดยปัจจัยด้านสามารถใช้งานแอปพลิเคชันได้ด้วยตนเองมีผลการประเมินความคิดเห็นสูงสุด รองลงมาปัจจัยด้านขั้นตอนในการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่เป็นเรื่องที่ไม่ยุ่งยาก ผลการประเมินระดับความคิดเห็นในด้านทัศนคติ พบว่าทุกปัจจัยมีผลการประเมินอยู่ในเกณฑ์มาก โดยปัจจัยด้านแอปพลิเคชันมีความเหมาะสมในด้านบริการมากน้อยเพียงใดมีผลการประเมินความคิดเห็นสูงสุด และปัจจัยด้านมีความไว้วางใจในด้านความปลอดภัย มีผลการประเมินความคิดเห็นต่ำสุด ผลการประเมินระดับความคิดเห็นในด้านด้านแรงจูงใจ พบว่าทุกปัจจัยมีผลการประเมินอยู่ในเกณฑ์มาก โดยปัจจัยด้านสามารถใช้ได้ตลอด 24 ชม. มีผลการประเมินความคิดเห็นสูงสุด

จากผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบตัวแปรอิสระต่างๆ ที่มีผลต่อทัศนคติการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ และพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน Univariate Anova มีผลการวิเคราะห์เป็นดังนี้ ด้านทัศนคติการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ เมื่อวิเคราะห์ผลเปรียบเทียบของตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัวแปร พบว่ามีตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่มีระดับ 0.01 ซึ่งหมายความว่ามีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยที่ตัวแปรอิสระด้านเพศ อายุ และอาชีพไม่มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ ด้านพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ เมื่อวิเคราะห์ผลเปรียบเทียบตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัวแปรของกลุ่มผู้ใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ พบว่ามีตัวแปรอาชีพ และทัศนคติที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่มีระดับ 0.01 ซึ่งหมายความว่ามีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยที่ตัวแปรอิสระด้านเพศ อายุ และด้านแรงจูงใจไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ควรพัฒนาระบบให้มีความแม่นยำทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และผู้ซ้บรณแท็กซี่ควรอ่านข้อความการบอกสถานที่เพิ่มเติมจากผู้ให้มากขึ้น ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ควรจะออกแบบระบบให้สามารถใช้ได้กับทุกระบบปฏิบัติการ เนื่องจากสมาร์ทโฟนมีหลากหลายระบบปฏิบัติการ ถ้าผู้พัฒนาแอปพลิเคชันสามารถแก้ไขระบบได้ จะทำให้มีผู้ใช้แอปพลิเคชันเพิ่มขึ้นอย่างมาก

คำนิยม

โครงการพิเศษฉบับนี้จัดทำขึ้นจนสำเร็จเรียบร้อยเป็นอย่างดี ทั้งนี้เนื่องด้วยความอนุเคราะห์จาก รองศาสตราจารย์ ดร.อำนาจ แสงโนรี ประธานกรรมการโครงการพิเศษ ที่กรุณาให้คำปรึกษาชี้แนะ และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ โดยละเอียด จนทำให้ได้รายงานที่สมบูรณ์ สร้างความภูมิใจแก่คณะผู้จัดทำเป็นอย่างมาก รวมทั้ง อาจารย์ ดร.ชลิตา ศรีนวล กรรมการสอบโครงการพิเศษ ที่กรุณาให้คำแนะนำในส่วนของการสอบโครงการพิเศษ ตลอดจนอาจารย์ประจำหลักสูตรวิชา บริหารธุรกิจและการจัดการที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และประสิทธิประสาทวิชาความรู้ตลอดหลักสูตรการศึกษา คณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอขอบคุณ บริษัทแกร็บแท็กซี่ (ประเทศไทย) จำกัด และเจ้าหน้าที่ที่ดูแล facebook fanpage GrabTaxi Thailand ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับรายงานอันเป็นประโยชน์ ทางผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

นอกจากนี้คณะผู้จัดทำขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม รวมทั้งเจ้าหน้าที่ที่ควบคุมห้องคอมพิวเตอร์วิทยาลัยการบริหารและจัดการทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีตลอดมา

สุดท้ายนี้คณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อคุณแม่ที่รักและเคารพอย่างสูง รวมถึงขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนที่เป็นกำลังใจ ให้คำปรึกษาและความช่วยเหลือในทุกเรื่อง

สุดารัตน์ รักษ์ศิริ
อภิญญา ประทุมทอง
อริศรา เตบุญมี
มีนาคม 2558

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
คำนิยม	(3)
สารบัญ	(4)
สารบัญตาราง	(6)
สารบัญรูปภาพ	(7)
บทที่ 1 บทนำ	
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
ขอบเขตของการศึกษา	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
นิยามศัพท์	4
บทที่ 2	
ลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่	
ความเป็นมาของแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่	5
พัฒนาการของแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่	5
ส่วนประกอบของแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่	6
ลักษณะของแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่	7
อุปกรณ์ที่สามารถใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ได้	8
ขั้นตอนการใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่	8
บทที่ 3	
ระเบียบวิธีวิจัย	
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	13
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
กรอบแนวคิดของการศึกษา	23
ตัวแปรและการวัดค่า	25
สมมติฐานการศึกษา	26
ประชากรเป้าหมายที่ศึกษา	26
ขนาดตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง	27
เทคนิคทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	27
บทที่ 4	
ผลการศึกษา	
ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	29
ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่	30

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ข้อมูลด้านทัศนคติต่อการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่	32
ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่	36
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	
สรุป	42
ข้อเสนอแนะ	43
เอกสารอ้างอิง	44
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	47
ภาคผนวก ข ประวัติและโครงสร้างองค์กรของกรณีสึกษาหรือประชากรเป้าหมาย	51



สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	สถิติการร้องเรียนปัญหาการใช้บริการแท็กซี่ผ่านศูนย์คุ้มครองผู้โดยสาร รถสาธารณะ 1584 ช่วงเดือนตุลาคม 2556 – กุมภาพันธ์ 2557	2
2	จำนวนและร้อยละของคุณสมบัติส่วนบุคคลของตัวอย่างที่สุ่มมาศึกษา	29
3	จำนวนและร้อยละของความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชันของตัวอย่างที่สุ่มมาศึกษา	30
4	จำนวนและร้อยละของค่าโดยสารแท็กซี่ของตัวอย่างที่สุ่มมาศึกษา	30
5	จำนวนและร้อยละของระบบปฏิบัติการที่ใช้งานแอปพลิเคชันแท็กซี่	31
6	จำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลที่รู้จักแอปพลิเคชันแท็กซี่ครั้งแรก	31
7	จำนวนและร้อยละของผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันแท็กซี่	31
8	จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่ใช้งานแอปพลิเคชันแท็กซี่มากที่สุด	31
9	เหตุผลที่ใช้งานแอปพลิเคชันแท็กซี่	32
10	คะแนนเฉลี่ยและผลการประเมินทัศนคติต่อการใช้แอปพลิเคชันแท็กซี่	32
11	ผลประเมินการให้คะแนนระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ประโยชน์	33
12	ผลประเมินการให้คะแนนระดับความคิดเห็นในด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน	34
13	คะแนนเฉลี่ยและผลการประเมินพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแท็กซี่	34
14	ผลประเมินการให้คะแนนระดับความคิดเห็นในด้านทัศนคติ	35
15	ผลประเมินการให้คะแนนระดับความคิดเห็นในด้านแรงจูงใจ	35
16	ค่าสถิติพรรณนาของคะแนนทัศนคติการใช้แอปพลิเคชันแท็กซี่	36
17	สถิติทดสอบการผันแปรทัศนคติการใช้แอปพลิเคชันแท็กซี่	37
18	การทดสอบค่า Multiple Comparison Test ด้านการรับรู้ประโยชน์ ของทัศนคติการใช้แอปพลิเคชันแท็กซี่	38
19	การทดสอบค่า Multiple Comparison Test ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน ของทัศนคติการใช้แอปพลิเคชันแท็กซี่	38
20	ค่าสถิติพรรณนาของคะแนนพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแท็กซี่	39
21	สถิติทดสอบการผันแปรพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแท็กซี่	40
22	การทดสอบค่า Multiple Comparison Test ด้านอาชีพ ของพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแท็กซี่	41
23	การทดสอบค่า Multiple Comparison Test ด้านทัศนคติ ของพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแท็กซี่	41

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	โทรศัพท์สมาร์ทโฟน	6
2	แอปพลิเคชัน	7
3	แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่	8
4	เมนูของแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่	8
5	การลงทะเบียนและใส่รหัสการยืนยันตัวตน	9
6	การระบุตำแหน่งต้นทางและปลายทาง	9
7	การใช้แอปพลิเคชันในการเรียกรถแท็กซี่	10
8	การค้นหาตำแหน่งผู้ขับ	10
9	กำลังค้นหาตำแหน่งของคนขับรถ	11
10	การเรียกรถสำเร็จ	11
11	การยืนยันของผู้ขับรถ	12
12	กรอบแนวคิดเรื่องการยอมรับของผู้บริโภคในการเลือกใช้เครื่องฝากเงินสดในเขตกรุงเทพมหานคร	20
13	กรอบแนวคิดเรื่องการศึกษาการยอมรับซอฟต์แวร์สำเร็จรูป ERP กรณีศึกษาบริษัทปิโตรเคมีแห่งหนึ่ง	21
14	กรอบแนวความคิดรวมของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่	23
15	กรอบแนวความคิดการศึกษาทัศนคติที่มีต่อการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่	24
16	กรอบแนวความคิดการศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่	25

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ในช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา มีความเจริญก้าวหน้าและการเติบโตอย่างรวดเร็ว ทางด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีการสื่อสารได้เปลี่ยนวิถีการดำเนินชีวิต การดำเนินธุรกิจ และการสื่อสารของคนในสังคมไปอย่างมาก ปัจจุบันโทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับติดต่อสื่อสารอีกอย่างหนึ่งที่เป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญสำหรับผู้คนจำนวนมาก โดยการใช้งานอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพาในปัจจุบันคงจะหนีไม่พ้นสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตที่มีอัตราการเติบโตทั้งในตลาดโลกและตลาดประเทศไทย ด้วยคุณสมบัติของอุปกรณ์ประเภทนี้ที่สามารถทำงานได้หลากหลายครอบคลุมการใช้งานด้านการสื่อสารได้ครบทุกรูปแบบ รวมทั้งยังมีการเพิ่มลูกเล่นด้วยการดาวน์โหลดฟังก์ชันเสริม ที่สามารถดาวน์โหลดเพิ่มเติมได้ไม่จำกัด นั่นก็ส่งผลให้ความสามารถในการใช้งานอุปกรณ์สื่อสารพกพาแบบสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตมีอย่างไม่จำกัดตามไปด้วย จากผลสำรวจการใช้โทรศัพท์มือถือของเทเลนอร์ พบว่าคนไทยมีความรู้ความเข้าใจในการใช้สมาร์ทโฟนสูงสุดในบรรดาประเทศที่กำลังเติบโตในเอเชีย โดยคนไทยใช้ฟังก์ชันของสมาร์ทโฟนหลากหลายกว่าประเทศอื่นในเอเชีย โดยให้ความสำคัญต่อแบรนด์และคุณภาพมากกว่าลูกเล่นและคุณสมบัติต่างๆ อัตราการใช้สมาร์ทโฟนในปัจจุบันอยู่ที่ร้อยละ 36 และยังคงโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยไตรมาสที่ 3 ปี 2556 มีการสร้างสถิติใหม่โดยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 29.1 โตจาก 7.1 ล้านเครื่อง เป็น 8 ล้านเครื่อง (<http://www.manager.co.th/Cyberbiz/ViewNews.aspx?NewsID=9560000149675>)

แนวโน้มการใช้งานสมาร์ทโฟนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลมาจากการพัฒนาด้านโมบายแอปพลิเคชัน และเทคโนโลยีของตัวเครื่องโทรศัพท์จากค่ายผู้ผลิตโทรศัพท์ โดยเฉพาะการพัฒนาต่อยอดแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ของบริษัทต่างๆ ที่แข่งขันกันเพื่อชิงความเป็นหนึ่งในตลาดด้านโมบายแอปพลิเคชัน ซึ่งการพัฒนาแอปพลิเคชันแบ่งเป็นการพัฒนาแอปพลิเคชันระบบปฏิบัติการและแอปพลิเคชันซอฟต์แวร์ที่ตอบสนองการใช้งานบนอุปกรณ์และด้วยแอปพลิเคชันที่เพิ่มขึ้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้ผู้ใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่ มีแนวโน้มใช้โปรแกรมต่างๆ เพื่อตอบสนองกิจกรรมในชีวิตประจำวัน ด้วยอัตราการขยายตัวด้านการใช้งานอุปกรณ์เคลื่อนที่ทำให้บริษัทชั้นนำด้านโทรศัพท์มือถือหลายแห่งหันมาให้ความสำคัญกับการพัฒนาโปรแกรมบนโทรศัพท์มือถือ โดยเชื่อว่าจะมีอัตราการดาวน์โหลดเพื่อใช้งานที่เติบโตอย่างเห็นได้ชัด (http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/oct_dec_11/pdf/aw018.pdf)

ปัจจุบันนี้ไม่ว่าเราจะเดินทางไปไหนมาไหนรถรับจ้างที่มีให้บริการอย่างสะดวกสบายรวดเร็วทันใจและได้รับความนิยมเป็นอันดับต้นๆ นั่นก็คือรถแท็กซี่ ประเทศไทยมีรถแท็กซี่มากกว่า 120,000 คัน มีคนขับแท็กซี่มากกว่าจำนวนรถ และมีผู้ใช้บริการรถแท็กซี่ต่อวันหลายแสนคน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รถแท็กซี่จึงมีความจำเป็นต่อผู้คนเป็นอย่างมาก โดยปัจจุบันนี้แท็กซี่ นั้นมีอยู่ด้วยกัน 2 ประเภท คือ รถแท็กซี่บุคคล ซึ่งจะเป็นรถแท็กซี่ สีเขียวเหลือง และรถแท็กซี่นิติบุคคล จัดทะเบียนในรูปบริษัท หรือสหกรณ์ จะเป็นรถหลากหลาย โดยสัดส่วนรถแท็กซี่ ที่วิ่งอยู่บนท้องถนนนั้นส่วนใหญ่ จะอยู่ในประเภทของนิติบุคคล ซึ่งมีมากถึง 80,000 คัน และจะเป็นสมาชิกของสหกรณ์แท็กซี่มากที่สุด ซึ่งสหกรณ์แท็กซี่ในประเทศไทยนั้น มีอยู่ไม่ต่ำกว่า 40 สหกรณ์ (http://mcot-web.mcot.net/9e-nt/site/view/id/51027f59150ba0ef22000086#.VAwINvl_vzc)

ในปัจจุบันประเทศไทยมีปัญหาในเรื่องของแท็กซี่เพิ่มขึ้นทุกวัน ปัญหาส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นเป็นเรื่องการเรียกแท็กซี่ ที่ประสบกันบ่อยๆ คือ ปฏิเสธไม่รับผู้โดยสาร ไม่ใช้มาตรวัดค่าโดยสาร ไม่ส่งผู้โดยสารตามที่ตกลงหรือการกระทำผิดกฎหมายจราจร ขับรถประมาทเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุ หรือกระทำการใดๆ ที่ก่อให้เกิดความไม่ปลอดภัยในการโดยสารรถแท็กซี่ ซึ่งปัญหาเหล่านี้สามารถโทรแจ้งร้องเรียนกับกรมการขนส่งทางบก 1584 ได้ กรมการขนส่งทางบกได้เปิดเผยยอดการรับเรื่องร้องเรียนจากประชาชนที่ใช้บริการรถแท็กซี่ ผ่านศูนย์คุ้มครองผู้โดยสารรถสาธารณะ 1584 ในช่วงเดือนตุลาคม 2556 - กุมภาพันธ์ 2557 จากสถิติการร้องเรียนปัญหาการใช้บริการแท็กซี่ผ่านศูนย์คุ้มครองผู้โดยสารสาธารณะ ในช่วงเดือนตุลาคม 2556 - กุมภาพันธ์ 2557 ปัญหาส่วนใหญ่ที่พบคือ การปฏิเสธไม่รับผู้โดยสาร ซึ่งมีมากถึง ร้อยละ 48.71 ของประชากรตัวอย่าง ปัญหารองลงมาตามลำดับ คือการแสดงกริยาวาจาไม่สุภาพ ขับรถประมาทน่าหวาดเสียว ไม่ส่งผู้โดยสารตามที่ตกลง ในส่วนของปัญหา ไม่ใช้มาตรค่าโดยสารมีเพียงร้อยละ 9.71 เท่านั้น (ตารางที่1) (<http://www.dailynews.co.th/Content/economic/224753>)

ตารางที่ 1 สถิติการร้องเรียนปัญหาการใช้บริการแท็กซี่ผ่านศูนย์คุ้มครองผู้โดยสารรถสาธารณะ 1584 ช่วงเดือนตุลาคม 2556 - กุมภาพันธ์ 2557

การร้องเรียนปัญหาการใช้บริการแท็กซี่	จำนวนผู้ร้องเรียน	ร้อยละ
การปฏิเสธไม่รับผู้โดยสาร	4,348	48.71
แสดงกริยาวาจาไม่สุภาพ	1,416	15.86
ขับรถประมาทน่าหวาดเสียว	1,194	13.38
ไม่ส่งผู้โดยสารตามที่ตกลง	1,102	12.34
ไม่ใช้มาตรค่าโดยสาร	867	9.71
รวม	8,927	100.00

ที่มา: กรมการขนส่งทางบก, 2557

จากสถิติการร้องเรียนของประชาชนที่ใช้บริการรถแท็กซี่อย่างมากมาย ทำให้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการเรียกแท็กซี่ให้ง่ายขึ้น แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ คือระบบการให้บริการเรียกรถแท็กซี่สำหรับผู้โดยสารรวมถึงบริการกระจายงานการเรียกรถแท็กซี่ไปยังคนขับผ่านระบบโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน จุดเด่นของแอปพลิเคชันนี้คือการนำระบบเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จีทีเอส มาใช้งานเพื่อค้นหาตำแหน่งที่อยู่ของผู้ใช้โดยอัตโนมัติ เพียงกำหนดปลายทาง แอปพลิเคชันจะค้นหารถแท็กซี่ที่อยู่ใกล้ที่สุดและแสดงระยะทางจากจุดเรียกไปยังจุดหมาย และค่าโดยสารโดยประมาณให้ทราบ เมื่อทำการกดเรียกรถแท็กซี่แล้ว ผู้โดยสารจะได้รับการยืนยันภายใน 1 นาทีพร้อมข้อความที่ระบุใบหน้าและเบอร์โทรศัพท์ของคนขับรถ รวมถึงทะเบียนรถและเวลาถึงที่หมายโดยประมาณ อีกทั้งยังสามารถติดตามความเคลื่อนไหวของรถได้ตลอดเวลาขณะขับมารับผู้โดยสาร รวมถึงสามารถโทรศัพท์พูดคุยเพื่อนัดแนะตำแหน่งที่รอหรือจะให้มารับได้ด้วย ขณะที่คนขับแท็กซี่สามารถเลือกได้ว่าจะรับงานหรือไม่ โดยระบบจะเลือกส่งงานให้กับแท็กซี่คันที่วิ่งอยู่ในตำแหน่งที่ใกล้กับผู้โดยสารที่สุดก่อน การเรียกแท็กซี่โดยใช้แอปนี้ ผู้โดยสารจะต้องจ่ายเพิ่มให้คนขับแท็กซี่อีก 25 บาท นอกเหนือจาก ค่ามิเตอร์ตามระยะทาง เมื่อผู้โดยสารจะใช้งานในครั้งแรกจะมีการให้ลงทะเบียนชื่อ เบอร์โทรศัพท์ และ อีเมล ก่อน ขณะที่คนขับก็ต้องลงทะเบียนกับทางบริษัท เพื่อให้ได้ข้อมูลเบื้องต้นของทั้งผู้โดยสารและคนขับ จึงมั่นใจได้ว่าการโดยสาร และการขับไปส่งจะมีความปลอดภัยของทั้งสองฝ่าย หากมีการใช้แอปพลิเคชันนี้จะช่วยสร้างความปลอดภัยเพราะบริษัทมีการเก็บข้อมูลของทั้งสองฝ่ายไว้ตั้งแต่การเรียกใช้บริการเวลาเท่าไร ไปส่งที่ไหน คนขับแท็กซี่คนไหน ทะเบียนรถอะไรเป็นผู้รับงาน ซึ่งในกรณีเกิดเรื่องไม่ดีขึ้นก็สามารถติดตามได้ หากทางเจ้าหน้าที่ประสานขอข้อมูลมา รวมถึงกรณีผู้โดยสารลืมของไว้ในแท็กซี่ก็จะสามารถติดตามของคืนได้ง่ายเพราะมีข้อมูลอยู่แล้ว

จุดเริ่มต้นของแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ มาจากผลงานของ นายแอนโทนี่ ตัน และนายโฮย หลิง ตัน สองนักศึกษาชาวมาเลเซียจากฮาร์วาร์ด บิสิเนส สกูล ที่คว่ำรางวัลการแข่งขันแผนธุรกิจฮาร์วาร์ดบิสิเนสแพลน เมื่อปี 2554 GrabTaxi หรือชื่อในประเทศมาเลเซียว่า My Teksi ซึ่งแนวความคิดนี้เป็น “การช่วยเหลือสังคม” ครั้งยิ่งใหญ่หลังจากที่ได้รับฟังเรื่องราวอันเลวร้ายจากเพื่อนๆ และครอบครัวเกี่ยวกับการใช้บริการแท็กซี่ในกัวลาลัมเปอร์ แอปพลิเคชันนี้เป็นแนวความคิดที่เรียบง่ายเพื่อเปลี่ยนโฉมวงการแท็กซี่โดยใช้เทคโนโลยีสมาร์ตโฟน แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ได้เข้ามาเริ่มทดลองเปิดตลาดในประเทศไทยเมื่อเดือนสิงหาคมปี 2556 โดยผู้ก่อตั้งคือ นายแอนโทนี่ ซึ่งเป็นผู้พัฒนาแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ กับ นางสาวจุฑาศรี คุวินิชกุล กรรมการผู้จัดการ ซึ่งทั้ง 2 คนเป็นเพื่อนร่วมสถาบันเดียวกัน ที่ฮาร์วาร์ด บิสิเนส สกูล หลังจากผู้พัฒนาแอปพลิเคชันต้องการเข้ามาร่วมลงทุนเพื่อขยายแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ในประเทศไทย และได้เปิดตัวอย่างเป็นทางการในปลายเดือนพฤศจิกายน ปี 2556 สำหรับในเบื้องต้นขณะนี้มีพนักงานขับรถแท็กซี่ยื่นขอจดทะเบียนในแต่ละวันเพิ่มขึ้นๆ อย่างต่อเนื่อง เดือนพฤษภาคม 2557 มีแท็กซี่ที่ลงทะเบียนกับแอปนี้มีประมาณ 700-800 คัน (<http://www.tcdc.or.th/creativethailand/article/CreativeEntrepreneur/20471>)

จากที่กล่าวมาข้างต้นแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ เป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการเรียกใช้บริการแท็กซี่ ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของแต่ละคน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจ ที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ เพื่อที่จะได้รับทราบถึงพฤติกรรมของผู้ใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา หรือปรับปรุงการทำงานของแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ขับรถแท็กซี่และยังเป็นพื้นฐานเพื่อนำไปศึกษาเพิ่มเติมสำหรับผู้ที่ต้องการดำเนินการด้านธุรกิจแอปพลิเคชันต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะการใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ได้ทำการศึกษาในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาในครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาเฉพาะผู้ที่เคยใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามออนไลน์ ผ่านทาง facebook fanpage GrabTaxi Thailand โดยมีระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนสิงหาคม ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2557

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงลักษณะการใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่
2. ทราบถึงทัศนคติของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่
3. ทราบถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

นิยามศัพท์

สมาร์ทโฟน หมายถึง โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสามารถทางด้านคอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นความสามารถเพิ่มเติมนอกเหนือจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั่วไป สามารถรองรับระบบปฏิบัติการต่างๆ โดยมีความยืดหยุ่นในการใช้งานสูง ติดตั้งโปรแกรมประยุกต์ได้หลากหลาย เชื่อมต่อกับอุปกรณ์ไร้สาย และรองรับไฟล์ได้หลากหลายรูปแบบ เช่น ไฟล์ภาพ ไฟล์ภาพเคลื่อนไหว ไฟล์เสียง ไฟล์วิดีโอ เป็นต้น

แอปพลิเคชัน หมายถึง โปรแกรมประเภทหนึ่งที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้งานบนสมาร์ตโฟนยี่ห้อต่างๆ เพื่อตอบสนองการใช้งานในรูปแบบที่แตกต่างกัน เช่น การเข้าเว็บไซต์ การค้นหาข้อมูล การรับส่งอีเมล การฟังเพลงและเล่นเกมส์ หรือการจัดการเอกสาร เป็นต้น

โมบายแอปพลิเคชัน หมายถึง แอปพลิเคชันที่ช่วยการทำงานของผู้ใช้บนอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพา เช่น โทรศัพท์มือถือ ซึ่งแอปพลิเคชันเหล่านั้นจะทำงานบนระบบปฏิบัติการที่แตกต่างกันไป

บทที่ 2

ลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

ในบทนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ โดยมีหัวข้อของการศึกษาแบ่งออกเป็น 6 หัวข้อ โดยหัวข้อแรกเป็นเรื่องความเป็นมาของแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ หัวข้อที่สองเป็นเรื่องพัฒนาการของแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ หัวข้อที่สามเกี่ยวกับส่วนประกอบของแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ หัวข้อที่สี่กล่าวถึงลักษณะของแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ หัวข้อที่ห้าเกี่ยวกับอุปกรณ์ที่สามารถใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ได้ และสุดท้ายเป็นขั้นตอนการใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

ความเป็นมาของแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

จุดเริ่มต้นของแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ มาจากผลงานของ นายแอนโทนี่ ตัน และนายโฮย หลิง ตัน สองนักศึกษาชาวมาเลเซียจากฮาร์วาร์ด บิสิเนส สกูล ที่คว่ำรางวัลการแข่งขันแผนธุรกิจฮาร์วาร์ด บิสิเนส แพลน เมื่อปี 2554 แกร็บแท็กซี่ซึ่งแนวความคิดนี้เป็นการช่วยเหลือสังคมครั้งยิ่งใหญ่หลังจากที่ได้รับฟังเรื่องราวอันเลวร้ายจากเพื่อนๆ และครอบครัวเกี่ยวกับการใช้บริการแท็กซี่ในกัวลาลัมเปอร์ แอปพลิเคชันนี้เป็นแนวความคิดที่เรียบง่ายเพื่อเปลี่ยนโฉมวงการแท็กซี่โดยใช้เทคโนโลยีสมาร์ตโฟน แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ได้เข้ามาเริ่มทดลองเปิดตลาดในประเทศไทยเมื่อเดือนสิงหาคมปี 2556 โดยผู้ก่อตั้งคือ นายแอนโทนี่ ซึ่งเป็นผู้พัฒนาแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ กับนางสาวจุฑาศรี ควินิชกุล กรรมการผู้จัดการ ซึ่งทั้ง 2 คนเป็นเพื่อนร่วมสถาบันเดียวกัน ที่ฮาร์วาร์ด บิสิเนส สกูล หลังจากผู้พัฒนาแอปพลิเคชันต้องการเข้ามาร่วมลงทุนเพื่อขยายแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ในประเทศไทย

พัฒนาการของแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ ได้เปิดตัวต่อสาธารณชนเมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2555 เป็นครั้งแรกในประเทศมาเลเซีย และในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เพื่อประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมาร์ตโฟนในการเรียกและจัดระบบคิวรถแท็กซี่ แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ขยายบริการอย่างรวดเร็วไปยัง 6 ประเทศ ได้แก่ มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ ไทย เวียดนาม และอินโดนีเซีย และครอบคลุมครบทุกเมืองในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในปัจจุบันแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่เป็นแอปพลิเคชันสำหรับเรียกรถแท็กซี่ผ่านสมาร์ตโฟนที่ใหญ่ที่สุด และเป็นบริษัทที่สร้างผลกำไรเพื่อประโยชน์แก่สังคมที่มีอัตราการเติบโตเร็วที่สุดแห่งหนึ่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และได้เปิดตัวอย่างเป็นทางการในปลายเดือนพฤศจิกายนปี 2556 สำหรับในเบื้องต้นขณะนี้พนักงานขับรถแท็กซี่ยื่นขอจดทะเบียนในแต่ละวันเพิ่มขึ้นๆ อย่างต่อเนื่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนประกอบของแอปพลิเคชันแก็บแท็บเล็ต

ส่วนประกอบของแอปพลิเคชันแก็บแท็บเล็ต แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ฮาร์ดแวร์ (Hardware) และซอฟต์แวร์ (Software)

ฮาร์ดแวร์ (Hardware) คือ สมาร์ทโฟน หมายถึง โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสามารถที่เพิ่มเติมนอกเหนือจากโทรศัพท์มือถือทั่วไป สมาร์ทโฟนได้ถูกมองว่าเป็นคอมพิวเตอร์พกพาที่ทำงานในลักษณะของโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยที่สามารถเชื่อมต่อความสามารถหลักของโทรศัพท์มือถือเข้าร่วมกับแอปพลิเคชันของโทรศัพท์ สมาร์ทโฟนสามารถให้ผู้ใช้งานติดตั้งโปรแกรมเสริมสำหรับเพิ่มความสามารถของโทรศัพท์โดยรูปแบบนั้นขึ้นอยู่กับแพลตฟอร์มของโทรศัพท์และระบบปฏิบัติการ

คุณสมบัติของสมาร์ทโฟนมีองค์ประกอบหลักคือ การเชื่อมต่ออุปกรณ์ไร้สาย คือการเชื่อมต่อกับอุปกรณ์อื่นๆ ไม่ว่าจะเป็น คอมพิวเตอร์ PDA โทรศัพท์เครื่องอื่น พรินเตอร์ หรือกล้องดิจิทัล ผ่านทาง อินฟราเรด บลูทูธ หรือ Wi-Fi และสามารถรองรับไฟล์ Multimedia ได้หลากหลายรูปแบบ เช่นไฟล์ ภาพ ภาพเคลื่อนไหว เสียง ซึ่งก็จะมีหลายรูปแบบ เช่น ไฟล์ Wave, MP3, Midi ไฟล์วิดีโอ ซึ่งจะสามารถรองรับภาพเคลื่อนไหว หรือภาพเคลื่อนไหวพร้อมเสียง เช่นสกุล .3gp .mp4 เป็นต้น



ภาพที่ 1 โทรศัพท์สมาร์ทโฟน

ที่มา: <http://www.ineedtoknow.org/iphone-5s-and-iphone-5c-have-a-good-sale/>

ซอฟต์แวร์ (Software) คือ แอปพลิเคชันที่ทำงานบนเครื่องอุปกรณ์พกพาทั้งหลาย โดยแอปพลิเคชันที่ทำงานบนสมาร์ทโฟนจะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ แอปพลิเคชันระบบ และแอปพลิเคชันที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ใช้

แอปพลิเคชันระบบ หรือ ระบบปฏิบัติการสมาร์ทโฟน เป็นระบบปฏิบัติการแบบฝังที่ติดตั้งมาพร้อมกับเครื่องสมาร์ทโฟน ซึ่งมีความสามารถใกล้เคียงกับระบบปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ โดยสมาร์ทโฟนทุกเครื่องในปัจจุบันจะมีระบบปฏิบัติการเพื่อใช้ในการรันฟังก์ชัน และแอปพลิเคชันต่างๆ ซึ่งเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่แตกต่างอย่างมากจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั่วไป ระบบปฏิบัติการจึงถือเป็นสิ่งหนึ่งที่ทำให้สมาร์ทโฟนเป็นอัจฉริยะ และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยในปัจจุบันระบบปฏิบัติการที่นิยมจากผู้ผลิตสมาร์ทโฟนรุ่นใหม่ๆ และยังมีส่วนแบ่งการตลาดของสมาร์ทโฟนเป็นอันดับต้นๆ ได้แก่ แอนดรอยด์ ไอโอเอส วินโดวส์โฟน และแบล็กเบอร์รี่ไอเอส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แอปพลิเคชันที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ใช้ เป็นแอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นเพื่อตอบสนองผู้ใช้ เนื่องจากผู้ใช้นั้นมีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันที่แตกต่างกัน โดยในปัจจุบันมีแอปพลิเคชันที่พร้อมใช้งานอยู่บนหมื่นแอปพลิเคชันซึ่งมีทั้งแบบดาวน์โหลดมาใช้งานฟรีและแบบเสียค่าใช้จ่าย



ภาพที่ 2 แอปพลิเคชัน

ที่มา: <http://hitech.sanook.com>

ลักษณะของแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ คือ ระบบการให้บริการเรียกรถแท็กซี่สำหรับผู้โดยสารรวมถึงบริการกระจายงานการเรียกรถแท็กซี่ไปยังคนขับผ่านระบบโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน โดยมีวิสัยทัศน์ที่จะยกระดับการบริการโดยสารรถแท็กซี่ เพื่อการเดินทางที่ปลอดภัยและมีประสิทธิภาพมากขึ้น แกร็บแท็กซี่พัฒนาวิธีการที่ผู้โดยสารจะใช้เรียกรถแท็กซี่และผู้ขับขี่รถแท็กซี่จะรับผู้โดยสารด้วยจุดเด่นหลักๆ 3 ข้อดังนี้

1. รวดเร็ว แกร็บแท็กซี่ช่วยให้สามารถหารถแท็กซี่ที่อยู่ใกล้มากที่สุดโดยใช้เวลาเพียงไม่ถึงนาทีด้วยการสัมผัสหน้าจอเพียง 2 ครั้ง เวลาจอดรถลดลงเพราะระบบจะเลือกคนขับที่อยู่ใกล้ที่สุดและต้องการรับผู้โดยสารท่านนั้น

2. ปลอดภัย แกร็บแท็กซี่ให้บริการด้วยความโปร่งใส โดยการส่งข้อมูลของคนขับรถให้กับผู้โดยสารในการเรียกรถแต่ละครั้ง มีทั้งชื่อผู้ขับรถ ป้ายทะเบียน เบอร์โทรศัพท์ และค่าโดยสารโดยประมาณ อีกทั้งยังติดตามความเคลื่อนไหวของคนขับระหว่างรอรถมารับ และยังสามารถแชร์การเดินทางผ่านทาง เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อีเมล หรือแม้แต่ส่ง SMS เพื่อให้เพื่อนหรือครอบครัวรับทราบถึงการเดินทางของผู้โดยสารตั้งแต่เริ่มจนถึงจุดหมายปลายทาง

3. มั่นใจ เพียงเปิดแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ก็รู้ได้ทันทีว่ามีแท็กซี่อยู่รอบๆ กี่คัน และระบบจะยืนยันสถานะของการเรียกรถได้ทันที

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุปกรณ์ที่สามารถใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ได้

เครื่องโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน ที่มีระบบปฏิบัติการของ Android, Windows Phone หรือ iOS สามารถใช้งานได้ทันที และสามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ ได้ฟรีทุกระบบปฏิบัติการ สำหรับ iOS สามารถโหลดได้ที่ App Store สำหรับแอนดรอยด์สามารถโหลดได้ที่ Google Play Store หรือ Windows Phone สามารถโหลดได้ที่ Windows Store และสามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้

ขั้นตอนการใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

ดาวน์โหลดแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ ใน App Store , Google Play Store หรือ Windows Store มาติดตั้งในสมาร์ทโฟน

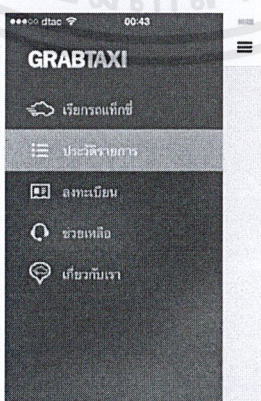


ภาพที่ 3 แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

ที่มา : <http://notebookspec.com/app-grabtaxi>

หลักการใช้งาน

ผู้โดยสารที่ต้องการใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ต้องลงทะเบียนโดยใช้เบอร์โทรศัพท์ แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่มีทั้งหมด 5 เมนู เมนูแรกคือเรียกแท็กซี่ ระบบจะเลือกรถแท็กซี่ที่อยู่ใกล้ที่สุดมาให้ เมนูที่สองคือประวัติรายการ ระบบจะเก็บข้อมูลการเรียกรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชันทั้งหมด เมนูที่สามคือลงทะเบียน จะแสดงข้อมูลของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ เช่น ชื่อ อีเมลล์ เบอร์โทรศัพท์ เป็นต้น เมนูที่สี่คือเมนูช่วยเหลือ ผู้โดยสารสามารถส่งเรื่องราวเรียนหากรู้สึกไม่พึงพอใจในบริการของแท็กซี่คันที่ใช้บริการ เมนูสุดท้าย เกี่ยวกับเรา เป็นเมนูที่แสดงเกี่ยวกับประวัติของบริษัท หากผู้โดยสารต้องการทราบข้อมูลเบื้องต้นของบริษัทแกร็บแท็กซี่

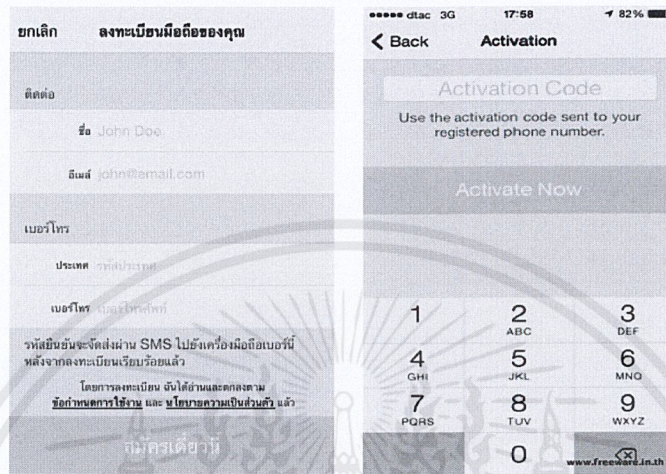


ภาพที่ 4 เมนูของแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

ที่มา : <http://grabtaxi.com/bangkok-thailand-th/>

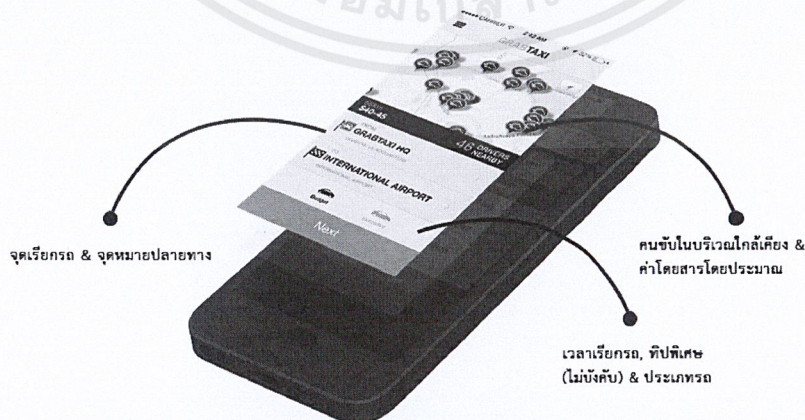
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับผู้ใช้งานครั้งแรก ก่อนที่จะใช้งานได้ จะต้องทำการยืนยันตัวตนผ่านทางโทรศัพท์มือถือก่อน จะได้รับรหัสเปิดใช้บริการสำหรับหมายเลขที่ผู้ใช้ลงทะเบียนเพื่อเปิดการใช้งานเรียกรถ ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ให้ Call Center และคนขับรถสามารถติดต่อผู้โดยสารเพื่อจะมารับ (ดังภาพที่5)



ภาพที่ 5 การลงทะเบียนและใส่รหัสการยืนยันตัวตน
ที่มา : <http://app-thailand.blogspot.com/>

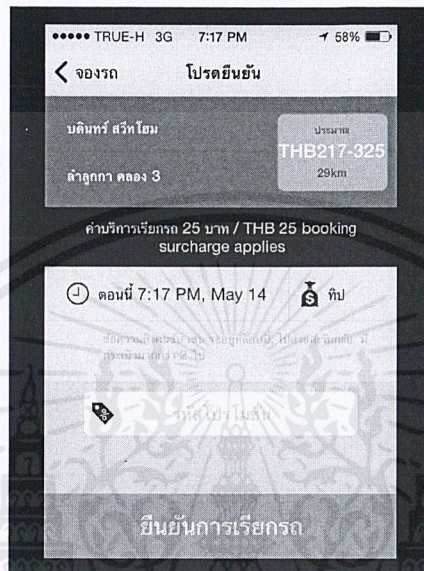
เมื่อผู้โดยสารมีความประสงค์ต้องการไปสถานที่ต่างๆ เพียงเปิดแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ขึ้นมา แล้วกดเลือกที่ เรียกแท็กซี่ เมื่อกดเลือกต้นทาง แอปพลิเคชันจะค้นหาตำแหน่งปัจจุบันของผู้ใช้โดยอัตโนมัติ ซึ่งจะใช้พิกัด GPS ช่วยหาด้วยว่าอยู่ตรงไหน และ กรอกปลายทางว่าจะไปไหน โดยที่แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ ก็จะมีบอกด้วยว่า รอบๆนั้น มีรถแท็กซี่ที่ลงทะเบียนไว้กับแกร็บแท็กซี่กี่คัน โดยที่แท็กซี่แต่ละคันก็จะพก สมาร์ทโฟน และลงแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่สำหรับคนขับเอาไว้ในโทรศัพท์มือถือด้วยเช่นกัน หลังจากเลือกจุดหมายปลายทาง ระบบจะประมาณค่าโดยสารให้ทราบจากนั้นก็กดเรียกรถได้ (ดังภาพที่6)



ภาพที่ 6 การระบุตำแหน่งต้นทางและปลายทาง
ที่มา : <http://grabtaxi.com/bangkok-thailand-th/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้โดยสารสามารถ เลือกเวลา นัดรับรถล่วงหน้าได้โดยระบุเวลานัดหมาย ในช่องเวลาและวันที่ หรือ เรียกรถทันที และสามารถให้ทิปคนขับได้ เพื่อจูงใจให้แท็กซี่เข้ามารับ อาจจะเป็นกรณีที่อยู่ในซอยลึก เส้นทางถนนไม่สะดวกหรือด้วยความพึงพอใจ สำหรับการให้ทิปคนขับผู้โดยสารสามารถเลือกว่าจะให้หรือไม่ก็ได้ (ดังภาพที่7)



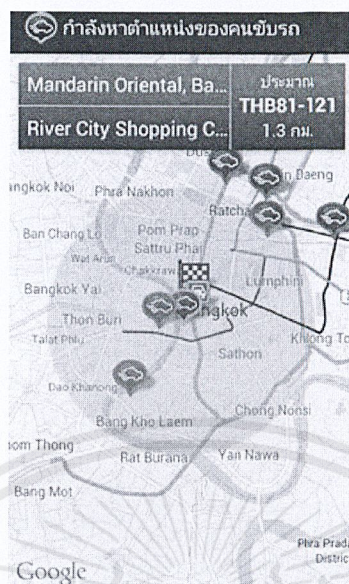
ภาพที่ 7 การใช้แอปพลิเคชันในการเรียกรถแท็กซี่
ที่มา : <http://movetrip.com/application-grabtaxi/>

การค้นหาตำแหน่งผู้ขับ ระบบจะค้นหาผู้ขับแท็กซี่ที่อยู่ใกล้เคียง และสามารถดูผลการเรียกรถแท็กซี่ได้แบบเรียลไทม์ ระบบจะหาสถานที่ของคนขับรถ ในระยะทางที่ใกล้ที่สุด และกดรับต้องการผู้โดยสาร โดยจะขึ้นระยะทาง ที่รถแท็กซี่อยู่ ณ ขณะนั้น พร้อมทั้ง เลขทะเบียนของแท็กซี่ (ดังภาพที่8)



ภาพที่ 8 การค้นหาตำแหน่งผู้ขับ
ที่มา : <http://grabtaxi.com/bangkok-thailand-th/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 9 กำลังค้นหาตำแหน่งของคนขับรถ
ที่มา : <http://notebookspec.com/app-grabtaxi>

เมื่อเรียกรถแท็กซี่ได้สำเร็จ จะขึ้นข้อความและสัญลักษณ์การเรียกรถสมบูรณ์ภายใน 1 นาที
(ดังภาพที่10)



ภาพที่ 10 การเรียกรถสำเร็จ
ที่มา : <http://grabtaxi.com/bangkok-thailand-th/>

ระบบจะแจ้งรูปคนขับ ทะเบียนรถ ชื่อคนขับ ค่าโดยสารโดยประมาณ และจะมารับภายในกี่นาที หลังจากนั้นส่วนใหญ่ คนขับจะโทรมาหาผู้โดยสารทันที โดยที่หน้าจอสมาร์ตโฟนจะแสดง GPS ของรถแท็กซี่ ในกรณีที่คนขับไม่ติดต่อมา หรือถ้าผู้โดยสารอาจจะอยากแจ้งข้อมูลเพิ่มเติม สามารถกดไปที่ โทรหาคนขับ ระบบจะโชว์เบอร์ของคนขับแท็กซี่ทันที ทำให้ผู้โดยสารและคนขับแท็กซี่สามารถ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ติดต่อกันได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ในระหว่างโดยสารยังสามารถแชร์การเดินทางของผู้โดยสารให้เพื่อนหรือครอบครัวได้แบบเรียลไทม์ (ดังภาพที่11)



ภาพที่ 11 การยืนยันของผู้ขับรถ

ที่มา : <http://grabtaxi.com/bangkok-thailand-th/>

คนขับรถของแกร็บแท็กซี่ จะเปิดมิเตอร์เมื่อผู้โดยสารขึ้นรถเท่านั้น ผู้โดยสารจะเสียค่าใช้จ่ายตามที่ปรากฏบนมิเตอร์และค่าเรียกรถเพิ่มเติมเพียง 25 บาทเท่านั้น ค่าเรียกรถเป็นค่าวิ่งรถเปล่าของแท็กซี่เพื่อไปรับผู้โดยสาร โดยแท็กซี่จะปฏิเสธผู้โดยสารที่เรียกรถระหว่างทางไปรับผู้เรียกแท็กซี่ด้วยแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ เพื่อจะไปให้ถึงผู้เรียกให้เร็วที่สุด อย่างไรก็ตามคนขับรถจะเริ่มเปิดมิเตอร์เมื่อผู้โดยสารขึ้นไปบนรถเท่านั้น เหนือสิ่งอื่นใดผู้โดยสารจะได้รับการบริการที่ปลอดภัย รวดเร็ว และมั่นใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแก็บแท็บเล็ต โดยผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาระเบียบวิธีวิจัยตามลำดับขั้นตอน ประกอบด้วย แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กรอบแนวคิดสำหรับการศึกษา ตัวแปรและการวัดค่า สมมติฐานการศึกษา ประชากรเป้าหมายที่ศึกษา ขนาดตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง และเทคนิคทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแก็บแท็บเล็ต มีแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรม และ แนวคิดและทฤษฎีทัศนคติ ซึ่งเป็นข้อมูลและเหตุผลในการสนับสนุนการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

ทฤษฎีของพฤติกรรม

1) ความหมายของพฤติกรรม

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526: 15-17) ให้ความหมายของพฤติกรรมว่า หมายถึงกิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์กระทำอาจจะเป็นที่สังเกตได้ หรือไม่ได้ก็ตาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. พฤติกรรมด้านความรู้ ความคิด (cognitive domain) พฤติกรรมด้านนี้มีขั้นตอนของการพัฒนาด้านสติปัญญา เป็นสิ่งที่เกี่ยวกับการรับรู้ และแสดงพฤติกรรมทางความรู้ออกมา สรุปได้ว่า พฤติกรรมด้านนี้บอกให้ทราบว่าใครรู้ หรือไม่รู้มากน้อยเพียงใด จำแนกได้ตามลำดับ 5 ขั้นตอน คือ

1.1 ความรู้ (knowledge) ความสามารถในการที่ระลึกได้ถึงเรื่องราวต่างๆ ที่เคยประสบมาโดยที่เรื่องราวนั้นอาจได้มาจากที่ใดก็ได้

1.2 ความเข้าใจ (comprehension) เป็นขั้นตอนต่อจากความรู้ เมื่อรู้ก็สามารถแปลความหรือคาดหมายได้ หรือขยายความนั้นตามแนวใหม่ ทิศนะใหม่เพื่อให้กว้างไกลไปจากข้อเท็จจริง

1.3 การนำความรู้ไปใช้ (application) การที่ผู้คนสามารถนำเอาความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องราวต่างๆ ที่ตนมีอยู่เดิมไปแก้ปัญหาก็แปลกใหม่ของเรื่องนั้นๆ ได้

1.4 การวิเคราะห์ (analysis) ความสามารถในการนำเอาหลักการ กฎเกณฑ์และวิธีการดำเนินการต่างๆ ของเรื่องที่มีประสบการณ์หรือรู้แล้วไปใช้แก้ปัญหาก็ใหม่ได้

1.5 การประเมินผล (evaluation) เป็นขั้นที่บุคคลสามารถตัดสินใจดีราคาโดยอาศัยเกณฑ์และมาตรฐานที่วางไว้

2. พฤติกรรมด้านทัศนคติ ค่านิยม ความรู้สึกชอบ (affective domain) พฤติกรรมด้านนี้ หมายถึงความรู้สึก ความชอบ ความสนใจ ค่านิยมต่างๆ การรับการเปลี่ยนค่านิยม เป็นพฤติกรรมที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยากต่อการมองเห็นหรือเข้าใจ เพราะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในจิตใจคน ซึ่งต้องใช้เครื่องมือพิเศษในการวัด พฤติกรรมด้านนี้ การเกิดพฤติกรรมด้านนี้แบ่งออกเป็น 6 ขั้นตอนคือ

2.1 ขั้นการรับรู้ หรือการให้ความสนใจ (receiving or attention) แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ การตระหนัก (awareness) เป็นพฤติกรรมขั้นแรกสุดของความรู้สึกชอบ เป็นขั้นที่บุคคลได้ถูกคิด หรือการเกิดขึ้นในความรู้สึกว่ามีสิ่งหนึ่ง เหตุการณ์หนึ่งเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นในสภาวะจิตใจ ความยินดี หรือความเต็มใจรับรู้ (willingness to receive) เป็นความพึงพอใจต่อสิ่งเร้ามากกระตุ้น และให้ความสนใจต่อสิ่งเร้า นั้น การเลือกรับ หรือเลือกให้ความสนใจ (controlled and selected attention) เป็นขั้นที่บุคคลนั้นจะเลือกรับ หรือเลือกให้ความสนใจเฉพาะสิ่งที่เขาชอบ หรือนำความพอใจมาให้

2.2 ขั้นการตอบสนอง (responding) เป็นพฤติกรรมที่พัฒนาต่อจากขั้นรับรู้ กล่าวคือเมื่อเกิดการรับรู้แล้ว บุคคลนั้นจะเลือกรับ หรือเลือกให้ความสนใจเฉพาะสิ่งที่เขาชอบ หรือนำความพอใจมาให้

2.3 การยินยอมในการตอบสนอง (acquiescence responding) เป็นการกระทำ เพราะการเชื่อฟัง หรือคล้อยตาม หรือทำตามคำแนะนำ โดยมีความรู้สึกต่อต้านเล็กน้อย

2.4 ขั้นตอนการสร้างคุณค่าการเกิดค่านิยม (valuing) เป็นขั้นที่บุคคลมองเห็นคุณค่าของวัตถุ ปรากฏการณ์ และพฤติกรรม ด้วยตัวเขาเอง ซึ่งรวมถึงการเอากฎเกณฑ์ของสังคมมาเป็นเกณฑ์ตัดสินคุณค่าของสิ่งต่างๆ สิ่งทีบุคคลจะแสดงออกจะมีลักษณะคงเส้น คงวา ซึ่งเป็นคุณลักษณะของความเชื่อ หรือทัศนคติที่ควบคุมพฤติกรรมของบุคคล หรือการตอบสนอง จะเป็นไปตามค่านิยมที่เขานับถือ

2.5 การจัดระบบคุณค่า (organization) พฤติกรรมในขั้นนี้เป็นขั้นที่บุคคลมีค่านิยมหลายอย่าง บุคคลจึงต้องพิจารณาความสัมพันธ์ของค่านิยมเหล่านั้น โดยจัดลำดับความสำคัญของค่านิยม เป็นการจัดระบบของค่านิยม และการพัฒนาระบบไปที่ละน้อยจนอาจกลายเป็นค่านิยมใหม่ขึ้นมา

2.6 การแสดงลักษณะตามค่านิยมที่ยึดถือ (characterization by a value) พฤติกรรมในขั้นนี้เป็นการพัฒนาถึงขั้นของการประพฤติปฏิบัติของบุคคล ตามระบบค่านิยมที่เขายึดถือ มีการแสดงออกมาในรูปแบบที่คงเส้นคงวา และเป็นอัตโนมัติโดยมิได้มีอารมณ์เข้ามาเกี่ยวข้อง

3. พฤติกรรมด้านการปฏิบัติ (psychomotor domain) เป็นพฤติกรรมขั้นสุดท้ายที่แสดงออกมา เป็นพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้ความสามารถที่แสดงออกทางร่างกาย ซึ่งรวมทั้งการปฏิบัติหรือพฤติกรรมที่แสดงออกและสังเกตได้ พฤติกรรมด้านนี้เมื่อแสดงออกมาสามารถประเมินผลได้ง่าย แต่กระบวนการที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมด้านนี้ ต้องอาศัยระยะเวลาการตัดสินใจหลายขั้นตอน

ปริญ ลักษณ์านนท์ (2540: 27) ให้ความหมายของพฤติกรรมว่า หมายถึงการกระทำหรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิดของบุคคลที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าภายในจิตใจและภายนอก อาจทำไป โดยรู้ตัว ไม่รู้ตัว อาจเป็นพฤติกรรมที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์ผู้อื่นอาจสังเกตการกระทำนั้นได้และสามารถใช้เครื่องมือทดสอบได้

ดารา ทีปะปาล (2542: 3) ให้ความหมายของพฤติกรรมว่า หมายถึงปฏิบัติการและกิจกรรมทุกชนิดที่มนุษย์แสดงออกทางรูปธรรม นามธรรม ตลอดเวลาสังเกตได้ด้วยประสาทสัมผัส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วาทะ และการกระทำ สามารถแบ่งพฤติกรรมออกได้เป็น 2 ประเภท คือ พฤติกรรมภายนอกซึ่งเป็นการกระทำที่สังเกตได้ด้วยประสาทสัมผัส หรืออาจใช้เครื่องมือช่วยและพฤติกรรมภายในซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นภายในจิตใจบุคคลอื่นสามารถสังเกตได้

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2545: 6) ให้ความหมายของพฤติกรรมว่า หมายถึงการกระทำ เนื่องจากการกระตุ้นหรือการจูงใจจากสิ่งเร้าต่างๆ การกระทำหรือพฤติกรรมเหล่านั้นเกิดขึ้นหลังจากที่บุคคลได้ผ่าน ขบวนการกลั่นกรองตกแต่งและตั้งใจที่จะทำให้เกิดขึ้น เพื่อให้บุคคลอื่นได้สัมผัสรับรู้ พฤติกรรมของบุคคลแม้จะกระทำด้วยสาเหตุจุดมุ่งหมายเดียวกันแต่จะมีลักษณะอาการแตกต่างกัน เมื่อบุคคล เวลา สถานที่ หรือสถานการณ์เปลี่ยนไป เนื่องจากการกระทำของบุคคลล้วนจะต้องผ่าน กระบวนการคิดการตัดสินใจอันประกอบด้วยอารมณ์และความรู้สึกของผู้กระทำพฤติกรรมนั้นๆ จึงทำให้พฤติกรรมของแต่ละคนมีความแตกต่างกัน

ครองใจ ชัยสมบัติ (2546: 35) ให้ความหมายของพฤติกรรมว่า หมายถึงการกระทำทุกอย่างของมนุษย์ ไม่ว่าจะกระทำนั้นผู้กระทำจะกระทำโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม ไม่ว่าจะผู้อื่นจะสังเกตการณ์กระทำนั้นหรือไม่ก็ตาม และไม่ว่าการกระทำนั้นจะพึงประสงค์หรือไม่พึงประสงค์ก็ตาม ดังนั้น การเดิน การยืน การคิด การตัดสินใจ การปฏิบัติตามหน้าที่ การละทิ้งหน้าที่ เป็นพฤติกรรมทั้งสิ้น

จากความหมายของพฤติกรรมที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า พฤติกรรม หมายถึงการกระทำ หรืออาการที่แสดงออกของจิตใจทั้งภายในและภายนอกเป็นการกระทำเพื่อสนองความต้องการของบุคคลซึ่งบุคคลอื่นสังเกตและใช้เครื่องมือทดสอบได้

2) องค์ประกอบของพฤติกรรม

ดารา ทีปะปาล (2542: 3) พฤติกรรมมีองค์ประกอบ 7 ประการดังนี้

1. ความมุ่งหมาย เป็นความต้องการที่ทำให้เกิดกิจกรรมเพื่อสนองตอบความต้องการที่เกิดขึ้น ความต้องการบางอย่างสามารถตอบสนองได้ทันทีแต่บางอย่างต้องใช้เวลาจนถึงบรรลุความต้องการได้

2. ความพร้อม คือระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

3. สถานการณ์เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาส ให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

4. การแปลความหมาย ก่อนที่จะทำกิจกรรมหนึ่งลงไป มนุษย์จะพิจารณาสถานการณ์ก่อนแล้วจึงตัดสินใจเลือกวิธีการที่เกิดความพึงพอใจมากที่สุดเพื่อตอบสนองความต้องการ

5. การตอบสนอง เป็นการกระทำกิจกรรมเพื่อสนองตอบความต้องการโดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นแปลความหมาย

6. ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลการกระทำนั้น ผลที่ได้รับอาจเป็นไปตามที่คาดคิดหรืออาจตรงข้ามก็ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง ในกรณีที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้มนุษย์ก็อาจจะย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานการณ์และเลือกวิธีการใหม่

3) กระบวนการการเกิดพฤติกรรม

ครองใจ ชัยสมบัติ (2546: 35) การเกิดพฤติกรรม นักจิตวิทยาในแนวคิดทฤษฎีการรู้คิด เชื่อว่าพฤติกรรมนั้นเป็นผลที่เกิดจากการกระทำปฏิกิริยาของมนุษย์หรืออินทรีย์กับสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวันส่วนใหญ่ก็มักจะเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการกระตุ้นที่เรียกว่า “พฤติกรรมที่ถูกจูงใจ” คือ เมื่อมีสิ่งเร้าเกิดขึ้นก็จะทำให้เกิดความต้องการ เมื่อเกิดความต้องการก็จะพยายามแสดง หาทงตอบสนองความต้องการ เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการหรือไม่ได้รับการตอบสนองก็จะแสดงออกมา คือ พอใจหรือไม่พอใจ ถ้าหากพอใจความต้องการก็จะลดลง หากไม่ได้รับการตอบสนองก็จะเกิดความต้องการนั้นอยู่ แรงขับก็จะไม่ลด เมื่อแรงขับไม่ลดลงก็ต้องพยายามให้ได้มาซึ่งความพอใจ สามารถตอบสนองความต้องการให้ได้ โดยบางครั้งก็ไม่ได้คำนึงถึงความถูกต้องตามกฎหมายเกณฑ์ของสังคม กฎระเบียบ จารีตประเพณี วัฒนธรรมต่างๆ จึงกลายเป็นพฤติกรรมที่ใช้ในทางผิดหรือ “พฤติกรรมการกระทำผิด” ได้ในที่สุด

4) ประเภทของพฤติกรรม

สุภัททา ปิณฑะแพทย์ (2542: 2-5) พิจารณาประเภทของพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในลักษณะต่างๆ ได้ดังนี้

1. พิจารณาจากพฤติกรรมที่ปรากฏด้วยการสังเกต ได้แก่ พฤติกรรมภายนอก (Overt) คือพฤติกรรมที่ปรากฏเห็นชัดเจน และพฤติกรรมภายใน (Convert) คือพฤติกรรมที่ไม่ปรากฏให้สามารถสังเกตได้อย่างชัดเจน

2. พิจารณาจากแหล่งที่เกิดพฤติกรรม ได้แก่ พฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายในอินทรีย์ เมื่อบุคคลมีวุฒิภาวะ (Unlearned) เป็นพฤติกรรมความพร้อมที่เกิดขึ้น โดยมีธรรมชาติเป็นตัวกำหนดให้เป็นตามเผ่าพันธุ์ และวงจรของชีวิต และพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยมีสิ่งแวดล้อมเป็นตัวกระตุ้น (Learned) เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเนื่องจากประสบการณ์ ซึ่งก่อให้เกิดการเรียนรู้

3. พิจารณาจากแหล่งพฤติกรรมการแสดงออกทางร่างกาย ได้แก่ พฤติกรรมทางกาย (Physiological Activities) เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกโดยใช้อวัยวะของร่างกายอย่างเป็นรูปธรรม เช่น การเคลื่อนไหวร่างกายด้วยแขน หรือขา การปรับเปลี่ยนกิริยาบทของร่างกาย การพยักหน้า การโคงตัว และพฤติกรรมทางจิตใจ (Psychological Activities) เป็นพฤติกรรมที่อยู่ในระดับความคิด ความเข้าใจ หรือเกิดอารมณ์ เป็นต้น

4. พิจารณาจากการทำงานของระบบประสาท ได้แก่ พฤติกรรมที่ควบคุมได้ (Voluntary) เป็นพฤติกรรมที่อยู่ในความควบคุม และสั่งการด้วยสมอง จึงสามารถแสดงพฤติกรรมได้ตามที่ต้องการ และพฤติกรรมที่ควบคุมไม่ได้ (Involuntary) เป็นพฤติกรรมการทำงานของระบบอินทรีย์ ที่เป็นไปโดยอัตโนมัติ เช่น กิริยาสะท้อน สัญชาติญาณ และการทำงานของระบบอวัยวะภายใน เป็นต้น

ทฤษฎีของทัศนคติ

1) ความหมายของทัศนคติ

L.L Thurstone and E.J. Chave (1966) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่า ทัศนคติ (Attitude) เป็นความรู้สึก และความคิดโดยรวมของบุคคล ซึ่งอาจเป็นทางบวกหรือทางลบ เช่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความชอบ ความมีอคติ ข้อคิดเห็น ความกลัว ความเชื่ออย่างมั่นคง ที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยทัศนคติจะแสดงออกมาทางความคิดเห็น (Opinion) ดังนั้นจึงถือได้ว่า ความคิดเห็นของบุคคลเป็นสัญลักษณ์แสดงถึงทัศนคติของบุคคลนั่นเอง

Allport (1967) ได้ให้ความหมายว่า ทัศนคติ หมายถึง สภาวะของความพร้อมทางจิตซึ่งเกิดขึ้นโดยอาศัยประสบการณ์และสภาวะความพร้อมจะเป็นตัวกำหนดทิศทางของปฏิกิริยาของบุคคลที่มีต่อบุคคล วัตถุสิ่งของ หรือสภาวะการณ์ต่าง ๆ

Norman L. Munn (1971) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึก และความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใดๆ ในทางที่จะยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้านพฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอด

ประภาเพ็ญ สุพรรณ (2520: 64) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่า หมายถึง ความคิดเห็นซึ่งมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ และพร้อมจะมีปฏิกิริยาเฉพาะต่อสถานการณ์ภายนอก

สงวน สุทธิอรุณ และคณะ (2520: 3) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่า หมายถึง สภาพจิตใจหรือความรู้สึกนึกคิดของบุคคล หรือความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งออกมาเป็นที่ปรากฏต่อบุคคลหรือสาธารณชนก็ตาม ล้วนเป็นการกระทำอันเกิดจากทัศนคติที่มีอยู่ทั้งสิ้น

กิ่งแก้ว อินหว่าง (2520: 3) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่า หมายถึง ความคิดและความเห็นของบุคคล หรือท่าทีที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ได้ทราบหรือได้เห็น ก่อให้เกิดความรู้สึกทางอารมณ์ว่า ชอบหรือไม่ชอบ และมีแนวโน้ม ที่จะทำการตอบสนองต่อสิ่งนั้น ซึ่งอาจเป็นไปได้ทั้งในทางสนับสนุนหรือต่อต้าน

ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ์ (2531: 179) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่า ทัศนคติ เป็นความเชื่อและความรู้สึกที่ทนทาน และได้รับการจัดระเบียบ ซึ่งมักเป็นตัวผลักดันให้เรากระทำไปทิศทางนั้นๆ ทัศนคติจึงมีองค์ประกอบทั้งด้านความคิด อารมณ์ และการกระทำ

ถวิล ธาราโกชน (2532: 45) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่า ทัศนคติของผู้บริโภค (Consumer Attitudes) เป็นสิ่งสำคัญยิ่งต่อนักการตลาดเพราะทัศนคติจะมีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า และในทางกลับกันประสบการณ์จากการใช้สินค้าดังกล่าวก็จะมีผลต่อทัศนคติของผู้นั้น เช่นนักทัศนคติ เป็นความเชื่อ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การกระทำ สภาพการณ์ และอื่นๆ รวมทั้งท่าทีที่แสดงออกที่บ่งถึงสภาพจิตใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือหลายสิ่งที่มีผลให้เกิดการกระทบหรือแสดงออกเกิดเป็นพฤติกรรมทัศนคติเป็นตัวกลางสำคัญอันหนึ่งที่เป็นเครื่องกำหนดพฤติกรรมของมนุษย์ ซึ่งส่วนใหญ่จะแสดงออกมาในลักษณะของความรู้สึก

นพมาศ ธีรเวคิน (2535: 126) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่า หมายถึง การรวบรวมเกี่ยวกับความรู้สึกนึกคิด ความเห็น ความเชื่อ และความจริง ซึ่งอาจจะเป็นการประเมินที่เกี่ยวข้องกัน และมีแนวโน้มจะก่อให้เกิดพฤติกรรมชนิดใดชนิดหนึ่งในขั้นต่อไป

บุญธรรม กิจปริดาบริสุทธิ (2540: 11) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่า ทัศนคติ (Attitude) ซึ่งบางตำราใช้คำว่า “เจตคติ” หมายถึง ท่าที หรือความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เจตคติถือเป็นกริยาท่าที ความรู้สึกรวมๆ ของบุคคลที่เกิดจากความพร้อมหรือความโน้มเอียงของ

จิตใจหรือประสาท มุ่งแสดงออกเพื่อโต้ตอบต่อสิ่งเร้าสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยจะแสดงออกในทางสนับสนุน เห็นดีเห็นชอบด้วยหรือต่อต้าน ไม่เห็นดีเห็นชอบด้วยก็ได้

จากความหมายของทัศนคติที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า ทัศนคติ (Attitude) เป็นความรู้สึกนึกคิดของบุคคล ที่มีต่อบุคคล สิ่งของหรือความคิด ทัศนคติเป็นสิ่งที่ชักนำบุคคลให้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งนักการตลาดจำเป็นต้องใช้เครื่องมือการตลาดเพื่อกำหนดทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ หรือชักนำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติในทางบวกต่อผลิตภัณฑ์ซึ่งจะมีผลชักนำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อสินค้า

2) ลักษณะของทัศนคติ

ทิตยา สุวรรณะขุ (2536: 602) ลักษณะสำคัญของทัศนคติมี 4 ประการ คือ

1. ทัศนคติเป็นสภาวะก่อนที่พฤติกรรมโต้ตอบต่อเหตุการณ์หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะ หรือจะเรียกว่าสภาวะพร้อมที่จะมีพฤติกรรมจริง
2. ทัศนคติจะมีความคงตัวอยู่ในช่วงระยะเวลา แต่มิได้หมายความว่า จะไม่มีการเปลี่ยนแปลง
3. ทัศนคติเป็นตัวแปรแฝงที่นำไปสู่ความสอดคล้องระหว่างพฤติกรรมกับความรู้สึกนึกคิด ไม่ว่าจะ เป็นไปในการแสดงออกโดยวาจาหรือการแสดงความรู้สึก ตลอดจนการที่จะต้องเผชิญ หรือหลีกเลี่ยงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
4. ทัศนคติมีคุณสมบัติของแรงจูงใจในอันที่จะทำให้บุคคลประเมินผลและเลือกสิ่งใด สิ่งหนึ่ง ซึ่งหมายความต่อไปถึงการกำหนดทิศทางของพฤติกรรมจริงด้วย

3) องค์ประกอบของทัศนคติ

ทิตยา สุวรรณะขุ (2536 :603) องค์ประกอบของทัศนคติแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. ส่วนของสติและเหตุผล (Cognitive Component) ในส่วนนี้เป็นเรื่องของการใช้เหตุผลของบุคคลในการจำแนกแยกแยะความแตกต่าง ตลอดจนผลต่อเนื่อง ผลได้ผลเสีย กล่าวคือ การที่บุคคลจะสามารถนำเอาคุณค่าทางสังคมที่ได้รับจากการอบรมสั่งสอนและถ่ายทอดมาใช้ในการวิเคราะห์พิจารณาประกอบเหตุผลของการที่ตนจะประเมินข้อแตกต่างระหว่างส่วนนี้กับความรู้สึกคือการพิจารณาของบุคคลในส่วนที่จะมีลักษณะปลอดภัยจากอารมณ์ แต่จะเป็นเรื่องของเหตุผลอันสืบเนื่องมาจากความเชื่อของบุคคล
2. ส่วนของความรู้สึก (Affective Component) หมายถึงบรรดาความรู้สึกที่ชอบ ไม่ชอบ รักหรือเกลียดหรือกลัว ซึ่งเป็นเรื่องของอารมณ์ของบุคคล
3. ส่วนของแบบพฤติกรรม (Behavioral Component) หมายถึง แนวโน้มอันที่จะมีพฤติกรรม (Action tendency) แนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมนี้จะมีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกับส่วนของความรู้สึก ตลอดจนส่วนของสติและเหตุผล ส่วนของแบบพฤติกรรมนี้จะเป็นส่วนที่บุคคลพร้อมที่จะมีปฏิกิริยาแสดงออกต่อเหตุการณ์หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

4) หน้าที่ของทัศนคติ

ทัศนคติจะทำหน้าที่เป็นกลไกที่สำคัญ 4 ประการ ดังนี้

1. เพื่อการปรับตัว (adjustment) โดยแต่ละบุคคลจะอาศัยทัศนคติเป็นเครื่องยึดถือสำหรับการปรับพฤติกรรมของตนให้เป็นไปในทางที่จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนสูงสุดและให้มีผลเสียน้อยที่สุด ดังนั้น ทัศนคติสามารถเป็นกลไกที่จะสะท้อนให้เห็นถึงเป้าหมายที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์ของบุคคล

2. เพื่อการป้องกันตัว (ego defense) โดยปกติบุคคลมักมีแนวโน้มที่จะไม่ยอมรับความจริงในสิ่งที่ ขัดแย้งกับความนึกคิดของตน (Self-image) ดังนั้น ทัศนคติจึง สามารถสะท้อนออกมาเป็นกลไกป้องกันตัวโดย การแสดงออกเป็นความรู้สึกถูกเหยียดหยามหรือตีฉิ่นนินทาคนอื่น และขณะเดียวกันก็จะยกตนเองให้สูงกว่า ด้วยการมีทัศนคติที่ถือว่าตนเองนั้นเหนือกว่าผู้อื่น

3. เพื่อการแสดงความหมายของค่านิยม (value expression) ทัศนคติเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยม ต่างๆ โดยสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมในลักษณะที่จำเพาะเจาะจงมากขึ้น

4. เพื่อใช้เป็นตัวจัดระเบียบความรู้ (knowledge) ทัศนคติจะเป็นมาตรฐานที่ตัวบุคคลสามารถใช้ ประเมินและทำความเข้าใจกับสภาพแวดล้อมที่มีอยู่รอบๆ ตัว มีผลทำให้บุคคลสามารถรู้และเข้าใจถึงระบบ และระเบียบของสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวได้

จุมพล รอดคำดี (2542: 775) การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ คือ ทัศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ถ้ามีความรู้ความ เข้าใจที่ดี เมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงก็จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม

5) การวัดทัศนคติ

รุ่งนภา บุญคุ้ม (2536: 20) การวัดทัศนคติเป็นการวัดภาวะโน้มเอียงในการจะแสดงออก ไม่ใช่เป็นการกระทำ แต่เป็นความรู้สึก ซึ่งมีลักษณะอัตนัย (Subjective) บุคคลอาจไม่ให้ข้อเท็จจริงด้วยความจริงใจ เพราะ เห็นว่าเป็นเรื่องส่วนตัว และการแสดงออกต่อสิ่งใดนั้นไม่จำเป็นรูปรูจาหรือการเขียน บุคคลมักจะไตร่ตรองถึงความเหมาะสมตามสภาพการณ์ทางสังคมคือ ตามปกติวิสัยตามค่านิยม ตามการยอมรับและการไม่ยอมรับ และการเห็นชอบหรือไม่ชอบของคนส่วนใหญ่ในสังคม

ดังนั้น จึงยังไม่มีผู้ใดค้นพบวิธีการที่จะวัดทัศนคติหรือท่าทีความรู้สึกของบุคคลโดยตรงอันจะเป็นตรรกะที่สามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้อย่างชัดเจน นอกจากเพียงการวัดทัศนคติจากการบันทึกคำพูด และพยายามหาความสัมพันธ์ระหว่างคำพูดของบุคคลนั้นกับทัศนคติ ซึ่งผู้ทำการวัดสามารถมองเห็นและเป็นเพียงการคาดประมาณ ทัศนคติของบุคคลนั้นเท่านั้น

การวัดทัศนคติที่ปฏิบัติกันในปัจจุบันมีวิธีการต่างๆ ดังนี้

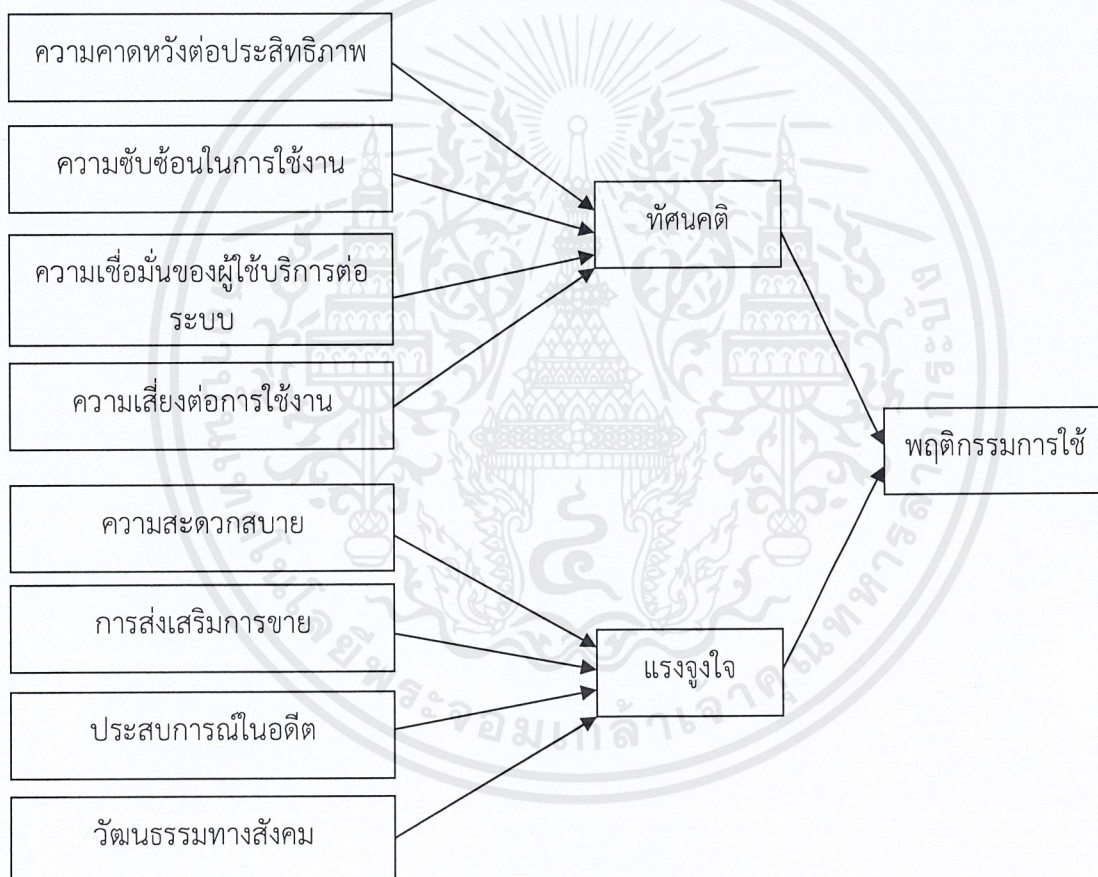
1. การสังเกตจากพฤติกรรมของบุคคล วิธีการกระทำได้ยากและผลลัพธ์ไม่อาจให้ความมั่นใจได้ว่าจะถูกต้อง ทั้งนี้เนื่องมาจากการแสดงออกของบุคคลเป็นอากัปกิริยานั้นอาจไม่สะท้อนหรือสื่อให้เราทราบถึงทัศนคติที่แท้จริงของเขาได้

2. วิธีการรายงานด้วยคำพูด (Verbal Report) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และหรือการสัมภาษณ์ (Interview) ที่มีลักษณะแบบปรนัย (Objective) วิธีแปลความ (Interpretive Method) เป็นวิธีหาทัศนคติของบุคคลแบบอัตนัย โดยที่ผู้ถูกถามมักไม่รู้ถึงวัตถุประสงค์ของ

ผู้ทำการศึกษาไม่ระวางสงสัยหรือรู้สึกหวั่นเกรงที่จะตอบคำถามหรือแสดงความรู้สึกนึกคิด และไม่ถูกจำกัดในการตอบ ทั้งในด้านเวลาและขอบเขตของเนื้อหา เป็นวิธีที่สามารถวัดทัศนคติของบุคคลได้ชัดเจน ละเอียด ถูกต้องที่สุด แต่มีข้อจำกัดอยู่ที่ว่า ต้องใช้ผู้ศึกษาที่มีความสามารถ มีความชำนาญทางจิตวิทยาอย่างลึกซึ้งและใช้เวลามาก จึง เหมาะสำหรับใช้กับคนจำนวนน้อย

กรอบแนวคิดของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม

กรอบแนวคิดเรื่องการยอมรับของผู้บริโภคในการเลือกใช้เครื่องฝากเงินสดในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นกรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงตัวแปรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ ดังภาพที่ 12



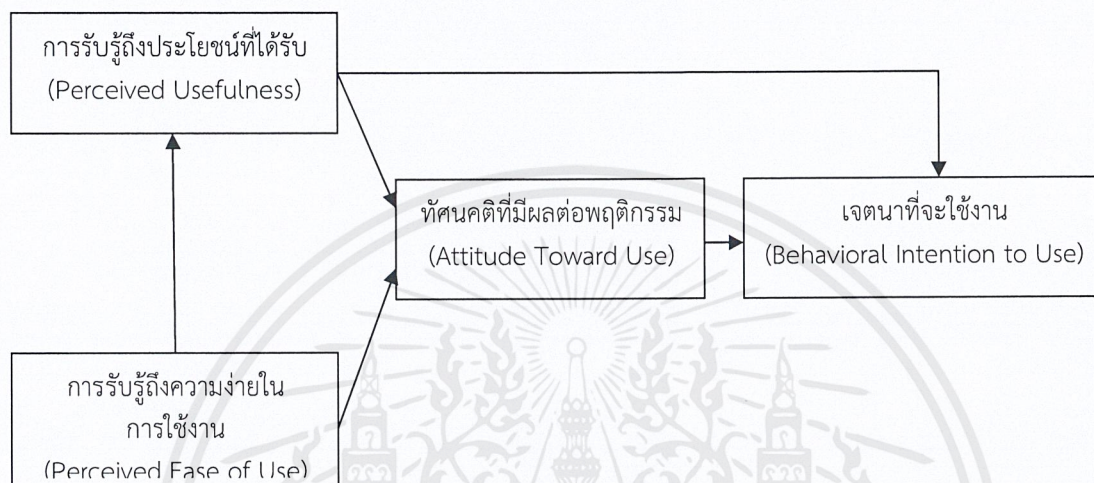
ภาพที่ 12 กรอบแนวคิดเรื่องการยอมรับของผู้บริโภคในการเลือกใช้เครื่องฝากเงินสดในเขตกรุงเทพมหานคร
ที่มา กิตติศักดิ์, 2549

จากภาพที่ 12 กรอบแนวคิดเรื่องการยอมรับของผู้บริโภคในการเลือกใช้เครื่องฝากเงินสดในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นกรอบแนวคิดที่แสดงให้เห็นถึงตัวแปรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ ประกอบด้วยปัจจัยทางด้านทัศนคติ แรงจูงใจ ส่งผลไปยังตัวแปรตาม คือพฤติกรรมการใช้ จากกรอบแนวคิดดังกล่าวผู้ศึกษาได้นำมาใช้เพื่ออ้างอิงในการทำกรอบแนวคิดของการศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรอบแนวคิดของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ

กรอบแนวคิดเรื่อง การศึกษาการยอมรับซอฟต์แวร์สำเร็จรูป ERP กรณีศึกษาบริษัทปิโตรเคมีแห่งหนึ่ง เป็นกรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงตัวแปรที่ส่งผลต่อทัศนคติ ดังภาพที่ 13



ภาพที่ 13 กรอบแนวคิดเรื่องการศึกษาการยอมรับซอฟต์แวร์สำเร็จรูป ERP กรณีศึกษาบริษัทปิโตรเคมีแห่งหนึ่ง
ที่มา วังสิริ เมืองพรม, 2552

จากภาพที่ 13 การศึกษาการยอมรับซอฟต์แวร์สำเร็จรูป ERP กรณีศึกษา สามารถอธิบายถึงตัวแปรที่ส่งผลต่อทัศนคติ ประกอบด้วยปัจจัยแห่งความสำเร็จของ ERP ส่งผลต่อการรับรู้ว่ามีประโยชน์ และการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้ ซึ่งทั้งสองตัวแปรข้างต้น เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรม นอกจากนี้ทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรม ยังเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเจตนาที่จะใช้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นุชจรินทร์ (2553) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้งานและปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สมาร์ตโฟน กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อและเลือกใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนต่อการใช้งานแอปพลิเคชันต่างๆ และเพื่อศึกษาลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่ต่างๆ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ข้อมูลที่ใช้ในการประกอบการวิจัยได้จากการให้ผู้ใช้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแบบสอบถามจากจำนวนกลุ่มประชากรที่เป็นตัวอย่างจำนวน 393 ตัวอย่าง จากนักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ซึ่งจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่เจาะจง สำหรับสถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการหาค่าสถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน Chi-square และ One way Anova ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ส่วนใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 24-26 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีและศึกษาอยู่คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ส่วนมากเคยมีประสบการณ์ในการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน มีระยะเวลาในการใช้งาน 1-3 ชั่วโมง โดยมีค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์โดยเฉลี่ยต่อเดือน 500-1,000 บาท ยี่ห้อโทรศัพท์ที่นิยมใช้งานคือไอเกีย ระบบปฏิบัติการที่นิยมใช้คือซิมเบียน และมีความถี่ในการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2 ครั้งต่อวัน โดยส่วนมากผู้บริโภคมองให้ความสำคัญกับการเลือกใช้ออปพลิเคชันให้ตรงต่อความต้องการ และความสะดวกในการใช้งานแอปพลิเคชันที่สามารถใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา

ธิดารัตน์ (2554) ศึกษาเรื่องพฤติกรรม ความพึงพอใจ และทัศนคติในการใช้งานแอปพลิเคชันสังคมออนไลน์ Foursquare ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จำนวน 393 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าไค-สแควร์ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 19-22 ปี ศึกษาอยู่ในคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ใช้แบล็คเบอร์รี่ในการเข้าใช้งานแอปพลิเคชันสังคมออนไลน์ Foursquare เริ่ม Check-In ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ประมาณ 1-2 เดือน โดยผู้ใช้งานครั้งใช้งานวันละ 1-5 ครั้งต่อวัน สถานที่ที่ Check-In บ่อยที่สุดคือ ที่บ้าน/ที่ทำงาน ส่วนการปิดบังสถานะหลัง Check-In นั้นผู้ใช้งานส่วนใหญ่ไม่เคยปิดบังสถานะเลยหลังการ Check-In และผู้ใช้งานส่วนใหญ่เผยแพร่สถานะในการ Check-In ทุกครั้ง ด้านทัศนคติ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่สนใจใช้งานแอปพลิเคชันสังคมออนไลน์ Foursquare หากไม่สามารถเชื่อมต่อกับ Facebook หรือ Twitter รองลงมาคือ ไม่ใช้งานแอปพลิเคชันสังคมออนไลน์ Foursquare หากมีการเก็บค่าใช้จ่ายในการให้บริการ ด้านความพึงพอใจพบว่า ให้ความสำคัญกับการระบุตำแหน่งของผู้ใช้ รองลงมาคือ ให้ความสำคัญกับการสถานการณ์ Check-In ของเพื่อนได้ตลอดเวลา

ศศิวิมล (2554) ศึกษาเรื่องทัศนคติและความพึงพอใจในการใช้บริการ K-Mobile Banking Plus ของบุคลากรและนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จากการสุ่มตัวอย่างบุคลากรพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-25 ปี สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเป็นนักศึกษามากกว่าบุคลากร โดยเป็นนักศึกษาร้อยละ 90 และบุคลากรร้อยละ 10 ซึ่งส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,001-9,000 บาท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวอยู่ระหว่าง 30,001-40,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการ K-Mobile Banking Plus เป็นระยะเวลา 1-2 เดือน โดยส่วนใหญ่รู้จักกับบริการ จากคำแนะนำของพนักงาน และกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าตนเองมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง โดยส่วนใหญ่มักใช้บริการถามยอดเงิน หรือเช็คยอดเงิน และรองลงมาคือโอนเงินไปยังบัญชีอื่น ซึ่งมักทำธุรกรรมขณะที่อยู่หอพัก และส่วนใหญ่ไม่เคยแนะนำหรือชักจูงให้ผู้อื่นใช้บริการ K-Mobile Banking Plus ด้านทัศนคติต่อการเลือกใช้บริการ K-Mobile Banking Plus จากการสำรวจพบว่าส่วนใหญ่บุคลากรและนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เลือกใช้บริการ K-Mobile Banking Plus เนื่องจากช่วยลดค่าใช้จ่ายและเวลาในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร

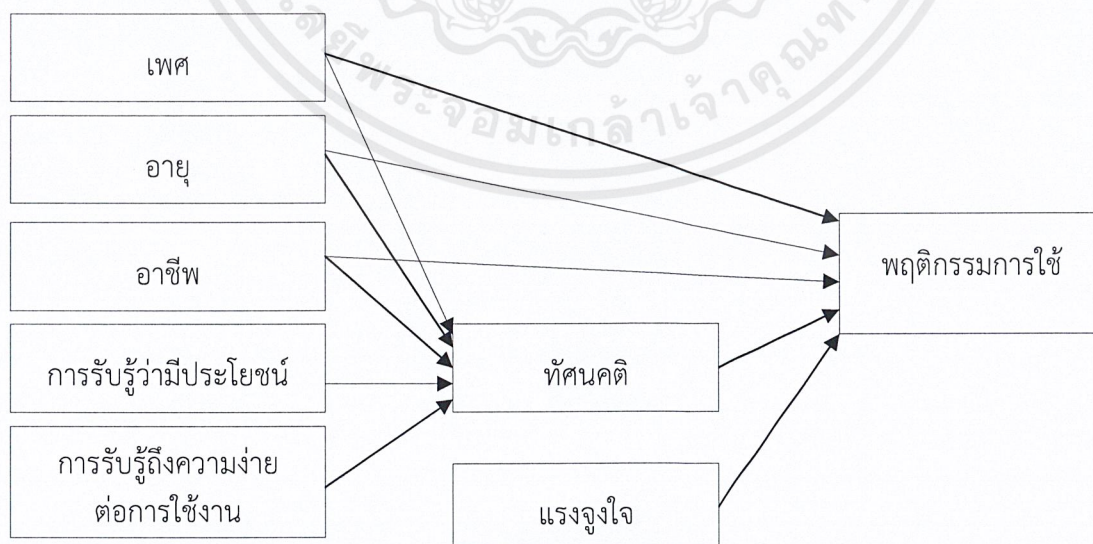
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เนื่องจากผู้ใช้บริการสามารถทำธุรกรรมทางการเงินบนมือถือได้ทุกที่ที่ต้องการ ทำให้ช่วยลดค่าใช้จ่ายและเวลาในการเดินทาง รองลงมาคือระบบการทำงานของธนาคารมีความถูกต้อง เนื่องจากธนาคารกสิกรไทยเป็นผู้นำด้าน Mobile Banking จึงทำให้การทำงานมีความถูกต้องแม่นยำ และรองลงมาคือระบบมีการแจ้งเตือนทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงในบัญชี

พภช (2556) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้ไลน์ที่มีผลต่อความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของนักศึกษา จากผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน LINE พบว่า มีวัตถุประสงค์การใช้คือ พูดคุยติดต่อระหว่างบุคคล รองลงมา พูดคุยในกรู๊ปของ LINE เพื่อติดต่อสื่อสาร โดยใช้แอปพลิเคชัน LINE เป็นเวลาไม่แน่นอนมากที่สุด จำนวนคนที่ใช้แอปพลิเคชัน LINE ติดต่อสื่อสารมากที่สุด คือ จำนวน 1-3 คน มีระยะเวลาโดยเฉลี่ย 10-20 นาที สถานที่ใช้งาน มากที่สุด คือที่พักหรือหอพัก รองลงมา สถานศึกษา เครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการใช้แอปพลิเคชัน LINE คือ โทรศัพท์มือถือ/ สมาร์ทโฟน รูปแบบการใช้งานมากที่สุดคือ สนทนากับเพื่อน และความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ในแอปพลิเคชัน LINE ในการใช้บริการในระดับมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านรูปแบบการใช้งาน และมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านออกแบบแอปพลิเคชัน และ ด้านการให้บริการ ตามลำดับ

กรอบแนวคิดของการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ โดยผู้ศึกษาได้ทำการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง จึงทำให้เกิดกรอบแนวคิดรวมสำหรับการศึกษา ประกอบด้วย ปัจจัยด้านเพศ ปัจจัยด้านอายุ ปัจจัยด้านอาชีพ ปัจจัยด้านการรับรู้ว่ามีประโยชน์ ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน ส่งผลต่อปัจจัยด้านทัศนคติ และปัจจัยด้านเพศ ปัจจัยด้านอายุ ปัจจัยด้านอาชีพ ปัจจัยด้านทัศนคติ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ส่งผลต่อโดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้ ดังภาพที่ 14



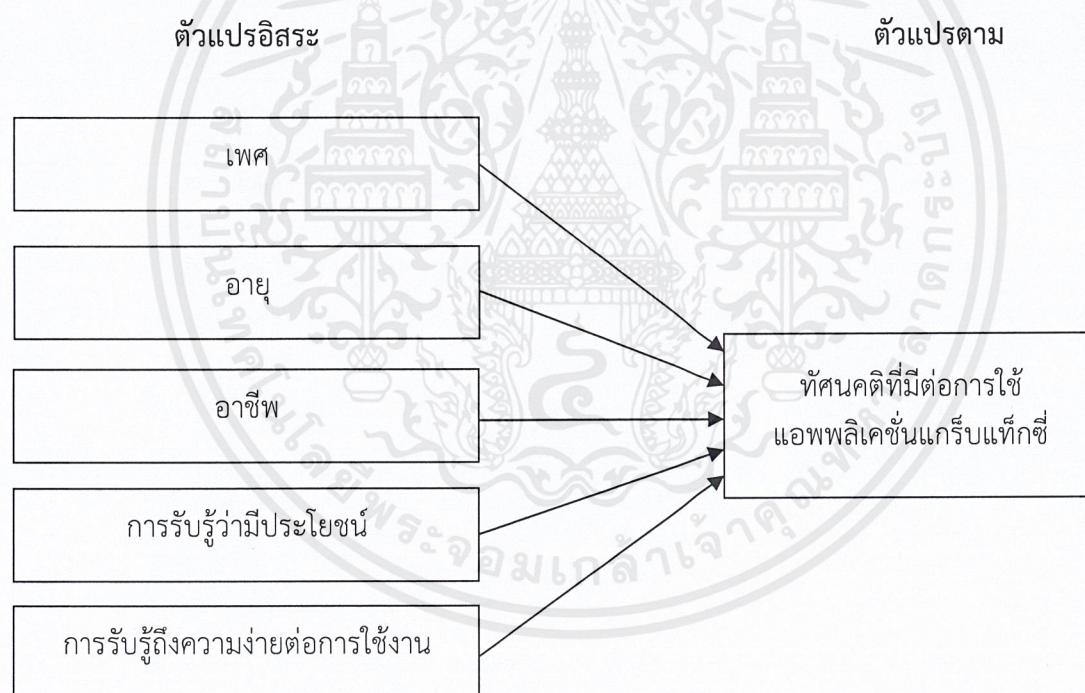
ภาพที่ 14 กรอบแนวความคิดรวมของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากภาพที่ 14 กรอบแนวความคิดรวมของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน แกร็บแท็กซี่ สามารถแบ่งออกเป็น กรอบแนวความคิดของการศึกษาทัศนคติที่มีต่อการใช้ แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ และกรอบแนวความคิดของการศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน แกร็บแท็กซี่ ซึ่งได้แสดงไว้ดังภาพที่ 15 และภาพที่ 16

กรอบแนวความคิดของการศึกษาทัศนคติที่มีต่อการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

การศึกษาศนคติที่มีต่อการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ โดยได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิดของทัศนคติจึงทำให้เกิดกรอบแนวคิดของทัศนคติที่มีต่อการใช้ แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ สามารถอธิบายตัวแปรตามทั้งหมด 3 ปัจจัย ได้แก่ปัจจัย ด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ การรับรู้ว่ามีประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่าย ต่อการใช้งาน โดยปัจจัยดังกล่าวทั้ง 3 ปัจจัยจะส่งผลต่อตัวแปรตามคือทัศนคติที่มีต่อใช้แอปพลิเคชัน แกร็บแท็กซี่ ดังภาพที่ 15



ภาพที่ 15 กรอบแนวความคิดการศึกษาทัศนคติที่มีต่อการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

กรอบแนวความคิดการศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

กรอบแนวความคิดการศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ สามารถอธิบายได้ว่าตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม มีทั้งหมด 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านเพศ ปัจจัยด้านอายุ ปัจจัยด้านอาชีพ ปัจจัยด้านทัศนคติ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ซึ่งส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการใช้ แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ ดังภาพที่ 16

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. ทักษะการคิด เป็นตัวแปรเชิงปริมาณ โดยสอบถามถึงทักษะการคิดต่อการใช้แอปพลิเคชัน แกร็บ แท็กซี่ โดยมีการกำหนดระดับความคิดเห็น โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนไว้ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

8. แรงจูงใจ เป็นตัวแปรเชิงปริมาณ โดยสอบถามถึงความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ โดยมีการกำหนดระดับความคิดเห็น โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนไว้ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

9. ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ วัดจากพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ ต่อเดือน วัดจากค่าจริงเป็นจำนวนครั้งที่ใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

สมมติฐานการศึกษา

จากตัวแปรที่กำหนดขึ้นเป็นกรอบแนวความคิดของการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ดังนี้

สมมติฐานการศึกษาที่คนคิดที่มีต่อการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

1. ปัจจัยด้านเพศมีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่
2. ปัจจัยด้านอายุมีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่
3. ปัจจัยด้านอาชีพมีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่
4. ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่
5. ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งานมีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

สมมติฐานการศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

1. ปัจจัยด้านเพศมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่
2. ปัจจัยด้านอายุมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่
3. ปัจจัยด้านอาชีพมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่
4. ปัจจัยด้านทัศนคติมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่
5. ปัจจัยด้านแรงจูงใจมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

ประชากรเป้าหมายที่ศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ ผู้ศึกษาได้ทำการเลือกประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้ที่ใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านทางออนไลน์

ขนาดตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ขนาดตัวอย่าง

ขนาดตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงต้องใช้สูตรของ (Taro Yamane, 1967) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 ดังนี้

จากสูตร

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

จะได้

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

$$n = 384.16$$

โดยที่ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

z = ระดับความเชื่อมั่น กำหนดไว้ที่ร้อยละ 95 เปิดค่า z จากตารางได้ = 1.96

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น กำหนดไว้เท่ากับ 0.05

ดังนั้น ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ทำการศึกษาโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จากผู้ที่ยินดีให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามออนไลน์ การสำรวจจะทำการขอความร่วมมือจาก facebook Fanpage GrabTaxi Thailand ให้มีการโพสต์แบบสอบถามที่หน้าแฟนเพจ และส่งแบบสอบถามโดยตรงไปยังผู้ใช้งานที่เคยเข้ามาแสดงความคิดเห็น จากการศึกษาพบว่า facebook Fanpage GrabTaxi Thailand มีผู้ให้ความสนใจเข้ามาติดตามความเคลื่อนไหวประมาณ 3000-5000 คนต่อวัน โดยจะทำการเก็บรวบรวมตัวอย่างทั้งหมด 385 ตัวอย่าง

เทคนิคทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้กำหนดวิธีวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่างๆ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ (Statistical Package for Social Science: SPSS for Windows) คำนวณค่าสถิติต่างๆ โดยใช้การคำนวณค่าสถิติ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นสถิติที่ใช้บรรยายหรืออธิบายลักษณะต่างๆ ในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างหรือประชากรเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) การวิเคราะห์เพื่อหาความแตกต่างของข้อมูล โดยใช้สถิติแบบ One-Sample t-test ในการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของแต่ละปัจจัยชี้วัด มาใช้ในการวิเคราะห์คำตอบ ซึ่งมีเกณฑ์ที่ใช้ในการให้คะแนนดังต่อไปนี้

5 คะแนน	หมายถึง	มากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	มาก
3 คะแนน	หมายถึง	ปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	น้อย
1 คะแนน	หมายถึง	น้อยที่สุด

ผู้ศึกษาได้คำนวณหาอันตรภาคชั้น เพื่อใช้กำหนดขอบเขตของแต่ละชั้นจากสูตร ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของชั้น} &= \frac{\text{ค่าที่มากที่สุด} - \text{ค่าที่น้อยที่สุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ในการวิเคราะห์ระดับการประเมินผลนำมาพิจารณาระดับตามเกณฑ์ ผู้ศึกษาได้แบ่งระดับการประเมินผลออกเป็น 5 ชั้น เพื่อใช้ในการกำหนดขอบเขตของแต่ละชั้นจากการคำนวณสามารถกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยของแต่ละระดับการประเมินผลในการแปลผลออกเป็น 5 ระดับได้ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย		ระดับความคิดเห็น
4.21 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	มาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	น้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

3. การประมวลผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน แกร็บแท็กซี่ โดยการทดสอบความเป็นอิสระต่อกัน ด้วยสถิติแบบ Univariate Anova

บทที่ 4 ผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ จำนวน 385 คน ผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปของตารางพร้อมคำอธิบายเชิงพรรณนา ทั้งนี้สามารถแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 5 ส่วนดังนี้ ส่วนแรก กล่าวถึงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนต่อมากล่าวถึงข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ ข้อมูลด้านทัศนคติต่อการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ ด้านพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างของผู้ที่ใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ จำนวน 385 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.32 มีอายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 22–28 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.88 มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 36.10 (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของคุณสมบัติส่วนบุคคลของตัวอย่างที่สุ่มมาศึกษา

N = 385		
คุณสมบัติ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	172	44.68
หญิง	213	55.32
อายุ		
ต่ำกว่าเท่ากับ 21 ปี	94	24.42
22 – 28 ปี	142	36.88
29– 35 ปี	76	19.74
มากกว่า 35 ปีขึ้นไป	73	18.96
อาชีพ		
นักเรียน หรือ นักศึกษา	139	36.10
ข้าราชการ หรือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	65	16.88
พนักงานบริษัทเอกชน หรือ ลูกจ้าง	124	32.21
เจ้าของกิจการ หรือ ธุรกิจส่วนตัว	45	11.69
อื่นๆ (ว่างงาน,คนขับแท็กซี่)	12	3.12
รวม	385	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

จากการศึกษาความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ของกลุ่มตัวอย่าง 385 คน พบว่าผู้ใช้แอปพลิเคชันส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ น้อยกว่าเท่ากับ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 37.92 รองลงมาคือความถี่ในการใช้งาน 3-5 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 27.27 (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชันของตัวอย่างที่สุ่มมาศึกษา

N = 385

ความถี่ในการใช้งาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่าเท่ากับ 2 ครั้ง/เดือน	146	37.92
3-5 ครั้ง/เดือน	105	27.27
6-8 ครั้ง/เดือน	54	14.03
มากกว่า 8 ครั้ง/เดือน	80	20.78
รวม	385	100.00

จากการศึกษาค่าโดยสารแท็กซี่โดยเฉลี่ยของผู้ที่ใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ค่าโดยสารโดยเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จ่ายค่าโดยสารเฉลี่ย 81-150 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 42.08 รองลงมาคือจ่ายค่าโดยสารเฉลี่ย 151-220 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.21 และต่ำกว่าเท่ากับ 80 บาทต่อครั้งมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.73 (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของค่าโดยสารแท็กซี่ของตัวอย่างที่สุ่มมาศึกษา

N = 385

ค่าโดยสารแท็กซี่โดยเฉลี่ย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าเท่ากับ 80 บาทต่อครั้ง	49	12.73
81-150 บาทต่อครั้ง	162	42.08
151-220 บาทต่อครั้ง	124	32.21
มากกว่า 220 บาทต่อครั้งขึ้นไป	50	12.99
รวม	385	100.00

จากการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ คิดเป็นร้อยละ 51.69 รองลงมาใช้ระบบปฏิบัติการไอโอเอส คิดเป็นร้อยละ 46.75 (ตารางที่ 5) นอกจากนี้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ครั้งแรกจากสังคมออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 45.97 รองลงมาคือบุคคลอื่น คิดเป็นร้อยละ 24.16 (ตารางที่ 6) นอกจากนี้ พบว่า ตนเองมีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.42 รองลงมาคือ เพื่อนหรือแฟน คิดเป็นร้อยละ 44.42 (ตารางที่ 7) และยังพบว่า ช่วงเวลาที่ใช้แอปพลิเคชันส่วนใหญ่ใช้ช่วงเวลา 18.01 น.-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 32.99 รองลงมาคือช่วงเวลา 12.01 น.-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 29.35 (ตารางที่ 8)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของระบบปฏิบัติการที่ใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

N = 385

ระบบปฏิบัติการที่ใช้งาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไอโอเอส	180	46.75
แอนดรอยด์	199	51.69
วินโดวส์โฟน	6	1.56
รวม	385	100.00

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลที่รู้จักแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ครั้งแรก

N = 385

แหล่งข้อมูลที่รู้จักแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ครั้งแรก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โทรทัศน์/วิทยุ	84	21.82
สังคมออนไลน์	177	45.97
เว็บไซต์	31	8.05
บุคคลอื่น	93	24.16
รวม	385	100.00

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

N = 385

ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตนเอง	171	44.42
เพื่อน/แฟน	118	30.65
สมาชิกในครอบครัว	53	13.77
บุคคลอื่นที่รู้จัก	43	11.17
รวม	400	100.00

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่ใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่มากที่สุด

N = 385

ช่วงเวลาที่ใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
00.01-06.00	60	15.58
06.01-12.00	85	22.08
12.01-18.00	113	29.35
18.01-24.00	127	32.99
รวม	385	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการศึกษา พบว่า เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกมากที่สุด คือ มีความสะดวก รวดเร็วในการเรียกแท็กซี่ คิดเป็นร้อยละ 25.24 รองลงมาประหยัดเวลา คิดเป็นร้อยละ 23.81 มีความง่ายในการใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 18.10 แอปพลิเคชันติดตั้งฟรี คิดเป็นร้อยละ 11.52 เป็นแอปพลิเคชันที่มีความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 10.76 มีการส่งเสริมการใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 9.33 และอื่นๆ (สามารถจองรถได้, มีส่วนลด) คิดเป็นร้อยละ 1.24 (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 เหตุผลที่ใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

N = 385

เหตุผลที่ใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
แอปพลิเคชันติดตั้งฟรี	121	11.52
เป็นแอปพลิเคชันที่มีความปลอดภัย	113	10.76
ประหยัดเวลา	250	23.81
มีความสะดวกรวดเร็วในการเรียกแท็กซี่	265	25.24
ความง่ายในการใช้งาน	190	18.10
มีการส่งเสริมการใช้งาน	98	9.33
อื่นๆ (สามารถจองรถได้, มีส่วนลด)	13	1.24
รวม	1050	100.00

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ข้อมูลด้านทัศนคติต่อการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

ผลการประเมินทัศนคติต่อการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ และ ปัจจัยด้านความง่ายต่อการใช้งาน โดยทั้ง 2 ด้านนี้มีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก โดยมีผลการประเมินเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 เมื่อพิจารณาปัจจัยแต่ละด้าน พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งานมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 3.72 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.52 (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 คะแนนเฉลี่ยและผลการประเมินทัศนคติต่อการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

ทัศนคติต่อการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่	คะแนนเฉลี่ย	ผลการประเมิน
ด้านการรับรู้ประโยชน์	3.52	มาก
ด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน	3.72	มาก
ทัศนคติโดยรวม	3.62	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์

เมื่อพิจารณาด้านการรับรู้ประโยชน์ พบว่า ปัจจัยต่างๆในด้านการรับรู้ประโยชน์มีค่าเฉลี่ยที่ไม่แตกต่างกันมาก โดยมีผลประเมิณรวมอยู่ในเกณฑ์มากทุกปัจจัย ซึ่งสามารถเรียงลำดับแต่ละปัจจัยได้ดังนี้ การใช้งานแอปพลิเคชันช่วยให้ประหยัดเวลาในการเรียกแท็กซี่ มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.62 รองลงมาคือแอปพลิเคชันสามารถแสดงผลได้อย่างถูกต้อง แอปพลิเคชันสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการใช้งานแอปพลิเคชันช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการขึ้นแท็กซี่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.45 ซึ่งมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 ผลประเมิณการให้คะแนนระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ประโยชน์

N = 385

ด้านปัจจัยการรับรู้ประโยชน์	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	ค่าทดสอบ=3.40	
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		ค่า t	ผลประเมิณ
การใช้งานแอปพลิเคชันช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการขึ้นแท็กซี่	4.42	3.90	41.30	43.38	7.01	3.45	1.07	มาก
แอปพลิเคชันสามารถแสดงผลได้อย่างถูกต้อง	3.38	2.86	40.00	44.94	8.83	3.53	3.07**	มาก
การใช้งานแอปพลิเคชันช่วยให้ประหยัดเวลาในการเรียกแท็กซี่	5.19	10.39	20.52	44.94	18.96	3.62	4.06**	มาก
แอปพลิเคชันสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	2.86	5.45	37.14	47.79	6.75	3.50	2.43*	มาก
ผลการประเมิณระดับคะแนนรวมทุกปัจจัย						3.52	3.81**	มาก

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน

เมื่อพิจารณาด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน พบว่ามีคะแนนรวมทุกปัจจัยเฉลี่ยร้อยละ 3.72 โดยปัจจัยด้านการใช้งานแอปพลิเคชันได้ด้วยตนเองมีค่าเฉลี่ยสูงสุดร้อยละ 3.98 รองลงมาคือปัจจัยด้านขั้นตอนในการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่เป็นสิ่งที่ไม่ยุ่งยาก โดยมีผลประเมิณรวมอยู่ในเกณฑ์มากทุกปัจจัย ซึ่งปัจจัยด้านแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ทำให้สามารถเรียกรถแท็กซี่ได้ง่ายขึ้นมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 ผลประเมินการให้คะแนนระดับความคิดเห็นในด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน

N = 385

ด้านการรับรู้ถึงความง่าย ต่อการใช้งาน	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	ค่าทดสอบ=3.40	
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด		ค่า t	ผล ประเมิน
ขั้นตอนในการใช้แอปพลิเคชัน แกร็บแท็กซี่เป็นเรื่องที่ไม่ยุ่งยาก	3.64	5.71	23.90	55.32	11.43	3.65	5.56**	มาก
สามารถใช้งานแอปพลิเคชัน แกร็บแท็กซี่ได้ด้วยตนเอง	2.60	3.90	14.29	51.43	27.79	3.98	12.61**	มาก
แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ทำให้ สามารถเรียกรถแท็กซี่ได้ง่ายขึ้น	5.71	9.61	23.38	48.31	12.99	3.53	2.54*	มาก
ผลการประเมินระดับคะแนนรวมทุกปัจจัย						3.72	8.77**	มาก

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

ผลการประเมินพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านทัศนคติและ ปัจจัยด้านแรงจูงใจโดยทั้ง 2 ด้านมีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก โดยมีผลการประเมินเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 เมื่อพิจารณาปัจจัยแต่ละด้าน พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจ มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 3.72 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านทัศนคติ มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.57 (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 คะแนนเฉลี่ยและผลการประเมินพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่	คะแนนเฉลี่ย	ผลการประเมิน
ด้านทัศนคติ	3.57	มาก
ด้านแรงจูงใจ	3.72	มาก
พฤติกรรมโดยรวม	3.65	มาก

ด้านทัศนคติ

เมื่อพิจารณาผลการประเมินด้านทัศนคติอยู่ในระดับมาก และมีคะแนนรวมทุกปัจจัยเฉลี่ยร้อยละ 3.57 โดยมีค่าเฉลี่ยที่ไม่ต่างกันมาก ซึ่งประเด็นที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ประเด็น แอปพลิเคชันมีความเหมาะสมในด้านบริการมากน้อยเพียงใดร้อยละ 3.66 และประเด็นที่มีคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีความไว้วางใจในด้านความปลอดภัยร้อยละ 3.48 ซึ่งมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (ตารางที่ 14)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 14 ผลประเมินการให้คะแนนระดับความคิดเห็นในด้านทัศนคติ

N = 385

ด้านทัศนคติ	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	ค่าทดสอบ=3.40	
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		ค่า t	ผลประเมิน
มีความรู้สึกที่ดีต่อการใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่	0.26	9.61	33.25	43.90	12.99	3.60	4.60**	มาก
แอปพลิเคชันมีความเหมาะสมในด้านบริการมากน้อยเพียงใด	0.52	3.64	32.73	55.84	7.27	3.66	7.31**	มาก
มีความไว้วางใจแอปพลิเคชันในด้านความปลอดภัย	-	5.19	49.35	37.66	7.79	3.48	2.21*	มาก
เกิดความพึงพอใจเมื่อได้ใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่	2.34	10.13	27.53	46.75	13.25	3.58	3.92**	มาก
มีความรู้สึกมั่นใจเมื่อได้ใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่	0.78	7.27	40.00	42.60	9.35	3.52	3.08**	มาก
ผลการประเมินระดับคะแนนรวมทุกปัจจัย						3.57	5.09**	มาก

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านแรงจูงใจ

เมื่อพิจารณาด้านแรงจูงใจ พบว่ามีผลการประเมินทุกปัจจัยอยู่ในเกณฑ์มาก และมีคะแนนรวมทุกปัจจัยร้อยละ 3.72 ปัจจัยต่างๆในด้านแรงจูงใจในการใช้งานมีค่าเฉลี่ยที่ไม่แตกต่างกันมาก ซึ่งปัจจัยด้านสามารถใช้ได้ตลอด 24 ชม. มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดร้อยละ 4.19 มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 ผลประเมินการให้คะแนนระดับความคิดเห็นในด้านแรงจูงใจ

N = 385

ด้านแรงจูงใจ	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	ค่าทดสอบ=3.40	
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		ค่า t	ผลประเมิน
มีส่วนลดในการใช้บริการ	0.26	1.56	31.69	56.88	9.61	3.74	10.15**	มาก
สามารถใช้ได้ตลอด 24 ชม.	-	1.56	13.25	50.13	35.06	4.19	21.59**	มาก
มีความน่าเชื่อถือของข้อมูล	-	2.86	53.25	35.84	8.05	3.49	2.60**	มาก
มีชื่อเสียง	1.04	10.39	39.74	40.78	8.05	3.44	1.05	มาก
ผลการประเมินระดับคะแนนรวมทุกปัจจัย						3.72	11.40**	มาก

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

ตารางที่ 16 พบว่าค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ เมื่อจำแนกตามเพศพบว่าค่าเฉลี่ยเพศหญิงสูงกว่าเพศชาย และส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 35 ปีขึ้นไป ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ หรือ ธุรกิจส่วนตัว ส่วนในด้านของการรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน พบว่ามีค่าเฉลี่ยสูงสุดในช่วงคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด

ตารางที่ 16 ค่าสถิติพรรณนาของคะแนนทัศนคติการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

N = 385

ตัวแปรอิสระและกลุ่มย่อย	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
เพศ			
ชาย	172	3.50	0.68
หญิง	213	3.62	0.62
อายุ			
ต่ำกว่าเท่ากับ 21 ปี	94	3.53	0.66
22 – 28 ปี	142	3.47	0.68
29– 35 ปี	76	3.66	0.57
มากกว่า 35 ปีขึ้นไป	73	3.72	0.64
อาชีพ			
นักเรียน หรือ นักศึกษา	139	3.59	0.64
ข้าราชการ หรือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	65	3.57	0.64
พนักงานบริษัทเอกชน หรือ ลูกจ้าง	124	3.50	0.66
เจ้าของกิจการ หรือ ธุรกิจส่วนตัว	45	3.65	0.71
อื่นๆ (ว่างงาน,คนขับแท็กซี่)	12	3.45	0.57
การรับรู้ประโยชน์			
คะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด	2	3.60	0.28
คะแนนเฉลี่ยน้อย	21	2.63	0.65
คะแนนเฉลี่ยปานกลาง	137	3.27	0.54
คะแนนเฉลี่ยมาก	171	3.73	0.42
คะแนนเฉลี่ยมากที่สุด	54	4.27	0.54
การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน			
คะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด	5	1.88	0.27
คะแนนเฉลี่ยน้อย	17	2.66	0.65
คะแนนเฉลี่ยปานกลาง	113	3.27	0.53
คะแนนเฉลี่ยมาก	163	3.66	0.46
คะแนนเฉลี่ยมากที่สุด	87	4.06	0.57

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 17 เมื่อพิจารณาค่านัยสำคัญทางสถิติของตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัวแปร สามารถอธิบายความผันแปรของทัศนคติการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ได้ร้อยละ 98 และพบว่ามีเพียงสองตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน มีนัยสำคัญทางสถิติที่มีระดับ 0.01 โดยค่า Sig ที่ได้จากการทดสอบครั้งนี้มีค่าเท่ากับ 0.00 ซึ่งหมายความว่า มีอย่างน้อยกลุ่มการรับรู้ประโยชน์ 2 กลุ่ม และกลุ่มการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน 2 กลุ่ม ที่มีทัศนคติการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงต้องทดสอบเพื่อหาความแตกต่างของตัวแปรอิสระที่มีค่านัยสำคัญดังกล่าว โดยใช้วิธีการทดสอบ Multiple Comparison Test และเลือกใช้ค่าสถิติ Tamhane ในการทดสอบ

ตารางที่ 17 สถิติทดสอบการผันแปรทัศนคติการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

N = 385

ที่มาของการผันแปร	ผลรวม ของ กำลังสอง	อัตรา อิสระ	ค่าเฉลี่ยของ ผลรวม	ค่า F	ระดับ นัยสำคัญ
ตัวแปรอิสระ					
เพศ	0.54	1	0.54	2.46	0.10
อายุ	1.40	3	0.47	2.31	0.08
อาชีพ	0.64	4	0.16	0.79	0.53
การรับรู้ประโยชน์	21.32	4	5.33	26.30**	0.00
การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน	13.71	4	3.43	16.91**	0.00
การผันแปรที่อธิบาย	4992.48	21	237.74	1173.27	0.00
การผันแปรที่เหลือ	73.76	364	0.20		
การผันแปรทั้งหมด	5066.24	385			

ค่า R Squared = .985 (ค่า Adjusted R Squared = .985)

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 18 เมื่อทดสอบความแตกต่างของทัศนคติการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ จำแนกตามการรับรู้ประโยชน์เฉลี่ยที่ละคู่ด้วยวิธี Tamhane พบว่ามีจำนวนที่มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ประโยชน์ที่แตกต่างกัน 6 คู่ โดยทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือคะแนนปานกลางและน้อย มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันเท่ากับ 0.64 รองลงมาคะแนนมากและน้อย มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันเท่ากับ 1.10 คะแนนมากและปานกลาง มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันเท่ากับ 0.46 คะแนนมากที่สุดและน้อย มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันเท่ากับ 1.65 คะแนนมากที่สุดและปานกลาง มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันเท่ากับ 1.01 คะแนนมากที่สุดและมาก มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันเท่ากับ 0.55

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 18 การทดสอบค่า Multiple Comparison Test ด้านการรับรู้ประโยชน์ของผู้ใช้ แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

การรับรู้ประโยชน์	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
น้อยที่สุด	-	-	-	-	-
น้อย	0.93	-	-	-	-
ปานกลาง	1.57	0.64*	-	-	-
มาก	2.03	1.10*	0.46*	-	-
มากที่สุด	2.57	1.65*	1.01*	0.55*	-

หมายเหตุ: * การรับรู้ประโยชน์มีค่าเฉลี่ยการประเมินผลแตกต่างกันที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 19 เมื่อทดสอบความแตกต่างของทัศนคติการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ จำแนกตามการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งานเฉลี่ยที่ละคู่ด้วยวิธี Tamhane พบว่ามีจำนวนที่มีค่าเฉลี่ย การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งานที่แตกต่างกัน 10 คู่ โดยทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือคะแนน น้อยและน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันเท่ากับ 0.78 รองลงมาคะแนนปานกลางและน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันเท่ากับ 1.39 คะแนนปานกลางและน้อย มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันเท่ากับ 0.61 คะแนนมากและน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันเท่ากับ 1.78 คะแนนมากและน้อย มีค่าเฉลี่ยที่ แตกต่างกันเท่ากับ 1.00 คะแนนมากและปานกลาง มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันเท่ากับ 0.39 คะแนนมากที่สุดและน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันเท่ากับ 2.18 คะแนนมากที่สุดและน้อย มีค่าเฉลี่ยที่ แตกต่างกันเท่ากับ 1.41 คะแนนมากที่สุดและปานกลาง มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันเท่ากับ 0.80 คะแนน มากที่สุดและมาก มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันเท่ากับ 0.40

ตารางที่ 19 การทดสอบค่า Multiple Comparison Test ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งานของ ผู้ใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

การรับรู้ความง่าย ต่อการใช้งาน	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
น้อยที่สุด	-	-	-	-	-
น้อย	0.78*	-	-	-	-
ปานกลาง	1.39*	0.61*	-	-	-
มาก	1.78*	1.00*	0.39*	-	-
มากที่สุด	2.18*	1.41*	0.80*	0.40*	-

หมายเหตุ: * การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งานมีค่าเฉลี่ยการประเมินผลแตกต่างกันที่มีระดับนัยสำคัญ ทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 20 พบว่าค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน แกร็บแท็กซี่ เมื่อจำแนกตามเพศแล้วพบว่าค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างกันไม่มาก โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ย สูงสุดเท่ากับ 2.24 และส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 35 ปีขึ้นไป ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ หรือ ธุรกิจส่วนตัว ส่วนในด้านของทัศนคติและแรงจูงใจ พบว่ามีค่าเฉลี่ยสูงสุดในช่วงคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด

ตารางที่ 20 ค่าสถิติพรรณนาของคะแนนพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

N = 385

ตัวแปรอิสระและกลุ่มย่อย	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
เพศ			
ชาย	172	2.10	1.15
หญิง	213	2.24	1.15
อายุ			
ต่ำกว่าเท่ากับ 21 ปี	94	1.82	0.95
22 – 28 ปี	142	2.23	1.14
29– 35 ปี	76	2.21	1.24
มากกว่า 35 ปีขึ้นไป	73	2.51	1.20
อาชีพ			
นักเรียน หรือ นักศึกษา	139	1.98	1.07
ข้าราชการ หรือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	65	2.52	1.15
พนักงานบริษัทเอกชน หรือ ลูกจ้าง	124	2.09	1.15
เจ้าของกิจการ หรือ ธุรกิจส่วนตัว	45	2.60	1.29
อื่นๆ (ว่างงาน,คนขับแท็กซี่)	12	1.92	0.90
ทัศนคติ			
คะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด	2	2.50	2.12
คะแนนเฉลี่ยน้อย	35	1.46	0.66
คะแนนเฉลี่ยปานกลาง	130	2.01	1.11
คะแนนเฉลี่ยมาก	175	2.27	1.13
คะแนนเฉลี่ยมากที่สุด	43	2.88	1.24
แรงจูงใจ			
คะแนนเฉลี่ยน้อย	5	1.20	0.45
คะแนนเฉลี่ยปานกลาง	97	2.01	1.07
คะแนนเฉลี่ยมาก	213	2.16	1.14
คะแนนเฉลี่ยมากที่สุด	70	2.53	1.25

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 21 เมื่อพิจารณาค่านัยสำคัญทางสถิติของตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัวแปร สามารถอธิบายความผันแปรของพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ได้ร้อยละ 82 และพบว่ามีเพียงสองตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยตัวแปรอาชีพมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และตัวแปรทัศนคติมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่า Sig ที่ได้จากการทดสอบครั้งนี้คือ 0.03 และ 0.01 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า มีอย่างน้อยกลุ่มอาชีพ 2 กลุ่ม และทัศนคติ 2 กลุ่ม ที่มีพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงต้องทดสอบเพื่อหาความแตกต่างของตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญดังกล่าวโดยใช้การทดสอบ Multiple Comparison Test และเลือกใช้ค่าสถิติ Tamhane ในการทดสอบ

ตารางที่ 21 สถิติทดสอบการผันแปรพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

N = 385

ที่มาของการผันแปร	ผลรวมของกำลังสอง	อัตราอิสระ	ค่าเฉลี่ยของผลรวม	ค่า F	ระดับนัยสำคัญ
ตัวแปรอิสระ					
เพศ	0.81	1	0.81	0.71	0.40
อายุ	5.65	3	1.88	1.65	0.18
อาชีพ	12.43	4	3.11	2.72*	0.03
ทัศนคติ	16.81	4	4.20	3.68**	0.01
แรงจูงใจ	6.78	3	2.26	1.98	0.12
ทัศนคติ * แรงจูงใจ	16.93	5	3.39	2.97**	0.01
การผันแปรที่อธิบาย	1916.43	21	91.26	79.93	0.00
การผันแปรที่เหลือ	415.57	364	1.14		
การผันแปรทั้งหมด	2332.00	385			

ค่า R Squared = .822 (ค่า Adjusted R Squared = .812)

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 22 เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่จำแนกตามอาชีพ เฉลี่ยทีละคู่ด้วยวิธี Tamhane พบว่าอาชีพมีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน 2 คู่ โดยทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับ นักเรียน/นักศึกษา และเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว กับ นักเรียน/นักศึกษา ทั้ง 2 คู่นี้มีอาชีพเฉลี่ยที่แตกต่างกันเท่ากับ 0.54 และ 0.62 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 การทดสอบค่า Multiple Comparison Test ด้านอาชีพของผู้ใช้แอปพลิเคชัน แกร็บแท็กซี่

อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง	เจ้าของกิจการ/ ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ (ว่างงาน, ข้าราชการแท็กซี่)
นักเรียน/นักศึกษา	-	-	-	-	-
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.54*	-	-	-	-
พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	0.11	-0.43	-	-	-
เจ้าของกิจการ/ ธุรกิจส่วนตัว	0.62*	0.08	0.51	-	-
อื่นๆ (ว่างงาน, ข้าราชการแท็กซี่)	-0.06	-0.61	-0.17	-0.68	-

หมายเหตุ: *อาชีพมีค่าเฉลี่ยการประเมินผลแตกต่างกันที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 23 เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ จำแนกตามทัศนคติ เฉลี่ยทีละคู่ด้วยวิธี Tamhane พบว่า มีจำนวนที่มีค่าเฉลี่ยทัศนคติที่ต่างกัน 5 คู่ โดยทดสอบที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือคะแนนปานกลางและน้อย มีค่าเฉลี่ยที่ต่างกันเท่ากับ 0.55 รองลงมาคะแนนมากและน้อย มีค่าเฉลี่ยที่ต่างกันเท่ากับ 0.81 คะแนนมากที่สุดและน้อย มีค่าเฉลี่ยที่ต่างกันเท่ากับ 1.43 คะแนนมากที่สุดและปานกลาง มีค่าเฉลี่ยที่ต่างกันเท่ากับ 0.88 คะแนนมากที่สุดและมาก มีค่าเฉลี่ยที่ต่างกันเท่ากับ 0.62

ตารางที่ 23 การทดสอบค่า Multiple Comparison Test ด้านทัศนคติของผู้ใช้แอปพลิเคชัน แกร็บแท็กซี่

ทัศนคติ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
น้อยที่สุด	-	-	-	-	-
น้อย	-1.04	-	-	-	-
ปานกลาง	-0.49	0.55*	-	-	-
มาก	-0.23	0.81*	0.26	-	-
มากที่สุด	0.38	1.43*	0.88*	0.62*	-

หมายเหตุ: *ระดับทัศนคติมีค่าเฉลี่ยการประเมินผลแตกต่างกันที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ ศึกษาทัศนคติของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ และศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ โดยการศึกษาครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลแบบปฐมภูมิด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ จำนวนทั้งสิ้น 385 ตัวอย่าง สรุปวิธีวิเคราะห์ สถิติ ตัวแปร ได้ดังนี้

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ยโดยประมาณ 22-28 ปี และประกอบอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา สำหรับการศึกษาด้านพฤติกรรมในการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ พบว่าส่วนใหญ่ใช้ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ รู้จักแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ครั้งแรกจากแหล่งสังคมออนไลน์ นอกจากนั้นยังพบว่าตนเองมีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่มากที่สุด และช่วงเวลาที่ใช้แอปพลิเคชันส่วนใหญ่ใช้ช่วงเวลา 18.01 น.-24.00 น. ในด้านความถี่ในการใช้งาน พบว่าผู้ใช้ส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ น้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือน จ่ายค่าโดยสารเฉลี่ย 81-150 บาทต่อครั้ง และเหตุผลที่ใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่มากที่สุด คือแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่มีความสะดวกรวดเร็วในการเรียกแท็กซี่ รองลงมาประหยัดเวลา

ผลการประเมินความคิดเห็นในด้านปัจจัยต่างๆ เป็นดังนี้ ผลการประเมินระดับความคิดเห็นในด้านการรับรู้ประโยชน์ พบว่าทุกปัจจัยมีผลการประเมินอยู่ในระดับเกณฑ์มาก โดยปัจจัยการใช้งานแอปพลิเคชันช่วยให้ประหยัดเวลาในการเรียกแท็กซี่ได้ผลการประเมินความคิดเห็นสูงสุด รองลงมาแอปพลิเคชันสามารถแสดงผลได้อย่างถูกต้อง แอปพลิเคชันสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการใช้งานแอปพลิเคชันช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการขึ้นแท็กซี่ตามลำดับ ผลการประเมินระดับความคิดเห็นในด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน พบว่าทุกปัจจัยมีผลการประเมินอยู่ในเกณฑ์มาก โดยปัจจัยด้านสามารถใช้งานแอปพลิเคชันได้ด้วยตนเองมีผลการประเมินความคิดเห็นสูงสุด รองลงมาปัจจัยด้านขั้นตอนในการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่เป็นเรื่องที่ไม่ยุ่งยาก และปัจจัยด้านแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ทำให้สามารถเรียกรถแท็กซี่ได้ง่ายขึ้นตามลำดับ ผลการประเมินระดับความคิดเห็นในด้านทัศนคติ พบว่าทุกปัจจัยมีผลการประเมินอยู่ในเกณฑ์มาก โดยปัจจัยด้านแอปพลิเคชันมีความเหมาะสมในด้านบริการมากน้อยเพียงใดมีผลการประเมินความคิดเห็นสูงสุด และปัจจัยด้านมีความไว้วางใจในด้านความปลอดภัย มีผลการประเมินความคิดเห็นต่ำสุด ผลการประเมินระดับความคิดเห็นในด้านด้านแรงจูงใจ พบว่าทุกปัจจัยมีผลการประเมินอยู่ในเกณฑ์มาก โดยปัจจัยด้านสามารถใช้ได้ตลอด 24 ชม. มีผลการประเมินความคิดเห็นสูงสุด และปัจจัยด้านความไว้วางใจในด้านความปลอดภัย มีคะแนนเฉลี่ยต่ำสุดร้อยละ 3.48

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบตัวแปรอิสระต่างๆ ที่มีผลต่อทัศนคติการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน Univariate Anova มีผลการวิเคราะห์เป็นดังนี้ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าค่าเฉลี่ยเพศหญิงสูงกว่าเพศชาย และส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 35 ปีขึ้นไป ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ หรือ ธุรกิจส่วนตัว ส่วนในด้านของการรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน พบว่ามีค่าเฉลี่ยสูงสุดในช่วงคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด เมื่อวิเคราะห์ผลเปรียบเทียบของตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัวแปร พบว่ามีตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่มีระดับ 0.01 ซึ่งหมายความว่ามีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยที่ตัวแปรอิสระด้านเพศ อายุ และอาชีพไม่มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน Univariate Anova มีผลการวิเคราะห์เป็นดังนี้ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ เมื่อจำแนกตามเพศ แล้วพบว่าค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างกันไม่มาก โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 2.24 และส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 35 ปีขึ้นไป ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ หรือ ธุรกิจส่วนตัว ส่วนในด้านของทัศนคติ และแรงจูงใจ พบว่ามีค่าเฉลี่ยสูงสุดในช่วงคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด เมื่อวิเคราะห์ผลเปรียบเทียบตัวแปรอิสระทั้ง 5 ตัวแปรของกลุ่มผู้ใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ พบว่ามีตัวแปรอาชีพ และทัศนคติมีนัยสำคัญทางสถิติที่มีระดับ 0.01 ซึ่งหมายความว่ามีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยที่ตัวแปรอิสระด้านเพศ อายุ และด้านแรงจูงใจไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ ผู้ศึกษาได้มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ในด้านการใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ พบว่าประสบปัญหาทางด้านระบบ GPS ไม่แม่นยำ เมื่อกำหนดสถานที่จุดที่ผู้โดยสารเรียกใช้บริการและสถานที่ปลายทาง ทำให้เกิดความล่าช้า ทั้งผู้ใช้แอปพลิเคชันและผู้ขับรถแท็กซี่ ควรพัฒนาระบบให้มีความแม่นยำทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และผู้ขับรถแท็กซี่ควรอ่านข้อความการบอกสถานที่เพิ่มเติมจากผู้ให้มากขึ้น
2. ระบบปฏิบัติการที่สามารถใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ได้จริง คือระบบปฏิบัติการ ไอโอเอส และระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ ซึ่งผู้พัฒนาแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ควรออกแบบระบบให้สามารถใช้ได้กับทุกระบบปฏิบัติการ เนื่องจากสมาร์ทโฟนมีหลากหลายระบบปฏิบัติการ ถ้าผู้พัฒนาแอปพลิเคชันสามารถแก้ไขระบบได้ จะทำให้มีผู้ใช้แอปพลิเคชันเพิ่มขึ้นอย่างมาก
3. ด้านปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ พบว่าประเด็นการใช้งานแอปพลิเคชันช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการขึ้นแท็กซี่มีค่าประเมินความคิดเห็นต่ำที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้นี้ยังไม่ได้รับประโยชน์ในด้านความปลอดภัย บริษัทแกร็บแท็กซี่ควรทำการสอบถาม หรือให้ผู้ใช้ร้องเรียนข้อเสนอต่างๆ มายังเว็บไซต์หลัก เพื่อเป็นการตรวจสอบ และทำการแก้ไขโดยอบรมผู้ขับแกร็บแท็กซี่ให้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

เอกสารภาษาไทย

- กบนอกกะลาเจาะลึกบริการแท็กซี่ มาวิ่งได้อย่างไร มีกี่สี และกี่ประเภทในเมืองไทย [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://mcot-web.mcot.net/9ent/site/view/id/51027f59150ba0ef22000086#.VAwINvl_vzc. วันที่สืบค้น 28 สิงหาคม 2557.
- กรมการขนส่งทางบก [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://apps.dlt.go.th/statistics_web/statistics.html. วันที่สืบค้น 28 สิงหาคม 2557.
- การยอมรับของผู้บริโภคในการเลือกใช้เครื่องฝากเงินสด [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://mbatu.proboards.com/thread/79>. วันที่สืบค้น 27 ตุลาคม 2557.
- เกี่ยวกับแกร็บแท็กซี่ [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://grabtaxi.com/bangkok-thailand-th/grabtaxi/>. วันที่สืบค้น 8 มิถุนายน 2557.
- แกร็บแท็กซี่ เทคโนโลยีที่เข้าใจทั้งผู้ขับและผู้โดยสารแท็กซี่ [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.tcdc.or.th/creativethailand/article/CreativeEntrepreneur/20471>. วันที่สืบค้น 26 สิงหาคม 2557.
- ครองใจ ชัยสมบัติ. 2546. พฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ตในทางที่ผิดของวัยรุ่น ศึกษาเฉพาะกรณีสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเชียงราย. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ดารา ทีปะปาล. 2542. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ถวิล ธาราโภชน. 2532. จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ทัศนคติ ความหมาย [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.ex-mba.buu.ac.th/research/bkk/mk-6-bkk/51722468/05_ch2.pdf. วันที่สืบค้น 9 มิถุนายน 2557.
- เทเลนอร์เผยรายงานการใช้สมาร์ทโฟนคนไทย [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.manager.co.th/Cyberbiz/ViewNews.aspx?NewsID=9560000149675>. วันที่สืบค้น 2 กันยายน 2557.
- ธิดารัตน์ ทับเที่ยง. 2554. พฤติกรรม ทัศนคติ และความพึงพอใจ ของผู้ใช้แอปพลิเคชันสังคมออนไลน์ Foursquare ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา: นักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: การศึกษาค้นคว้าอิสระ. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- นพมาศ ธีรเวคิน. 2535. จิตวิทยาสังคมกับชีวิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นุชจรินทร์ ศรีสุวรรณ. 2553. พฤติกรรมการใช้งานและปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน กรณีศึกษา: นักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: การศึกษาค้นคว้าอิสระ. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ. 2540. ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์และปกเจริญผล.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. 2520. **ทัศนคติ: การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. 2526. **การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรม**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ปริญ ลักขิตานนท์. 2540. **การตัดสินใจซื้อของขวัญของเด็กและผู้ปกครอง ในเจาะลึกพฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: บริษัทสื่ออักษร จำกัด.
- แนวโน้มการใช้โมบายแอปพลิเคชัน [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/oct_dec_11/pdf/aw018.pdf. วันที่สืบค้น 2 กันยายน 2557.
- พภัช เชิดชูศิลป์. 2556. **พฤติกรรมการใช้ไลน์ที่มีผลต่อความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม**. หลักสูตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. พฤติกรรม ความหมาย [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://digi.library.tu.ac.th/thesis/lib/0675/10/CHAPTER_2.pdf วันที่สืบค้น 9 มิถุนายน 2557
- ยอดร้องเรียนแท็กซี่ทะเลหมื่นราย [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.dailynews.co.th/Content/conomic/224753>. วันที่สืบค้น 3 กันยายน 2557.
- รีวิวแอปแกร็บแท็กซี่กับการช่วยแก้ปัญหาแท็กซี่ในเมืองไทย [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.macthai.com/2013/10/19/macthai-review-grabtaxi-app-for-ios-android-windows-phone/>. วันที่สืบค้น 9 มิถุนายน 2557.
- รุ่งนภา บุญคุ้ม. 2536. **ทัศนคติของพัฒนาการตอนนโยบายการจัดตั้งศูนย์ساتิตการตลาด : กรณีศึกษา ศูนย์ช่วยเหลือทางวิชาการพัฒนาชุมชน เขตที่ 3. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท**. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วงสิริ เมืองพรหม. 2553. **การศึกษาการยอมรับซอฟต์แวร์สำเร็จรูป ERP กรณีศึกษา: บริษัทปิโตรเคมีแห่งหนึ่ง**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศศิวิมล มณีเหล็ก. 2554. **ทัศนคติและความพึงพอใจในการใช้บริการ K-Mobile Banking Plus ของบุคลากรและนักศึกษา**. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สงวน สุทธิอรุณ และคณะ. 2520. **จิตวิทยาการศึกษา**. กรุงเทพฯ: อักษรบัณฑิต.
- สุภัททา ปิณฑะแพทย์. 2542. **พฤติกรรมมนุษย์และการพัฒนาคน**. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2545. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เอกสารภาษาอังกฤษ

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980) *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Gorden W, Allport. *Historical Foundations*. In Martin Fishbein (ed.), *Readings in Attitude Theory and Measurement*, pp. . New York : John Wiley & Sons, 1967.
- L.L Norman Norman L. Munn (1971). *The evolution of the human mind*. 1 st ed.
- Thurstone and E.J. Chave. (1996). *The Measurement of Attitude (Eighth Impression)*. Chicago : The University of Chicago Press.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม



เลขที่แบบสอบถาม.....

เพื่อการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้
แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการศึกษาวิชาโครงการพิเศษ สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ วิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ ผู้ศึกษาขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถาม และแสดงความคิดเห็นเพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนางานด้านวิชาการครั้งนี้ โดยผู้ศึกษาจะทำการเก็บข้อมูลของท่านไว้เป็นความลับเพื่อประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี และขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูง ที่ได้สละเวลาอันมีค่าของท่านในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

คำชี้แจง: แบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 4 หน้าแบ่งออกเป็น 6 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านแรงจูงใจใจมีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านทัศนคติต่อการใช้ออปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

ส่วนที่ 5 ข้อมูลด้านการรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ลงใน หน้าข้อความหรือช่องว่างที่กำหนดให้ตรงกับข้อมูลหรือข้อเท็จจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

2. อายุ ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. อาชีพ

- 1) นักเรียน หรือ นักศึกษา 2) ข้าราชการ หรือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3) พนักงานบริษัทเอกชน หรือ ลูกจ้าง 4) เจ้าของกิจการ หรือ ธุรกิจส่วนตัว
 5) อื่น ๆ (ระบุ)

ส่วนที่ 2: ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความหรือช่องว่างที่กำหนดให้ตรงกับข้อมูลหรือข้อเท็จจริงของท่านมากที่สุด

- ท่านเคยเข้าใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่หรือไม่
 1) เคย 2) ไม่เคย (กดยกจากหน้านี้)
- สมาร์ตโฟนของท่านใช้ระบบปฏิบัติการใด
 1) ไอโอเอส 2) แอนดรอยด์
 3) วินโดวส์โฟน 4) อื่น ๆ (ระบุ)
- ท่านรู้จักแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ครั้งแรกจากแหล่งข้อมูลใด
 1) โทรทัศน์/วิทยุ 2) สังคมออนไลน์
 3) เว็บไซต์ 4) บุคคลอื่น
- ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่มากที่สุด
 1) ตนเอง 2) เพื่อน/แฟน
 3) สมาชิกในครอบครัว 4) บุคคลอื่นที่รู้จัก
- ช่วงเวลาใดที่ท่านทำการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่มากที่สุด
 1) 00.01-06.00 2) 06.01-12.00
 3) 12.01-18.00 4) 18.01-24.00
- เหตุผลที่ท่านใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 1) แอปพลิเคชันติดตั้งฟรี 2) เป็นแอปพลิเคชันที่มีความปลอดภัย
 3) ประหยัดเวลา 4) มีความสะดวกรวดเร็วในการเรียกแท็กซี่
 5) ความง่ายในการใช้งาน 6) มีการส่งเสริมการใช้งาน
 7) อื่น ๆ (ระบุ)
- ความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่.....ครั้ง/เดือน
- ค่าโดยสารแท็กซี่โดยเฉลี่ย รวมค่าบริการที่ต้องเสียเพิ่ม 25 บาท.....บาท/ครั้ง

ส่วนที่ 3: ข้อมูลด้านแรงจูงใจมีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามระดับความคิดเห็นของท่าน ซึ่งความหมายของระดับความคิดเห็นมีดังนี้

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
แรงจูงใจ					
1. แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่มีส่วนลดในการใช้บริการ					
2. แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ใช้ได้ตลอด 24 ชม.					
3. แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่มีความน่าเชื่อถือของข้อมูล					
4. แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่มีชื่อเสียง					

ส่วนที่ 4: ข้อมูลด้านทัศนคติต่อการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามระดับความคิดเห็นของท่าน ซึ่งความหมายของระดับความคิดเห็นมีดังนี้

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน					
1. ท่านมีความรู้สึกที่ดีต่อการใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่					
2. แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่มีความเหมาะสมในด้านบริการต่อท่านมากน้อยเพียงใด					
3. ท่านมีความไว้วางใจ แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ในด้านความปลอดภัยมากน้อยเพียงใด					
4. ท่านเกิดความพึงพอใจเมื่อได้ใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่					
5. ท่านมีความรู้สึกมั่นใจเมื่อได้ใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่					

ส่วนที่ 5: ข้อมูลด้านการรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามระดับความคิดเห็นของท่าน ซึ่งความหมายของระดับความคิดเห็นมีดังนี้

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
การรับรู้ประโยชน์					
1. การใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการขึ้นแท็กซี่					
2. แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่สามารถแสดงผลได้อย่างถูกต้อง					
3. การใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ช่วยให้ประหยัดเวลาในการเรียกแท็กซี่ได้มากขึ้น					
4. แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
การรับรู้ความง่ายในการเข้าใช้งาน					
1. ขั้นตอนในการใช้แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่เป็นเรื่องที่ไม่ยุ่งยาก					
2. ท่านสามารถใช้งานแอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ได้ด้วยตนเอง					
3. แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ทำให้ท่านสามารถเรียกรถแท็กซี่ได้ง่ายขึ้นกว่าเดิม					

ส่วนที่ 6: ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

****ขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม****

ภาคผนวก ข

ประวัติและโครงสร้างองค์กรของกรณีศึกษาหรือประชากรเป้าหมาย

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับองค์กรของกรณีศึกษา: บริษัท แกร็บแท็กซี่ (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัท แกร็บแท็กซี่ (ประเทศไทย) จำกัด ตั้งอยู่ที่ 1575/1 อาคารชัยสงวน ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400 แกร็บแท็กซี่ GrabTaxi คือ ธุรกิจเพื่อสังคมที่มีภารกิจหลักในการปฏิวัติระบบการบริการรถแท็กซี่ ในปี 2011

แอปพลิเคชันแกร็บแท็กซี่ มีจุดเริ่มต้นจากนายแอนโทนี่ แทน และ Hooi Ling ผู้ก่อตั้งบริษัทจากมาเลเซีย ซึ่งตอนนั้นทุกคนที่เริ่มโครงการนี้เป็นนักเรียนที่ Harvard Business School และทางมหาวิทยาลัยก็ส่งเสริมให้นักศึกษาทุกคนหัดแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริงในโลก นายแอนโทนี่ เลยมีไอเดียที่จะทำธุรกิจเพื่อสังคม เพราะว่ามีอยู่วันหนึ่ง มีเพื่อนของ นายแอนโทนี่ บินมาจากอินโดนีเซีย นั่งรถแท็กซี่ไปที่บ้านของ นายแอนโทนี่ ซึ่งทุกคนในมาเลเซียจะรู้กันดีว่าบริการรถแท็กซี่ในมาเลเซีย นั้นไม่ค่อยดีเท่าไร มักจะมีปัญหาหลายอย่าง เช่น คนขับรถเรียกเก็บค่าโดยสารจากผู้โดยสารแบบไม่เป็นธรรม และยังมีเรื่องของปัญหาความปลอดภัยสำหรับทั้งผู้โดยสารและคนขับรถ ตอนนั้น แอนโทนี่ กับ Hooi Ling ก็เลยคิดวิธีการแก้ไขปัญหานี้ แล้วเอาไอเดียไปแข่งขันแผนธุรกิจที่ Harvard Business School และได้รับรางวัลรองชนะเลิศอันดับหนึ่งซึ่งเป็นครั้งแรกสำหรับทีมที่มาจากเอเชีย ด้วยผลิตภัณฑ์หลักในการบริการการจ่ายงานรถแท็กซี่ด้วยระบบ GPS ที่ทำให้ผู้โดยสารสามารถเรียกแท็กซี่ที่อยู่ใกล้เคียงที่สุดอย่างง่ายและปลอดภัย ผ่านโทรศัพท์ Smartphone หรือ Tablet ซึ่งเหตุผลหลักๆ สำหรับ คุณแอนโทนี่ แทน คือเมื่อหลายสิบปีก่อนคุณปู่ทวดของคุณแอนโทนี่ แทน เคยเป็นคนขับรถแท็กซี่ที่มาเลเซียมาก่อน เลยทำให้ คุณแอนโทนี่ แทน รู้สึกเสียใจว่าอยากจะทำอะไรให้กับคนขับแท็กซี่บ้าง คนขับแท็กซี่เป็นกลุ่มคนที่ถ้าพูดกันจริงๆ คือหาเช้ากินค่ำ ชีวิตไม่ได้สะดวกสบาย หลังจากนั้นจึงได้นำแนวความคิดมาพัฒนาให้เป็นจริงและได้เริ่มเปิดตัวที่ประเทศมาเลเซียเป็นที่แรก เมื่อเดือนมิถุนายน ปี 2012 ซึ่งเป็นโครงการที่ประสบความสำเร็จอย่างมากจนรัฐบาลเข้ามาสนับสนุนโครงการนี้ จากนั้นจึงได้ขยายไปยังประเทศฟิลิปปินส์ในเดือน สิงหาคม ปี 2013 ในประเทศไทย และสิงคโปร์ เดือน ตุลาคม ปี 2013

อย่างไรก็ตามในขณะนี้แอปพลิเคชันสัญชาติมาเลเซียได้เข้ามาเริ่มทดลองเปิดตลาดในประเทศไทยแล้ว โดยแอปพลิเคชันนี้กำลังถูกกล่าวถึงนั่นคือ "Grab Taxi" ที่ได้เข้ามาลงทุนในประเทศไทยแล้ว โดยในประเทศไทยผู้ก่อตั้งคือ นายแอนโทนี่ ซึ่งเป็นผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน "Grab Taxi" กับนางสาวจุฑาศรี ควินิชกุล กรรมการผู้จัดการ ซึ่งทั้ง 2 คนเป็นเพื่อนร่วมสถาบันเดียวกัน ที่ Harvard Business School หลังจากผู้พัฒนาแอปพลิเคชันมาเที่ยวประเทศไทยต้องการเข้ามาร่วมลงทุนเพื่อขยายแอปพลิเคชัน "Grab Taxi" หลังจากนั้นก็ตัดสินใจร่วมทุนและจัดตั้งบริษัทดังกล่าวโดยมีทุนจดทะเบียน 15 ล้านบาท สำหรับ Grab Taxi ในประเทศมาเลเซีย และ ฟิลิปปินส์ นั้นมียอดการดาวน์โหลด 4 แสนครั้ง และ เป็นแอปพลิเคชันแรกที่มีระบบ Track My Ride คือ ระบบการแชร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลการเดินทางเพื่อความปลอดภัย สำหรับแอปพลิเคชัน "Grab Taxi" ได้เปิดให้ทดลองใช้งานแล้ว เป็นระยะเวลา 2 เดือน และได้เปิดตัวอย่างเป็นทางการในปลายเดือนพฤศจิกายน ปี 2556 สำหรับในเบื้องต้นขณะนี้มีพนักงานขับรถแท็กซี่ยื่นขอจดทะเบียนในแต่ละวันเพิ่มขึ้นเรื่อยๆอย่างต่อเนื่อง เดือน พฤษภาคม 57 มีแท็กซี่ที่ลงทะเบียนกับแอปพลิเคชันนี้มีประมาณ 700-800 คัน

สำหรับเรื่องของส่วนแบ่งรายได้นั้นมีด้วยกัน 2 ส่วน คือ ส่วนแรกหักรายได้จากพนักงานขับรถ และ ส่วนที่ 2 หักรายได้จากผู้โดยสาร ซึ่งในขณะนี้ยังไม่ได้สรุปรูปแบบอย่างเป็นทางการ "แต่เป้าหมายของ Grab Taxi นั้นต้องการให้พนักงานขับรถแท็กซี่สามารถเลี้ยงตัวเองได้ซึ่งเรามีแผนอยากช่วยเหลือสังคมเพราะคุณแอนโทนี่ ผู้ก่อตั้งเป็นครอบครัวคนขับรถแท็กซี่" ขณะนี้ได้มีการติดต่อเพื่อขยายการให้บริการไปยังปัม เอ็นจีวี ของ ปตท. (บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน), ห้างเซ็นทรัล พระราม 3, สนามบินสุวรรณภูมิ และ สนามบินดอนเมือง เป็นต้น

ในเรื่องของความปลอดภัยนั้น พนักงานขับรถแท็กซี่ที่มีความสนใจเข้า นำหลักฐาน อาทิ รูปภาพ บัตรประชาชน มาลงทะเบียนรวมถึงการจดทะเบียนรถทุกครั้ง ซึ่งหลังจากมีผู้โดยสารเรียกจะมีการบันทึกไว้ในระบบทุกครั้ง "เมื่อผู้โดยสารสำรองแท็กซี่ได้แล้วเครื่องก็จะปรากฏรายละเอียดประวัติคนขับ ชื่อ นามสกุล หมายเลขโทรศัพท์ และ ทะเบียนรถ ซึ่งผู้โดยสารสามารถแชร์ข้อมูลให้กับครอบครัวและเพื่อนสนิทได้ เพื่อสร้างความปลอดภัย"

สำหรับเป้าหมายของ Grab Taxi นั้นต้องการเป็นแอปพลิเคชันแท็กซี่ที่ดีที่สุดในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ซึ่งเน้นเรื่องความปลอดภัยในประเทศมาเลเซีย บริการ Grab Taxi ได้รับความปลอดภัยมากที่สุด และการให้บริการ Grab Taxi ไม่ได้จำกัดเฉพาะประเทศไทยเท่านั้นแต่สามารถเรียกใช้งานได้เมื่ออยู่ในประเทศมาเลเซีย และ ฟิลิปปินส์ "ส่วนในประเทศไทยนั้นเราอยากเป็นบริษัทที่ช่วยเหลือแท็กซี่ให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้น ส่วนผู้โดยสารนั้นต้องการความปลอดภัยและต้องการบริการของแท็กซี่ถูกกล่าวขานว่าเป็นบริการ Land Of Smile"

วิสัยทัศน์

การยกระดับอุตสาหกรรมแท็กซี่และระบบโดยสารสาธารณะเพื่อให้การเดินทางมีความคล่องตัวสำหรับสังคม โดยการนำระบบที่มีความยั่งยืนเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาของคนเมืองในปัจจุบัน ด้วยการผนวกทีมงานที่มีความสามารถและเทคโนโลยีกับนวัตกรรมที่ทันสมัย แกร็บแท็กซี่คาดหวังที่จะสร้างองค์กรเพื่อสังคมที่สามารถพึ่งพาตัวเองได้อย่างยั่งยืน เพื่อเป็นส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการพัฒนาสังคม และความก้าวหน้าในด้านเทคโนโลยีของประเทศไทย

ภารกิจ

แกร็บแท็กซี่ (ประเทศไทย) มุ่งมั่นที่จะพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้ขับรถแท็กซี่และผู้โดยสารในประเทศและปฏิบัติอุตสาหกรรมแท็กซี่เพื่อการบริการและภาพลักษณ์อันดีของประเทศไทย ขอเชิญทุกท่านมาร่วมทำการเปลี่ยนแปลงเพื่อสิ่งดีๆ ในสังคมไทย

ภาพรวมของบริษัท

หมดความกังวลอีกต่อไป! คุณสามารถเรียกรถแท็กซี่ได้อย่างง่ายดายผ่านมือถือของคุณ! ที่แกร็บแท็กซี่ เรามุ่งมั่นการพัฒนาเพื่อการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น โดยไม่ได้สร้างระบบเพื่อแค่ความโก้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรือตามสมัย แต่เรามุ่งมั่นเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของสังคมไทย เราขอมีส่วนร่วมในการสร้างสังคมให้มีคุณภาพและน่าอยู่มากยิ่งขึ้น

รายละเอียด

แกร็บแท็กซี่มุ่งมั่นที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมแท็กซี่ โดยการนำเสนอเทคโนโลยีบนโทรศัพท์มือถือที่สามารถใช้งานได้ง่ายและต้นทุนไม่สูง เพื่อทำการจับคู่ที่ตอบโจทย์ผู้ขับรถแท็กซี่และความต้องการของผู้โดยสารให้สอดคล้องซึ่งกันทั้งสองฝ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ วิสัยทัศน์ของเราคือการยกระดับอุตสาหกรรมแท็กซี่และระบบโดยสารสาธารณะเพื่อให้การเดินทางมีความคล่องตัวสำหรับสังคม โดยการใช้ระบบที่มีความยั่งยืนเพื่อช่วยแก้ไขปัญหของคนเมืองในปัจจุบัน ด้วยการผนวกทีมงานที่มีความสามารถและเทคโนโลยีกับนวัตกรรมที่ทันสมัย แกร็บแท็กซี่คาดหวังที่จะสร้างองค์กรเพื่อสังคมที่สามารถพึ่งพาตัวเองได้อย่างยั่งยืน เพื่อเป็นส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการพัฒนาสังคม และความก้าวหน้าในด้านเทคโนโลยีของประเทศไทย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้